

ISSN 2307-5740

Науковий журнал

ВІСНИК

**Хмельницького
національного
університету**

Економічні науки

2013, № 2, Том 2

Scientific journal

HERALD

of Khmelnytskyi national university

Economical sciences

2013, N. 2, Volume 2

Хмельницький 2013

ВІСНИК

Хмельницького національного університету

Затверджений як фахове видання

Постановою президії ВАК України від 16.12.2009 № 1-05/6
(http://vak.org.ua/docs//prof_journals/journal_list/whole.pdf)

Засновано в липні 1997 р.

Виходить 6 разів на рік

Хмельницький, 2013, № 2, Т. 2 (198)

**Засновник і видавець: Хмельницький національний університет
(до 2005 р. — Технологічний університет Поділля, м. Хмельницький)**

Головний редактор	Скиба М. Є. , заслужений працівник народної освіти України, член-кореспондент Національної академії педагогічних наук України, д. т. н., професор, ректор Хмельницького національного університету
Заступник головного редактора	Параска Г. Б. , д. т. н., професор, проректор з наукової роботи Хмельницького національного університету
Голова редакційної колегії серії “Економічні науки”	Войнаренко М. П. , заслужений діяч науки і техніки України, д. е. н., професор, академік АЕНУ, МАІ, УАЕК, проректор з науково-педагогічної роботи Хмельницького національного університету
Відповідальний секретар	Гуляєва В. О. , завідувач відділом інтелектуальної власності Хмельницького національного університету

Ч л е н и р е д к о л е г і ї

Економічні науки

д. е. н. Асаул А. М., д. е. н. Благун І. С., д. е. н. Бельтюков Є. А., к. е. н. Бондаренко М. І., д. е. н. Ведерніков М. Д., д. е. н. Гесць В. М., к. т. н. Григоруку П. М., д. е. н. Завгородня Т. П., к. т. н. Йохна М. А., к. е. н. Ковальчук С. В., д. е. н. Козак В. Є., д. е. н. Кругляк Б. С., д. е. н. Кулинич О. І., д. е. н. Лук'янова В. В., к. е. н. Любохинець Л. С., д. е. н. Мікула Н. А., д. е. н. Микитенко В. В., к. е. н. Михайловська І. М., д. е. н. Нижник В. М., д. е. н. Орлов О. О., д. е. н. Стадник В. В., к. е. н. Тюріна Н. М., к. е. н. Хмелевська А. В., д. е. н. Хрущ Н. А.

Відповідальні за випуск: к. е. н. Тюріна Н. М., Косіюк О. М.

Технічний редактор к. т. н. Романюк В. В.

Редактор-коректор Вдовіна Г. В.

**Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Хмельницького національного університету,
протокол № 9 від 25.04.2013**

Адреса редакції: Україна, 29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 11, Хмельницький національний університет
редакція журналу “Вісник Хмельницького національного університету”
☎ (03822) 2-51-08
e-mail: patent_1@beta.tup.km.ua
vagvestnik@rambler.ru
web: http://library.tup.km.ua/visnyk_tup.htm
<http://visniktup.narod.ru>
<http://vestnik.ho.com.ua>

Зареєстровано Міністерством України у справах преси та інформації.
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 9721 від 29 березня 2005 року (перереєстрація)

О. М. АРАПОВА, М. О. СІТОР, В. А. МОДИРКА РОЛЬ ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ	7
Т. М. БОРИСОВА СТРУКТУРНІ СКЛАДОВІ НЕКОМЕРЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК СПЕЦИФІЧНОГО ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ	11
І. О. БУЧАЦЬКА МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	15
К. Г. ВАСИЛЬЧЕНКО ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ПРОБЛЕМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	19
І. В. ГОЙ, І. В. БАБІЙ ПРОЦЕДУРА ФОРМУВАННЯ ТА РЕІНЖИНІРИНГУ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА	22
Н. М. ГОЛОВИЧ ЧИННИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	26
І. В. ГРАБОВСЬКА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РОЗВИТКУ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЙ У ВИРОБНИЧІЙ СФЕРІ	30
І. В. ГРЕЧИНА НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗОВАНOSTI ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ	34
К. В. ГУРДЖИЯН СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ CRM-СИСТЕМ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ	38
Н. А. ДАЛЯК ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ГАЗОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ	42
Г. В. ДЕМ'ЯНЧУК ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЗАСІБ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ	46
Л. І. ДІДЕНКО ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНЗИТУ ЧЕРЕЗ ТЕРИТОРІЮ РЕГІОНУ	49
Т. В. ДУБОВИК ІНТЕГРОВАНІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ	53
І. В. ЖАЛІНСЬКА ІНТЕГРАЦІЙНА ФУНКЦІЯ В КОНЦЕПЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ	58
А. І. ЖУРАВЕЛЬ, І. О. СТАВРАТІЙ, О. М. АРАПОВА АНАЛІЗ СТАНУ АНТИДЕМПІНГОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ	62

Ю. А. ЗАВОЙСЬКИХ, О. М. ТАТАРЧЕНКО МІЖРЕГІОНАЛЬНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГІОНАЛЬНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ	67
А. Г. ЗАГОРОДНІЙ, В. Я. ОЛІХОВСЬКИЙ ЗМІНА ТЕРМІНІВ СПЛАТИ ПОДАТКІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ	71
К. С. ЗАЙЧЕНКО ТИПОЛОГІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ІННОВАЦІЙНО АКТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	76
Н. С. КАРВАЦКА МИТНИЙ ТАРИФ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	79
Р. С. КЛИМЕНКО ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІ РЕСУРСИ В СИСТЕМІ НАРОЩУВАННЯ ОБСЯГІВ ФІКТИВНОГО КАПІТАЛУ	83
Л. М. КОБРИН ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ	89
О. В. КОРОТКОВА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ГРАЖДАН В УКРАИНЕ	93
Я. В. ЛИТВИНЕНКО РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ПОДАЛЬШОМУ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	97
О. Ю. ЛІНЬКОВА РОЗВИТОК УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ	101
К. А. МАЛЬШЕНКО ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ ФОНДОВОГО РЫНКА	105
О. Ю. МАЛЮТЕНКО РИЗИК НЕВИКОНАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ: ОЦІНКА ТА ЗАПОБІЖНІ ДІЇ	109
В. М. МАСЮК РИЗИКИ І ЗАГРОЗИ ЯК ЧИННИКИ РОЗВИТКУ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА	112
Є. Г. МАТВІЙШИН ПРОГНОЗУВАННЯ ДЕМОГРАФІЧНОГО Й ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ	117
Н. С. МИКОЛАЙЧУК, О. М. ВОЛЬСЬКА ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ	121

К. О. МІТЕЛЛАЄВА ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «РЕГІОНАЛЬНА ТРАНСПОРТНА СИСТЕМА»	125
Ю. В. МОКІНА, Н. С. ГОНЧАРУК, Б. І. МОКІН ІДЕНТИФІКАЦІЯ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАДХОДЖЕННЯ ДО УНІВЕРСИТЕТУ КОШТІВ ВІД ВІТЧИЗНЯНИХ СТУДЕНТІВ, ЩО НАВЧАЮТЬСЯ ЗА КОНТРАКТОМ	129
О. О. НЕЧАЙ ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ У ДІЯЛЬНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	133
В. Г. НИКИФОРЕНКО, В. О. КРАВЧЕНКО РОЗВИТОК ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО СИСТЕМНОГО УПРАВЛІННЯ	139
А. В. ОЛІЙНИК АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО ДОСВІДУ СТВОРЕННЯ ТУРИСТСЬКИХ КЛАСТЕРІВ НА ПРИКЛАДІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	144
А. Ю. ОСПОВА ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ВІННИЧЧИНИ	148
С. В. ПАЛИЦЯ МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ КЛАСТЕРНИХ УТВОРЕНЬ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ	153
Ю. В. ПАНЧЕНКО ЗАКОНОМЕРНОСТІ І ОСОБЕННОСТІ РАЗВИТИЯ ТРАНСФОРМАЦІОННОГО ПЕРІОДА ПЕРЕХОДА К ЕКОНОМІКЕ ЗНАНИЙ	157
К. В. ПАРСЯК ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	160
Н. О. ПЕРЕВОЗЧИКОВА, О. О. ЛУКАШОВА МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ: СТАН В ПЕРІОД АКТИВІЗАЦІЇ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ВІДНОСИН ДЕРЖАВИ	164
Н. В. ПЕРЛОВСЬКА ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ	168
С. В. ПЕТРУХА, Н. М. ПЕТРУХА МІКРОІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК КВІНТЕСЕНЦІЯ СУЧАСНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ РОЗРОБКИ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ	172
Ю. С. ПОГОРЄЛОВ, Є. М. РУДНІЧЕНКО АНАЛІЗ ВПЛИВУ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ФІСКАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ	176

О. Є. ВОСКРЕСЕНСЬКА, О. А. САВЧУК ДИНАМІЧНИЙ ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ЯКІСНІ ЗМІНИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	180
Т. М. СИДОРЕНКО РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ЇХ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ	185
В. В. СОВА МОБІЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ІНТЕГРОВАНИМИ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ	189
А. В. СОФІЄНКО ВИЗНАЧЕННЯ СПЕЦИФІЧНИХ ОЗНАК СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	196
Н. С. ТАНКЛЕВСЬКА, В. В. МАЙН ГЕНЕЗИС НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА СУТНІСТЬ АГРАРНОГО РИНКУ	199
Н. Є. ТЕРЬОШКІНА СОЦІАЛЬНО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ	203
В. І. ТРЕТЯК, О. В. КУДРЯВЦЕВА РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В КОНТЕКСТІ ПРОЦЕСІВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	207
І. І. ЧАЙКОВСЬКА ОЦІНКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	211
Е. В. ШЕРГЕЛАШВИЛИ К ВОПРОСУ ОСНОВНОЙ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ	219
Л. В. ШОВКУН, О. М. САВЕЛЬЄВА ОСНОВНІ ЧИННИКИ ГАЛЬМУВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	223
Т. В. ЯКИМЧУК, І. Ю. ВОЛЬВАЧ, В. О. НАКОТЕНКО ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ АНАЛІЗУ ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ	227
Г. В. ЯНГОЛЬ ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	231
Н. І. ЯЩЕРЦІНА СТРУКТУРНА КОРЕКЦІЯ РИНКУ ПОСЛУГ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ НОВОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УКЛАДУ	235

РОЛЬ ВИКОРИСТАННЯ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

Розглядається компетентнісний підхід в управлінні персоналом, сутність компетентнісного підходу, яка полягає в розробці й застосуванні на практиці моделей компетенції співробітників, їх підборі, оцінці та підготовці у відповідності з цими моделями. Приділяється увага використанню моделі компетенції в управлінні персоналом для організації та визначається технологія розробки, переваги, недоліки та критерії ефективності моделей компетенції.

Ключові слова: компетентнісний підхід, моделі компетенції.

ROLE MODELS USING COMPETENCE IN MANAGEMENT PERSONNEL

Efficiency of labor can be increased at the expense of individual unique abilities of people - the knowledge, skills and experience, personal characteristics, as more prevalent competence approach, which focuses on the ability to use their knowledge and skills. Competence approach becomes the foundation that allows you to develop a system that combines the requirements of business and management. The essence of the competency approach is to develop and apply in practice patterns competence of employees, their selection, evaluation and training in accordance with these models. The problem of using the model of competence received considerable attention. Model competence play a vital role in the system of training and personnel management. In some companies, the model is a key competence in working with staff, others - competence profiles are used as application tools. This article is devoted to examining the competency approach in personnel management, the essence of the competency approach, which is the development and application of models in practice competence of employees, their selection, evaluation and training in accordance with these models. Attention is paid to the use of a model of competence in personnel management for the organization and defined technology development, advantages, disadvantages and performance criteria of competence models.

Keywords: competence approach, a model of competence.

Вступ. Проблемі використання моделі компетенції приділяється значна увага. Моделям компетенції відводиться важлива роль як у системі підготовки кадрів, так і в управлінні персоналом. В одних компаніях модель компетенції є ключовою в роботі з кадрами, в інших - профілі компетенції використовуються в якості прикладних інструментів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та практичні аспекти цієї проблеми досліджуються вченими з 70-х років минуло сторіччя, коли Р. Мак-Клеланд, Р. Бояціс, Л.М. Спенсер та С.М. Спенсер розкрили зміст поняття компетенції персоналу та запропонували підходи щодо розробки моделі компетенції. С. Уїддетт і С. Холліфорд розглянули такі напрямки практичного використання моделей компетенції, як рекрутмент і відбір персоналу, його розвиток, навчання та винагородження. [1].

Системі компетенції у організації присвячені роботи багатьох як закордонних, так і вітчизняних вчених, а саме Д. Кемпбелла, Ходкінсона Д.П., Сперроу П. Р., Верби В. А., Гребешкової О. М., С. Кучерової, Плохої О.Б., Ткаченка Є.М.

Мета даного дослідження. Приділити увагу використанню моделі компетенції в управлінні персоналом для організації, визначити технологію розробки, переваги, недоліки та критерії ефективності моделей компетенції.

Виклад основного матеріалу досліджень. Компетентнісний підхід в управлінні персоналом - це технологічний інструмент відповіді на питання, як в постійно мінливих ситуаціях при дефіциті трудових ресурсів, все більшої і більшої залежності організації від кваліфікації співробітників, не просто підтримувати наявний рівень ефективності компанії, але і рухатися вперед, розвиватися, досягати успіхів в конкуренції, бути кращими. Компетентнісний підхід стає основою, яка дозволяє розробити систему, що сполучає вимоги бізнесу та управління персоналом.

Сутність компетентнісного підходу полягає в розробці й застосуванні на практиці моделей компетенції співробітників, їх підборі, оцінці та підготовці у відповідності з цими моделями.

На більшості зарубіжних підприємств компетентнісний підхід знайшов широке застосування. Однак у вітчизняній практиці цей інструмент управління персоналом не використовується з ряду причин.

В даний час у закордонній практиці дуже широко використовується опис діяльності з позиції компетентнісного підходу. Розроблено методики, опитувальники для формування профілю компетенції під різні види діяльності. У словнику вітчизняних менеджерів з персоналу термін «компетенція» з'явився в останні 10 - 12 років, але інтерес до цього інструменту управління персоналом росте повсюдно.

Моделям компетенції відводиться важлива роль як у системі підготовки кадрів, так і в управлінні персоналом. В одних компаніях модель компетенції є ключовою в роботі з кадрами, в інших - профілі

компетенції використовуються в якості прикладних інструментів. Наприклад, для оцінки персоналу.

Використання компетенції при оцінці персоналу дозволяє менеджерам по роботі з персоналом не тільки аналізувати результати, досягнуті співробітником за минулий період, але і аналізувати способи досягнення таких результатів.

Для того щоб оцінити якість виконання роботи, перш за все, повинен бути заданий стандарт. Таким стандартом може послужити розроблена модель компетенції для оцінюваної посади або діяльності.

Сформована ситуація сприяє формуванню стандарту професії та виробленні тих критеріїв, за якими оцінюються кандидати та яким відповідають кращі фахівці у своїй галузі.

Модель компетенції складається з кластерів (блоків) компетенції. Кластери компетенції - набір тісно пов'язаних між собою компетенцій. Кожен кластер компетенції має рівні - набір споріднених поведінкових індикаторів.

Поведінкові індикатори - це стандарти поведінки, які спостерігаються в діях людини, що володіє конкретною компетенцією.

Модель компетенції - це повний набір компетенцій і індикаторів поведінки, необхідних для успішного виконання співробітником його функцій, які проявляються у відповідних ситуаціях і часу, для конкретної організації з її індивідуальними цілями і корпоративною культурою [2].

Профіль компетенції - це список компетенції, точне визначення рівня їх прояву, що відносяться до конкретної посади.

Профіль компетенції описує не тільки те, що очікується від співробітників, але і те, як їм слід діяти. Перед проведенням оціночних заходів необхідно переглянути та актуалізувати профілі компетенції, враховуючи, що за минулий період зміст роботи співробітника міг змінитися.

Ефективна модель компетенції повинна бути ясною і легкою для розуміння, описуватися простою мовою, мати просту структуру. Більшість моделей можуть бути описані за допомогою 10 - 20 індивідуальних компетенцій. Чим більше компетенцій містить модель, тим важче її впровадити на практиці. На думку експертів, коли модель включає більше 12 компетенцій, стає важко працювати з конкретними компетенціями, оскільки відмінності між окремими компетенціями в такій моделі невлучимо малі.

При розробці моделей орієнтуються на вибір найбільш важливих компетенцій, які, як правило, групуються у кластери або функціональні блоки. Такий підхід особливо зручний для завдань навчання, тому що компетенції виявляються не тільки способом аналізу і опису профілю фахівця, але безпосередньою метою та змістом навчального процесу.

Моделі компетенції використовуються в організаціях:

- при підборі персоналу - модель компетенції є критерієм відбору персоналу.
- при навчанні персоналу - модель компетенції служить підставою для побудови програми навчання, на підставі моделі оформляється запит на навчання: компетенції служать критерієм вибору чому і як навчати.

- при атестації - складові моделі служать критерієм оцінки персоналу: компетентнісний підхід дозволяє визначити, яку підготовку мусить пройти менеджер, який претендує на кар'єрне зростання, щоб структура його знань і умінь відповідала його наступному кар'єрному кроку.

- при мотивації - модель компетенції визначає склад і структуру оплати праці спеціаліста. Формування моделі компетенції необхідне і для коректування компенсаційної політики компанії відносно співробітників, що успішно пройшли оцінні заходи.

Модель компетенції - це вісь, навколо якої можливо, і необхідно, побудувати систему управління персоналом компанії. Сучасні моделі компетенції задають систему координат, яка дозволяє виявити як найбільш професійно компетентних працівників, так і працівників, які зможуть бути максимально ефективні в рамках конкретної організаційної культури.

Модель компетенції дозволяє типізувати вимоги до співробітників і створити єдині стандарти поведінки, основу для оцінки й просування співробітників.

Багатогранність моделі компетенції полягає в тому, що:

- 1) дозволяє зв'язати систему управління персоналом з цілями організації;
- 2) компетенції сприяють формуванню корпоративної культури компанії і досягненню загального бачення місії та цілей організації як керівництвом компанії, так і її співробітниками;

- 3) описує реальну поведінку персоналу на роботі простим і доступним для менеджерів і фахівців мовою, що підвищує віддачу при використанні компетенції;

- 4) лежить в основі системи роботи з персоналом:

- полегшується процедура найму персоналу - з'являється можливість зіставити характеристики кандидата з вимогами до посади;

- дається чітке уявлення співробітникам щодо пропонованих до них вимог;

- підвищується ефективність навчання і розвитку співробітників;

- керівник отримує критерії для оцінки ефективності роботи підлеглих і, як наслідок, для оцінки відповідності персоналу завданням, що стоять перед компанією;

- забезпечується розвиток персоналу та планування кар'єри [3].

Технологія розробки моделі компетенції представлена на рис. 1.



Рис. 1. Технологія розробки моделі компетенції

Модель компетенції - це перелік компетенцій з конкретними показниками їх проявів у професійній діяльності. У модель включаються компетенції найбільш важливі для компанії на цьому етапі її розвитку. Модель компетенції зручна тим, що дозволяє визначити, наскільки та чи інша людина відповідає своїй позиції і що саме в його компетенції вимагає розвитку, так як зростають кваліфікаційні вимоги до працівників та міра їх відповідальності [4].

Модель розвитку компетенції, дозволяє керівникам та службам підприємства розробляти, планувати, формувати і використовувати компетенції персоналу залежно від ресурсного забезпечення організації, що створює можливості для узгодженого функціонування всіх систем [5].

Система компетенції може бути створена двома способами.

Перший спосіб - пристосувати вже готові моделі до конкретної фірми. Такі типові моделі створюються в результаті досліджень управлінського досвіду лідируючих компаній, як правило, іноземних.

Другий спосіб - створення моделі компетенції з нуля. При цьому можна вдатися до допомоги зовнішніх консультантів або розробити компетенції самостійно. Вибір способу буде залежати від кількох чинників: якими грошовими, тимчасовими ресурсами володіє організація, наскільки добре вона представляє процес цієї роботи і наскільки докладно компанія хоче розібратися в компетенціях, щоб вони стали працюючим інструментом і виправдали всі витрати. Результатом зусиль зі збору даних, аналізу та моделюванню компетенції повинна стати модель компетенції співробітників конкретної організації, навколо якої будуватиметься система управління персоналом компанії.

Існують певні переваги оцінки персоналу на основі моделі компетенції (табл. 1).

Таблиця 1

Переваги оцінки персоналу на основі моделі компетенції

Переваги оцінки персоналу на основі моделі компетенції для організації	Переваги оцінки персоналу на основі моделі компетенції для співробітників
1. Розробка єдиних стандартів опису ефективності роботи сприяє встановленню взаєморозуміння між співробітниками різних відділів і різних рівнів. 2. Узгодженість при оцінці працівника: всі експерти однаково розуміють, що таке «цінні якості» працівника, і знають, що необхідно оцінити, а що можна проігнорувати. 3. Можливість визначити сильні та слабкі сторони кожного співробітника і використовувати цю інформацію для планування кар'єри та розвитку. 4. З'являються підстави для формування кадрового резерву і планування кар'єри працівників. 5. Розробляються стандарти якості виконуваних робіт.	1. Краще розуміння того, що робить співробітник і які якості йому необхідні, а також які вимоги до нього пред'являють. 2. Можливість отримання зворотного зв'язку про своїх сильних і слабких сторонах, загальному потенціалі і кар'єрні перспективи.

Існують і недоліки методу оцінки персоналу на основі моделі компетенції, які зводяться до наступного:

1. Досить тривалий і трудомісткий підготовчий процес, що включає підготовку списку компетенцій, формування групи експертів та їх навчання.
2. Детальна оцінка кожного критерію, рівня його виразності - процес досить трудомісткий і тому

дорогий.

3. У формуванні компетенції можливі і помилки, пов'язані з розробкою:

- пересічних компетенцій. Схожі індикатори використовуються для визначення двох або трьох різних компетенцій - це призводить до плутанини при проведенні оціночних заходів та знижує достовірність самої оцінки;

- складних компетенцій. Занадто громіздкі і складно сформульовані компетенції значно ускладнюють роботу;

- суперечливих компетенцій. Компетенції можуть містити твердження, які означають протилежні речі - наприклад, кілька суперечливих, тобто таких, що виключають один одного індикаторів поведінки;

- компетенцій, що містять в описі не індикатори поведінки, а бажаний результат;

- погано опрацьованих компетенцій, описаних не детально і не докладно;

- компетенцій, що неправильно визначають стандарти;

- моделі компетенції, запозиченої в іншій компанії, вона не буде актуальною і цінною для співробітників;

- невірно визначених компетенцій, що виявляють протиріччя між повсякденною роботою і компетенціями, що призведе до ігнорування моделі компетенції;

- невдало впроваджених компетенцій; які виявляють відсутність цінності для співробітників з причини того, що співробітники не розуміють, навіщо потрібні компетенції, керівництво не вважає їх важливими, а їх застосування в ході оціночних заходів залишається порожньою формальністю;

- несвоєчасно впроваджених компетенцій, коли компетенції розглядаються як менш важливий проект;

- невірно використаних компетенцій, не в якості жорсткого критерію оцінки співробітника.

Існують певні критерії ефективно працюючої моделі компетенції, сформульовані Марком Паркінсоном. Компетенції мають бути:

1. Вичерпними. Перелік компетенцій повинен повністю перекривати всі важливі функції робочої діяльності.

2. Дискретними. Окрема компетенція повинна ставитися до певної діяльності, яка може бути чітко відокремлена від інших видів діяльності.

3. Сфокусованими. Кожна компетенція повинна бути чітко визначена, повинна бути абсолютно конкретною.

4. Доступними. Кожна компетенція повинна бути доступним чином сформульована, щоб її можна було використовувати універсально.

5. Конгруентними. Компетенції повинні зміцнювати організаційну культуру і посилювати довгострокові цілі компанії.

6. Сучасними. Система компетенції повинна оновлюватися і повинна відображати справжні і майбутні (передбачувані) потреби організації [3].

Висновки. У даному дослідженні було проаналізовано роль використання моделі компетенції в управлінні персоналом організації, визначена технологія розробки, переваги, недоліки та критерії ефективності моделей компетенції. Це дозволить повноцінно виявити потенціал та здібності співробітників, грамотно побудувати систему навчання і розвитку кадрів підприємства та максимально підвищити конкурентоспроможність та ефективність роботи організації.

Література

1. Уиддет С. Руководство по компетенциям/ С. Уиддет, С. Холлифорд ; пер. с англ. – 3-е изд. – М. : Изд-во НИРО, 2008. – 228 с.

2. Столярська К. М. Розвиток людських ресурсів підприємства поштового зв'язку з формуванням компетенцій персоналу [Електронний ресурс] / К. М. Столярська. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=39863>

3. Ветошкина Т. Роль компетенций в управлении персоналом / Т. Ветошкина // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2008. – № 3. – С. 11–18.

4. Алехина О. Управление корпоративной компетенцией как один из аспектов долгосрочного развития компании / О. Алехина // Управление персоналом. – 2000. – № 2. – С. 73–75.

5. Леонова О. В. Компетентностный подход как способ управления персоналом предприятия военно-промышленного комплекса / О. В. Леонова, О. В. Колосова // Вестник ТГТУ. – 2010. – Т. 16, № 4. – С. 995–998.

References

1. Uyddet S. and Khollyford S. Rukovodstvo po kompetentsyam/ S. Uyddet, S. Khollyford ; per. s angl. – 3-e yzd. – M. : Yzd. HIPPO, 2008. – 228c.[in Russian]

2. Stoliarska K. M. "Rozvytok liudskykh resursiv pidpriemstva poshtovoho zviyazku z formuvanniam

kompetentsii personalu” [Electronic resource]. – Rezhym dostupu: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=39863> [in Ukrainian]

3. Vetoshkyna T. “Rol kompetentsyi v upravlenyyu personalom” // Kadrovyyk. Kadrovyy`i menedzhment. – 2008. – №3. – S. 11–18. [in Russian]

4. Alekhyna O. “Upravlenye korporatyvnoi kompetentsyei kak odyu yz aspektov dolhosrochnoho razvytyia kompanyy” // Upravlenye personalom. – 2000. – №2. – S. 73–75. [in Russian]

5. Leonova O. V. and Kolosova O. V. “Kompetentnostny` podkhod kak sposob upravleniya personalom predpriyatiya voenno-promy`shlennoho kompleksa” // Vestnyk THTU. – 2010. – T. 16, № 4. – S. 995–998. [in Russian]

Надійшла 15.04.2013; статтю представляє к. е. н. Заяць М. А.

УДК 339.13

Т. М. БОРИСОВА

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СТРУКТУРНІ СКЛАДОВІ НЕКОМЕРЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ ЯК СПЕЦИФІЧНОГО ВИДУ ДІЯЛЬНОСТІ

Розглянуто та проаналізовано підходи до визначення суті понять «некомерційний маркетинг», «некомерційна організація», «неприбуткова організація», «маркетинг некомерційних суб'єктів». Здійснено порівняльний аналіз ключових понять і категорій некомерційного маркетингу. Запропоновано власне визначення поняття «маркетинг некомерційних суб'єктів».

Ключові слова: некомерційний маркетинг, маркетинг некомерційних суб'єктів, неприбуткова організація, некомерційний продукт, некомерційний обмін, соціальний ефект.

T. M. BORISOVA

Ternopil' National Technical University named after Ivan Pul'uy, Ternopil', Ukraine

STRUCTURAL COMPONENTS OF NONCOMMERCIAL MARKETING AS SPECIFIC TYPE OF ACTIVITY

The necessity of comparative analysis of key concepts and categories of noncommercial marketing was grounded in the article. The main approaches to determination of essence of concepts «noncommercial marketing», «noncommercial organization», «not-for-profit organization», «non-business organization» were considered and analyzed here. The comparative analysis of key concepts and categories of noncommercial marketing such as «noncommercial exchange», «noncommercial marketing-mix», «noncommercial subject», «customers of noncommercial product», «demand on noncommercial products», «market of noncommercial products», «noncommercial product», «channel of distribution of noncommercial product», «price of noncommercial product», «promotion of noncommercial product» was carried out in the article. On the basis of comparative analysis of the main scientific point of view for determination of categories of noncommercial marketing was defined, that there are no principle contradictions in relation to this question between different scientific schools which investigate the problem. Got results gave more obvious understanding to essence, descriptions and types of the investigated phenomena that may positively affect on subsequent theoretical and empiric researches. The own determination of concept «marketing of noncommercial subjects» is offered here.

Keywords: noncommercial marketing, marketing of noncommercial subjects, not-for-profit organization, noncommercial product, noncommercial exchange, social effect.

Постановка проблеми. Некомерційний маркетинг та маркетинг некомерційних підприємств як специфічні сфери маркетингової діяльності ринку, з одного боку, та як об'єкти емпіричних та теоретичних досліджень, з іншого боку, являються відносно новими явищами. Маркетинг у сфері некомерційних підприємств набув активного розвитку у другій половині ХХ ст. і на сьогодні займає вагомe місце в сучасній економіці, що, відповідно, викликає адекватний інтерес у науковців.

Дискусію з приводу розширення застосування концепції маркетингу із сфери комерційних відносин до сфери некомерційних започаткували Ф.Котлер та С.Лівай у 1969 р. [1] Віддаючи данину досягненням західної науки у розробці питань некомерційного маркетингу, слід враховувати, що її концептуальні положення ґрунтуються на усталених процесах розвитку західного суспільства, ринковій економіці, розвинутій демократії та ліберально-демократичній політичній культурі. Ці теоретичні засади знаходять своє місце в західних концепціях маркетингу і не завжди відповідають особливостям становлення економіки України.

Аналіз останніх досліджень. Значний вклад у розвиток методології дослідження проблем некомерційного маркетингу та застосування його понятійно-категорійного апарату внесли такі зарубіжні вчені, як Ф. Котлер, С. Лівай, А. Андеасен, Ж-Ж. Ламбен, С. Андрєєв, Л. Мельниченко, вітчизняні – О. Азарян, Л. Балабанова, В. Дубницький, Р. Лепа, М. Окландер та інші. Проте аналіз фахової літератури виявив відсутність єдності у розумінні та застосуванні низки понять, що є основними у некомерційному

маркетингу. Зокрема, до цих понять слід віднести такі: «маркетинг некомерційних організацій», «маркетинг неприбуткових організацій», «маркетинг неприбуткової сфери». Тобто, можна зробити висновок, що наявна певна внутрішня суперечливість понятійного апарату. На наявність та потребу усунення цього недоліку звертає увагу Андреев С. в [2].

Постановка завдання. Метою нашого дослідження є дослідження сутності понять «некомерційний маркетинг» та «маркетинг некомерційних організацій», а також пов'язаних із ними понять і категорій. Об'єктом дослідження виступають ключові поняття і категорії маркетингу некомерційної сфери. Поставлена мета зумовила необхідність розв'язання таких завдань:

- дослідити сучасні трактування економічних категорій «некомерційний маркетинг» та «маркетинг некомерційних організацій»;
- розкрити суть понять «некомерційний обмін», «комплекс некомерційного маркетингу», «некомерційний суб'єкт», «споживачі некомерційного продукту», «попит на некомерційні продукти», «риннок некомерційних продуктів», «некомерційний продукт», «канал розподілу некомерційного продукту», «ціна некомерційного продукту», «просування некомерційного продукту»;
- запропонувати власне визначення маркетингу некомерційних суб'єктів.

Одержані результати дослідження. Сучасні автори, зокрема, Андреев С. та Мельниченко Л. [3, с. 11], етимологічно визначають некомерційний маркетинг як діяльність некомерційних утворень чи фізичних осіб в конкурентному середовищі, котра заснована на принципах класичного маркетингу та спрямована на досягнення цілей, які безпосередньо не пов'язані з отриманням прибутку. Ціль некомерційних суб'єктів визначено як досягнення соціального ефекту – результату їх діяльності, який спрямований на благо суспільства в цілому чи окремих груп населення, який не пов'язаний із отриманням прибутку. При цьому автори розподіляють некомерційний маркетинг на такі види: маркетинг державних некомерційних суб'єктів, маркетинг недержавних некомерційних суб'єктів, маркетинг фізичних осіб, які займаються некомерційною діяльністю [3, с.18]. Такий суб'єктно-орієнтований підхід до класифікації видів некомерційного маркетингу заснований на особливостях діяльності некомерційних груп різних форм власності та масштабів організації (фізичні особи чи утворення) і дозволяє вирізнити такі поняття, як «некомерційний маркетинг» та «маркетинг некомерційних суб'єктів», розглядаючи друге поняття як складову першого.

У переважній більшості як вітчизняних, так і зарубіжних наукових праць, законодавстві Казахстану, Російської Федерації та інших країн використовується термін «некомерційна організація». *Некомерційна організація* – юридична особа, для якої отримання прибутку та його розподіл між засновниками не ставиться за основну мету, одержуваний прибуток використовується для саморозвитку, досягнення статутних цілей організації [4, с.12]. У законодавстві України вжито терміни «неприбуткове підприємство», «неприбуткова установа» та «неприбуткова організація» для позначення підприємств, установ та організацій, основною метою діяльності яких є не одержання прибутку, а провадження благодійної діяльності та меценатства та іншої діяльності, передбаченої законодавством [5]. В проекті Закону України «Про непідприємницькі організації» під *непідприємницькою організацією* розуміється юридична особа, метою діяльності якої не є отримання прибутку для його наступного розподілу між учасниками цієї організації. Зважаючи, що за своєю суттю ці визначення є ідентичними, цілком виправданим є рівноцінне використання термінів «неприбуткова організація», «некомерційна організація» та «непідприємницька організація».

Варто зазначити, що некомерційний маркетинг багато авторів ототожнюють із соціальним маркетингом (Вайсброд Б., Шиф Дж., Шекова Є.), розглядаючи його як вид маркетингу, спрямований на формування суспільних цінностей [8; 9, с.35]. На соціальній спрямованості некомерційного маркетингу акцентує увагу і Ромат Є. [7], конкретизуючи дане поняття як сферу соціальної взаємодії, що містить в собі спрямовану діяльність різноманітних суб'єктів, які не ставлять за мету досягнення певних економічних цілей (одержання прибутку), а отримують результати шляхом задоволення потреб конкретної спільноти споживачів. К. Романенко [6, с.120] некомерційний маркетинг зводить до його характеристики як галузі, яка об'єднує діяльність різноманітних суб'єктів (установ, організацій, окремих осіб), які не мають на меті безпосереднє досягнення економічних цілей, насамперед, отримання прибутку.

Окрім розглянутих вище підходів до поняття некомерційного маркетингу, науковці доповнюють їх іншими. Так, на думку Смірної Є. [10, с.6], маркетинг некомерційних суб'єктів представляє собою системну діяльність суб'єктів ринкових відносин, які мають своєю метою досягнення соціального ефекту як пріоритетного та економічного ефекту як підтримуючого, необхідного для здійснення основної діяльності. Некомерційна організація при цьому автором розглядається як суб'єкт процесу обміну, що переслідує неекономічні цілі і для їх досягнення займається комерційною діяльністю, декларує першорядність соціального ефекту відносно суспільства та індивідуума і другорядність економічного ефекту, що виражається в одержанні прибутку для некомерційної діяльності. На нашу думку, таке визначення набуває більш повного змісту після набуття чинності нового Закону України «Про громадські об'єднання» (від 1 січня 2013 року), який передбачає розширення можливостей інститутів громадянського суспільства здійснювати комерційну діяльність з метою самофінансування некомерційної. Згідно положень даного Закону, для отримання доходу об'єднанням не потрібно створювати окреме підприємство за умови, що напрямок комерційної діяльності відповідатиме меті, вказаній у статуті.

Проте не всі науковці поділяють погляди американських вчених. На думку Захарової І., некомерційний маркетинг не передбачає процесів обміну. Вона вважає, що цей вид діяльності має за мету розповсюдження ідей, пропаганду цінностей і цілей суспільних організацій, вплив на суспільство політиків та діячів культури [11, с. 24].

Систематизуючи викладені вище підходи щодо розуміння некомерційного маркетингу, можна виокремити такі його категорії, які вжиті в науковій літературі [3; 9; 12]:

1. Некомерційний обмін – це обмін між суб'єктом (виробником) і споживачем некомерційних продуктів;

2. Некомерційний суб'єкт – це виробник некомерційного продукту, який зацікавлений у його некомерційній реалізації;

3. Споживачі некомерційного продукту – суспільство в цілому, окремі індивіди чи групи населення, які створюють попит на цей продукт. На думку зарубіжних фахівців Ф. Котлера та А. Андеасена, в процесі некомерційного обміну споживачі отримують економічні, соціальні та психологічні блага, здійснюючи натомість певні витрати: економічні; жертвування старими ідеями, цінностями та точками зору; жертвування старими звичками поведінки; жертвування часом та зусиллями;

4. Попит на некомерційні продукти – готовність споживачів до сприйняття і споживання некомерційного продукту, що відображає ступінь їх зацікавленості в результатах діяльності некомерційних суб'єктів;

5. Ринок некомерційних продуктів – система взаємовідносин між некомерційними суб'єктами з одного боку та споживачами з другого з приводу некомерційної реалізації, спрямованої на задоволення суспільних потреб;

6. Комплекс некомерційного маркетингу – це сукупність контрольованих факторів, які некомерційний суб'єкт використовує для досягнення позитивної реакції на результати його діяльності зі сторони споживача. Відповідно, канал розподілу некомерційного продукту – це послідовність низки учасників, через яких він проходить шлях до споживача в процесі некомерційної реалізації; просування некомерційного продукту – комплекс цілеспрямованих комунікативних впливів некомерційного суб'єкта на споживача для формування двостороннього контакту, при якому некомерційний суб'єкт зацікавлений у зміні поведінки, а споживач – у задоволенні відповідної потреби; ціна некомерційного продукту – сукупність некомерційних засобів платежу, часу, фізичних зусиль та в окремих випадках грошових засобів споживача, які він готовий витратити на результат діяльності некомерційного суб'єкта; некомерційний продукт – це результат діяльності некомерційного суб'єкта, адресований споживачу та призначений для некомерційного обміну. На думку С. Шекової, комплекс маркетингу некомерційних організацій варто доповнити такими елементами, як процес, люди та матеріальне середовище.

Висновки. Таким чином, порівняльний аналіз поглядів науковців на визначення понять «некомерційний маркетинг» та «маркетинг некомерційних організацій», а також пов'язаних із ними категорій свідчить про відсутність принципових суперечностей щодо цього питання між різними науковими школами, котрі досліджують проблему. При визначенні поняття «некомерційний маркетинг» дослідники виділяють різні характерні ознаки даного явища: соціальну спрямованість, другорядність економічних цілей, специфічність сфери використання тощо. Логіко-семантичне впорядкування ключових понять і категорій із врахуванням практичних напрямів їх визначення дозволило розглядати маркетинг некомерційних суб'єктів як явище та процес, що спрямований на формування адекватної реакції цільових індивідів, груп та суспільства, пов'язане з некомерційними та соціально спрямованими інтересами виробників некомерційних продуктів та суспільства в цілому. Отримані результати дали більш чітке розуміння сутності, характеристик та видів досліджуваних явищ, що, безперечно, позитивно відобразиться на подальших теоретичних та емпіричних дослідженнях.

Література

1. Kotler P. Broadening the Concept of Marketing / P. Kotler, S. Levy // Journal of Marketing. – 1969. – Vol. 38. – P. 10–15.
2. Андреев С. Н. Маркетинг в некоммерческой сфере: теоретический аспект [Електронний ресурс] / С.Н. Андреев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 4. – Режим доступу : <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/02.shtml>
3. Андреев С. Н. Основы некоммерческого маркетинга / С.Н. Андреев, Л.Н. Мельниченко. – М. : Прогресс-Традиция, 2000. – 256 с.
4. Іванілов О. С. Економіка підприємства : [підруч. для студ. вищ навч. закл.] / О.С. Іванілов – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
5. Податковий Кодекс України // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13–17.
6. Романенко К. М. Некомерційний маркетинг у системі механізмів державного управління / К. М. Романенко // Держава та регіони. – Серія: Державне управління. – 2010. – № 2. – С.120–123
7. Божкова В. В. Використання некомерційного маркетингу для реалізації цілей стійкого розвитку

[Електронний ресурс] / В. В. Божкова. – Режим доступу : <http://www.essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/7839/1/Bozhkova.pdf>

8. Schiff J. Competition between For-Profit and Nonprofit Organizations in Commercial Markets / J. Schiff, B. Weisbrod // *Annals of Public and Cooperative Economics*. – 1991. – Volume 62. – Issue 4. – P. 619–640.

9. Шекова Е. Л. Экономика и менеджмент некоммерческих организаций : [учебник] / Е. Л. Шекова. – СПб. : Изд-во «Лань», 2004. – 192 с.

10. Смірнова Є. П. Управління маркетингом некомерційних суб'єктів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Є.П. Смірнова. – Донецьк, 2006. – 19 с.

11. Захарова И.В. Маркетинг образовательных услуг / И.В.Захарова. – Ульяновск : УЛГТУ, 2008. – 170 с.

12. Котлер Ф. Стратегический маркетинг некоммерческих организаций / Ф. Котлер, А. Андреасен. – Ростов н/Д : Феникс, 2007. – 854, [9] с. : ил. – (Бизнес–классика).

References

1. Kotler P. Broadening the Concept of Marketing / P. Kotler, S. Levy // *Journal of Marketing*. – 1969. – Vol. 38. – P. 10–15.

2. Andreev S. N. Marketing in a Non-Commercial Sphere: Theoretical Aspect [Electron resource] / S.N. Andreev // *Marketing in Russia and Abroad*. – 2000. – № 4. – Access mode to magaz. : <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/02.shtml>

3. Andreev S. N. Bases of Non-Commercial Marketing / S. N. Andreev, L.N. Mel'nichenko. – M. : Progress-Tradition, 2000. – 256 p.

4. Ivanilov O. S. Economics of Enterprises: textbook [for stud. of higher school] / O.S. Ivanilov. – K. : Center of Educational Literature, 2009. – 728 p.

5. Internal Revenue Code of Ukraine // *Fame of Verkhovna Rada of Ukraine*. – 2011. – № 13–17.

6. Romanenko K. M. Non-Commercial Marketing in the System of Mechanisms of State Administration / K. M Romanenko // *State and Regions*. – Series: State Administration. – 2010. – № 2. – P.120–123

7. Bozhkova V.V. Using of Non-Commercial Marketing for Realization of Aims of Steady Development [Electron resource] / V. V. Bozhkova . – Access mode to magaz. : <http://www.essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/7839/1/Bozhkova.pdf>

8. Schiff J. Competition between For-Profit and Nonprofit Organizations in Commercial Markets / Schiff J., Weisbrod B. // *Annals of Public and Cooperative Economics*. – 1991. – Volume 62. – Issue 4. – P. 619–640.

9. Shekova E. L. Economics and Management of Nonprofit Organizations : Textbook / E. L. Shekova. – SPb. : Publishing house «Lan'», 2004. – 192 p.

10. Smirnova E.P. Management of Noncommercial Subjects Marketing : abstract of PhD thesis : spec. 08.06.01 «Economy, organization and management of enterprises» / E.P. Smirnova . – Donetsk, 2006. – 19 p.

11. Zakharova I.V. Marketing of Educational Services / I.V. Zakharova. – Ulyanovsk : UISTU, 2008. – 170 p.

12. Kotler P. Strategic Marketing of Noncommercial Organizations / P. Kotler, A. Andreasen. – Rostov o/D : Feniks, 2007. – 854 p.

Надійшла 15.04.2013; рецензент: д. е. н. Бриндзя З. Ф.

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто особливості розвитку та умови щодо можливостей подальшого використання інформаційно-комунікаційних технологій в маркетинговій діяльності підприємств малого та середнього бізнесу в Україні. Визначено стратегічно-пріоритетні напрями використання інформаційних технологій в майбутньому на основі вивчення світових тенденцій їх розвитку та впровадження.

Ключові слова: маркетинг підприємств, підприємства малого та середнього бізнесу, інформаційно-комунікаційні технології.

I. A. BUCHATSKA

Kyiv National University of Trade and Economics

THE POSSIBILITIES OF USING INFORMATION-COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE MARKETING OF ENTERPRISES OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS IN UKRAINE

In the article the features of and conditions for further use of information and communication technologies in the small and medium-sized enterprises. That marketing activities of enterprises based on the permanent and systematic analysis of market needs, which allows the company to develop effective trade and pricing strategies aimed at specific consumer segments, which in turn gives the company a competitive advantage. It is also relevant to all levels of the respective needs of the sectors of the national economy. Small and Medium Enterprises are organic structural elements of the market economy, since it is the most flexible in adapting to new stages of development of the global economy, introduction of innovative technologies and upgrade industrial infrastructure. Proportion employed in small business in Europe is 60-70%. In Ukraine this figure is much smaller, is about 10-15%. Among the economic factors that contributed to the development of this segment in Ukraine, is to reduce taxes on business and the implementation of information and communication technologies are an integral part of small and medium businesses. Based on the study of global trends in the development and implementation of identified strategic and priority areas of information and communication technologies in marketing small and medium business in Ukraine in the future.

Key words: marketing companies, small and medium business, information and communication technology.

Вступ

Постановка проблеми. На сьогодні маркетинг є одним з видів діяльності всіх учасників ринку. Маркетингова діяльність – фундаментальна концепція господарювання в ринковій економіці, яку покладено в основу сучасного підприємництва та менеджменту. Підприємства, які здійснюють діяльність на основі концепції маркетингу, як правило, краще організовані, більш конкурентоспроможні, зазнають менших збитків від змін ринкової кон'юнктури та соціально-економічного середовища, в якому проходить їх діяльність. Вона базується на постійному та систематичному аналізі потреб ринку, який дозволяє підприємству розробити ефективні товарні та цінові стратегії, спрямовані на конкретні сегменти споживачів, що, в свою чергу, надає підприємству певних конкурентних переваг. Це є також актуальним і правомірним для всіх рівнів відповідних потреб галузей вітчизняної економіки: від потреб окремої людини до потреб держави та людства взагалі.

Світовий досвід та практика свідчать про те, що ефективність ринкової економіки в значній мірі залежить від взаємовигідного економічного співробітництва великих, середніх та малих підприємств. В цьому ланцюжку можна виділити середній та малий бізнес як органічні структурні елементи ринкової економіки, оскільки вони є найбільш гнучкими у пристосуванні до нових етапів розвитку глобальної економіки, впровадженні інноваційних технологій та оновленні виробничої інфраструктури.

Великі підприємства завдяки значним можливостям ресурсного потенціалу давно використовують в практичній діяльності маркетинг, який допомагає обґрунтовувати управлінські рішення щодо напрямів подальшого удосконалення системи управління підприємством для забезпечення стійких конкурентних ринкових позицій. Тому, на сьогодні є актуальною проблема розвитку саме маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу і посилення її спрямованості з урахуванням новітніх тенденцій розвитку світового господарства. Так, наприклад, у США 99% американських компаній, або майже 26 млн. підприємств і фірм, представлені в малому бізнесі. Спільно вони створюють від 60 до 80% нових робочих місць, працевлаштовують половину працездатного населення США і виробляють половину ВВП країни. В країнах Євросоюзу налічується понад 20 млн. підприємств малого бізнесу, або близько 90% їх загального числа. Малий та середній бізнес (МСБ) генерує більше половини загального обороту і доданої вартості. Питома вага зайнятого населення в малому бізнесі Європи становить близько 60-70%. [1].

За даними Держкомстату, питома вага малого та середнього бізнесу в національній економіці не

перевищує 10-15% [2]. Голова українського об'єднання промисловців та підприємців України відмічає, що частка малого та середнього бізнесу в економіці України ніколи не перевищувала 12-14% і є значний потенціал до зростання, який на сьогодні не реалізовано [1]. Але, незважаючи на економічні складнощі, малий та середній бізнес в Україні оптимістично оцінює перспективи свого зростання в 2012-2013 роках, називаючи комп'ютерні технології одним з найважливіших факторів свого розвитку. Про це свідчать результати дослідження, яке було проведено в кінці 2011 року британською компанією Vanson Bourne на замовлення Microsoft. У дослідженні взяли участь 2100 власників компаній зі штатом до 250 чоловік у 21-й європейській країні, в тому числі і в Україні. Серед респондентів з 7 країн Центральної та Східної Європи українські бізнесмени найбільш оптимістичні щодо своїх перспектив в найближчий рік-півтора. 44% власників малого та середнього бізнесу вважають, що стануть більш успішними, 24% планують розширювати штат. Малий та середній бізнес в Україні, за результатами опитування, хотів би бути основою економіки (89% опитаних). Більшість опитаних – 72% вважають комп'ютерні технології невід'ємною частиною свого бізнесу, багато власників компаній пов'язують з ними також і свій подальший розвиток. Зокрема, 63% вважають, що використання технологій допоможе їм розвиватися, а не просто виживати. [3].

Основний розділ

Виклад основного матеріалу дослідження. Орієнтація на ринок - це головна умова, що визначає економічну та соціальну ефективність функціонування будь-якого підприємства. Сьогодні головне завдання кожного підприємства - найбільш раціонально побудувати свою діяльність і отримати від неї максимальний економічний ефект. Дієвим інструментом є застосування підприємствами концепції маркетингу та побудованої на її основі економічного механізму, одним із завдань якого є узгодження ідеї отримання виробниками прибутків з питаннями задоволення споживачів і підвищення загального добробуту суспільства. Отже, маркетингова діяльність за різного ступеня насиченості ринку здатна коригувати поведінку економічних суб'єктів, споживачів та підприємств до їх взаємної вигоди.

Слід відзначити, що внесок малих та середніх підприємств у регіональну економіку зростає пропорційно їхній кількості. На регіональному рівні малі та середні підприємства дозволяють вирішувати наступні проблеми: сприяють рішенню проблеми зайнятості населення, у тому числі працевлаштуванню молоді без досвіду роботи; забезпечують потреби регіонального ринку в товарах і послугах; є провідниками інноваційних ідей і технологій; дозволяють розвивати професійні навички й компетенції управлінського персоналу; формують стійкий попит на послуги бізнесу-інфраструктури; стимулюють розвиток ринку комерційної нерухомості [4].

Висока значимість малих та середніх підприємств для розвитку регіональної економіки вимагає формування ефективних програм підтримки й сприяння розвитку малого та середнього підприємництва. Так на початку 2008 року був розроблений план заходів із впровадження в Україні принципів Європейської хартії для малих підприємств на друге півріччя 2008 року та 2009 рік. [5]. У 2012 році був прийнятий Закон № 4618 «Про розвиток і державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні» від 22 березня 2012 р., який набрав чинності з 19 квітня, що запровадив у Господарському Кодексі України (ГКУ) новий розподіл бізнесу за розміром доходу [6]. Таким чином, можна зазначити, що державна політика спрямована на розвиток підприємництва, вона містить завдання зі створення умов для ефективного розвитку малого та середнього бізнесу.

Але, слід враховувати фактори, які гальмують розвиток підприємництва в Україні а саме: недоступність кредитних ресурсів як для започаткування, так і для ведення бізнесу чи його відновлення, недостатні зв'язки з міжнародними фінансовими організаціями по залученню інвестицій і грантів; переважно декларативний характер державної підтримки підприємництва; територіальні диспропорції; несприятлива податкова політика; нерозвиненість інфраструктури малого підприємництва; недостатність професійних знань та досвіду тих, хто займається малим та середнім бізнесом [7, с. 148]. Це зумовлює необхідність наукового обґрунтування напрямів подальшого удосконалення управління маркетингом для забезпечення позиції цих підприємств з урахування новітніх тенденцій розвитку світового господарства.

Глобальне економічне зростання, технологічні інновації, консолідація світового промислового виробництва, дерегулювання ринків, економічні реформи призвели до стрімкого прогресу телекомунікаційної індустрії, розвитку нових сітєвих технологій. Саме зміни в організації та забезпеченні взаємовідносин між користувачами Інтернету сприяли початку розвитку використання його в бізнес-процесах. Тому, застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій заслуговує детального дослідження щодо можливостей їх комбінації з іншими інноваційними технологіями та широкого впровадження в діяльності малих та середніх підприємств України різних галузей. За даними табл.1 можемо визначити потенціал щодо критеріїв привабливості та можливості реалізації інформаційно-комунікаційних технологій в діяльності МСБ в Україні.

Так, останні дослідження споживчих ринків що проведені компанією McKinsey свідчать про те, що інформаційно-комунікаційні технології входять до четвірки провідних секторів економіки по інтенсивності впливу на сучасне суспільство поряд з охороною здоров'я, сільським господарством та інфраструктурою. Україна посіла 75-е місце в світі за рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Про це йшлося в доповіді «Глобальний звіт про розвиток інформаційних технологій 2012: Життя в гіперзв'язаному

світі» Всесвітнього економічного форуму.

Таблиця 1

Застосування інформаційних технологій в маркетинговому управлінні підприємствами малого та середнього бізнесу в Україні

№ з/п	Інформаційні технології	Використання підприємствами виробничої сфери		Використання підприємствами сфери послуг	
		МП	СП	МП	СП
1.	ІТ-послуги: аутсорсинг, ІТ –консалтинг, ІТ-підтримка розробка проєктів, -ІТ освіта	++	++	+++	+++
2.	Програмне забезпечення: управління даними, програмне забезпечення управління телекомунікаційними системами, системне програмне забезпечення, додатки для користувачів, СВМ, інформаційні технології щодо безпеки та зберігання даних, управління ресурсами підприємства(ERM), аналіз даних, системи управління контентом	+	++	++	+++
3.	Обладнання: персональні комп'ютери, сервери, периферійні пристрої, пристрої зберігання даних, телекомунікаційне обладнання, стільникове обладнання	±	++	+	++
4.	ІТ продукти на стику областей: -Нові технології передачі та зберігання даних	-	±	+	++

Примітка. Позначення «+++» означає дуже часте використання технології, «++» - часте використання, «+» - помірне використання, «±» - епізодичне використання, «-» - не використовується, МП- малі підприємства, СП –середні підприємства.

Відповідно озвучених даних Всесвітнім економічним форумом, індекс мережевої готовності 2011-2012 рр.. (Networked Readiness Index 2011-2012), який характеризує рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) дозволив Україні в рейтингу 142 країнах світу зайняти 75-е місце, перемістившись в порівнянні з попереднім рейтингом 2010-2011 рр. на 15 позицій вище (у рейтингу вона займала 90 місце) [8]. Використання нових ІКТ надасть підприємствам МСБ широкі можливості підвищення їх конкурентоспроможності: автоматизація виробничих процесів як інструмент скорочення витрат та один з визначальних факторів структуризації виробничих процесів підприємств; застосування ІКТ дозволяє забезпечити оптимізацію та інтеграцію всіх бізнес-процесів компанії; підвищення якості, обсягів та доступності аналітичних матеріалів: застосування ІКТ дозволяє своєчасно отримати релевантні матеріали, необхідні для оцінки конкурентної ситуації та прийняття управлінських рішень; подолання географічних бар'єрів комунікації: транснаціональні компанії широко застосовують ІКТ для спільної реалізації розробок нових продуктів силами дослідницьких підрозділів, що розташовані у різних країнах світу [8].

Інтернет став універсальним діловим середовищем, що поєднує компанії з усією споживчою аудиторією. Доступ до методів електронного бізнесу одержали всі компанії, незалежно від їхнього розміру, терміну існування та форми бізнесу. Умови використання Інтернету простираються від сайту підприємства (інформація про свою продукцію, запрошення до співробітництва) до реалізації схем електронної комерції: Інтернет-магазини, Інтранет (об'єднання мережею своїх співробітників) і екстранет (підключення зовнішніх партнерів). На сьогоднішній день, якісним показником споживчого досвіду є досягнення підприємствами МСБ певних позицій на віртуальному ринку.

Щодо основних переваг використання Інтернет в маркетингу підприємств МСБ, то можливо відмітити наступні:

- 1) можливість розміщення великої кількості інформації;
- 2) використання візуальних і мультимедійних засобів для створення образу компанії;
- 3) відсутність територіальних меж;
- 4) швидке реагування на запити потенційних споживачів;
- 5) можливість зворотнього зв'язку з потенційними споживачами.

У табл. 2 подано види інформаційно - комунікаційних засобів в мережі Інтернет для реалізації цілей і завдань маркетингу підприємств МСБ в Україні. Іноді для більшості представників особливо малого бізнесу, це єдина можливість прорекламувати себе та свої товари, послуги.

В цілому інтернет-активність малого та середнього бізнесу в Україні на 30% нижче, ніж у Німеччині, Ірландії та Бразилії. Тільки 35% підприємств малого та середнього бізнесу розвивають свій бізнес в мережі Інтернет: мають власний сайт, сторінку в соціальних мережах або користуються інтернет-версією бізнес-довідників тощо [9]. Саме можливий очікуваний позитивний результат перетину попиту та пропозиції у віртуальному просторі для представників малого та середнього бізнесу на сьогодні є досить актуальним.

Основні види інформаційно - комунікаційних засобів в мережі Інтернет для реалізації цілей і завдань маркетингу підприємств МСБ в Україні

№ з/п	Цілі і завдання	Основні засоби Інтернет-реклами у відповідності до цілей і задач маркетингу підприємств МСБ в мережі Інтернет
1.	Створення позитивного іміджу підприємства	WWW- ресурс, банерна реклама
2.	Забезпечення доступності до інформації	Група новин, E-mail, WWW - ресурс
3.	Виведення на ринок інноваційних товарів	Група новин, E-mail, банерна реклама, WWW-ресурс
4.	Залучення нових та потенційних покупців	Банерна реклама, E-mail
5.	Збільшення продажів	WWW- ресурс, банерна реклама

Висновки

Висновки. Підводячи підсумки, можна сказати, що нові інформаційно-комунікаційні технології забезпечення бізнесу, орієнтовані як на підприємства – партнерів бізнесу, так і на масового споживача і сприяють постійному зростанню можливостей підприємств, але разом з тим, невпинне розширення глобальної конкуренції у зв'язку з підвищенням рівня вимог, потреб споживачів, змінює і способи організації, управління бізнесом, а саме на засадах маркетингу. Володіння інформацією про ринки, створення на її основі інформаційних прогнозів для обґрунтування стратегії і тактики розвитку підприємства, прогнозування перспектив для прийняття управлінських рішень керівництвом компанії і використання для такого аналізу сучасні інформаційно-комунікаційні технології є основою для досягнення бажаного результату підприємствами МСБ в Україні та їх розвитком.

Література

1. Електронні каталоги інформаційних ресурсів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : www.jivkurilka.com](http://www.jivkurilka.com)
2. Державний комітет статистики України: статистична інформація [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>.
3. Малий та середній бізнес оптимістично оцінює свої перспективи. 72% українських підприємців вважають комп'ютерні технології життєво необхідною складовою їхнього бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://microsoftua.wordpress.com/2012/03/05/smb_prospects/
4. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: Національна доповідь / К. О. Ващенко, З. С. Варналій, В. С. Воротін та ін. – К., Держкомпідприємництво, 2008. – 226 с.
5. План заходів із впровадження в Україні принципів Європейської хартії для малих підприємств на друге півріччя 2008 року та 2009 рік. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.09.2008. – № 1245. – 368 с.
6. Про розвиток і державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні : Закон України. № 4618 від 22 березня 2012 р., набрав чинності 19 квітня 2012 р. – 86 с.
7. Стейкий розвиток регіонів України на базі кластеризації та корпоратизації (галузевий аспект) : колективна монографія / [К.Ф. Ковальчук, І.О. Бучацька, Т.В. Дубовик та ін. ; під заг. ред. К.Ф. Ковальчука]. – Дніпропетровськ : ІМА-прес, 2012. – 254 с.
8. Гурвич В. Нужен ИТ-прорыв / В. Гурвич // Экология и жизнь. – 2012. – № 10(131). – С. 26–28

References

1. Elektronnyye katalogi informacionnyh resursov. - Rezhim dostupa: <http://www.jivkurilka.com>
2. Gosudarstvennyj komitet statistiki Ukrainy: statisticheskaja informacija [Jelektronnyj resurs] – Rezhim dostupa: <http://ukrstat.gov.ua/>.
3. Malyj i srednij biznes optimistichno ocenivaet svoi perspektivy. 72% ukrainских predprinimatelej schitajut komp'juternye tehnologii zhiznenno neobhodimoj sostavljajushhej ih biznesa – Rezhim dostupa: http://microsoftua.wordpress.com/2012/03/05/smb_prospects/
4. O sostojanii i perspektivah razvitija predprinimatel'stva v Ukraine: Nacional'nyj doklad / K.A. Vashhenko, O.S. Varnalij, V.E. Vorotin, V.M. Geec, E.M., Kuzhel' A.V., Libanova i dr.. – K., Goskompredprinimatel'stva, 2008. – 226 s.
5. Plan meroprijatij po vnedreniju v Ukraine principov Evropejskoj hartii dlja malyh predpriyatij na vtoroe polugodie 2008 goda i 2009 god. Rasporjazhenie Kabineta Ministrov Ukrainy ot 17.09.2008 № 1245-r.
6. Zakon Ukrainy «O razvitii i gosudarstvennoj podderzhke malogo i srednego predprinimatel'stva v Ukraine» № 4618 ot 22 marta 2012 g., vstupil v silu 19 aprelja 2012
7. Ustojchivoe razvitie regionov Ukrainy na baze klasterizacii i korporatizacii (otraslevoj aspekt): kollektivnaja monografija / [K.F. Koval'chuk, I.A. Buchanskaja, T.V. Dubovik i dr.. ; Pod obshh. red. K.F.

Koval'chuka]. – М. : IMA-press, 2012. – 254 с.

8. Gurvich V. Nuzhen IT-proryv / V.Gurvich // Jekologija i zhizn'. – 2012. – № 10 (131). – С. 26–28

Надійшла 19.04.2013; рецензент: д. н. д. у. Ромат Є. В.

УДК 330.341.1

К. Г. ВАСИЛЬЧЕНКО
Херсонський національний технічний університет

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ПРОБЛЕМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Розкрито сутність понять «інновації» та їх вплив на економічне зростання держави, обґрунтовано зміст категорій інноваційної діяльності через єдність економічної, соціальної, організаційної, науково-технічної характеристик, які в комплексі дозволяють генерувати здобуті знання для випуску конкурентно спроможної продукції.

Ключові слова: інновації, інноваційна політика, проблеми функціонування.

K. G. VASILCHENKO
Kherson Technical National University

INNOVATIVE ACTIVITY AND ITS PROBLEMS IN MODERN CONDITIONS

The essence of innovations and innovative processes as one of the most important factors of economic development of the country is determined in this work. The essence of conceptions of "innovations" and their influence on the country economical growth is opened, the matter of innovative activity categories through the unity of economical, social, organizational, scientific and technical characteristics that in complex allow generating obtained knowledge for the production of competitive product is grounded. It is shown that to integrate in world innovative competitive market space it is necessary not only to provide the production that is on the level of world standards quality, but also to project strategic development of enterprise on the long term prospect, to manage the increasing process of its market potential on the base of systematize innovative activity. In the base of organization and managing of innovative activity there must be paradigm of innovative balanced system of economic regulation, which meaningful system is observed in context of institution transformation on the basis of straight and backside connections between innovative influences, informative support and dynamic of results of production.

Key words: innovations, innovative politics, problems of functioning.

Введення. Складність і надзвичайно високий динамізм сучасних ринкових процесів, виникнення нових запитів споживачів, масштабні технологічні зміни, стрімке зростання інформаційних мереж не тільки ускладнюють роботу підприємств але й сприяють виявленню нових можливостей для бізнесу, розвиток якого ґрунтується на інноваційній діяльності. Це обумовлює необхідність науково обґрунтованого системного управління підприємствами з урахуванням сучасного розвитку виробничих структур і мінливих умов їх функціонування. Труднощі в реалізації, невизначеність в оцінці стану об'єкта, викликана дією на нього різних факторів, порушення в системі управління, викликані динамічністю змін зовнішнього середовища призводять до виникнення різних непередбачуваних ситуацій, тому проблема організації та управління інноваційною діяльністю залишається актуальною.

Аналіз публікацій з означеної проблеми [1-8] показує, що інноваційна політика формується на основі задоволення потреб споживачів у зв'язку з необхідністю переходу на інтенсивний шлях розвитку, незважаючи на обмеженість виробничих ресурсів. За допомогою інноваційної політики розробляються шляхи і механізми підвищення ефективності виробництва. Впровадження інновацій в основному розглядається як єдиний спосіб підвищення конкурентоспроможності товарів, забезпечення високих темпів розвитку і рівня прибутковості. Разом з тим більша кількість концептуальних питань, пов'язаних з управлінням інноваційною діяльністю в сучасних складних умовах господарювання потребують свого вирішення.

Мета статті визначити суть інновацій та інноваційних процесів як одних з найбільш важливих факторів економічного розвитку країни.

Вклад основного матеріалу. Інновації традиційно представляються як напрямок розвитку високих технологій, пов'язаний з впровадженням результатів наукових досліджень у практику. У літературних джерелах є чимало визначень поняття «інновації», у залежності від предмета і об'єкта дослідження. Під інновацією розглядають сукупність технічних, виробничих і комерційних заходів, що сприяють появі на ринку нових товарів, поліпшення технологічних процесів і устаткування. Інновація визначається і як кінцевий результат інноваційної діяльності у вигляді нового або вдосконаленого продукту або технологічного процесу [1,с.16]. Проте зміст цього поняття в сучасних умовах динамічних змін зовнішнього середовища, що характеризується неоднозначністю і невизначеністю більш широкій. За умови посилення глобалізаційних впливів, прискорення науково-технічного прогресу, що проявляється у використанні економіки знань і переходу на інноваційну модель розвитку, інновація являє собою істотну зміну функцій виробництва, що складається з поєднання та комерціалізації всіх комбінацій дослідження,

матеріалів і компонентів продукції, впровадження нових процесів, відкриття нових ринків, створення нових організаційних форм.

Ключовою проблемою інноваційної діяльності в сучасних умовах господарювання є неефективна структура інноваційних витрат – більше 60% інноваційних коштів направляється на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення. Стабільно низьким протягом останніх 15 років залишається рівень державної фінансової підтримки інноваційної діяльності. Фінансування державного бюджету України не перевищувала 0,4% ВВП. Питома вага програмно-цільового фінансування наукових досліджень становить 10% загальних витрат на науку [5]. У 2011 році частка підприємств, які впровадили інновації становила 16,2 % проти 18% в 2000 р.

В інноваційному розвитку економіки виділяються три основних етапи: виникнення, становлення та практичного впровадження. Незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених цій тематиці виявляється різночитання цих формулювань. На рис. 1 зображені ключові аспекти, на які звертають увагу автори при обґрунтуванні суті категорії «інновація».

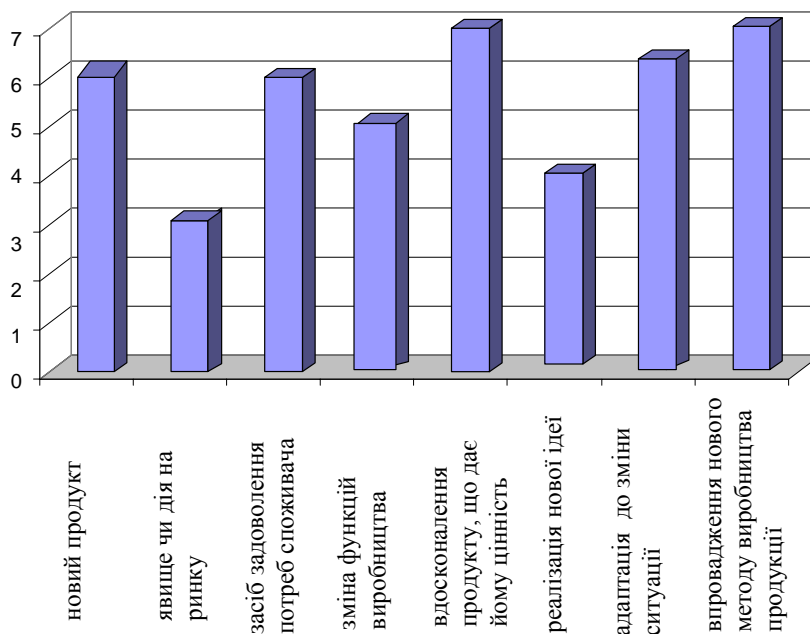


Рис. 1. Ключові аспекти, на яких акцентують увагу автори при визначенні поняття «інновації»

Розглядаючи основні варіанти поняття «інновації» слід узагальнити їх як сукупність певних концепцій організації та управління і як процес прийняття кардинальних рішень щодо вироблення стратегії господарювання. Складність управління інноваційною діяльністю полягає в тому, що вона охоплює різні сфери економічного життя – науково-технічний прогрес, державне управління економікою, фінансово-банківську діяльність, комерційні розрахунки підприємств, ціноутворення, рівень доходів.

Інноваційній діяльності притаманні прагнення до максимальної збалансованості технологічних і економічних факторів, залучення максимально можливого числа джерел інноваційних ідей, економія витрат у ході всього життєвого циклу нововведень. Науково-технічна продукція є результатом інноваційної діяльності в тому випадку, якщо вона являє собою спосіб поглиблення і розширення знань про оточуючі об'єкти, а її використання забезпечує зниження трудовитрат і дає новий технічний ефект. Інноваційна науково-технічна продукція визнається товаром, якщо в процесі її використання суб'єкт господарської діяльності перетворює її в матеріальний продукт, надаючи йому нову форму і нові споживчі якості.

До інновацій, що впливає на процес виробництва і діяльність в навколишньому просторі відносяться технологічні, виробничі, економічні, торгові, соціальні, правові, управлінські та інформаційні. У сфері послуг інноваціями є принципово нові або значно вдосконалені методи обслуговування, які не забезпечуються традиційними засобами. До них відносяться: туристичні, банківські та консалтингові послуги, адаптивні інновації є реакцією на нововведення, здійснювані конкурентами.

Створення інноваційного продукту – довгий і трудомісткий процес, який вимагає великих фінансових і матеріальних витрат, часто пов'язаний з ризиком, що відштовхує вітчизняних виробників, які в своїй діяльності орієнтуються на швидке отримання прибутку. Це стало однією з причин негативних структурних зрушень в економіці. Україна перетворюється на сировинний придаток, збільшується технологічна відсталість, посилюється залежність від зовнішнього оточення, що загрожує економічній безпеці країни. Тому формування стратегії інноваційного розвитку має базуватися на послідовному скорочення частки експорту первинних ресурсів і продукції високотехнологічних базових галузей з метою

збільшення ефективного внутрішнього споживання. Головною метою управління інноваційним розвитком підприємств є впровадження науково-обумовлених нововведень, зниження інноваційного блага, а також широка дифузія інноваційної діяльності.

Висновки. Щоб інтегруватися в світовий інноваційно-конкурентний ринковий простір необхідно не тільки забезпечити на рівні світових стандартів якості продукції, цінові характеристики та інші показники продукції, але і проектувати стратегічний розвиток підприємства на тривалу перспективу, цілеспрямовано керувати процесом нарощування його ринкового потенціалу на базі систематизованої інноваційної діяльності.

В основу організації та управління інноваційною діяльністю повинна бути покладена парадигма інноваційної збалансованої системи регулювання економіки, змістовна структура якої розглядається в контексті інституційних перетворень на основі прямих і зворотних зв'язків між інноваційними впливами, інформаційною підтримкою і динамікою результатів виробничої діяльності.

Програми державної підтримки інноваційної діяльності повинні бути включені до числа пріоритетних напрямів економічної політики.

Література

1. Амоша О.І. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення : монографія / [О.І. Амоша, В.П. Антонюк, А.І. Землянкін та ін.]. – Донецьк : Ін-т економіки промисловості НАН України, 2007. – 328 с.
2. Антонюк Л.Л. Інновації: теорії, механізм розробки та комерціалізації / Антонюк Л.Л., Поручник А.М., Савчук В.С.– К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
3. Економіка й організація інноваційної діяльності : [навч.посібник] / І.І. Цигилик, С.О. Кропельницька, О.І. Мозіль, І.Г. Ткачук. – К. : Центр навчальної літератури. – 2004. – 128 с.
4. Музиченко А.С. Поняття інновацій та інноваційних процесів як провідних факторів / А.С. Музиченко, К.О. Хайбулаєва // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 12 (139) – С. 57–61.
5. Наукова та інноваційна діяльність в Україні // Статистичний збірник. – К. : Держкомстат, 2011. – 340 с.
6. Провайдинг інновацій : підручник / [Денисенко М.П., Гречан А.П., Гаман М.В. та ін.]. – К. : Видавничий дім «Професіонал» – 2008. – 448 с.
7. Прокопенко Н.С. Аспекти управління інноваційною діяльністю підприємства / Н.С. Прокопенко, О.І. Попрозман // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 12 (127) – С. 98–101.
8. Шарко М.В. Управление развитием инноваций в промышленном производстве / Шарко М.В. – Херсон. : Олди-Плюс, 2010. – 448 с.

Надійшла 12.04.2013; рецензент д. е. н. Шарко М. В.

ПРОЦЕДУРА ФОРМУВАННЯ ТА РЕІНЖИНІРИНГУ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА

*Розглянуто стадії та етапи формування логістичної системи підприємства, обґрунтовано їх зміст та взаємозв'язок.
Ключові слова: логістична система, логістичні технології, реінжиніринг логістики, логістичні процедури, логістичне управління*

I. V. GOY, I. V. BABII
Khmelnitskyi National University

PROCEDURE OF FORMING AND REENGINEERING OF LOGISTIC SYSTEM OF ENTERPRISE

The logistic system consists of logistic network and structure of logistic management and can be formed at the level of any economic system, beginning from the economy of the separate state or group of the states and ending an enterprise. In procedure of forming or reengineering of the logistic system it is possible to distinguish the stages of planning and planning, that in turn is divided into the certain stages, and also stages of realization and control. The planning stage includes the stages: determination of aims, research on micro- and macro-levels, forming of subsystems, synthesis of the system. The stage of planning of logistic technologies includes: comparing of variants and choice of rational sequence of implementation of operations to the material stream (technologies of transporting, load-processing, warehousing, packing and others like that), operations with informative and financial streams (procedures of planning of necessities and purchase of resources, control of inventories, treatment of orders and others like that); determination of list of necessary material infrastructure: transport vehicles, ware-house equipment, facilities of automation, computing engineering and other technical equipments; choice of the methodical providing (technologies, procedures, instruments of rational organization of logistic processes). Planning of the logistic system is completed by development of plan of realization of project. On the stage of realization gradual arrangement of logistic is conducted in the organizational structure of enterprise. The process of realization of project needs control after the observance of chart of introduction and estimation of actual results. The presented procedure of forming of the logistic system of enterprise allows to imagine essence of this process, will assist the effective planning of logistic network and logistic management, creation of logistic competences of enterprise.

Keywords: logistic system, logistic technologies, logistic procedures, logistic management

Вступ

У сучасному конкурентному середовищі підприємство може досягти успіху завдяки інтеграції зі своїми постачальниками, посередниками та споживачами. Таке тісне партнерство формується на базі логістичного підходу в управлінні, створення ефективної системи, що інтегрує матеріальні, інформаційні та фінансові потоки підприємства.

Особлива актуальність впровадження логістичної концепції у менеджмент вітчизняних суб'єктів господарювання обумовлена активною участю України у глобалізаційних та євроінтеграційних процесах, недостатнім використанням досить високого транзитного потенціалу країни, створюваними логістикою додатковими можливостями розвитку підприємств.

Проблеми формування та функціонування логістичних систем розглядали багато вчених: Є.В. Крикавський, А.Г. Кальченко, М.А. Окландер, О.М. Тридід, Н.І. Чухрай, А.М. Родніков, В.І. Сергеев, Б.А. Анікін, А.М. Гаджинський, Д. Бауерсокс, Д. Клосс та ін. Однак, на наш погляд, досі не сформований єдиний підхід до послідовного процесу створення та вдосконалення логістичних систем та мереж на рівні підприємства.

Метою написання статті є визначення стадій та етапів формування логістичної системи підприємства, обґрунтування їх змісту та взаємозв'язку. Вважаємо, що цей етап є початковим етапом на шляху розробки методологічних та методичних засад проектування логістичної мережі та логістичного менеджменту на рівні підприємства, створення його логістичних компетенцій.

Основна частина

Логістична система складається із логістичної мережі та структури логістичного менеджменту [6], і може бути сформована на рівні будь-якої економічної системи, починаючи від економіки окремої держави чи групи держав і закінчуючи підприємством [4]. Перебудову, вдосконалення існуючої логістичної системи називають реінжинірингом логістичного процесу, або логістичним інжинірингом, метою якого є підвищення рівня інтеграції певних аспектів логістичної діяльності [2].

У процедурі формування або реінжинірингу логістичної системи можна виділити стадії проектування та планування, які в свою чергу поділяються на певні етапи, а також стадії реалізації та контролю [1–7] (рис. 1).

Порядок формування або реінжинірингу логістичної системи підприємства має бути наступний.

На першій стадії складається проект логістичної системи. Процес проектування починається з етапу виявлення проблем та визначення цілей системи, в результаті формується логістична місія та комплекс цілей, які мають досягатись в певні періоди функціонування логістичної системи підприємства, визначаються можливі сфери його логістичної компетенції та шляхи подальшого розвитку. Конкретні цілі залежать від стану підприємства та його стратегії. Виходячи зі структури цілей визначаються завдання логістики в межах підприємства і всього ланцюга поставок. Поставлені цілі мають описувати конкретні параметри логістичної діяльності, які, як правило, представляють собою характеристики рівня логістичного обслуговування. Наприклад, доставка 98% замовлень протягом 48 годин після надходження замовлення; до поставки за неповністю укомплектованими замовленнями мають виконуватись не пізніше ніж за 5 днів після виконання основного замовлення [2]. Також визначається величина загальних витрат для проектованої системи.

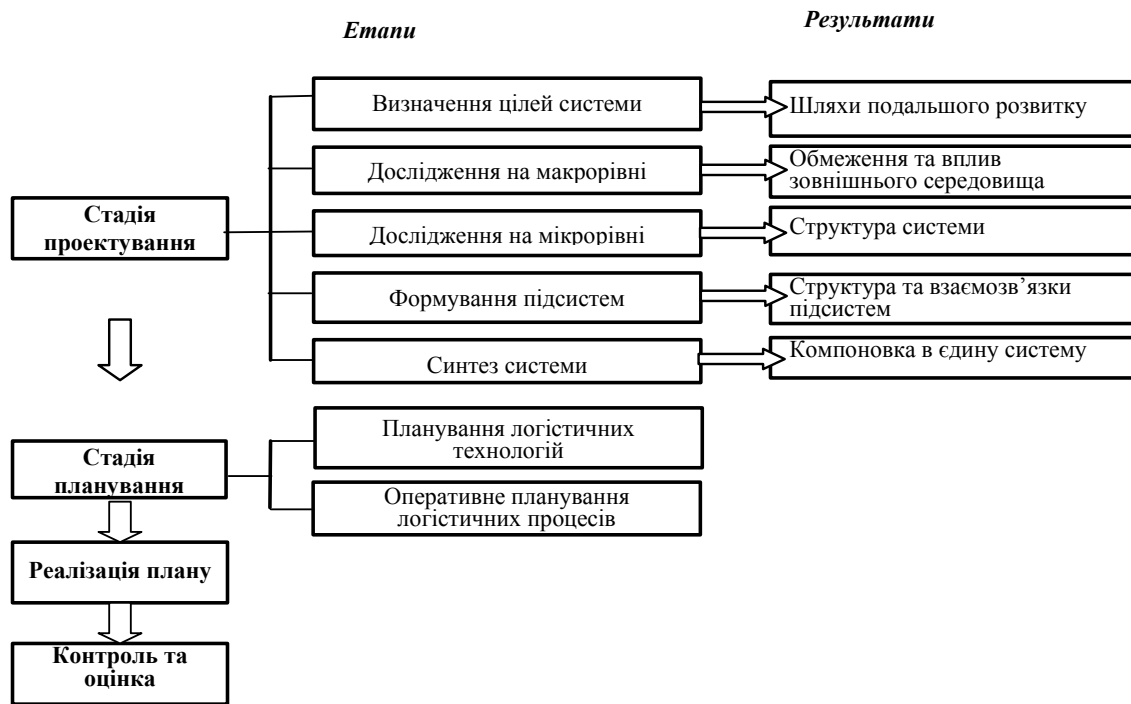


Рис. 1. Стадії та етапи формування (реінжинірингу) логістичної системи

На другому етапі проводиться дослідження макроекономічних чинників впливу та взаємовідносин логістичної системи підприємства із зовнішнім середовищем. Вплив навколишнього середовища можна аналізувати за такими чинниками: стан відповідних сегментів ринку та галузі; діяльність конкурентів; умови щодо географічного розташування логістичної мережі (рельєф місцевості, шляхи сполучення, розташування постачальників та споживачів); зміна технологій (інформаційних, транспортування, вантажопереробки, пакування) та доступність матеріальних ресурсів (енергоносіїв та ін.); стан зовнішньої логістичної інфраструктури (засоби транспортування, складування, комунікацій, кредитно-фінансова система, ринок логістичних послуг тощо); тенденції розвитку сфери логістичних послуг; державне регулювання.

З урахуванням існуючих передумов та обмежень визначаються структура та конфігурація територіального розташування логістичної мережі, регулюються відносини її учасників.

На третьому етапі проектування системи проводяться дослідження на мікрорівні, тобто логістичної діяльності підприємства та його контрагентів. Вивченню підлягає весь логістичний процес і кожна логістична функція окремо, види матеріальних, інформаційних та фінансових потоків. Аналізуються дані про структуру замовлень, організацію їх обробки, планування потреб в ресурсах, виробничий потенціал та систему управління підприємства, про організацію транспортного та складського господарства, структуру логістичного ланцюга (учасники, рівень інтеграції), витрати (виробництва, складські, транспортні, пакування тощо), показники виконання логістичних функцій (рівень сервісу, оборотність запасів, цикл виконання замовлення тощо). В результаті виявляються резерви вдосконалення логістичної діяльності, визначається структура логістичної системи підприємства (межі системи, склад її компонентів) на основі поєднання інформації, ресурсних та інших характеристик системи, що проектується, та з урахуванням існуючої й проектованої організаційної структури та логістичної інфраструктури підприємства, а також передового досвіду організації логістичних систем. Визначаються зв'язки логістичної системи та підсистем з іншими підсистемами підприємства.

На наступному етапі проводиться деталізація на рівні підсистем, визначається їх структура та

взаємозв'язки. В складі логістичної системи виділяють такі основні підсистеми: транспортна, складська, управління запасами, інформаційна, логістичного обслуговування, логістичного менеджменту. На цьому етапі підприємство разом із партнерами опрацьовує можливі технічні й організаційні рішення щодо оптимізації виробництва, його гнучкості, стосовно змісту постачання та його організації, збуту та структури розподілу, організації інформаційних потоків, обслуговування споживачів.

П'ятий етап проектування - синтез системи, а саме: аналіз різних варіантів компоновки підсистем в єдину систему та вибір найкращого. Вибір проводиться на основі оцінки та порівняння витрат та вигід альтернатив. Наприклад, покращити рівень сервісу шляхом скорочення циклу виконання замовлення підприємство може за рахунок використання додаткового складу або збільшення страхових запасів на існуючому складі. Для оцінювання проводиться порівняння скорочення циклу виконання заказів та необхідних логістичних витрат по двох варіантах [2]. Таким чином, на даному етапі здійснюється скоординоване формування структури логістичної системи, яке усуває конфлікти між цілями окремих підсистем і цілями всієї системи.

Для стабільного функціонування логістичної системи першорядне значення має планування логістичних процесів, складовими якого є планування технологій та оперативне планування. Логістична технологія – це стандартна послідовність виконання окремої логістичної функції або логістичного процесу в логістичній системі, яка підтримується відповідною інформаційною системою [6].

Етап планування логістичних технологій включає :

- порівняння варіантів та вибір раціональної послідовності виконання операцій з матеріальним потоком (технологій транспортування, вантажопереробки, складування, пакування тощо), операцій з інформаційним та фінансовим потоками (процедури планування потреб та закупівлі ресурсів, управління запасами, обробки замовлень тощо);
- визначення переліку необхідної матеріальної інфраструктури: транспортних засобів, складського обладнання, засобів автоматизації, обчислювальної техніки та інших технічних засобів;
- вибір методичного забезпечення (технологій, процедур, інструментів раціональної організації логістичних процесів).

Методичне забезпечення логістики - це способи організації логістичної діяльності, завдяки яким логістика стає ключовою сферою компетенцій підприємства [2]. До складу методичного забезпечення логістичних систем можна віднести: логістичні технології оптимізації управління потоками; інформаційні технології; інструменти формалізації та прийняття логістичних рішень; процедури координації; процедури логістичного обслуговування; засоби вдосконалення логістичних ланцюгів та операцій.

Логістичні технології оптимізації управління потоками в різних літературних джерелах та на практиці називають також "концепціями", "системами". Серед цих технологій/концепцій можна відмітити такі: RP; JIT; LP; Demand-driven Logistics, SCM; Time-based Logistics тощо. Вказаним технологіям відповідають досить розповсюджені системи та інформаційно-програмні модулі, наприклад MRP, DRP, ERP, CSRP, OPT, SRL та ін.

Логістика повинна будуватись на базі сучасних інформаційних систем та технологій [6]: технологій управління та моделювання логістичних бізнес-процесів CALS і CASE; електронного документообігу (EDI-технологій); інтернет-рішень, мобільного та електронного бізнесу; систем сканування штрих-кодів та радіочастотної ідентифікації вантажів (RFID); голосової технології комплектування товарів (Pick-by-Voice); супутникових систем зв'язку і навігації, що дозволяють відстежувати товарно-транспортні потоки.

До інструментарію логістики відносять прийоми та спеціальні методи прийняття оптимальних логістичних рішень стосовно об'єктів певної логістичної системи [4], а саме: метод встановлення економічної величини замовлення (партії поставки); ABC-аналіз; XYZ-аналіз та його модифікація у поєднанні з ABC-аналізом.; методи центра ваги, гравітації; метод повних витрат (повної вартості); метод формування еталонів (зразків, стандартів). Вищевказані інструменти прийняття рішень в управлінні логістичними процесами є універсальними і можуть використовуватись у різних сферах логістичної діяльності. Приклади їх використання наведені у розділах, присвячених розгляду функціональних сфер логістики.

Мета логістичної системи досягається за рахунок координації дій її компонентів (внутрішньої координації) та взаємодії із зовнішніми контрагентами (зовнішньої координації), тому для ефективного її функціонування необхідне створення координаційного механізму. Виділяють два напрямки досягнення необхідного рівня координації в управлінні логістичними потоками [1]: перший – посилення взаємодії між різними функціональними ланками (службами); другий – організаційні перетворення в структурі підприємства.

Основою планування та ефективного функціонування підсистеми логістичного обслуговування є розробка процедур обслуговування, під якими розуміють способи та час обслуговування, опис суті кожної послуги, процесів її надання та контролю якості. Процедури розробляються таким чином, щоб забезпечити достатній рівень якості обслуговування при мінімальних витратах. Задokumentовані та затверджені процедури є базою стандартів логістичного обслуговування на підприємстві.

Вибір варіантів технологій (процедур) здійснюється на основі порівняння необхідних інвестицій та

поточних витрат з урахуванням відповідності стандартам та критеріям якості обслуговування. На підставі обраних варіантів детально планується організація складування, транспортування, складської та транспортувальної техніки, створення необхідних будівель і споруд, засобів інформаційного і програмного забезпечення, процедури обслуговування споживачів та координації управлінської діяльності, що служить основою формування проектного кошторису витрат [4].

В логістичному плануванні та управлінні застосовуються певні засоби вдосконалення логістичних ланцюгів та операцій (логістичного інжинірингу). Прискорення виконання логістичних операцій та зниження загальних витрат досягається такими засобами [2]: відстрочення операцій; консолідація відправлень; оптимізація маршрутів.

Розрізняють відстрочення виробничих та логістичних операцій. При відстроченні виробничих операцій виготовляється стандартна (базова) продукція у великій кількості (для отримання економії на масштабах), завершуючи операції (обробка, складання, комплектація, упакування виробу) відкладаються до тих пір, поки не надійде конкретне замовлення. Відстрочення логістичних операцій (або географічних переміщень) полягає в тому, що необхідні (відповідно до очікуваного попиту) запаси утримують в одному або кількох великих складах, а подальше їх переміщення відкладають до отримання конкретних замовлень. Вибір форми відстрочення операцій залежить від масштабів діяльності, вартості продукту, впливу конкурентів та потрібної швидкості виконання замовлень.

В логістичних системах менеджери мають шукати способи консолідації відправлень для забезпечення повного завантаження транспортних засобів, що сприятиме скороченню транспортних витрат. Існує три способи забезпечити ефективну консолідацію відправлень [2]: за цільовим ринком (поєднання малих відправлень для різних споживачів, що розташовані в одній ринковій зоні); за графіком поставок (вантажі відправляють на конкретний ринок тільки за певним графіком); за групами вантажовідправників, що обслуговують певну ринкову зону. Нерідко предметом логістичного аналізу та планування є транспортування вантажів за певним маршрутом між пунктами відправлення та призначення. Наведені технології та методичні засоби використовуються як в стратегічному, так і в оперативному плануванні логістичної діяльності. В оперативному плануванні зусилля менеджменту зосереджуються на функціях, операціях, тобто конкретних виконавчих діях, наприклад, на процесах розподілу.

Проектування та планування логістичної системи завершується розробкою плану реалізації проекту, визначенням графіку впровадження [2]. На стадії реалізації проводиться поступове компонування логістики в організаційній структурі підприємства [5]. Процес реалізації проекту потребує контролю за дотриманням графіка впровадження та оцінки фактичних результатів.

На заключному етапі відбуваються вимірювання та оцінка показників діяльності системи й через зворотний зв'язок надання особам, що планують стратегічний процес, інформації, необхідної для внесення окремих коригувань або проведення модифікації всієї системи.

Висновки

Представлена процедура формування логістичної системи підприємства дозволяє уявити сутність цього процесу, буде сприяти ефективному проектуванню логістичної мережі та логістичного менеджменту, створенню логістичних компетенцій підприємства. Завдяки цьому функціонування створеної логістичної системи буде слугувати основою успішного розвитку та підтримання конкурентоспроможності підприємства у стратегічній перспективі.

Література

1. Аникин Б.А. Логистика / Аникин Б.А. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 368 с.
2. Бауэрсокс Д. Логистика. Интегрированная цепь поставок / Д. Бауэрсокс, Д. Клосс. – М. : Олимп-Бизнес, 2006. – 640 с.
3. Кальченко А.Г. Логистика / Кальченко А.Г. – К. : КНЕУ, 2003. – 284 с.
4. Крикавський Є.В. Логистика. Основи теорії : підручник / Крикавський Є.В. – [2-е вид., доп. і переробл.]. – Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2006. – 456 с.
5. Родников А.Н. Логистика : терминологический словарь / Родников А.Н. – М. : Экономика, 1995. – 252 с.
6. Сергеев В.И. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Сергеев В.И., Белов Л.Б., Дыбская В.В. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 976 с.
7. Тридід О.М. Логистика : навчальний посібник / [Тридід О.М. та ін.]. – К. : Знання, 2008. – 566 с.

References

1. Anikin B.A. Logistika. – M. : INFRA-M, 2005. – 368 s.
2. Bauersoks D., Kloss D. Logistika. Integrirovannaya tsep postavok. – M. : Olimp-Biznes, 2006. – 640 s.
3. Kalchenko A.G. Logistika. – K.: KNEU, 2003. – 284 s.
4. Krikavskiy E.V. Logistika. Osnovi teorii: Pidruchnik – 2-e vid., dop. i pererobl. – Lviv : Nacionalniy universitet «Lvivska politehnika», 2006. – 456 s.

5. Rodnikov A.N. Logistika: Terminologičeskii slovar. M.: Ekonomika, 1995. – 252 s.
6. Sergeev V.I., Belov L.B., Dybskaya V.V. Korporativnaya logistika. 300 otvetov na voprosy professionalov. – M.: INFRA-M, 2004. – 976 s.
7. Tridid O.M. ta in. Logistika: Navchalnii posibnik. – K. : Znannya, 2008. – 566 s.

Надійшла 12.04.2013; рецензент д. е. н. Хрущ Н. А.

УДК 338.43:631.1

Н. М. ГОЛОВИЧ

ДВНЗ "Херсонський державний аграрний університет"

ЧИННИКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Розглянуто основні проблеми економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств. Визначено основні принципи ефективної системи економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств. Окреслено основні екзогенні та ендогенні чинники економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств. Виявлено характер дії чинників економічної безпеки та запропоновано напрями нівелювання їх негативного впливу.

Ключові слова: економічна безпека, екзогенні чинники, ендогенні чинники, сільськогосподарські підприємства, аграрний сектор.

N. M. GOLOVICH

Kherson state agrarian university

FACTORS OF ECONOMIC SECURITY OPERATION OF AGRICULTURAL ENTERPRISES UKRAINE

The basic problems of economic security of farmers. The basic principles of efficient economic security of farmers. Found that the effective functioning of any economic entity is not possible without respect for basic principles., Especially for the formation of an effective system of economic safety of the enterprises is stable, timeliness, continuity, planovist and earliness. For farm nature of warning is crucial in the formation of an efficient and safe business. Features of agricultural production and the specifics of doing business in Ukraine formed a list of factors that have a significant impact on the economic security of agricultural enterprises, determine its level to the structure of origin should be divided into exogenous and endogenous. The main exogenous factors are the political situation, the tax burden, fluctuations in global economic crisis, WTO accession, legislative support, public regulation, shadow economy, seasonality of production, and others. Among the basic act endogenous potential of the company, competitiveness, ownership, management and staff qualifications, the ratio of equity and debt capital, type of enterprise, innovation and marketing activities, company reputation, and others. The nature of the factors of economic safety of agricultural enterprises and suggests some directions leveling their negative impact.

Keywords: economic security, exogenous factors, endogenous factors, the farms, the agricultural sector.

Аграрний сектор України завжди знаходився у центрі уваги провідних вчених-економістів і за роки незалежності потерпів чимало змін. Вигідне географічне положення, сприятливі кліматичні умови, величезний кадровий потенціал, віковий досвід національного сільського господарства не забезпечили, на жаль, належного рівня розвитку. На сьогоднішній день за дохідністю даний сектор економіки є найменш прибутковим, а інвестори не надають йому перевагу через сезонність, високу ризикованість та недосконалість законодавства. Але разом з тим, невичерпний науковий потенціал України дозволив досягти значного прогресу у реформуванні вітчизняного сільського господарства. Яскравим прикладом даної позитивної динаміки є активне дослідження проблематики економічної безпеки сільського господарства як фундаменту стабільного розвитку підприємств, оскільки виступає важливим елементом господарської діяльності. Незалежно від галузевої направленості, сталий розвиток прямо пропорційно залежить від рівня його економічної безпеки, на який впливають різні фактори. Тому важливим є питання системного вивчення екзогенних та ендогенних чинників економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств України.

Стан вивчення проблеми. Вагомий внесок у дослідження економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств здійснили такі провідні вчені як І. Абалкін, Л.М. Березіна, В.І. Богачов, В.В. Бойко, Я.Л. Жаліло, З.Б. Живко, Т.М. Іванюта, Т.С. Клебанова, В.П. Мартинюк, П.В. Мельник, Є.О. Олейніков, В.Г. Ткаченко, О.С. Шнипко. Але разом з тим вимагає детального системного вивчення чинників економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Метою статті є виявлення чинників економічної безпеки сільськогосподарських підприємств, аналіз характеру їх дії та пошук напрямів подолання негативного впливу на функціонування сільськогосподарських підприємств України.

Результати дослідження. У сучасних ринкових умовах зростає актуальність безпеки аграрного сектору України. Недоборочесна конкуренція та існуюча законодавча база, поглиблена корупційністю

вітчизняної економіки, спонукають приділяти значну увагу зміцненню економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств. Досліджуючи безпеку фірми Коробчинський О.Л. визначав, що система економічної безпеки підприємства є сукупністю спеціалізованих структур, засобів, методів і заходів, які забезпечують безпеку бізнесу від внутрішніх та зовнішніх загроз [7]. Чинники, що формують відповідний рівень економічної безпеки, різноманітні і мають свою специфіку у кожному секторі економіки та галузі виробництва. Так Куліш А.М. виокремлює загальні типові фактори, а саме: безпосередні чинники виробництва; стабільний попит на продукцію; надійність постачальників; зовнішню конкуренцію; державне економічне регулювання діяльності; надійний захист комерційної таємниці; компетентність керівництва підприємства [8].

Разом з тим зауважимо, що ефективне функціонування будь-якого господарського суб'єкта неможливе без дотримання основних принципів, раціональне впровадження яких дозволить збільшити ефективність системи економічної безпеки сільськогосподарських підприємств. Тому погоджуємося з твердженням російського дослідника Колпакова П.А., що базовим фундаментом вищевказаної системи є стабільність, своєчасність, безперервність та плановість [5]. Досліджуючи означене питання Живко З.Б. наголошує на таких основних принципах як: принцип одночасності чотирьох ролей; ієрархічності; поєднання централізації та децентралізації; пріоритету об'єкта над суб'єктом; координованість дій і заходів; єдиначальності; спрощеності структури; персональної відповідальності, а також адаптивності [9]. У своїй науковій праці "Особливості формування економічної безпеки підприємства" Шевченко І. наголошує на принципі завчасності у системі економічної безпеки та визначає, що попередження кризових ситуацій, пов'язаних з діяльністю внутрішніх та зовнішніх "супротивників" є основним критерієм надійності системи економічної безпеки підприємства [13]. Ми повністю погоджуємося з даним трактуванням, оскільки особливо для сільськогосподарського підприємства попереджувальний характер дії є визначальним у формуванні ефективної господарської діяльності.

Особливості аграрного виробництва та специфіка ведення бізнесу в Україні сформували певний перелік чинників, що мають суттєвий вплив на економічну безпеку сільськогосподарських підприємств, визначають його рівень, які за структурою виникнення доцільно поділити на екзогенні (зовнішні) і ендогенні (внутрішні) (рис. 1). Зовнішні стосовно підприємства, на які воно не може впливати або цей вплив може бути незначним. До внутрішніх факторів відносяться ті, що безпосередньо залежать від форм, методів та організації роботи на самому підприємстві. Акцентуємо увагу, що даний поділ є умовним, оскільки існує дуже високий кореляційний зв'язок між даними групами.

Слід наголосити, що економічна безпека сільськогосподарського підприємства має пряму залежність від економічної безпеки держави, регіону і ґрунтується на їхньому фінансовому, сировинному та виробничому потенціалі, а також перспективах розвитку [2]. Тому фактори впливу на економічну безпеку сільськогосподарських підприємств взаємопов'язані з чинниками впливу на економічну безпеку держави та регіону. Таким чином, можна стверджувати, що саме держава, використовуючи прямі та непрямі методи впливу на економічний та соціальний розвиток країни, є одним з найвагоміших факторів впливу на економічну безпеку сільського господарства.

Зупинимося на деяких чинниках економічної безпеки сільськогосподарських підприємств більш детально.

Економічна криза на світовому ринку є вагомим фактором впливу на діяльність держави в цілому, оскільки є причиною зростання цін, зовнішньої заборгованості, валютних коливань, дефіциту платіжного балансу, інфляції тощо. Найбільш руйнівний характер дані процеси мають саме на сільськогосподарські підприємства, для яких світова криза виступає перш за все причиною зниження бюджетного фінансування, погіршення кредитування комерційними банками, недотримання договірних умов та інших негараздів. Ступінь шкоди кризи на економічну безпеку сільськогосподарських підприємств залежить від рівня розвитку країни.

Тому в Україні світова криза 2008 р. мала значно більший руйнівний характер, не оминувши найбільш проблемний сектор вітчизняної економіки – сільське господарство. Нижчий рівень розвитку порівняно з більшістю європейських держав сприяв тому, що кризове інфікування нашої країни відбулося дещо пізніше, але падіння економіки виявилось глибшим, масштабнішим та тривалішим. З метою нівелювання впливу світових кризових коливань на економіку країни, а особливо на сільськогосподарські підприємства, необхідно: реформувати та адаптувати економіку України до світових стандартів; зміцнити конкурентоздатність аграрного сектора економіки; нівелювати корупційне середовище; зміцнити експортну політику; вирішити питання енергетичної залежності від інших держав; створити спеціалізований резервний фонд, на якому акумулювати фінансові ресурси для підтримки сільськогосподарських підприємств з метою забезпечити їх від впливу кризових явищ у світовій економіці та зміцнення економічної безпеки на макрорівні; забезпечити сталий розвиток аграрного сектора економіки; створити умови ефективного формування та раціонального розподілу і перерозподілу фінансових ресурсів держави.

Тіньова економіка, за визначенням провідних вчених-економістів, є головним дестабілізуючим фактором сталого розвитку національного господарства й економічної безпеки в цілому, та сільськогосподарських підприємств зокрема. Зазначимо, що критична межа тінізації економіки,

перевищення якої свідчить про функціонування в країні відтворювальної системи тіньових економічних відносин, досягається при розмірах тіньового сектору 30 % ВВП [12]. Так в Україні рівень тінізації впродовж 2004-2007 рр. знаходився на рівні 28%, але у 2008-2010 рр. почав зростати і становив 34%, 39% та 38% відповідно [11]. Наведенні данні засвідчують тяжкий стан економіки країни, який має безпосередній вплив на економічну безпеку сільськогосподарських підприємств. Тому для зниження рівня тінізації доцільно виділити напрями, що запропоновані Програмою економічних реформ 2010-2014 рр. "Заможне суспільство, конкурентна економіка, ефективна держава" [10], а саме: детінізація фінансових потоків, легалізація ринку праці, детінізація ринку землі та земельних відносин. Виходячи з вище наведеного погоджуємося з думкою Володимира Волкова та Лідії Горошкової [3], які кінцевою метою детінізації економіки вбачають створення в країні такого організаційно-інституційного середовища, в якому тіньова економіка була б економічно неефективною, що має суттєве значення в питанні формування ефективного рівня економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств.

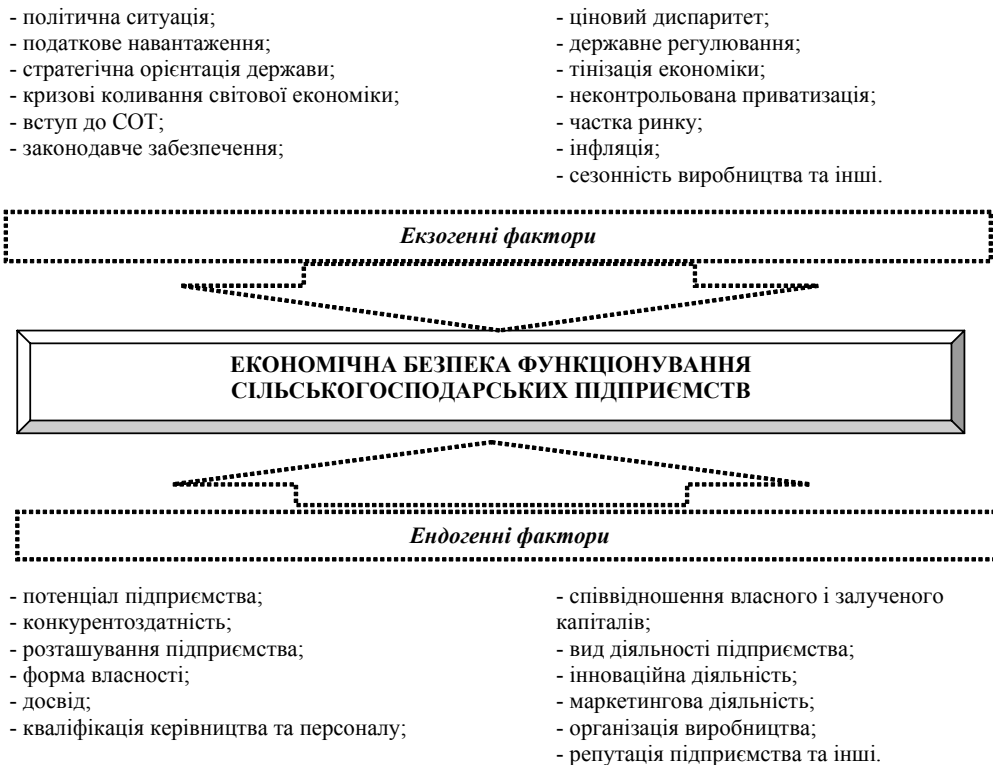


Рис. 1. Екзогенні та ендогенні фактори економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств

Наступним вагомим екзогенним чинником економічної безпеки сільського господарства є ступінь розвиненості та досконалості законодавчої бази України. У Конституції України зазначено, що держава повинна дбати про власну економічну безпеку та про захист прав усіх суб'єктів, які здійснюють підприємницьку діяльність, у тому числі і сільськогосподарського підприємства. Законодавче забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських товаровиробників визначено Законом України "Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року" [9].

Також Закон України "Про державну підтримку сільського господарства України" спрямований на врегулювання рівня економічної безпеки шляхом контролювання виробництва та цінових коливань в окремих галузях аграрного сектора економіки, головним акцентом в якому є створення Фонду аграрних страхових субсидій. Ним визначено основи політики у сферах державного управління щодо зміцнення економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств, а також стимулювання виробництва, розвитку аграрного ринку і, як наслідок, забезпечення продовольчої безпеки населення [1]. Разом з тим слід наголосити, що законодавче забезпечення економічної безпеки функціонування сільськогосподарських підприємств в Україні має суттєві недоліки, що підтверджують показники розвитку аграрного сектора.

Висновки. Таким чином, економічна безпека функціонування сільськогосподарських підприємств залежить від екзогенних (зовнішні стосовно підприємства, на які воно не може впливати або цей вплив може бути незначним) та ендогенних чинників (безпосередньо залежати від форм, методів та організації роботи на самому підприємстві), які тісно пов'язані один з одним. Характер дії факторів залежить від умов діяльності підприємства і може мати стримуючий, стимулюючий, негативний або позитивний вплив на рівень економічної безпеки підприємств.

Література

1. Березіна Л.М. Економічна безпека та проблеми удосконалення відносин суб'єктів АПК / Л.М.Березіна // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму: Зб. наук. праць. – 2011. – № 1 (4). – С. 39–43.
2. Бойко В.В. Інституційне середовище як чинник формування економічної безпеки сільськогосподарських підприємств / В. В. Бойко // Інноваційна економіка. – 2009. – № 3. – С. 74–78.
3. Вплив тінізації економіки на економічну безпеку та сталий розвиток національного господарства. [Електронний ресурс] / Володимир Волков, Лідія Горошкова. – Режим доступу : <http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/54-conferencia-1-11-2012/364-2012-11-01-07-09-20.html>
4. Живко З.Б. Структурні принципи функціонування моделі економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / З.Б. Живко. – Режим доступу : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=67313>
5. Колпаков П.А. Концептуальные основы экономической безопасности фирмы : автореф. дис. ... канд. экон. наук / П.А. Колпаков. – М., 2007. – 25 с.
6. Ляшенко О.М. Концептуальні засади оцінювання впливу репутації підприємства на його економічну безпеку [Електронний ресурс] / О.М. Ляшенко, Є.В. Дмитрук– Режим доступу: http://library.kpi.kharkov.ua/Vestnik/2010_7/statti/Lyashenko_Dmitryk.pdf
7. Коробчинський О.Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства / О.Л. Коробчинський // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 41–45.
8. Куліш А.М. Стратегія забезпечення належної економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / А.М. Куліш. – Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua>
9. Ліга: Закон [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/>
10. Програма економічних реформ на 2010 – 2014 р.р. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.president.gon.ua/docs/Program_reform_FINAL_1.pdf
11. Тіньова економіка в Україні: масштаби та напрями подолання : аналіт. доп. / Я.А. Жаліла. – К. : НІСД, 2011. – 96 с.
12. Тіньова економіка: сутність, особливості та шляхи легалізації : монографія / за ред.. З.С. Варналія. – К. : НІСД, 2006. – 576 с.
13. Шевченко І. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. Шевченко // Наука молода. – 2010. – №10. – С. 178–181

References

1. Berezina L. M. Ekonomichna bezpeka ta problemy udoskonalennia vidnosyn subiektiv APK. Biuleten Mizhnarodnoho Nobelivskoho ekonomichnoho forumu: Zb. nauk. Prats, 2011, # 1 (4), pp. 39–43.
2. Boiko V. V. Instytutsiine seredovishche yak chynnyk formuvannia ekonomichnoi bezpeky silskohospodarskykh pidpriemstv. Innovatsiina ekonomika, 2009, # 3, pp. 74–78.
3. Volkov V., Horoshkova L. Vplyv tinizatsii ekonomiky na ekonomichnu bezpeku ta stalyy rozvytok natsionalnoho hospodarstva. URL. <http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/54-conferencia-1-11-2012/364-2012-11-01-07-09-20.html>
4. Zhyvko Z.B. Strukturni pryntsypy funktsionuvannia modeli ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva. URL. <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=67313>
5. Kolpakov P.A. Kontseptualnue osnovu ekonomycheskoi bezopasnosty fyrmu: avtoref. dys.... kand. ekon. nauk, Moskva, 2007, 25 p.
6. Liashenko O.M., Dmytruk Ye.V. Kontseptualni zasady otsiniuvannia vplyvu reputatsii pidpriemstva na yoho ekonomichnu bezpeku. URL. http://library.kpi.kharkov.ua/Vestnik/2010_7/statti/Lyashenko_Dmitryk.pdf
7. Korobchynskiy O.L. Metodyka formuvannia systemy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva. Aktualni problemy ekonomiky, 2009, #4, pp.41-45
8. Kulish A.M. Stratehiia zabezpechennia nalezhnoi ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva / A.M. Kulish [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://essuir.sumdu.edu.ua>
9. Liha Zakon URL. <http://www.ligazakon.ua/>
10. Prohrama ekonomichnykh reform na 2010–2014 p.p. «Zamozhne suspilstvo, konkurentospromozhna ekonomika, efektyvna derzhava» URL. http://www.president.gon.ua/docs/Program_reform_FINAL_1.pdf
11. Zhalila Ya.A. Tinova ekonomika v Ukraini: masshtaby ta napriamy podolannia: analit.dop, Kyiv : NISD, 2011, 96 p.
12. Tinova ekonomika: sutnist, osoblyvosti ta shliakhy lehalizatsii: monohrafiia. za red.. Z.S. Varnaliia. – Kyiv: NISD, 2006, 576 p.
13. Shevchenko I. Osoblyvosti formuvannia ekonomichnoi bezpeky pidpriemstva. Nauka moloda, 2010, #10, pp. 178–181

Надійшла 19.04.2013; рецензент д. е. н. Танклевська Н. С.

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РОЗВИТКУ ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЙ У ВИРОБНИЧІЙ СФЕРІ

У статті розглядаються особливості креативного та творчого потенціалу сучасних організацій. Представлена нелінійна модель творчого інноваційного потенціалу організації. Запропоновано шляхи розвитку творчої потенціалу діяльності організації як шляхом здійснення пошуку можливостей використання результатів інноваційної та творчої діяльності інших організацій, так і шляхом опрацювання власної новачії.

Ключові слова: стратегія, мета, творчий підхід, творчий потенціал, організація, інноваційний розвиток, професійні знання, імідж, корпоративна культура, модель потенціалу, управління, прихильність, персонал, результат

I. V. GRABOVSKAYA
Khmelnitskyi National University

MANAGING THE PROCESS OF DEVELOPING CREATIVE POTENTIAL OF ORGANIZATIONS IN THE PRODUCTION SPHERE

In article features creative potential of modern organizations are considered. Necessity of modern management methods use in creative potential of the personnel at the enterprise is proved. Problems of creative activity development are revealed. Management strategy in creative potential and mechanisms of their realization are defined. The author presents the nonlinear model of creative innovative potential of the organization. The ways of development creative potential of activity of the organization are offered as by implementation of searching possibilities to use the results of innovative and creative activity other organizations, and by studying it's own innovation. Furthermore, the article is concerned with the inner components necessary to develop a company's image by creating and maintaining organizational culture. Being correctly formed and maintained, organizational culture allows to create staff loyalty to company's goals that, in turn, will promote maximum output and orientation to the results.

Keywords: strategy, goal, creative approach, creative potential, the organization, innovative development, professional, knowledge, corporate culture, management image, potential model, loyalty, staff, results

Вступ

Науково-технічні досягнення, які сприяють і забезпечують розвиток будь-якої соціально-економічної системи та супроводжують перехід до «нової економіки» в суспільстві, примушують організації створювати цілісні системи з управління розвитком їх персоналу. Необхідність упровадження механізмів управління творчим потенціалом співробітників на сучасному підприємстві обумовлена підвищенням ролі людського фактора, що є одним з важливих показників підвищення ефективності діяльності організації.

Сучасна наука управління все більше орієнтується на зміну поглядів щодо місця людини у суспільному виробництві. Фактично відбувається трансформація органічного підходу в гуманістичний, коли управляють не працівником, а саме людиною, що стає головною рушійною силою оновлення та розвитку країни. Такі зміни об'єктивно вимагають ефективного використання та розвитку трудового потенціалу, передусім, такої важливої його компоненти, як творчий потенціал. По-перше, для стабілізації економіки, подолання кризових явищ необхідно розробити та реалізувати ефективний господарський механізм, який дозволив би найбільш повно розкрити потенційні можливості трудового колективу, націлив би його зусилля на досягнення єдиної кінцевої мети; по-друге, для завоювання позицій на міжгалузевих і світових ринках в умовах жорсткої конкуренції слід створити якісно нову технологію, засновану на сучасних наукових досягненнях.

Основний розділ

Вищезазначена обставина і визначила те виняткове значення, якого набуло сьогодні ефективне управління розвитком персоналу, що забезпечує розвиток організації в цілому.

Сучасні підходи до управління організацією в умовах формування «нової економіки», яка спрямована саме на розвиток персоналу організацій, мають недостатньо розвинену теоретичну і практичну базу. Її формування є нагальною науковою проблемою, що потребує якнайскорішого розв'язання за рахунок удосконалення науково-теоретичного та методичного забезпечення.

Проблематику формування творчого потенціалу досліджують вчені країн СНД, зокрема, Росії: Л. Бляхман, А. Вишняк, Б. Генкін, А. Здравомислов, В. Іноземцев, Ю. Кокін, Р. Колосова, Е. Саруханов, Г. Слезінгер, І. Манглі, В. Ядов. Необхідність заохочення розвитку та використання творчих потенцій особистості як найефективнішого економічного ресурсу обґрунтовується у працях зарубіжних вчених А. Маслоу, А. Маршалла, Г. Беккера, К. О'Дейла, П. Друккера, М. Портера, Й. Шумпетера, Б. Твісса, Т. Шульца та ін.

Теоретичні аспекти управління розвитком персоналу організації відображені в працях російських вчених Т. Базарова, В. Гойло, А. Добриніна, І. Ільїнського, А. Кібанова, С. Клімова, В. Співака, В. Тарнавського, С. Шекшні та ін. Серед українських науковців вагомий внесок у розв'язання проблеми

управління розвитком персоналу зробили Д. Богиня, О. Грیشнова, Г. Дмитренко, М. Долішній, М. Дороніна, Г. Євтушенко, А. Колот, М. Критський, Т. Кривцова, В. Куценко, Л. Лутай, В. Пономаренко, О. Пушкар, Ф. Хміль, Л. Хміль, Г. Щекін та ін.

Однак необхідно зазначити, що незважаючи на наявність значної кількості праць за зазначеною вище проблематикою, все ще залишається різною спрямованість наукових досліджень і недостатня увага науковців до комплексних і системних розробок, присвячених формуванню теоретичних і методологічних основ управління розвитком творчого потенціалу організацій у сфері виробництва. У цьому аспекті, перш за все, потребують розробки концептуальні засади управління розвитком творчого потенціалу персоналу організацій, обґрунтування його місця та змісту в загальній системі управління. Подальшого розвитку потребує питання формування системи управління розвитком творчого потенціалу діяльності організацій та його організаційно-методичного забезпечення. Враховуючи спрямованість «нової економіки» на креативних і талановитих працівників, слід відзначити, що за межами наукових досліджень залишаються проблеми управління креативною активністю персоналу організацій. У зв'язку з цим необхідність створення системи управління розвитком творчого потенціалу організацій являється актуальною.

Мета статті полягає в дослідженні творчого потенціалу організації і розробці рекомендацій з розвитку творчого потенціалу діяльності промислових підприємств високотехнологічних галузей.

Основою інноваційного розвитку економіки країни є творчий підхід управління організаціями [1]. Творчий капітал забезпечує виконання трьох основних функцій: відтворювальної, інвестиційної і стимулюючої. Творчий капітал – це знання, інформація, досвід, організаційні можливості, інформаційні канали, які можна використовувати для створення цінностей. Іншими словами, це сума всього того, що знає і чим володіє персонал і що формує конкурентоспроможність організацій. Знання і навички співробітників організації, їхні професійні якості є тим інструментарієм, за допомогою якого створюється інтелектуальна продукція, що формує нематеріальні активи організації. Створення інтелектуальної продукції породжує нові знання, тим самим збільшуються людські активи і творчий потенціал організації. Однак економічно значимими, як показують проведені багатьма авторами дослідження [1], стають не тільки знання і досвід співробітників, але і їхній креативні здібності: уява, адаптивність, гнучкість мислення, здатність генерувати нові ідеї, вирішувати нестандартні задачі.

Потенціал творчої активності колективу співробітників організації, що забезпечує ефективне використання людських активів, дозволяє одержати більше, ніж суму зусиль окремих членів організації, тобто досягається синергетичний ефект. Пропонована нелінійна модель творчого інноваційного потенціалу організації (рис. 1), що є сукупністю творчого й інноваційного процесів, представляється як безперервний ланцюг однорідних циклів, що протікають послідовно. Створювана на творчій ділянці циклу інтелектуальна власність частково або цілком реалізується у завершальному циклі інноваційного процесу.

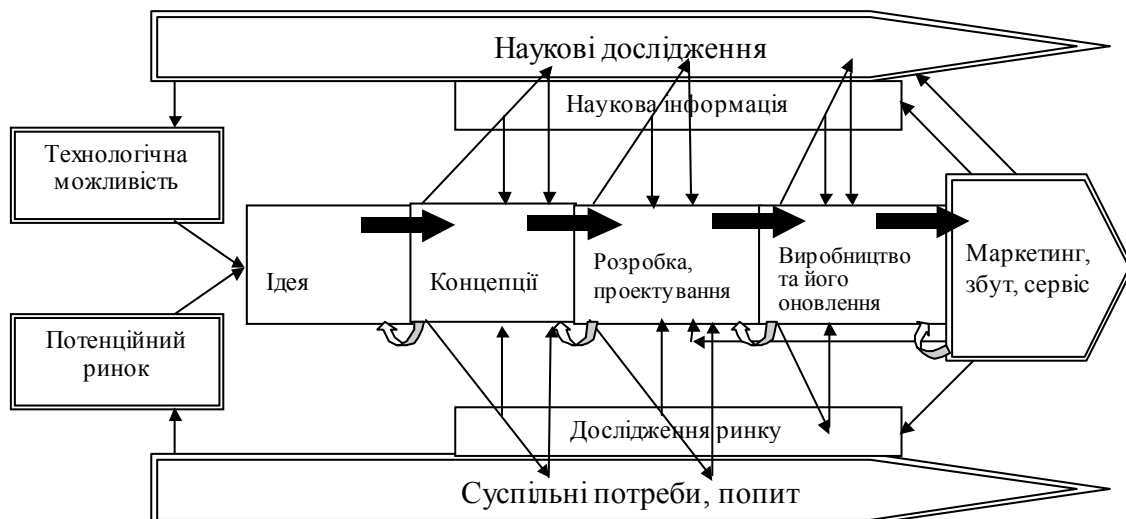


Рис. 1. Нелінійна творча інноваційна модель потенціалу організації

Цей процес включає етапи від генерації ідей до початку комерційної реалізації товару. Однак при подібному підході утруднене управління системою як сукупністю стадій на всьому протязі циклу [2]. У цей період організація створює потенційні варіанти товару, одержує інформацію від споживачів про них, оцінює їх, усуває найменш привабливі, розробляє дослідні зразки продукції, випробує їх і впроваджує на ринок. Економія на перших етапах може викликати великі витрати і, навіть, втрати на наступних. Можливість підвищення ефективності створення і використання творчого й інноваційного процесів розробки і виведення товару на ринок передбачає проведення розумної політики, яка полягає у ретельній перевірці концепції товару на ранніх стадіях.

Розглянута модель творчого потенціалу організації дозволяє вивчити стадії циклів, що протікають у широкому діапазоні. При цьому найважливішим пунктом науково-дослідних розробок є прогнозування тенденцій розвитку, удосконалювання продукції організації. Результати прогнозування тенденцій розвитку творчого потенціалу процесів у галузі повинні знайти втілення через такі основні напрямки діяльності підприємства:

- удосконалення продукції, що випускається, і розширення її асортименту за рахунок інновацій;
- модернізація виробничої і соціальної структури організації, а також розвитку інфраструктури.

Первинним у прогнозуванні на даному етапі планування є визначення напрямку удосконалювання продукції, що випускається в галузі, а вторинним є модернізація виробничої та соціальної структури, розвиток інфраструктури. Виявлення необхідності пошуку напрямку удосконалювання творчого потенціалу можливо на підставі «сигналів», що надходять від споживачів продукції і пов'язані зі змінами суспільних потреб, та зміни наших представлень про технічні можливості галузі, пов'язаних з науково-технічним прогресом.

Кінцевою метою прогнозування на цьому етапі планування є визначення виду і створення образу продукції, що буде випускатися в даному циклі творчого потенціалу діяльності організації. Весь процес прогнозування відбувається в декілька етапів:

1. Визначення сукупності властивостей, що визначають напрямки удосконалювання продукції в заданих рамках диверсифікованості.
2. Виявлення групи істотних властивостей із сформульованої сукупності, які забезпечують задоволення найбільш значимих виявлених суспільних потреб.
3. Висування інноваційної і творчої ідеї, у якій визначається, яким чином можуть бути забезпечені виявлені істотні властивості продукції, і тим самим виявляється образ майбутньої продукції, що планується до випуску в даному циклі інтелектуально-інноваційної діяльності.

Наступні кроки планування складаються у визначенні перспективності і комерційної значимості висунутої інноваційної ідеї. Позитивні висновки за цими показниками є підставою для прийняття ідеї до подальшої розробки. Це дозволяє визначитися з тематикою наукових досліджень і конструкторських проробок для одержання технічного рішення проблеми удосконалювання продукції і формування вигляду інновації, створення макетів і дослідних зразків відповідно до технічного втілення ідеї.

Істотно підвищують ефективність виробництва і збуту продукції творчі й інноваційні заходи в інфраструктурі організації, у виробничій сфері та в управлінні організацією. Успішне управління творчим капіталом визначається правильним вибором мети і постановки задач, рішення яких забезпечується реалізацією сукупності заходів у виробничій сфері, інфраструктурі, у системі управління і соціальній структурі організації. На перший план виходить управління розвитком творчого потенціалу персоналу, який розглядається як процес цілеспрямованого впливу на колектив людей, що включає організацію, координацію і забезпечення оптимальних умов розвитку творчого потенціалу для досягнення цілей організації.

Ефективне використання і виробничої, і соціальної структур підприємством залежить від здатності керівництва фірми вчасно і грамотно приймати рішення щодо проведення інноваційних заходів, що удосконалюють стан елементів інфраструктури, які забезпечують виробництво товарів, підвищення їхньої якості і конкурентоздатності в мінливих умовах ринкових відносин. Сукупність творчих заходів і є механізмом, що забезпечує можливість удосконалювати управління творчим потенціалом діяльності організації.

Проведені дослідження дозволили виявити певні складності у впровадженні механізму управління творчим потенціалом на підприємствах, що пов'язані з наступними причинами:

- наявність стратегічних планів розвитку тільки у великих підприємств. Інші підприємства в більшості обмежують свою роботу поточними, короткостроковими планами, у які не включається реалізація значних інноваційних і інвестиційних рішень;
- нестабільний фінансовий стан багатьох підприємств (фактична неплатоспроможність, низька рентабельність операцій і капіталу, дефіцит реальних власних джерел фінансування, незбалансованість вхідних і вихідних фінансових потоків і т.д.);
- високий рівень централізації управління промисловими підприємствами і концентрація в руках вищого керівництва всіх значимих рішень, що не дає можливості реалізації інноваційних ідей;
- низька ефективність багатопрофільних служб і низький рівень їх технічної оснащеності. Будь-яке промислове підприємство має велику кількість структурних підрозділів, що обслуговують основний процес, і їхня діяльність є складно контрольованою;
- технократичний підхід до управління персоналом, що зводиться до підбору кадрів відповідної кваліфікації і їх розміщенню відповідно до оптимального рішення задач організації виробництва і праці, що веде до високого ступеня відчуженості працівника від його трудової діяльності і зниженню творчої активності. Тому основна задача вищого керівництва організацій, що займаються дослідженнями і розробками полягає у створенні сприятливого середовища, спрямованого на забезпечення підтримки і просування нововведень;

- низький рівень мотивації і збільшення середнього віку працівників інноваційної сфери. На багатьох промислових підприємствах він складає більш 45 років, що пов'язано з відтоком молодих кадрів і їх небажанням працювати в організації через нерозмірність витраченої праці матеріальної винагороди;

- опір співробітників змінам, що є фактором, який знижує ефективність впровадження інноваційних підходів на підприємствах;

- низький рівень поінформованості про сучасні методи прийняття рішень. Результати дослідження свідчать, що для прийняття рішень керівникам найчастіше (у 35% випадків) не вистачає знань про досвід рішення подібних задач, тобто процедурних знань, і досить часто (у 28% випадків) не вистачає концептуальних знань, що задають інший масштаб бачення задачі і пояснюють зміст необхідних дій [2].

Для зниження негативного ефекту даних проблем на підприємствах необхідне впровадження сучасних підходів до управління розвитком творчого потенціалу. Як показують дослідження [3], основною базовою теорією з управління креативним потенціалом співробітників є загальна теорія менеджменту, що акцентує увагу суб'єктів управління на проблемі використання креативного потенціалу усіх його співробітників при розробці і прийнятті управлінських рішень, на задачах підвищення їхньої кваліфікації, впровадження в процес управління сучасних методів креативного мислення і прийняття рішень, створення творчої атмосфери усередині колективу, що стимулює розвиток процесу самореалізації і самовдосконалення співробітників.

Проведене дослідження дозволило визначити стратегії управління творчим потенціалом підприємства та основні методи їхньої реалізації в залежності від джерел активізації творчого потенціалу співробітників і факторів впливу зовнішнього середовища (табл. 1).

Таблиця 1

Стратегії управління творчим потенціалом співробітників підприємства

Стратегія управління творчим потенціалом	Орієнтація стратегії	Джерела активізації творчого потенціалу	Методи управління творчим потенціалом
Активізація творчого потенціалу	Рішення проблемної ситуації в організації	Зміна факторів зовнішнього середовища, створюють для підприємства проблеми при відсутності мотивації у співробітників	Методи спрямовані на організацію креативного середовища (метод мозкового штурму, метод синектики), методи оптимізації накопичення та структурування знань про проблеми (ТРВЗ)
Розкриття творчого потенціалу	Розвиток внутрішньої мотивації співробітників щодо застосування творчого підходу у своїй діяльності	Відсутність негативних факторів, здатних знизити ефективність творчого процесу при наявності низького рівня мотивації у співробітників підприємства	Матеріальні методи стимулювання, методи, сприятливі задоволенню соціальних потреб, потреб оцінки творчої діяльності співробітників підприємства
Стимулювання творчого потенціалу	Стимулювання творчої активності співробітників, породженої як внутрішніми, так і зовнішніми факторами	Наявність зовнішнього середовища, сприятливої активізації творчої активності, наявність мотивації у співробітників	Методи спрямовані на організацію креативного середовища, методи, спрямовані на задоволення соціальних потреб, потреб оцінки творчої діяльності співробітників підприємства
Компенсація творчого потенціалу	Підтримка мотивації співробітників та компенсацію їх творчих зусиль	Наявність мотивації у співробітників організації для самореалізації через творчість, навіть коли фактори зовнішнього середовища не тільки не сприяють творчій активності, але і гальмують її	Методи, що сприяють задоволенню оцінки творчої діяльності співробітників, а також їхньої особистої реалізації

Висновки

Таким чином, управління творчим потенціалом співробітників на підприємстві дозволить підвищити його ефективність за рахунок підтримки розробки і впровадження підприємницьких ідей і проєктів на базі технологій менеджменту знань; розвитку системи регулярного менеджменту на основі нормативної бази відносин і розрахунків системи внутрішньофірмового підприємництва з використанням технологій проєктного менеджменту; підвищення мотивації співробітників усіх рівнів за рахунок реалізації потреб росту, розвитку і вільного підприємництва.

Література

1. Бовин А.А. Управление инновациями в организации : учеб. пособие / Бовин А.А., Черединова Л.Е., Якимович В.А. – М. : Омега-Л, 2011. – 252 с.
2. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М. : Экономика, 1998. – 600 с.
3. Стратегический менеджмент творческим потенциалом человеческих ресурсов современных организаций / А.О. Блинов // Вестник ПВГУС. Серия: Экономика. – 2010. – № 6. – С. 12–18.

References

1. Bovin A.A., Cherednikova L.E., Jakimovich V.A. Upravlenie innovacijami v organizacii. Moscow,

Omega-L, 2011, 252 p.

2. Fathutdinov R.A. Innovacionnyj menedzhment. Moscow, Jekonomika, 1998, 600 p.

3. Blinov A.O. Strategicheskij menedzhment tvorcheskim potencialom chelovecheskih resursov sovremennyh organizacij, Vestnik PVGUS, Serija: Jekonomika, 2010, No. 6, pp. 12–18.

Надійшла 04.04.2013; рецензент д. е. н. Ведерніков М. Д.

УДК 168.4:005

I. В. ГРЕЧИНА

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган - Барановського

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗОВАНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

У статті визначені найпоширеніші методи оцінки потенціалу організованості економічної системи. Проведена адаптація підходів до аналізу потенціалу організованості економічної системи у рамках потенціалогічного аналізу. Визначені основні критерії потенціалогічного аналізу потенціалу організованості економічних систем. Пропонована авторська методика кількісного і якісного потенціалогічного аналізу потенціалу організованості економічних систем.

Ключові слова: потенціал, потенціалогічний аналіз, критерії, модальність, потенціалізація, організація, організаційний потенціал.

I. V. GRECHINA

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky

SCIENTIFICALLY-METHODICAL GOING IS NEAR ANALYSIS OF POTENTIAL OF GOOD ORGANIZATION OF ECONOMIC SYSTEM

In the articles certain the most widespread methods of estimation of potential of good organization of the economic system. Conducted adaptation of going near the analysis of potential of good organization of the economic system within the framework to the potential analysis. Certain basic criteria of potential analysis of potential of good organization of the economic systems. Offered authorial methodology of quantitative and quality potential analysis of potential of good organization of the economic systems. The negative line of the offered methodology is an observance of criterion of modality, that gives possibility to investigate judgement of different subjects about the necessary, real or possible state of potential of good organization of enterprise (on the basis of calculation of the indexes offered by methodology). Each of partial indexes, that is included in a calculation carries in itself the certain level of potency that induces another principle of potential analysis - principle of potential to the actions.

Keywords potential, potential, analysis, criteria, modality, organization, organizational potential.

Вступ

Сучасний стан розвитку економіки країни спонукає господарюючих суб'єктів різних форм власності і галузей діяльності до необхідності оцінки потенціалу свого розвитку. Це, у свою чергу, актуалізує проблему розробки якісних науково-методичних підходів до потенціалогічного аналізу потенціалу економічної системи та його головних структурних складових. Відповідно до неї, в першу чергу, слід зупинитись на дослідженні науково-методичних підходів до потенціалогічного аналізу потенціалу організованості економічної системи, як головної рушійної сили розвитку підприємства.

Проблемні питання аналізу потенціалу підприємства розглянуто у роботах провідних економістів України і країн СНД, таких як: І.Г. Яненкової [1], О.І. Маслак [5], В.О. Дмитрієва [6], І.В. Сіменко [7], М.Ю. Істоміної [8], В.М. Лугової [9] та ін. Дослідження підходів різних науковців дозволило всебічно розглянути існуючу проблему та зробити висновок, що ряд питань щодо аналізу потенціалу організованості недостатньо розроблені і досліджені. Особливо гостро ця проблема постає кризь призму розвитку ідей потенціалогічного аналізу, як нового нового виду економічного аналізу. Цей факт свідчить про те, що визначені у статті проблеми, потребують постійного удосконалення.

Метою даної статті є дослідження науково - методичних підходів до аналізу потенціалу організованості економічної системи.

Логіка міркувань призвела до необхідності вирішення наступних завдань: дослідження методів аналізу потенціалу організованості економічної системи; адаптації основних підходів до аналізу організаційних структур у рамках потенціалогічного аналізу; визначення основних напрямків потенціалогічного аналізу потенціалу організованості економічної системи.

Основний розділ

У попередніх дослідженнях було зроблено висновок щодо відсутності спеціалізованого виду аналізу, спрямованого на оцінку потенціалу економічної системи [1]. Було доведено, що виходом із ситуації, яка склалась є необхідність розробки методичного інструментарію потенціалогічного аналізу, який базуючись на основних засадах економічного аналізу реалізує принципи модальності та потенціалізації і тим

самим вносить нові підходи до оцінки основних складових потенціалу підприємства.

Систематизація інформації, стосовно існуючих підходів до оцінки організаційних структур управління дозволяє зробити висновок про наявність великої кількості праць відносно вирішення даної проблеми. Узагальнюючий погляд на авторські підходи дає змогу говорити, що найпоширенішими методами у оцінці потенціалу організованості економічної системи є: кореляційний аналіз, або як відзначено у [2] – побудова кореляційної матриці визначення рівня управлінської ефективності на підприємстві на основі динаміки деяких найважливіших показників; зв'язок з основами синергетики та оцінка впливу зовнішнього середовища на види і форми організаційних структур економічних систем [2, 3]; методи математичного моделювання [3, 4]; експертні методи [4]; теоретико-ігрові напрями: класична теорія ігор, некооперативні ігри, кооперативні ігри, ігри, що повторюються, теорія ієрархічних ігор, рефлексивні ігри [4, 5]; оптимізаційні моделі: дослідження операцій, математичне програмування (лінійне, нелінійне, квадратичне, опукле, стохастичне, динамічне, багатокритеріальне й інші напрями математичного програмування) [5]; теорія оптимізації; дискретна математика; теорія графів, теорія прийняття рішень тощо; теорія контрактів [5, 6]; графоаналітичні моделі організаційних систем, мережеві, матричні та інші табличні й графічні відображення розподілу функцій, повноважень, відповідальності, організаційних зв'язків [6]; створення дерева цілей, що являє собою структурну основу для поєднання всіх видів організаційної діяльності, з урахуванням кінцевих результатів [6, 7]; натурні моделі організаційних структур і процесів, що полягають в оцінці їхнього функціонування в реальних організаційних умовах [7]; математико-статистичні моделі залежностей між результативними факторами організаційних систем і характеристиками організаційних структур [7,8]; кількісні оцінки та нормативний метод [8,9]; метод організаційного розвитку (метод ОР) [10]; SWOT-аналіз [10]; методика «структурних зрізів», моделі «від ідеалу» [11]; інтегральні показники [12].

Отже, існує значна кількість методів, за допомогою яких можна отримати інформацію про рівень досягнення цілей підприємства та працівників, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Однак найбільш прийнятним для цілей дослідження є метод опитування експертів. Експертами виступають працівники системи управління, які володіють інформацією не лише про рівень досягнення власних цілей, задоволення власних потреб, а й про рівень досягнення цілей підприємства [9].

У залежності від цілі аналізу та його суб'єктів існує безліч авторських підходів щодо реалізації пропонованих методів аналізу організаційного потенціалу (за нашим підходом потенціалу організованості). Вони базуються, як вже відзначалося, на синергитичному підході, а також на підходах, які спрямовані на: виокремленні основних проблем, які виникають під час розробки структур управління; відповідності основним закономірностям ієрархічності систем; систематизації факторів, необхідних для аналізу; визначенні критеріїв аналізу та основних позицій щодо оцінки якості організаційної структури управління; розробки основних напрямків аналізу, визначенні пріоритетного значення оцінки зовнішнього середовища тощо за [2–14].

Відзначимо, що динамічність функціонування і розвитку економічних систем, дія апарату управління та найманих працівників спонукають її до швидкого реагування на вплив як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, що робить «можливим» будь-які системні перетворення у бажанні досягнути обраної цілі. Саме це і підтверджено тим фактом, що критерій модальності «можливо», а і відповідно напрям потенціалі – конструювання відзначено «+» за усіма авторськими підходами, що і відрізняє їх від інших критеріїв модальності: «необхідно» і «реально» та напрямків потенціалі – конструювання і деконструкція.

Отже, методика потенціалогічного аналізу потенціалу організованості економічних систем може використовувати (в залежності від суб'єктів і цілей) увесь арсенал методів економічного аналізу з чітким розмежуванням за обраними модальними критеріями і напрямками потенціалі. Це надасть змогу за кожним критерієм і напрямом визначити основні потенції розвитку економічної системи.

За обраним підходом стає важливим визначення критеріїв, за якими здійснюватиметься потенціалогічний аналіз потенціалу системи управління. Критерій (з грецьк. Criterion – ознака, що служить основою оцінки) – міра оцінки, зіставлення явища чи процесу; ознака, що є основою класифікації [92], або критерій (функція цілі, показник) – це спеціальна функція, задана в номінальній, числовій чи кількісній шкалі, областю визначення якої служить сукупність альтернатив [10].

Модальний критерій – міра оцінки ступеню модальності, за якою вибираються ті чи інші засоби досягнення мети. Для суб'єкта модальний критерій стає орієнтиром, до якого має прагнути оцінюване явище у своєму розвитку. Так, модальний критерій тісно пов'язаний з поставленою метою й умовами її досягнення, він повинен фіксувати і вимірювати рівень досягнення визначених цілей.

За своєю природою він є якісно-кількісно визначеним [11]. При розробці модального критерію необхідно керуватись певними правилами [12]: назва модального критерію повинна відповідати сутності (тому, що вимірюється); модальний критерій повинен бути зрозумілим, відповідати певній меті і сприяти підтримці певних стратегій чи ініціатив. Необхідно також встановити, чи можливо визначити даний аспект потенціалу. Якщо так, то за допомогою яких методів. Доцільно встановити, чи можна виразити критерій в математичних термінах, записати формулу, чи зрозуміла система вимірювання, чи зрозуміло, які дані

необхідні для розрахунків. Потрібно ще встановити, чи досить точними будуть отримані дані, чи допустима деяка втрата їх деталізації, визначити, як часто необхідно проводити розрахунки; встановити, чи достатня ця частота для того, щоб відстежити вплив заходів на покращення показників; визначити, звідкіля повинні надходити дані для відстеження критерію; визначити, хто саме відповідає за збір, упорядкування і аналіз даних; яким чином будуть використані отримані дані [10].

За таким підходом головним модальним критерієм потенціалогічного аналізу потенціалу системи управління є рівень гармонії інтересів, потреб, які конкретизуються у соціальних та економічних цілях менеджерів та підприємства.

Як справедливо зазначає В.М. Лугова, в будь-якій системі є певний набір можливостей, досить повна реалізація яких означає гармонійний розвиток системи, а гармонійний розвиток передбачає пошук міри поєднання крайностей, для чого необхідно створення методичних основ пошуку критеріїв гармонізації систем (в тому числі, соціальних) для їх використання на практиці. [9]. Найбільшої життєздатності система досягає лише завдяки високому ступеню відповідності взаємодіючих сторін [14].

Як зазначають автори [2–14] методика оцінки організаційного потенціалу враховує у собі кількісні і якісні методи. Відповідно до цього і методика потенціалогічного аналізу буде будуватися за двома напрямками: кількісні показники аналізу і якісні.

Так, методика кількісного потенціалогічного аналізу потенціалу організованості економічних систем включає послідовну реалізацію названих напрямків таких, як: оцінка кінцевих показників діяльності економічної системи; оцінка компетенцій управлінського персоналу в контексті визначення рівня потенціалу організованості; оцінка компетенцій кадрів в контексті визначення рівня потенціалу організованості; оцінка соціальної відповідальності; побудова кореляційної матриці кількісного потенціалогічного аналізу потенціалу організованості економічних систем.

До складу методики обрані наступні показники кінцевих показників діяльності економічної системи: темп зміни прибутку підприємства, темп зміни вартості ресурсів підприємства, темп зміни обсягу реалізації, питома вага собівартості реалізованих товарів (продукції) в загальному обсязі реалізації, рентабельність реалізації; оцінка компетенцій управлінського персоналу проводиться за допомогою розрахунку: темпу зміни заробітної плати АУП; питомої ваги адміністративних витрат у загальному обсязі реалізації; оцінка компетенцій кадрів в контексті визначення рівня потенціалу організованості проводиться на підставі розрахунку: темпу зміни чисельності персоналу; коефіцієнту структури кадрів; оцінка соціальної відповідальності проводиться за допомогою: темпу зміни заробітної плати працівників; коефіцієнту рівня освіти працівників; коефіцієнту середнього стажу; коефіцієнту статевого складу; коефіцієнту середнього віку. Далі, за кожним з чотирьох напрямків розраховуються загальні середні коефіцієнти, а саме: ОКП – середній коефіцієнт оцінки кінцевих показників діяльності ЕС; ОКУП – середній коефіцієнт оцінки компетенцій управлінського персоналу; ОКК – середній коефіцієнт оцінки компетенцій кадрів; ОСВ – середній коефіцієнт оцінки соціальної відповідальності.

У якості узагальнюючого показника пропонується побудова кореляційної матриці кількісного потенціалогічного аналізу потенціалу організованості економічних систем яка узагальнює і взаємопов'язує у собі обрані показники: КМКПАПОЕС або КМКПАПОЕС.

Висновки

Відмітною рисою пропонованої методики є дотримання критерію модальності, який надає змогу дослідити судження різних суб'єктів про необхідний, реальний або можливий стан потенціалу організованості підприємства (на підставі розрахунку показників, пропонованих методикою). Кожен з часткових показників, який входить до розрахунку несе у собі певний рівень потенції, що спонукає до дій ще один принцип потенціалогічного аналізу – принцип потенціації.

Перспективами подальших досліджень є розробка методики потенціалогічного аналізу потенціалу функціональних зв'язків економічної системи, який тісно пов'язаний з організаційним.

Література

1. Гречина І.В. Теоретичні засади аналізу потенціалу економічних систем / І.В. Гречина // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр.– Донецьк : ДонНУЕТ, 2012. – Вип. 35, т. 1. – С.108–114.
2. Яненко І.Г. Синегетичний ефект застосування організаційного ресурсу на різних рівнях управління інноваційною діяльністю / І.Г. Яненко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 10 (111). – С. 82–92.
3. Новиков Д.А. Теория управления организационными системами / Д.А. Новиков. – М. : МПСИ, 2005. – 584 с.
4. Morton T.E., Pentico D.W. Heuristic Scheduling Systems // Wiley Series in Engineering and Technology Management. – New York. – 1993. – Pp. 35 – 47.
5. Маслак О.І. Формування новітніх організаційних структур у промисловості / О.І. Маслак // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 1 (118). – С. 105–112.
6. Дмитриев В.А. Современные подходы к оценке действующей организационной структуры

управлення строительного предприятия [Электронный ресурс] / В.А. Дмитриев – Режим доступа : www.appraiser.ru/UserFiles/File/Conference

7. Сіменко І.В. Якість організаційної структури управління суб'єктом господарювання: аспекти і параметри оцінки / І.В. Сіменко // Актуальні проблеми економіки . – 2009. – № 12 (102). – С.106 – 113.
8. Істоміна М.Ю. Технологія дослідження організаційно – управлінського потенціалу підприємства / М.Ю. Істоміна // "Управління розвитком". – 2011. – № 17 (114). – С. 88–91.
9. Лугова В.М. Оцінка результативності механізму мотивації управлінського потенціалу / В.М. Лугова // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр.– Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – Вип. 33, Т. 2. – С.148–152.
10. Социологический энциклопедический словарь. – М. : Изд. НОРМА, 2000. – 488 с.
11. Варфоломеев В. И. Принятие управленческих решений : [учебн.] / В. И. Варфоломеев, С. Н. Воробьев. – М. : КУДИЦ-ОБРАЗ, 2001. – 288 с.
12. Экономическая и социальная эффективность социалистического воспроизводства / [З. Ковачев, Т. Пачев, Г. Минчев и др.]. – М. : Экономика, 1985. – 191 с.
13. Дерлоу Д. Ключові управлінські рішення. Технологія прийняття рішень / Д. Дерлоу ; [пер. з англ. Р. А. Семків, Р. Л. Ткачук]. – К. : Всеуито; Наукова думка, 2001. – 424 с.
14. Мещеряков В. Т. Соответствие как соотношение и принцип / В. Т. Мещеряков. – Л. : Наука, 1975. – 104 с.

References

1. Grechina I.V. Theoretical principles of analysis of potential of the economic systems. Sbornik tezisov dokladov trade and market of Ukraine: Sbornik tezisov sciences.- Donetsk: DonNYEN, 2012. – V. 35, т. 1. – of p.108-114.[in Ukrainian]
2. Yantnkova I.G. Sinergistscal effect of application of organizational resource is on different levels of management innovative. Kyiv, Actyaliti prodlevs of ekonomika. – 2011. – № 10 ((111)), of p. 82 – 92. [in Ukrainian]
3. Novikov D. A. Teoriy of by management the organizational systems. - М. : МПСИ, 2005. of p. 584. [in Ukrainian]
4. Morton T.E., Pentico D.W. Heuristic Scheduling Systems // Wiley Series in of Engineering of and of Technology Management. – New York. – 1993. – Pp. 35 – 47. [in USA]
5. Maslak O.I. Forming of the newest organizational structures is in industry. Kyiv, Actuality problems of economic. – 2012. – № 1 ((118)), of p. 105 – 112. [in Ukrainian]
6. Dvitriev V. A. Modern going near an estimation operating organizational structure managements of building enterprise. - www.appraiser.ru/UserFiles/File/Conference [in Russian]
7. Simenko I.V. Quality of organizational structure of management of ménage subject: aspects' and parameters of estimation. Kyiv, Actuality problems of economic. – 2009. – № 12 ((102)), of p. 106 – 113. [in Ukrainian]
8. Istomina M. U. Technology of research of organizationally – administrative potential of tnterprise. of "Management development". Kyiv, – 2011. – № 17 (114). of p. 88 – 91. p. 90.
9. Pratal V.M. Estimation of effectiveness of mechanism of motivation of managerial staff. Sbornik tezisov dokladov trade and market of Ukraine: Sbornik tezisov sciences. – Donetsk : DonNYEN, 2011. – V. 33, т. 2. – of p. 148–152. [in Ukrainian]
10. The sociological encyclopaedic dictionary. – М. : of Publ. NORM, 2000. of p. 488. [in Russian]
11. Varfolomeev V. I., Vorobev S.N. Acceptance of administrative decisions. – Moscov. – М. : of Kydic – obraz, 2001. of p. 288. [in Russian]
12. Kovachev Z., Pachev T., Minachev G. Economic and social efficiency of socialistic reproduction. – Moscov. - М. : of Ecjnjmica, 1985. of p. 191. [in Russian]
13. Derlou Д. The Key administrative decisions. Technology of making decision. – Kyiv. : Vseyvito; Scientific thought, 2001. of p. 424. [in USA]
14. Mecherykov V. T. Accordance as correlation and principle. - L. : Science, 1975. of p. 104. [in Russian]

Надійшла 15.04.2013; рецензент: д. е. н. Петренко С. М.

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ CRM-СИСТЕМ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

У статті висвітлено стан розвитку CRM-систем в Україні та світі. Визначені основні гравці ринку та споживачі CRM-систем. Розглянуто CRM-системи, які застосовуються підприємствами різних сфер діяльності.

Ключові слова: CRM-система, SaaS-рішення, операційний CRM, аналітичний CRM.

K. V. GURDJIAN

Kyiv National University of Trade and Economics

STATUS AND DEVELOPMENT OF CRM-SYSTEMS IN UKRAINE AND ABROAD

The article highlights the status and development of CRM-systems in Ukraine and abroad. CRM-systems, which are used by enterprises of various spheres of activity are considered. The main market players and consumers of CRM-systems in Ukraine and abroad are determined. For better understanding of the customer relationship management systems the nature, types, functions and importance of them are highlighted. Also the article defines the role of CRM-systems in the marketing of the company. Particular attention is paid to the constraints of Ukrainian market of CRM-systems. Also the article highlights the status and development of SaaS-systems in Ukraine and abroad.

Keywords: CRM-system, SaaS-resolutions, operational CRM, analytical CRM.

Вступ

Постановка проблеми. В умовах загострення конкуренції та інформатизації суспільства керівникам підприємств необхідно спрямовувати маркетингову діяльність на утримання існуючих споживачів та залучення нових. Для досягнення цієї мети важливим є впровадження систем управління відносинами зі споживачами (CRM-систем), які дозволяють автоматизувати бізнес-процеси підприємства, забезпечуючи взаємодію усіх його структурних підрозділів. За допомогою CRM-систем можливим є підвищення якості обслуговування та рівня задоволеності споживачів, стабілізації обсягів продажу та прибутку, а також підвищення конкурентних позицій підприємства на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку CRM-систем основну увагу приділяють практикуючі маркетологи, статті яких можна знайти у спеціалізованих періодичних виданнях та інтернет-ресурсах. Статистичні дослідження ринку CRM-систем проводять такі американські підприємства, як: Gartner Inc. та International Data Corporation (IDC), які спеціалізуються на дослідженнях ринку інформаційних технологій.

Аналітики Gartner Inc. відмічають підвищення уваги підприємств до CRM-систем, які вважають, що вдосконалення систем управління відносинами зі споживачами здатне кардинально покращити бізнес-показники діяльності підприємства. Слід зазначити, що керівники українських підприємств ключовим напрямом для інвестицій в найближчі п'ять років вважають CRM - системи.

Окрім цього, за результатами щорічного опитування IT-директорів Gartner Inc. серед пріоритетних бізнес-додатків CRM-системи перемістилися з 18 місця в 2011 році на 8 місце в 2012 році. Цьому також сприяє впровадження мобільних та соціальних технологій. [1]

Постановка завдання. Слід відмітити, що незважаючи на активний розвиток CRM-систем в світі, в Україні цей ринок ще знаходиться на стадії зародження. Основними стримуючими факторами розвитку CRM-систем в Україні є недостатнє висвітлення теоретичних та практичних аспектів CRM в українській літературі, а також нерозуміння керівництвом підприємств економічної доцільності впровадження таких систем. Метою статті є визначення сутності та функцій CRM-систем, висвітлення стану та тенденцій їх розвитку в Україні та світі.

Основний розділ

Виклад основного матеріалу дослідження. Основна відмінність CRM-систем від всіх інших інформаційних систем полягає в тому, що CRM-системи спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємств, тоді як інші системи (напр., ERP) спрямовані на мінімізацію витрат підприємства. [2] Таким чином, CRM-системи – це інформаційні технології, що дозволяють формалізувати й автоматизувати різні аспекти взаємодії зі споживачами підрозділів маркетингу, продажів та сервісного супроводу на основі автоматичних/ автоматизованих процесів (в тому числі збутових) та єдиного «інформаційного простору» підприємства. Тобто відбувається консолідація всієї інформації про кожного споживача шляхом обміну даними з іншими інформаційними системами. [3]

Фахівці в галузі CRM стверджують, що протягом наступних років CRM-системи складатимуться з 11 функцій, описаних нижче. Дана класифікація запропонована Бартоном Голденбергом, одним з провідних світових експертів в області CRM-систем, президентом компанії ISM Inc.:

1. Функціональність продажів: управління контактами, введення замовлень споживачів, створення

комерційних пропозицій.

2. Функціональність управління продажем: аналіз та прогнозування продаж.
3. Функціональність продажів по телефону: створення та розподіл списку потенційних споживачів, автоматичний набір номерів, реєстрація дзвінків, прийом замовлень.
4. Управління часом.
5. Функціональність підтримки та обслуговування споживачів: реєстрація замовлень та контроль їх виконання, управління скаргами.
6. Функціональність маркетингу: управління маркетинговими кампаніями, сегментація споживачів, створення та управління списком потенційних споживачів.
7. Функціональність для вищого керівництва: розширена та легка у використанні звітність.
8. Функціональність інтеграції з ERP-системами: інтеграція з бек-офісом, Інтернетом, зовнішніми даними.
9. Функціональність синхронізації даних: синхронізація з мобільними користувачами та портативними пристроями, всередині підприємства з іншими базами даних.
10. Функціональність електронної торгівлі: управління транзакціями через Інтернет.
11. Функціональність для мобільних продажів: генерація і робота із замовленнями, передача інформації торговим представникам поза офісом в режимі реального часу за допомогою мобільних пристроїв. [4]

Щоб повною мірою використовувати описані вище функції, CRM-система повинна володіти функцією розмежування прав. Керівники підприємств за допомогою даної функції можуть контролювати доступ до контактів та операцій своїх співробітників, призначати відповідальних та ставити завдання підлеглим. [5]

За даними Gartner Inc. світовий ринок CRM-систем в 2011 році склав 12,6 млрд. дол. США, а за даними IDC – 19,1 млрд. дол. США, що на 11,2% більше ніж у 2010 році. Слід зазначити, що послуги з впровадження CRM-систем аналітики оцінили окремо в 50 млрд. дол. США, що на 13,5% перевищує аналогічний показник у 2010 році [6].

Світовий ринок CRM-систем ще далекий від консолідації, хоча більше його половини займають провідні вендори (постачальники) (рис. 1). Найбільша частка ринку належить компаніям SAP (18,3%), Salesforce.com (17%) та Oracle / Siebel (15,9%). Іншу частину ринку ділять 450 вендорів. За даними дослідницької компанії IDC частка ринку цих трьох лідерів ринку CRM-систем є значно меншою: Oracle - 11%, SAP - 9,9%, Salesforce.com - 9,5%.

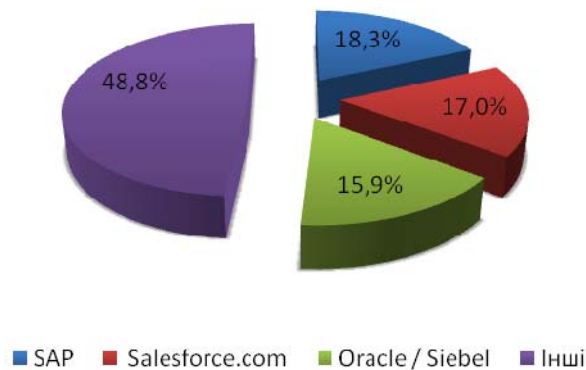


Рис. 1. Провідні вендори ринку CRM-систем у 2011 році (за даними Gartner Inc.) [7]

В основному зазначені лідери домінують в якомусь одному географічному сегменті. Компанія Oracle має найбільш міцні позиції в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні (за винятком Японії), інша, Salesforce.com, закріпилася в Північній Америці та Японії, а компанія SAP – переважно в Європі, на Близькому Сході, в Африці та Латинській Америці. [7]

CRM-системи, що пропонуються західними постачальниками, можна класифікувати за чотирма основними категоріями:

1. Автоматизація діяльності маркетингу (MA, Marketing Automation). Такі системи дозволяють створювати маркетингові матеріали та керувати ними (в тому числі займатися автоматичною розсилкою), генерувати списки цільової аудиторії, виявляти та аналізувати вимоги споживачів, організувати маркетингові кампанії та прогнозувати їх результати.

2. Автоматизація служби підтримки й обслуговування споживачів (CSA, Customer Service Automation та CSS, Customer Service Support). Ці системи дозволяють проводити моніторинг якості надання послуг, потреб споживачів та рівня їх задоволеності, вести базу даних споживачів, контролювати процес виконання замовлень та управляти ними в залежності від цінності споживача. За допомогою цієї системи можливим є обслуговування споживачів в режимі реального часу.

3. Центр обробки викликів, контакт-центри (Call/ Contact Center Management). Сучасні call-центри здатні не тільки приймати та обробляти замовлення, що надходять за телефоном, але використовувати для контактів зі споживачами звичайну пошту, факсимільний та мобільний зв'язок, Інтернет, SMS і т.д. Сучасні центри обслуговування викликів, що використовують одночасно різні види комунікацій, прийнято називати контакт-центрами. Організація єдиного контакт-центру дозволяє скоротити час обслуговування споживачів та забезпечити єдність роботи, уникаючи дублювання функцій різних підрозділів підприємства, а також посилити контроль за роботою співробітників і підвищити рівень керованості колективом.

4. Автоматизація діяльності торгових представників (SFA, Sales Force Automation). Ці системи дозволяють вести календар подій, управляти діяльністю агентів та продавців, формувати звіти, автоматично генерувати комерційні пропозиції та інше. Окрім цього за допомогою цих систем можливо підвищити точність прогнозів продажу на основі даних маркетингових досліджень, що проводилися підприємством, а також в результаті аналізу звітності циклу продажів можливо визначити перспективи подальшого розвитку підприємства. [3]

У 2011 році темп зростання обсягів виручки від реалізації деяких з перерахованих вище категорій CRM-системи, а саме MA-, CSA- та SFA-систем, перевищив темп зростання обсягів виручки від реалізації додатків для контакт-центрів. Частка цього сегмента (додатки для контакт-центрів) в загальному обсязі ринку в 2011 році знизилася на 1,4%.

На світовому ринку CRM-системи використовують 95% великих корпорацій з доходом понад один мільярд доларів, які і забезпечують 70% ринку CRM. Серед середніх підприємств CRM-системи використовують близько 60%, а серед малих – не більше 25%. Основними користувачами CRM-систем залишаються банки, страхові компанії, установи охорони здоров'я, галузь високих технологій, роздрібні підприємства та автодилери. Що стосується географічного розподілу, то близько половини ринку припадає на США, 40% - на Європу, включаючи Росію, та 10% – на Азію. [7]

За оцінками групи компаній Tegrasoft обсяг українського ринку CRM-систем в 2011 р. склав близько 14 млн. дол. США, в свою чергу компанія «Е-Консалтинг» оцінює вітчизняний ринок у 18 млн. дол. США, а консалтингова компанія «Ареон Консалтинг» вважає, що загальний обсяг ринку, як і раніше, не перевищує 10 млн. дол. США.

Чим вище конкуренція в галузі та залежність бізнесу від якості та зростання бази споживачів, тим активніше її представники впроваджують CRM-системи. Найактивнішими користувачами CRM-систем є представники великого бізнесу, а малий та середній бізнес є слабо помітним на ринку та становить не більше 10%.

Костянтин Щербина, директор департаменту Microsoft Business Solutions компанії «Майкрософт Україна» відзначає, що традиційно найбільший попит на CRM-системи спостерігається з боку фінансового сектору – банків, страхових та лізингових підприємств, а також підприємств таких висококонкурентних галузей, як професійні послуги (реклама, маркетинг, мас-медіа), IT, телекомунікації. Слід відзначити інтерес до CRM-систем з боку підприємств торгівлі, дистрибуції та фармацевтики.

Підприємства з довгим циклом продажу (дистрибуція, виробництво, IT, продаж машин, обладнання або матеріалів) надають перевагу операційним CRM-системам, до яких відносяться системи автоматизації маркетингу, продажів та сервісу, системи інтеграції фронт-офісних та облікових підсистем, власне облікові системи, що зберігають та обробляють фінансову інформацію про споживачів. Споживачами результатів автоматизації даного рівня є безпосередні виконавці – співробітники відділів, що працюють зі споживачами: маркетологи, менеджери з продажу, секретарі, керівники відповідних лінійних підрозділів, комерційний директорат, служба сервісної підтримки.

А підприємства з великою кількістю споживачів (банки, телекомунікаційні компанії та мережі ресторанів) частіше надають перевагу аналітичним CRM-системам, інтегрованими з банківськими або білінговими системами. Аналітичні CRM-системи передбачають автоматизацію управлінських процесів, пов'язаних із глибоким аналізом даних бази споживачів підприємства. Споживачами результатів автоматизації даного рівня є найчастіше керівники, що займаються стратегічним управлінням підприємства.

CRM-системи у вигляді сервісу (SaaS-рішення, Soft as a service) на українському ринку мають низький попит. Темпи зростання частки ринку SaaS-рішень гальмують упередження про небезпеку зберігання даних в хмарі та складності інтеграції SaaS-рішень з існуючими системами. За прогнозами Tegrasoft в Україні підвищення уваги підприємців до SaaS-рішень відбудеться через 2-3 роки. [8, 9]

Слід зазначити, що в світі SaaS-рішення займають 34% ринку CRM-систем, але за темпом зростання цей сегмент втричі випереджає сектор традиційних систем. Gartner прогнозує, що до 2020 року більше половини ринку CRM-систем буде припадати на хмарні технології. [10]

Висновки

Висновки. Підводячи підсумок, можна зазначити підвищення уваги підприємців до CRM-систем як в світі, так і в Україні. Основними гравцями ринку CRM є SAP, Salesforce.com та Oracle / Siebel, а основними користувачами CRM-систем – великі підприємства висококонкурентних галузей. Найбільший темп зростання обсягів виручки від реалізації характерний для систем автоматизації діяльності маркетингу, торгових представників, служби підтримки і обслуговування споживачів. Слід відмітити тенденцію зростання популярності CRM-систем у вигляді сервісу. Впровадження CRM-систем дозволяє будувати

відносини з існуючими споживачами та залучати нових в результаті налагодження взаємодії як всередині підприємства, так і з контактними аудиторіями.

Література

1. CRM (мировой рынок). Главные тенденции рынка 2012 [Електронний ресурс] / ФБ Консалт. – Режим доступу : <http://www.fbconsult.ru/crm-mirovoi-rynok-glavnye-tendentsii-rynka-2012>
2. Сосновская О. Что такое ERP [Електронний ресурс] / О. Сосновская // Тематический портал ERP-система. – Режим доступу : <http://erp.web-3.ru/html/>
3. Миндалев И.В. Управление информационными процессами [Електронний ресурс] / И.В. Миндалев // Красноярский государственный аграрный университет. – Режим доступу : <http://www.kgau.ru/istiki/uiip/index.html>
4. Функции CRM-систем [Електронний ресурс] / CRM Online – независимый CRM-портал. – Режим доступу : <http://www.crmonline.ru/crm/functions/>
5. Тиунов Д. Основные функции CRM-систем [Електронний ресурс] / Д. Тиунов // Sails CRM – онлайн CRM-система для малого бизнеса. – Режим доступу : <http://sails-crm.com/blog/2012/12/29/basic-functions-of-crm-systems/>
6. Gartner: приоритет в закупках корпоративных приложений будет отдан CRM [Електронний ресурс] / Издательство «Открытые системы». – Режим доступу : <http://www.osp.ru/news/2013/0306/13017782/>
7. CRM (мировой рынок) [Електронний ресурс] / TAdviser – портал выбора технологий и поставщиков. – Режим доступу : http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:CRM_%28%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%29#2011
8. Как развивается украинский рынок CRM-систем [Електронний ресурс] / Компьютерное обозрение. – Режим доступу : http://ko.com.ua/kak_razvivaetsya_ukrainskij_rynok_crm-sistem_65783
9. Как развивается украинский рынок CRM-систем [Електронний ресурс] / Информационный портал. – Режим доступу : http://crm.com.ua/index.php?lang_id=1&content_id=1689
10. Кому выгодна Saas CRM [Електронний ресурс] / TAdviser – портал выбора технологий и поставщиков. – Режим доступу : http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83_%D0%B2%D1%8B%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0_SaaS_CRM%3F

References

1. CRM (mirovoy rynok). Glavnye tendencii rynka 2012 from FB Konsalt Web Resource. URL <http://www.fbconsult.ru/crm-mirovoi-rynok-glavnye-tendentsii-rynka-2012> Date of access: 03.28.2013.
2. Sosnovskaya O. Chto takoe ERP from tematicheskii portal ERP-sistema Web Resource. URL <http://erp.web-3.ru/html/> Date of access: 03.28.2013.
3. Mindalev I.V. Upravlenie informatsionnymi protsesami from Krasnoyarskiy gosudarstvenniy agrarniy universitet Web Resource. URL <http://www.kgau.ru/istiki/uiip/index.html> Date of access: 03.28.2013.
4. Funktsii CRM-sistem from CRM Online – nezavisimiy CRM-portal Web Resource. URL <http://www.crmonline.ru/crm/functions/> Date of access: 03.28.2013.
5. Tiunov D. Osnovnie funktsii CRM-sistem from Sails CRM – on-layn CRM-sistema dlya malogo biznesa Web Resource. URL <http://sails-crm.com/blog/2012/12/29/basic-functions-of-crm-systems/> Date of access: 03.28.2013.
6. Gartner: prioritet v zakupkah korporativnykh prilogeniy budet otdan CRM from Izdatelstvo “Otkrytye sistemy” Web Resource. URL <http://www.osp.ru/news/2013/0306/13017782/> Date of access: 03.28.2013.
7. CRM (mirovoy rynok) from TAdviser – portal vybora tehnologiy i postavschikov Web Resource. URL http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:CRM_%28%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%29#2011 Date of access: 03.28.2013.
8. Kak razvivaetsya ukrainskiy rynok CRM-sistem from Komputernoe obozrenie Web Resource. URL [http://ko.com.ua/kak_razvivaetsya_ukrainskiy_rynok_crm-sistem_65783](http://ko.com.ua/kak_razvivaetsya_ukrainskij_rynok_crm-sistem_65783) Date of access: 03.28.2013.
9. Kak razvivaetsya ukrainskiy rynok CRM-sistem from informatsionniy portal Web Resource. URL http://crm.com.ua/index.php?lang_id=1&content_id=1689 Date of access: 03.28.2013.
10. Komu vygodna Saas CRM from TAdviser – portal vybora tehnologiy i postavschikov Web Resource. URL http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%83_%D0%B2%D1%8B%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D0%B0_SaaS_CRM%3F Date of access: 03.28.2013.

Надійшла 12.04.2013; рецензент: д. н. д. у. Ромат Є. В.

ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ РОЗВИТКУ ГАЗОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В роботі визначався вплив часткових рівнів розвитку окремих груп показників діяльності підприємства, розрахованих за допомогою таксономічних процедур, на його загальний рівень розвитку. В результаті аналізу щільності зв'язку визначено показники, які слід розвивати та покращувати для виявлення резервів та потужностей збільшення прибутковості і підвищення ефективності подальшої діяльності об'єкта.

Ключові слова: таксономія, таксономічні процедури, рівень розвитку, щільність зв'язку.

N. A. DALIAK

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

RESEARCH OF LEVEL OF DEVELOPMENT OF UKRAINIAN GAS-TRANSPORT ENTERPRISES

The primary purpose of research is an estimation of dynamics of level of development of gas-transport enterprises for discovering reserves and powers of profitability enhancement and increasing efficiency of their subsequent activity. The taxonomical index of level of development serves for statistical description of great number of objects. With his help influence of partial levels of development of separate groups of performance of enterprise indicators was determined, on his general level of development. On the basis of calculation of pair correlation the analysis of crowd conditions of connection is conducted between separate partial indexes and general level of development. This methodology can be used for the estimation of level of development of both separate index (whether groups), and on the whole enterprises with the subsequent exposure of intercommunications and influences between factors, and also for comparison of levels of development of a few enterprises oil and gas industry and exposure of most perspective from them. The got results allow to specify the certain groups of indexes the improvement of which will promote the general level of development of object.

Keywords: taksonomiya, taxonomical procedures, level of development, closeness of connection.

За роки незалежності в Україні відбулися глибокі економічні зміни, обумовлені реформуванням адміністративно-командної економіки в ринкову, що значною мірою змінило інфраструктуру ринку, умови функціонування всіх її складових. Однак загальносистемна криза, зокрема, криза управління економічною системою країни призвела до втрати стабільних позицій навіть пріоритетних галузей економіки [2]. Пасивна державна політика розвитку підприємств нафтогазового комплексу, обтяжена хронічною недостатністю фінансових ресурсів, змусила їх шукати власні шляхи виходу зі сформованої ситуації, не сподіваючись на дотації «зверху».

Необхідність ефективного управління газотранспортним підприємством обумовлена, перш за все, природою такої економічної системи як нафтогазова галузь, яку навіть у разі наявності найглибшої кризи не можна вивести з економічного простору країни шляхом ліквідації. Тому дослідженням в даній області на сучасному етапі розвитку України надається важливе значення. Особливої актуальності набувають питання, пов'язані з виявлення резервів та потужностей збільшення прибутковості і підвищення ефективності подальшої діяльності підприємств [4].

Теоретико-методологічними проблемами управління складними економічними системами, а також проблемами оцінки можливого їх розвитку присвячені роботи таких зарубіжних і вітчизняних вчених як О. О. Богданов, А. Г. Грязнова, П. Ф. Друкер, В. І. Скурихін, М. О. Кизим, А. П. Градов, В. Плюта, О. В. Раєвнева, Л. А. Растригін, О. М. Тридід, О. І. Пушкар, Е. А. Уткін, Й. Шумпетер і багатьох інших.

Для зіставлення об'єктів, що характеризуються великою кількістю показників, найчастіше застосовуються таксономічні процедури. Один із перших методів дослідження багатомірних об'єктів був запропонований З. Хельвігом [3, с. 15]. Таксономічний показник рівня розвитку являє собою синтетичну величину, що дозволяє з його допомогою впорядкувати елементи даної сукупності. Вибір даного математичного інструментарію обґрунтований специфікою підприємства, поведінка якого в часі описується складною сукупністю різномірних показників, що дозволяє розглядати його як багатовимірний об'єкт.

Алгоритм визначення модифікованого рівня розвитку виглядатиме наступним чином (рис. 1).

Модифікований рівень розвитку відображає комплексний вплив груп чинників, що характеризують або окремі показники діяльності підприємства, або підприємство у цілому, і дозволяє отримати однозначну кількісну оцінку рівня його становища на певний момент часу. Провівши аналіз основних показників діяльності підприємства, пропонується виділити часткові інтегральні показники по наступних групах: „Доходи” (P^A), „Витрати” (P^B), „Праця та заробітна плата” ($P^{3/1}$), „Персонал” (P^{II}), „Фінансові розрахунки” ($P^{Фр}$), „Транспортування” (P^{Tr}), „Капітальне будівництво” ($P^{К/6}$).

Для побудови моделі передбачається використання методів економетричного аналізу. Метою моделі є знаходження параметрів, що дозволяють оцінити вплив стану кожної групи показників діяльності

підприємства на загальне його становище:

$$P^{Заг} = f(P^D; P^B; P^{3/n}; P^I; P^{Ф/р}; P^{Тр}; P^{К/б})$$

Сформовано групу часткових показників, які мають вплив на рівень розвитку підприємства.

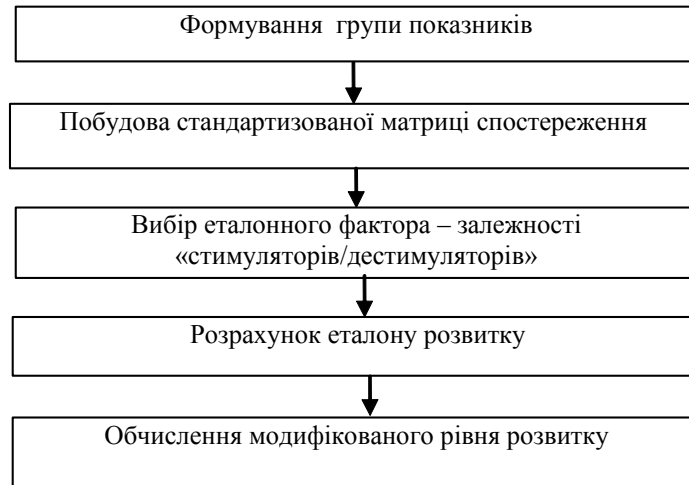


Рис.1. Алгоритм визначення модифікованого рівня розвитку [1, с.35]

Група показників, яка відображає рівень розвитку підприємства за рахунок «Доходів»: Д1 - доходи від транспортування газу для промислових підприємств; Д2 - доходи від транспортування газу для котельних промислових підприємств; Д3 - доходи від транспортування газу для підприємств господарств комунально-побутового сектору; Д4 - доходи від транспортування газу для нерезидентів; Д5 - інші доходи.

Група показників, яка відображає рівень розвитку підприємства за рахунок „Витрат”: В1 - витрати по собівартості; В2 - технологічні потреби; В3 - затрати матеріалів; В4 - затрати електроенергії; В5 - оплата послуг сторонніх організацій; В6 - соціальні нарахування; В7 - амортизація; В8 – інші.

Група показників, яка відображає рівень розвитку підприємства за рахунок „ Праці та заробітної плати”: Зп1 - кошти, що направлені на споживання; Зп2 - основна оплата праці; Зп3 - додаткова оплата праці; Зп4 - грошові виплати та заохочення; Зп5 - середньомісячна заробітна плата; Зп6 - продуктивність праці.

Група показників, яка відображає рівень розвитку підприємства за рахунок „ Персоналу ”: П1 - середньо облікова чисельність штатних працівників облікового складу; П2 - номінальний фонд робочого часу 1 працівника; П3 - реальний фонд робочого часу 1 працівника ; П4 - загальна чисельність працівників; П5 – чисельність апарату управління ; П6 - кадровий резерв.

Група показників, яка відображає рівень розвитку підприємства за рахунок „Податків (Фінансові розрахунки)”: Фр1 – бюджетні виплати; Фр2 - податок з доходів фізичних осіб; Фр3 - інших податків та зборів до місцевого та державного рівня; Фр4 - виплати в Пенсійний фонд ; Фр5 - внески до фондів соціального страхування.

Група показників, яка відображає рівень розвитку підприємства за рахунок „Транспортування”: Т1 – транспортування товарного газу ; Т2 – транспортування споживачам України ; Т3 - транспортування споживачам Молдови ; Т4 - транспортування УМГ "Львівтрансгаз"; Т5 - транзит газу на експорт; Т6 - транспортування іншим споживачам ; Т7 – транспортування структурним підрозділам.

Група показників, яка відображає рівень розвитку підприємства за рахунок „Капітального будівництва”: Кб1 - виконання будівельно – монтажних робіт; Кб2 - введено основних фондів ; Кб3 - капітальний ремонт за рахунок капітальних інвестицій; Кб4 - ремонт основних фондів за рахунок поточних витрат; Кб5 - капітальних вкладень на проектно-пошукові роботи за планами капітального будівництва.

Комплекс моделей оцінки стану окремих чинників діяльності підприємства:
по групі „Доходи ”:

$$P^D = f(D1; D2; D3; D4; D5)$$

по групі „Витрати ”:

$$P^B = f(B1; B2; B3; B4; B5; B6; B7; B8)$$

по групі „Праця та заробітна плата”:

$$P^{3/n} = f(3п1; 3п2; 3п3; 3п4; 3п5; 3п6)$$

по групі „Персонал”:

$$P^{П} = f(П1; П2; П3; П4; П5; П6)$$

по групі „Фінансові розрахунки”:

$$P^{Ф/р} = f(Фр1; Фр2; Фр3; Фр4; Фр5)$$

по групі „Транспортування”:

$$P^{Тр} = f(Т1; Т2; Т3; Т4; Т5; Т6; Т7)$$

по групі „Капітальне будівництво”:

$$P^{К/б} = f(Кб1; Кб2; Кб3; Кб4; Кб5)$$

Комплекс моделей оцінки загального рівня розвитку підприємства:

$$P^{3az} = f(Д1; Д2; Д3; Д4; Д5; В1; В2; В3; В4; В5; В6; В7; В8; 3п1; 3п2; 3п3; 3п4; 3п5; 3п6; П1; П2; П3; П4; П5; П6; Фр1; Фр2; Фр3; Фр4; Фр5; Т1; Т2; Т3; Т4; Т5; Т6; Т7; Кб1; Кб2; Кб3; Кб4; Кб5)$$

Факторами, за якими проведена побудова, є відповідні річні значення груп показників діяльності підприємства.

Рівень розвитку окремих груп показників та загального рівня розвитку УМГ «Прикарпаттрансгаз» за 2010-2012 роки наведений у таблиці 1.

Інтерпретуємо наступним чином: дана група показників тим більш розвинена, чим ближче значення показника рівня розвитку до одиниці.

Таблиця 1

Рівень розвитку окремих груп показників та загального рівня розвитку УМГ «Прикарпаттрансгаз»

	$P^Д$	$P^В$	$P^{3/n}$	$P^П$	$P^{Ф/р}$	$P^{Тр}$	$P^{К/б}$	P^{3az}
2010	0,507	0,645	0,245	0,563	0,266	0,389	0,333	0,328
2011	0,148	0,329	0,308	0,145	0,275	0,082	0,752	0,099
2012	0,251	0,183	0,725	0,320	0,059	0,319	0,244	0,157

Проведемо аналіз щільності зв'язку між окремими частковими показниками і загальним рівнем розвитку, для чого використаємо коефіцієнт парної кореляції (табл. 2).

Таблиця 2

Щільність зв'язку між рівнем розвитку певної групи показників і загальним рівнем розвитку без урахування інших факторів

Групи показників	Значення коефіцієнта парної кореляції
Доходи	0,999454
Витрати	0,844536
Праця та заробітна плата	-0,38375
Персонал	0,983519
Фінансові розрахунки	0,233081
Транспортування	0,837175
Капітальне будівництво	-0,57086

Аналіз даних таблиці 2 свідчить, що найбільша щільність зв'язку між загальним рівнем розвитку підприємства і рівнями розвитку окремих груп показників «Доходи», «Персонал», «Витрати», «Транспортування». Тому саме на такі показники слід звернути особливу увагу - розвивати та покращувати їх для підвищення загального рівня розвитку підприємства.

Таким чином, запропонована модель дає можливість відстежити причини виникнення негативних явищ у діяльності об'єкта, запобігти їхній появі, а також розробити комплекс відповідних управлінських

впливів для надання підприємству вектора позитивного розвитку.

Практична значимість результатів дослідження полягає і в тому, що методика визначення модифікованого рівня розвитку може застосовуватися для оцінки рівня розвитку як окремого показника (чи групи), так і загалом підприємства з подальшим виявленням взаємозв'язків і впливів між факторами. Отримані результати дозволяють конкретизувати певні групи показників, покращення яких підвищить загальний рівень розвитку об'єкта.

У подальшому дана методика також може застосовуватися для порівняння рівнів розвитку кількох підприємств нафтогазової галузі та виявлення найперспективніших з них.

Література

1. Даляк Н.А. Застосування методу таксономії для дослідження рівня розвитку регіону (на прикладі м. Івано-Франківська) / Даляк Н.А. // Збірник тез доповідей за матеріалами обласної науково-практичної конференції «Вчені Прикарпаття – сталому розвитку краю» / Наук ред. В.П. Петренко. – Івано-Франківськ: ПП Курилюк, 2012. – 208 с.
2. Жаліло Я.А. Економічна стратегія держави у нестабільних ринкових економічних системах : монографія / Я.А. Жаліло. – К. : НІСД, 1998. – 144 с.
3. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях: Методы таксономии и факторного анализа / В. Плюта ; пер. с пол. В.В. Иванова. – М.: Статистика, 1980. – 151 с.
4. Принятие решений в управлении экономическими объектами: методы и модели / [Под ред. Я.Г. Берсуцкого]. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2002. – 276 с.
5. УМГ «Прикарпаттрансгаз»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.utg.ua/uk/affiliates/umg-prikarpattransgas/>

References

1. Daliak N.A. Zastosuvannia metodu taksonomii dlia doslidzhennia rivnia rozvytku rehionu (na prykladi m. Ivano-Frankivska): zbirnyk tez dopovidei za materialamy oblasnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Vcheni Prykarpattia – stalomu rozvytku kraiu»/ nauk red. V.P. Petrenko. – Ivano-Frankivsk: PP Kuryliuk, 2012. – 208 s.
2. Zhalilo Ya.A. Ekonomichna stratehiia derzhavy u nestabilnykh rynkovykh ekonomichnykh systemakh: Monohrafiia./ Ya.A. Zhalilo. – K.: NISD, 1998. – 144 s.
3. Pliuta V. Sravnitelny`i mnohomerny`i analiz v e`konomicheskyykh issledovaniyakh: Metody` taksonomii i faktornoho analiza /V. Pliuta; [per. s pol. V.V. Yvanova]. – M.: Statystyka, 1980. – 151 s.
4. Pryniate reshenii v upravlenii e`konomicheskimi ob`ektamy: metody` i modeli / [pod red. Ya.H. Bersutskoho]. – Donetsk: ООО «Yugo-Vostok, Ltd», 2002. – 276 s.
5. УМГ «Прыкарпаттрансгаз»: [Elektronnyi resurs]. Rezhym dostupu:<http://www.utg.ua/uk/affiliates/umg-prikarpattransgas/>

Надійшла 15.04.2013; рецензент: д. е. н. Петренко В. П.

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЗАСІБ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙ

В роботі зроблений аналіз різних підходів до визначення поняття «технологічного трансферу». Для практичного використання запропоновано 2 метода трансферу у процесі комерціалізації інновацій: трансфер об'єктів інтелектуальної власності та трансфер технологій.

Ключові слова: інновації, комерціалізація, трансфер технологій, трансфер об'єктів інтелектуальної власності

G. V. DEMYANCHUK

The National university of State tax service of Ukraine

THE TECHNOLOGIES' TRANSFER AS A METHOD OF INNOVATIONS' COMMERCIALIZATION

In-process has done analysis of the point of view to the determination of concept «technologies' transfer». For the practical using there is offered 2 methods of transfer in the process of innovations' commercialization: transfer of objects of intellectual property and transfer of technologies. To author's mind, such selection of innovations' commercialization methods can give possibility: 1) to estimate the level of readiness of development to its commercial realization. In the first method the object of transmission of OIP to private business there are patents, know-how, scientific and technical information, results of the applied researches etc., means that are the uncompleted stages of innovative process, as for commercial realization of innovations it is necessary to lead some additional works and refinancing of researches. The object of transmission in TT are licenses to technology of production of innovative product, scientific and technical document, equipment, industrial prototypes, etc., that is scientific and technical production, geared-up to its industrial mastering and commercialization; 2) expressly to define a funding source of innovative process' stages (governmental, private, compatible and other investors) and, accordingly, the owner of OIP and to distribute royalty in the case of commercialization of innovations; 3) to develop the methods of state stimulation for commercialization of innovations (using tax and custom preferences also forms and methods of state private partnerships); 4) to develop legislative acts, directed to stimulation of R&D work and to commercialization of innovations.

Keywords: Innovation, commercialization, technologies' transfer (transfer of technologies), transfer of objects of intellectual property

Для досягнення високих темпів економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності своїх економік багато країн світу давно і успішно використовують такий метод комерціалізації інновацій як трансфер технологій (ТТ). Актуальним це питання являється і для України, основною проблемою якої є гостра необхідність у модернізації економіки і її перехід на інноваційний шлях розвитку.

Різноманітні аспекти ТТ відображені в роботах як вітчизняних, так і іноземних економістів (П. Антоноука, О. Лапко, Г. Менша, А. Поручника, В. Сіденка, В. Соловійова, Р. Фатхудинова, І. Федорова, Л. Федулової, Ф. Федірка, М. Фонштейна, К. Фрімена, В. Хаустова, М. Шингура, Ю. Шкварца, Й. Шумпетера, Ю. Яковця та ін.).

Проте, незважаючи на велику кількість публікацій, в Україні до цих пір не тільки не створений дієвий механізм ТТ, але і не сформовані концептуальні положення про сутність ТТ, що не сприяє розробці і використанню ефективних способів стимулювання державної підтримки щодо впровадження нових технологій.

Мета даної роботи полягає у визначенні сутності та місця ТТ у механізмі комерціалізації інновацій.

Як відомо, в теорії інновацій розрізняють два поняття:

- комерціалізація інновацій (технологій);
- трансфер технологій.

У широкому розумінні *комерціалізація інновацій (технологій)* – це будь-яка діяльність, спрямована на генерування доходу від використання результатів наукових досліджень, умінь і навичок, набутих від володіння певною технологією. Основною формою комерціалізації технологій є практичне використання прав на інтелектуальну власність з метою отримання вигоди. У сучасному українському законодавстві взагалі немає поняття «комерціалізація», проте, використовується фраза «залучення інтелектуальної власності до господарського обороту».

Комерціалізація інновацій являється заключною стадією інноваційного процесу, в результаті якого передбачається обов'язкове отримання прибутку.

Трансфер – це передача права використання інновацій як нової вартості іншим суб'єктам підприємницької діяльності. Найчастіше предметом трансферу інновацій виступають нові технології, ноу-хау, або нове обладнання, тому в економіці інновацій більш поширене поняття «трансфер технологій» або «технологічний трансфер (ТТ)» [3]. А в більш широкому розумінні «трансфер технологій» означає взаємодію між двома або більше партнерами, де хоча б один з них передає свою технологію (через ноу-хау, патенти і технічне сприяння) іншому партнерові, який бажає впровадити її і використовувати цю технологію для конкретної мети.

Згідно Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» трансфер технологій – це передача технологій, що оформляються шляхом укладання двостороннього або багатостороннього договору між фізичними та/або юридичними особами, яким установлюються, змінюються або припиняються майнові права та обов'язки щодо технології та/або її складових [1]. Але на думку В. Хаустова таке визначення значно обмежує трактування сутності трансферу технологій і утруднює оцінки щодо передачі немайнових прав на об'єкти інтелектуальної власності (ОІВ), зокрема використання в інноваційних процесах ноу-хау, навичок і знань [7].

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) визначає трансфер технологій більш широким поняттям, що включає комерційні угоди: з передачі технічних засобів із використанням патентів і ліцензій, передачі ноу-хау; щодо трансферу (продажу, ліцензування, франчайзингу) проектів, торгових марок і зразків; з надання послуг технічного змісту, включаючи технічне й інжинірингове навчання, а також технічну допомогу; з трансферу результатів НДДКР.

Таким чином, ТТ розглядається як передача технологій реципієнту, який здійснює її освоєння і не завжди має на меті отримання прибутку. Проте, складові ТТ являються об'єктами купівлі-продажу. На думку автора, поняття «комерціалізація інновацій (технологій)» являється більш широким ніж поняття «трансфер технологій». Тому, як зазначає В. Солов'єв, трансфер технологій завжди передує процесам їх комерціалізації [5].

В різних публікаціях економісти пропонують декілька різних визначень ТТ, які по суті, при уважному аналізі, мало відрізняються одне від одного. Наприклад, Л. Федулова вважає, що «трансфер технологій» – це придбання ліцензій, товарних знаків, промислових виробів, виробничо-технологічного досвіду, тощо [6]. Подібну трактовку ТТ дають і інші автори. Законодавство США зовсім не визначає поняття «трансфер технологій». У літературі зустрічається 3 базових визначення, хоча вони, в цілому, подібні. Але сам факт розбіжностей між ними свідчить, що трансфер технологій розуміється різними фахівцями та організаціями по різному. Водночас, існує певний консенсус стосовно процесу трансферу технологій [4].

Класифікація ТТ, зазвичай, базується на таких критеріях:

- за масштабом поширення (міжнародний, міжрегіональний, регіональний, міжгалузевий, міжфірмовий і т.д.);

- за характером впровадження (комерційний і некомерційний);

- за характером об'єкту обміну інформацією (патенти, ліцензії, ноу-хау, послуги тощо);

- за розподілом етапів інноваційного процесу (вертикальний і горизонтальний);

Проте, така і подібна їй класифікація ТТ на основі зазначених критеріїв призводить до ускладнень у сфері їх практичного використання при розробці способів державної підтримки і регулювання інноваційної діяльності.

Так, наприклад, багато економістів вважають, що найважливішим параметром класифікації ТТ є характер відшкодування процесу обміну, відповідно якого існують комерційні та некомерційні види ТТ [8]. Проте, на нашу думку, ТТ може бути тільки на комерційній основі. Безкоштовний ТТ, у вигляді технічних консультацій, надається, як правило, більш з рекламною метою з розрахунку на укладення контракту в майбутньому. ТТ у формі технічної допомоги здійснюється на платній або безоплатній основі шляхом організації конференцій та семінарів з вузько визначеною тематикою. Некомерційний ТТ, як справедливо відзначають самі автори, «найчастіше використовується науковою спільнотою у сфері фундаментальних досліджень», тобто не при розробці технологій, і тому він не може бути трансфером технологій. Важко також погодитися з думкою, висловленою в роботі Л. Антонюк зі співавторами про те, що стимулом до інновацій є безкоштовне передання ОІВ з держлабораторій приватним структурам [2], оскільки ОІВ являється об'єктом ринкових відносин – товаром, на що вказують і самі автори.

На нашу думку, більш логічно говорити не про некомерційні види ТТ, а про некомерційну діяльність у сфері ТТ. Різні елементи інфраструктури, такі, наприклад, як центри трансферу технологій (ЦТТ) займаються некомерційною діяльністю. Некомерційна діяльність ЦТТ, як справедливо зазначає В. Хаустов, необхідна для комерціалізації технологій, виконаних за державної підтримки. Через це державна підтримка некомерційної діяльності ЦТТ є формою підтримки процесів комерціалізації технологій, розвитку малого та середнього підприємництва, підвищення ефективності використання коштів, витрачених на інноваційну діяльність [7].

Подібна ситуація сформувалася у визначеннях видів ТТ (горизонтальному та вертикальному). Одні автори під горизонтальним трансфером розуміють процес освоєння інновацій власними силами і продаж готової продукції або процес організації венчурної фірми для впровадження розробки власними силами. Інші автори представляють горизонтальний ТТ у вигляді передачі функцій впровадження розробки стороннім організаціям. Необхідно відмітити, що така невизначеність і плутанина в термінології характерна для багатьох економістів і, на жаль, присутня не тільки в оригінальних статтях і монографічній літературі, але навіть у посібниках, присвячених комерціалізації інновацій. Основна причина невизначеності в термінології, яка отримала назву «інфляція понять», що стосується комерціалізації інновацій полягає, на нашу думку, в тому, що більшість економістів мають вельми спрощене уявлення про технології як окрему

самостійну науку і про її внутрішню сутність. Це, звичайно, негативним чином відображається на формуванні статистичної бази (віднесення видів діяльності до інноваційної, а відповідно – на можливість здійснювати прогностичні дослідження), на розробці ефективних методів стимулювання окремих стадій інноваційного процесу, а також на визначенні пріоритетів науково-технічного та інноваційного розвитку держави. Надзвичайно важливим є також правильне та чітке визначення ТТ в розробці стратегії модернізації національної економіки і переводу її на інноваційних шлях розвитку: орієнтація переважно на вітчизняні дослідження та розробки чи запозичення передової техніки та технологій за кордоном, або комбінація цих двох варіантів. Позитивні та негативні наслідки обраної стратегії досить повно відображені у вітчизняній літературі.

Висновки. Таким чином, узагальнення та аналіз різних уявлень про трансфер технологій дає нам підґрунтя зробити висновок про те, що з точки зору практичного використання необхідно використовувати 2 методи комерціалізації інновацій:

- трансфер об'єктів інтелектуальної власності;
- трансфер технологій (ТТ)

Обидва методи можуть бути двох видів: внутрішній та зовнішній. Внутрішній – коли передача ОІВ локалізується в межах однієї бізнес-структури, а зовнішній – коли ОІВ передаються стороннім організаціям як в межах країни так і за кордон.

Таке виділення методів комерціалізації інновацій, на нашу думку, дає можливість:

1) оцінити ступінь готовності розробки до її комерційної реалізації. В першому методі об'єктом передачі ОІВ приватному бізнесу є патенти, ноу-хау, науково-технічна інформація, результати прикладних досліджень і ДКР та ін., тобто – це незавершені стадії інноваційного процесу, оскільки для комерційної реалізації інновацій необхідно проведення ряду робіт і додаткове фінансування досліджень. В літературі для визначення цієї стадії часто використовують термін «достартові» дослідження та розробки. Об'єктом передачі в ТТ є ліцензії на технологію виробництва інноваційного продукту, науково-технічна документація, обладнання, промислові зразки та ін., тобто науково-технічна продукція, підготовлена до її промислового освоєння і комерціалізації;

2) чітко визначити джерело фінансування стадій інноваційного процесу (державне, приватне, сумісне та ін. інвестори) і, відповідно, володаря ОІВ та розподілити роялті у випадку комерціалізації інновацій;

3) розробити способи державного стимулювання комерціалізації інновацій (використання податкових та митних преференцій, а також форм і методів державно-приватного партнерства);

4) розробити нормативно-правову базу, направлену на стимулювання НДДКР і комерціалізацію інновацій.

Виправданість такого підходу підтверджується дослідженнями інноваційних систем США, країн ЄС, Японії, Китаю. ТТ являється найбільш простим, найпривабливішим і широко використовуваним методом комерціалізації інновацій Основними механізмами ТТ є: ліцензування; франчайзинг, лізинг, спільні підприємства, промислова кооперація, технічна допомога, використання обладнання та ін.

Література

1. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій : Закон України від 14.09.06р. №143-V (редакція від 05.12.2012р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/143-16>.
2. Антонюк П.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія / Антонюк П.Л., Поручник А.М., Савчук В.С. – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
3. Лапко О. Економіка інновацій : навчальний посібник / Лапко О. – Івано-Франківськ, УФДНГ, 1999. – 136 с.
4. Корсунський С.В. Трансфер технологій у США / Корсунський С.В. – К. : УкрІНТЕІ, 2005. – 148 с.
5. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (синергетические эффекты инноваций) : монография / Соловьев В.П. – К. : Феникс, 2006. – 560 с.
6. Федулова Л.І. Інноваційна економіка : підручник / Федулова Л.І. – К. : Либідь, 2006. – 480 с.
7. Хаустов В.К. Трансфер технологій в інноваційних процесах України та Білорусії / В.К. Хаустов // Економіка і прогнозування. – 2012. – № 2. – С. 24–34.
8. Шингур М.В. Організаційно-економічний механізм комерціалізації науково-технічних розробок : дис. на здобуття вченого ступеня к.е.н. / Шингур М.В. – К. : Нац.ун-т ім.Т.Шевченко, 2003, 174 с.

Reference

1. Zakon Ukraini Pro derzhavne reguluvannya diyalnosti u sferi traansferu tehnologij vid 14.09.06, No143-V. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/143-16>.
2. Antonyuk P.L., Poruchnik A.M., Savchuk V.C. Innovatsii: teoriya, mehanizm rozrobki ta komertsializatsii: monografiya, Kiev, KNEU, 2003, 394 p.

3. Lapko O. *Ekonomika innovatsij: navchalnij posibnik*, Ivano-Frankivs'k, UFDNG, 1999, 136p.
4. Korsunskij S.V. *Transfer tehnologij u USA*, Kiev, UkrINTEI, 2005, 148p.
5. Solov'ev V.P. *Innovatsionnaya deyatelnost kak sistemnij protses v konkurentnoj ekonomike (sinergicheskie efekti innovatsij: monografiya*, Kiev, Feniks, 2006, 560p.
6. Fedulova L.I. *Innovatsijna ekonomika: pidruchnik*, Kiev, Libid, 2006, 480p.
7. Haustov V.K. *Transfer tehnologij v innovatsijnih protsesah Ukraini ta Bilorusii*, *Ekonomika i prognozuvanya*, 2012, No.2, P.24–34
8. Shingur M.V. *Organizatsijno-ekonomichnij mehanizm komertsializatsii naukovو-tehnichnih rozrobok: Disertatsiya*

Надійшла 16.04.2013; рецензент д. е. н. Лісовий А. В.

УДК 332.1:338.49

Л. І. ДІДЕНКО

Східноукраїнський національний університет імені В. Даля (м. Луганськ)

ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА ТРАНСПОРТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНЗИТУ ЧЕРЕЗ ТЕРИТОРІЮ РЕГІОНУ

Визначено інвестиційну складову транспортно-технологічного забезпечення транзиту через територію регіону. Концесії розглядаються як основний інструмент державно-приватного партнерства. Обґрунтовано перспективи використання механізмів концесії в транспортній інфраструктурі.

Ключові слова: транспортно-технологічне забезпечення, інвестиційна складова, регіон, транзитний потенціал, державно-приватне партнерство, концесії, транспортна інфраструктура.

L. I. DIDENKO

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

INVESTMENT COMPONENT OF TRANSPORT-TECHNOLOGICAL TRANSIT SUPPORT THROUGH TERRITORY OF REGION

On the grounds of main tendencies and range of problems analysis of transport component of economy were defined the main problems of transit potential development – insufficient investment volumes in technological modernization and transport sector progress. It was substantiated, that modernization of regional transport potency can be carried out as by the means of own resources involving, by the involvement of own business (creative type), as by the involvement of external investments, technologies and designs (adaptive type). The usage of hybrid type modernizations with an organic utilization of foreign achievements and own possibilities on the regional level was proposed. Three main ways of organizational-economic support under the modern conditions of modernization of transit potency of region were sorted out: by the direct and indirect state support; by the way of complete usage of transit resources of region; by attraction of investments from other regions of own and foreign countries. The investing component of transport-technological supplement of transit through the regional territory was examined. It was emphasized, that the state-private partnership institution possesses a considerable ability for the realization of modernization tasks of regional transit potency. The main forms and advantages of state-private partnership were defined as a mechanism of investing activities activation in transport sector. The concessions were presented as a main instrument of state-private partnership. The prospects of usage of concessions mechanisms in transport infrastructure were substantiated.

Keywords: transport-technological support, investment component, region, transit potential, state private partnership, concessions, transport infrastructure.

Вступ

Головною проблемою розвитку транзитного потенціалу є недостатні об'єми інвестицій в техніко-технологічну модернізацію і розвиток транспортної галузі. Аналіз основних тенденцій і проблематики розвитку інфраструктурної (транспортної) складової економіки показує, що одним з найбільш складних завдань при модернізації транзитного потенціалу регіону є організація фінансування, оскільки держава, будучи єдиним власником інфраструктурних об'єктів, не в змозі забезпечити їх модернізацію.

Окрім аспекти транспортно-технологічного забезпечення транзиту через територію регіону досліджували у своїх працях українські та російські вчені: К. Гулін, О. Ємельянова, С. Кейрос, І. Мальцева, Д. Прейгер, О. Собкевич, В. Тимофєєв, Н. Троїцька, А. Чубуков. Однак, зважаючи не на значну кількість досліджень, присвячених даним проблемам, питання відносно інвестиційної складової транспортно-технологічного забезпечення транзиту, потребують подальшого дослідження.

Обмежені фінансові, перш за все, інвестиційні можливості держави і існуюча система управління не дозволяють забезпечити функціонування транспортної інфраструктури на рівні, необхідному для здійснення процесів відтворення транзитного потенціалу і задоволення потреб економіки і суспільства. Найважливішою умовою підтримки і розвитку транспортного сектору, підвищення якості його послуг є пошук і залучення додаткових нетрадиційних джерел фінансування. У зв'язку з цим мета статті полягає у визначенні інвестиційної складової транспортно-технологічного забезпечення транзиту через територію регіону.

Основна частина

Висока капіталоємність проектів модернізації припускає фінансування з декількох джерел – державного і регіонального бюджетів, а також шляхом використання приватних інвестицій. Модернізація транзитного потенціалу регіону може здійснюватися як при використанні власних ресурсів, так і приватного бізнесу (креативний тип), а також шляхом залучення зовнішніх інвестицій, розробок і технологій (адаптивний тип). Представляється, що на рівні регіону необхідна модернізація змішаного типу з органічним використанням і передових зарубіжних досягнень, і власних можливостей. Вибір конкретного типу модернізації для тієї або іншої території необхідно передувати детальним аналізом транзитного потенціалу регіону.

Організаційно-економічне забезпечення модернізації транзитного потенціалу регіонів в сучасних умовах може здійснюватися за трьома основними напрямками. По-перше, через пряму і непряму державну підтримку, зокрема у вигляді виділення бюджетних коштів на розробку і реалізацію модернізаційних програм розвитку транзитного потенціалу і пільги для її учасників. По-друге, шляхом повнішого використання транзитних ресурсів регіону, і, по-третє, через залучення інвестицій з інших регіонів країни і зарубіжжя. Проте у будь-якому випадку регіони повинні проводити відчутні інвестиції в перетворення транзитного потенціалу і інноваційний розвиток транспортно-логістичного комплексу регіону. Мова йде при цьому як про можливе нормативне закріплення фіксованого відсотка витрат на розвиток транзитного потенціалу із засобів регіонального бюджету на достатньо тривалий період, так і про гарантований об'єм фінансування середньострокових і перспективних проектів, що входять в програму розвитку транзитного потенціалу і здатних найефективніше вплинути на прискорення соціально-економічного розвитку регіону в цілому [1].

Значним потенціалом для реалізації завдань модернізації транзитного потенціалу регіону володіє інститут державно-приватного партнерства – ДПП (рис. 1).

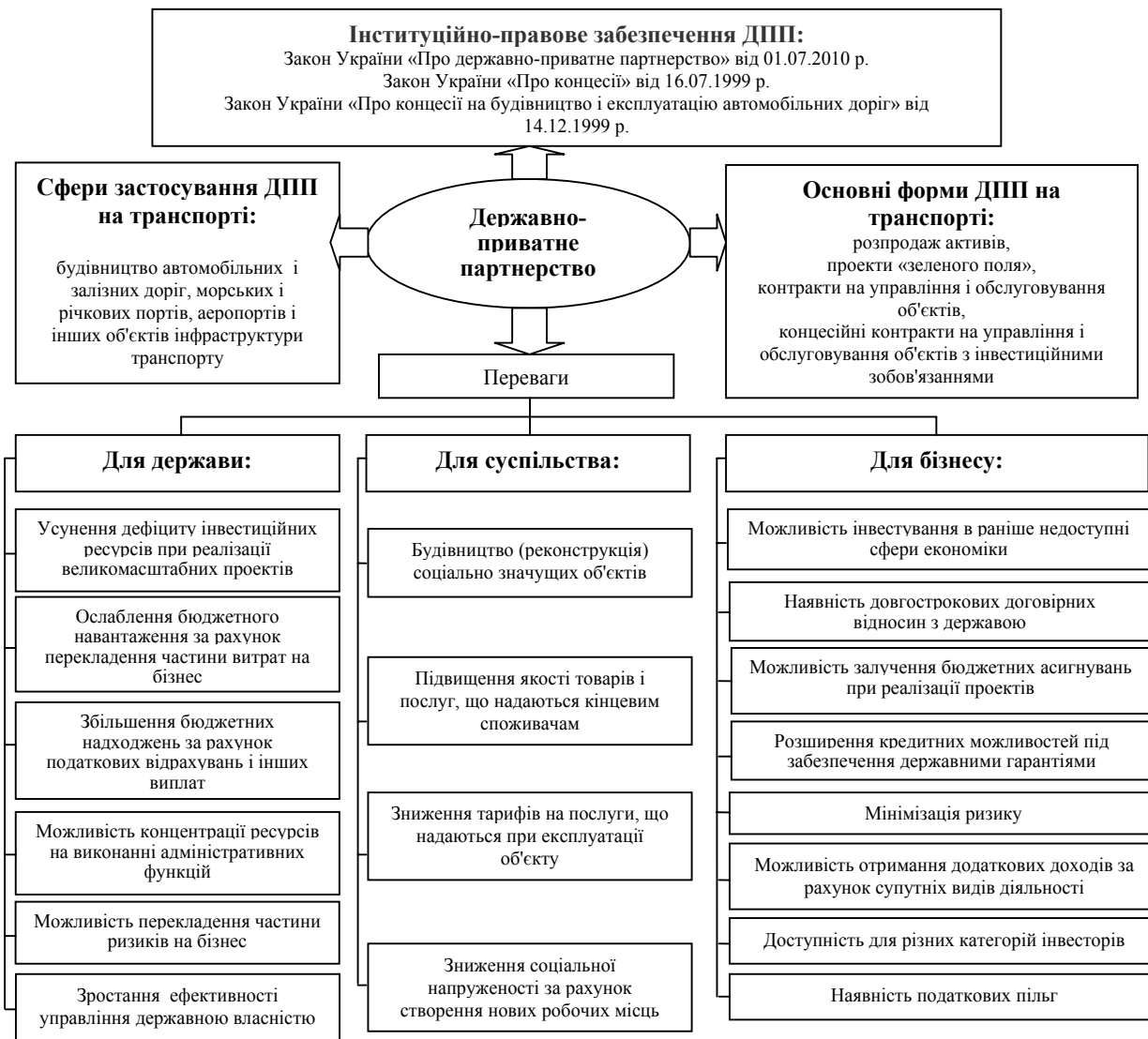


Рис. 1. Основні форми і переваги державно-приватного партнерства як механізму активізації інвестиційної діяльності на транспорті [5–8]

При наявній різноманітності визначень під ДПП найчастіше розуміється взаємовигідна співпраця між державою і бізнесом, що реалізовується в різних формах (починаючи з контрактів на виконання робіт, акціонування і закінчуючи консультаціями держави і бізнес-асоціацій) і ставить за мету вирішення завдань з розвитку транзитного потенціалу національному, регіональному і місцевому рівнях. Реалізація проектів, заснованих на взаємодії органів влади і бізнесу, – це важливий крок на шляху усунення інфраструктурних обмежень зростання, формування нових точок зростання, сприяючих підвищенню рівня розвитку транзитного потенціалу регіону, розширенню спектру і підвищенню якості транспортних послуг [1]. Таким чином, інститут державно-приватного партнерства зарекомендував себе як інструмент, що є найбільш ефективним засобом залучення позабюджетних засобів. На сьогодні ДПП є одним з сучасних організаційно-економічних механізмів стимулювання інвестиційної діяльності на основі взаємодії інтересів держави і бізнесу. Застосування механізму ДПП здатне забезпечити реалізацію пріоритетних напрямів розвитку вітчизняної транспортної інфраструктури.

В Україні протягом тривалого часу формуються правові засади для розвитку окремих форм ДПП у сфері транспортної інфраструктури. Нині законодавчу базу розвитку ДПП становлять: Конституція України, Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, законодавчі акти України, серед яких:

Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 01.07.2010 р. № 2404-VI, який визначає правові, економічні та організаційні засади взаємодії держави та приватних партнерів, регулює відносини, пов'язані з підготовкою, виконанням і розірванням договорів, які підписуються в рамках ДПП, а також установлює гарантії дотримання прав і законних інтересів сторін цих договорів;

Закон України «Про концесії» від 16.07.1999 р., який діє в редакції від 08.07.2011 р., визначає поняття та правові засади регулювання відносин концесії державного та комунального майна з метою підвищення ефективності його використання і забезпечення потреб громадян України у товарах (роботах, послугах);

Закон України «Про концесії на будівництво і експлуатацію автомобільних доріг» від 14.12.1999 р., який діє в редакції від 15.01.2009 р. № 891-VI, визначає особливості будівництва та/або експлуатації автомобільних доріг загального користування на умовах концесії;

Крім законів, окремі питання розвитку ДПП регулюються постановами та розпорядженнями Кабінету Міністрів України, положеннями та наказами центральних органів виконавчої влади, рішеннями місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування [2]. Основною метою Комплексної програми утвердження України як транзитної держави у 2002-2010 роках [3] стало оптимальне використання наявного та подальший розвиток транзитного потенціалу України шляхом створення сприятливих умов для учасників транзитних перевезень, збільшення валютних надходжень від експорту транспортних та інших послуг.

Основними зацікавленими сторонами у реалізації транзитного потенціалу країни (регіону) виступають [4]: безпосередні споживачі експорту транспортних послуг: національні і міжнародні транспортні і транспортно-логістичні провайдери, що здійснюють транзитні перевезення; постачальники транспортних послуг можуть бути представлені державою, приватними компаніями або організаціями приватно-державного партнерства; зовнішнє середовище в особі економічних агентів, що побічно впливають на процеси реалізації транзитного потенціалу і випробовують вплив з їх боку, наприклад, домашні господарства, що проживають на території, через яку здійснюються транзитні перевезення; взаємодіючі підприємства промисловості, енергетики і торгівлі; регіональні і державні органи влади.

Класичний варіант державно-приватного партнерства (Public-Private Partnerships - PPP) має на увазі взаємовигідний альянс між державою і приватним сектором в реалізації проектів, що вимагають масштабних капіталовкладень. Розширити партнерство бізнесу і влади можливо шляхом створення комфортних умов для розвитку підприємницького середовища. Разом із заходами, що реалізуються, стимулюючими бізнес до ефективного інвестування, дуже важливі і практичні кроки по розвитку інститутів державно-приватних консультацій, формуванню планів партнерства, розширенню активності підприємців. Виходячи з цього, партнерські відносини між державою і бізнесом слід розвивати на територіальному (регіональному, муніципальному) і галузевому рівнях. Отже, державно-приватне партнерство у сфері транспортної інфраструктури може бути використане як інструмент міського і регіонального економічного і соціального розвитку і планування на рівні муніципальних утворень. Сторонами державно-приватного партнерства, як правило, можуть бути орган державної влади будь-якого рівня і партнер-представник приватного бізнесу. Кожен такий альянс є тимчасовим, оскільки створюється, як правило, на певний термін в цілях здійснення конкретного проекту і припиняє своє існування після його реалізації.

Фахівці виділяють основні наступні види державно-приватного партнерства в області транспортної інфраструктури [5]:

1. Розпродаж активів. Розпродаж в приватні руки державних активів або безпосередньо, або через продаж акцій державних підприємств. Розпродаж може бути повним або частковим.

2. «Грінфілд». Проекти (проекти «Зеленого поля»). Приватна або приватно-державна компанія будує на новому місці і потім управляє новим об'єктом транспортної інфраструктури. Об'єкт будується на нових принципах проектного фінансування, що скорочує і перерозподіляє інвестиційні ризики. Різновидом

цих проектів є так звані «браунфілд» - проекти (проекти «Коричневого поля»), коли приватна компанія на свої кошти веде реконструкцію і ремонт вже існуючих об'єктів транспортної сфери.

3. Контракти на управління і обслуговування об'єктів дозволяють приватному сектору управляти державним транспортним об'єктом і надавати транспортні послуги протягом певного часу, але не включають інвестиційні зобов'язання приватного капіталу. Такі проекти носять, як правило, короткочасний характер (3-5 років), і держава продовжує нести основну частину ризиків, пов'язаних з проектом (контракти на управління і лізинг).

4. Концесійні проекти або контракти на управління і обслуговування об'єктів з інвестиційними зобов'язаннями. Приватній компанії передається в управління державний транспортний об'єкт на певний період часу (в середньому, на 10-30 років). Передбачається здійснення приватною компанією крупних інвестицій в об'єкт. У основі лежать контракти типу «будівництво-управління - передача» (мається на увазі передача об'єкту або назад державі, або приватному сектору в кінці концесійного періоду) [8, с. 42].

Не дивлячись на те що в міжнародній практиці форм державно-приватного партнерства (ДПП) існує досить багато, з погляду застосовності у вітчизняних умовах, особливий інтерес зі всіх форм ДПП представляє саме концесія. Концесія, як один з видів державно-приватного партнерства, ефективно застосовується в міжнародній практиці. Згідно даним Світового банку, в країнах, що розвиваються, на частку концесій припадає близько 70% контрактів, які держава укладає, зокрема у сфері транспортної інфраструктури, включаючи будівництво залізниць і автомобільних доріг, морських портів і аеропортів. Концесія передбачає систему відносин між державою (концедентом) і приватною юридичною або фізичною особою (концесіонером), що виникає в результаті надання концедентом концесіонеру прав користування державною власністю. Концесія – це передача майна, що знаходиться в публічній власності (державної, муніципальної), приватному інвесторові, або операторові. Протягом терміну концесійної угоди власник отримує за своє майно, яке часто він не може утримувати, певну плату (або ренту), концесіонер – доходи від його експлуатації. Причому держава залишає за собою стратегічні питання ціноутворення, тарифної політики, якості обслуговування користувачів, безпеки. Бізнесу ж передаються конкретні поточні господарські проблеми – управління об'єктом, інвестування. Цілком зрозуміло, що бізнес відповідно до своїх можливостей буде політику господарювання, а держава контролює і регулює його діяльність. Вигода обох сторін очевидна: протягом терміну концесійної угоди власник в особі держави привертає інвестиції для модернізації своїх фондів, отримує за своє майно певну плату (або ренту), а концесіонер – доходи від його експлуатації. Концесії покликані підвищити ефективність функціонування транспортної галузі, яка знаходиться під управлінням органів державної і муніципальної влади, за рахунок модернізації основних засобів і застосування передових управлінських технологій приватного сектора.

Висновки

Отже, в світовій практиці в проектах різного роду можна застосовувати і різні концесійні механізми. Але одне незмінне: проект ДПП повинен бути вигідний всім сторонам. Інтерес держави у ньому очевидний і базується на створенні необхідної інфраструктури при збереженні бюджетних коштів. Приватному бізнесу, у свою чергу, пропонується майже неосвоєний ринок масштабних і довгострокових проектів. При цьому, за спостереженнями фахівців, механізми ДПП дозволяють створити для приватного сектора відмінні стимули до швидкого завершення будівництва проекту і початку його експлуатації. Таким чином, концесії представляють раціональний, ефективний механізм залучення приватних інвестицій в інфраструктуру, що дозволяє дотримати баланс інтересів держави і бізнесу.

Література

1. Гулин К.А. К вопросу о социально-экономической модернизации российских регионов / К.А. Гулин // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – 4 (22). – С. 42–58.
2. Щодо розвитку державно-приватного партнерства як механізму активізації інвестиційної діяльності в Україні : аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/816/>.
3. Про Комплексну програму утвердження України як транзитної держави у 2002-2010 рр. : Закон України від 07.02.2000 р. за № 3022-III // Офіційний вісник України. – 2002. – № 10. – С. 5–18.
4. Прейгер Д. Щодо реалізації та розвитку транзитного потенціалу України : аналітична записка [Електронний ресурс] / Прейгер Д., Собкевич О., Ємельянова О. – 2011. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/818/>.
5. Кейрос С. Государственно-частные партнерства (ГЧП) в дорожном хозяйстве [Электронный ресурс]: материалы семинара «Создание государственно-частных партнерств в российском транспортном секторе» Центра стратегических разработок / С. Кейрос. – 2007. – Режим доступу : <http://www.csr.ru/>.
6. Мальцева И.И. Экономическая сущность концессий и их роль в стратегическом развитии портовой инфраструктуры / И.И. Мальцева // Журнал университета водных коммуникаций. – 2009. – Вып. 3. – С. 61–68.
7. Тимофеев В.В. Использование механизма государственно-частного партнерства для активизации

инвестиционной деятельности на транспорте / В.В. Тимофеев // Эксплуатация морского транспорта. – 2009. – № 2 (56). – С. 15–22.

8. Троицкая Н.А. Единая транспортная система : учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования / Н.А. Троицкая, А.Б. Чубуков. – [6-е изд.]. – М. : ИЦ Академия, 2009. – 240 с.

References

1. Hulyn K.A. К вопросу о социально-экономической модернизации российских регионов, Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз, 2012, 4(22), pp. 42–58.

2. Shchodo rozvytku derzhavno-privatnoho partnerstva yak mekhanizmu aktyvizatsii investytsiinoi diialnosti v Ukraini: analitychna zapyska. – URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/816/>.

3. Pro Kompleksnu prohramu utverdzhennia Ukrainy yak tranzynoi derzhavy u 2002–2010 rr.: Zakon Ukrainy vid 07.02.2000 r. za # 3022-III, Ofitsiyni visnyk Ukrainy, 2002, # 10, pp. 5–18.

4. Preiher D., Sobkevych O., Yemelianova O. Shchodo realizatsii ta rozvytku tranzynoho potentsialu Ukrainy: analitychna zapyska. – 2011. – URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/818/>.

5. Keiros S. Hosudarstvenno-chastnye partnerstva (HChP) v dorozhnom khoziaistve: materyaly semynara «Sozdanye hosudarstvenno-chastnykh partnerstv v rossiiskom transportnom sektore» Tsentra stratehicheskikh razrabotok. – 2007. – URL: <http://www.csr.ru/>.

6. Maltseva Y.Y. Экономическая сущность концессии и ее роль в стратегическом развитии портовой инфраструктуры, Zhurnal unyversyteta vodnykh kommunykatsyi, 2009, Выр. 3, pp. 61–68.

7. Tymofeev V.V. Yspolzovanye mekhanizma hosudarstvenno-chastnoho partnerstva dlia aktyvyzatsyy ynvestytsyonnoi deiatelnosti na transporte, Eksploatatsiya morskoho transporta, 2009, # 2(56), pp. 15–22.

8. Troitskaia N.A., Chubukov A.B. Edynaiia transportnaia sistema: Uchebnyk dlia studentov uchrezhdenyi sredneho professyonalnoho obrazovaniia: monohrafiia. Moskva: YTs Akademyia, 2009, 240 p.

Надійшла 12.04.2013; рецензент д. е. н. Третяк В. В.

УДК 658.8:004

Т. В. ДУБОВИК

Київський національний торговельно-економічний університет

ІНТЕГРОВАНІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ

В роботі досліджено загальнонаукові підходи щодо сутності понять «інтегровані маркетингові комунікації», «інтернет-маркетинг» та введено до наукового обігу поняття «інтегровані інтернет-маркетингові комунікації».

Ключові слова: інтегровані маркетингові комунікації, інтернет-маркетинг, інтегровані інтернет-маркетингові комунікації.

T. V. DUBOVYK

Kiev National University of Trade and Economics, Ukraine

INTEGRATED INTERNET-MARKETING COMMUNICATIONS: THE ESSENCE OF CONCEPT

The development of information technology, including one of the key places took the Internet, the emergence and rapid growth of e-commerce are the basis for the emergence of a new trend in modern marketing concept of interaction – internet-marketing. Studies show that the use of definitions and their classification in the area of integrated internet-marketing communication used by practitioners and scholars are not agreed and they do not meet generally accepted international standards in the field of internet-marketing, so further development of the theory of integrated internet-marketing communications companies will study structural logic of essence of this concept. Therefore, in this work the general scientific approaches to the nature of the concepts of "integrated marketing communications", "internet-marketing" and introduced to the scientific use of "integrated internet-marketing communication."

Keywords: integrated marketing communications, internet-marketing, integrated internet-marketing communication.

Вступ

Розвиток інформаційних технологій, серед яких одне із ключових місць зайняла мережа Інтернет, поява й бурхливе зростання інтернет-торгівлі стали основою для появи нового напрямку в сучасній концепції маркетингу взаємодії – інтернет-маркетингу.

Інтернет має унікальні характеристики, що значно відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу. Одним з основних властивостей Інтернету є його принцип дії, що характеризується високою ефективністю в поданні й засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості

маркетингу в посиленні взаємозв'язку підприємств і споживачів. З розвитком мережі Інтернет поступово змінюються підходи до управління підприємством і відповідно маркетинговою комунікаційною діяльністю.

Інтегровані маркетингові комунікації (ІМК) - одне з найбільш глибоко досліджених вченими і найбільш затребуваних практикуючими маркетологами напрямів у сучасному маркетингу. Імена таких зарубіжних вчених, як Аренс У.Ф., Бері Л., Бернет Дж., Бове К.Л., Моріарті С., Персі Л., Пулфорд А., Сміт П., Хопкінс К. відомі широкому колу фахівців, що працюють на ринку комунікаційних послуг.

Вирішенню проблем інтернет-маркетингу присвячені праці багатьох зарубіжних вчених, зокрема, Т. Бокарев, Я. Воронін, А. Висоткін, А. Годін, Т. Дейнекін, Ф. Джефкінс, Т. Кеглер, В. Комаров, І. Крилов, М. Курасова, Т. Парамонова, В. Рогов, В. Холмогоров, У. Хенсон, І. Успенський та вітчизняних науковців В. Гужви, І. Козак, Є. Шевченко, М. Макарової, Н. Меджибовської, Л. Пономаренко. Ці роботи мають комплексний підхід, поряд з технічними аспектами інтернет-маркетингу, наводиться оцінка різних його складових з точки зору їх ефективності для підприємства.

Проте, в даних роботах інтернет-маркетинг та інтегровані маркетингові комунікації розглядаються окремо один від одного.

Метою статті є дослідження загальнонаукових підходів щодо сутності понять «інтегровані маркетингові комунікації», «інтернет-маркетинг» та введення до наукового обігу поняття «інтегровані інтернет-маркетингові комунікації».

Хоча в 90-х рр. ХХ ст. інтегровані маркетингові комунікації стали загальновідомим підходом у маркетингу, який застосовується в міжнародних масштабах, досі не розроблено загального розуміння даного напрямку і не існує його точного наукового визначення. Це відбувається незважаючи на те, що окремі слова, що входять у термін, який його описує («інтегровані», «маркетингові» і «комунікації»), самі по собі досить ясні і однозначні.

Одним з основоположників теорії ІМК є П. Сміт (Англія, Лондон). У фундаментальній монографії «Маркетингові комунікації. Інтеграційні досягнення» (1993 р.) він визначив ІМК, як «взаємодію всіх форм комплексу комунікацій, при якому кожна форма комунікацій повинна бути інтегрована з іншими інструментами маркетингу» [1, с. 21].

Виходячи з аналізу визначень ІМК (табл. 1), можна зробити висновок про те, що понятійний апарат цієї концепції ще чітко не визначено, оскільки вона перебуває в розвитку.

Таблиця 1

Наукові погляди щодо визначення поняття «інтегровані маркетингові комунікації»

Автор	Визначення «Інтегровані маркетингові комунікації» -
Ф. Котлер	концепція, відповідно до якої компанія ретельно продумує й координує роботу своїх численних каналів комунікації – реклами в засобах масової інформації, особистого продажу, стимулювання збуту, пропаганди, прямого маркетингу, упакування товару й інших – з метою розроблення чіткого, послідовного й переконливого представлення компанії і її товарів [2].
Бернет Дж., Моріарті С.	уніфікація всіх коштів маркетингових комунікацій, починаючи з реклами й закінчуючи упакуванням, для передачі цільовій аудиторії послідовного переконливого повідомлення, що сприяє реалізації цілей фірми [3].
Американськ а асоціація рекламних агентств	концепція планування маркетингових комунікацій, що виходить із необхідності оцінки стратегічної ролі окремих напрямів (реклами, стимулювання збуту, PR й ін.) і пошуку оптимального сполучення для забезпечення чіткості, послідовності й максимізації впливу комунікаційних програм за допомогою несуперечливої інтеграції всіх окремих звернень [4].
Дж. Россітер і Л. Персі	1) поєднання відповідних типів реклами і стимулювання збуту; 2) відповідність загальному набору цілей комунікації даної торгової марки, особливе позиціонування торгової марки; 3) інтеграція методів і засобів рекламних комунікацій і стимулювання збуту з урахуванням часу та інтересів покупців [5].
Д. Шульц, С. Танненбаум, Р. Лаутерборн	«новий спосіб аналізу цілого там, де раніше ми бачили тільки окремі розрізнені складові - такі, як реклама, паблік рілейшнз, стимулювання продажів, закупівля, комунікації з працівниками та ін. Такий підхід дозволяє скоординувати всі види комунікацій, щоб поглянути на них очима споживача - як на потік інформації з не диференційованих джерел» [6, 34].
З точки зору англомовної версії Вікіпедії	є підхід до брендів, де різні режими працюють разом, щоб створити зручність роботи для клієнтів і представлені з аналогічним стилем, який підкреслює основну ідею бренду. Його метою є зробити всі аспекти маркетингових комунікацій, таких як реклама, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, особисті продажі, інтернет-комунікації і соціальні медіа, такими, які працюють разом як єдина сила, а не дозволять кожному з них працювати в ізоляції, що в свою чергу максимізує їх економічну ефективність [7].

Д. Шульц і Х.Шульц в книзі, опублікованій в 2004 році, «IMC The next generation. Five Steps for delivering value and measuring Financial Returns Using Marketing Communications», запропонували

переосмислити інтегровані маркетингові комунікації, внаслідок чого визначили основні напрями змін, викликані ІМК [8]:

- маркетингові комунікації розглядаються як бізнес-стратегія. Як відзначають автори, пояснюється це тим, що маркетингові комунікації відходять від своєї традиційної ролі тактичної діяльності і перетворюються в інструмент стратегічного управління.

- маркетингові комунікації відбуваються за участю всіх зацікавлених сторін. Тобто, всі зацікавлені сторони, незалежно від їх рівня, повинні залучатися до процесу інтегрованих маркетингових комунікацій. «ІМК охоплюють весь спектр брендів, споживачів, продуктів і послуг, контакти фірми з усіма зацікавленими сторонами на всіх рівнях»

- розширена сфера маркетингових комунікацій щодо оцінки і вимірювання. «ІМК вимагають постійного вимірювання та оцінки. Управління результативністю ІМК є невід'ємною частиною процесу і повинно бути вбудованим в усі комунікаційні плани».

- маркетингові комунікації розробляються на довгострокову перспективу. Д. Шульц і Х. Шульц визначають «те, що ІМК досягають результатів з плином часу» і це відокремлює їх від традиційних комунікаційних програм.

При комплексному підході до маркетингових комунікацій доцільно розглядати не тільки засоби масових інформацій (ЗМІ), але і Інтернет. Ф. Котлер та ін. описали інтегровані маркетингові комунікації, як: «концепцію, при якій компанія ретельно об'єднує і координує багаточисленні канали зв'язку для доставки чіткого, послідовного повідомлення про організацію та її продукцію» [9, с. 47].

Характеристики інтегрованих маркетингових комунікацій були узагальнені Д. Піктоном і А. Бродерік у 4-Cs [10]:

- Coherence - різні комунікації логічно пов'язані.

- Consistency - декілька повідомлень повинні підтримувати і зміцнювати один одного, а не суперечити один одному.

- Continuity - комунікації безперервні у часі і послідовні.

- Complementary – спостерігається ефект синергізму.

4Cs також виступають в якості керівних принципів до того, як комунікаційні повідомлення повинні бути інтегрованими.

Дослідження, проведені Д. Піктоном і А. Бродерік, щодо інтегрованих маркетингових комунікацій, засвідчили що ІМК можуть бути застосовані в інтернет-маркетингу в зв'язку з тим, що:

1. Зв'язок планування ґрунтується на чітко визначених маркетингових комунікаційних цілях.

2. Інтернет-маркетинг включає в себе повний спектр цільової аудиторії, в тому числі співробітників, акціонерів, постачальників.

3. Інтернет-маркетинг повинен включати управління всіма формами контактів, що включає в себе як управління вихідними повідомленнями, такими як банерна реклама або пряма електронна поштова розсилка, так і вхідними повідомленнями, такими як запити різних груп громадськості електронною поштою.

4. В інтернет-маркетингу доцільно використовувати весь спектр маркетингових комунікаційних інструментів.

5. ЗМІ повинні бути використані для доставки повідомлень про сайти. Маркетологам доцільно розглядати найбільш ефективне поєднання засобів масової інформації для збільшення трафіку сайту.

6. План маркетингових комунікацій необхідно розробляти з урахуванням ретельного відбору та поєднання найбільш ефективних каналів комунікацій. Так, К. Клоу, Д. Баак припускають, що існує дві ключові стратегії в плануванні інтегрованих маркетингових комунікацій в Інтернеті [11]. Першою повинна бути стратегія в ЗМІ, друга - творча стратегія.

Інтернет настільки унікальний, що досі не має загальноприйнятого визначення, те ж саме відбувається з інтернет-маркетингом. Існуючі в маркетинговій літературі визначення, як правило, запозичені з технічної сфери і використовують в основному технічні терміни (мережі, протоколи, сумісність). Використання специфічно технічних термінів обмежує сферу використання таких визначень і утрудняє їхню інтерпретацію в термінах економічних і управлінських дисциплін. На погляд автора, необхідне економічне визначення, що повинне оперувати, насамперед, поняттям «продаж». В цьому сенсі інтернет-маркетинг доцільно охарактеризувати як один з найбільш гнучких інструментів у сучасному просуванні й продажу.

В результаті аналізу різних підходів до трактування терміна «інтернет-маркетинг» (табл.2) слід відзначити відсутність єдності в думках серед фахівців, яке обмежене, часто зосереджене тільки на інтернет-рекламі щодо розуміння інтернет-маркетингу. Крім того, багато авторів робіт з інтернет-маркетингу просто обходять у своїх дослідженнях проблему формування поняття «інтернет-маркетингу» і визначення його предметної області. Ця ситуація є типовим прикладом, коли теорія відстає від практики при прискореному науково-технічному прогресі.

На думку автора, інтернет-маркетинг не може бути зведений лише до маркетингової кампанії, що має, як відомо, терміновий характер, в зв'язку з тим, що існують елементи комплексу маркетингу, які здійснюються на постійній основі, наприклад розподіл товарів / послуг, управління взаємовідносинами з споживачами та ін.

Наукові погляди щодо визначення поняття та назви «інтернет-маркетинг»	
Автор, назва поняття	Визначення поняття
Американська асоціація маркетингу визначає «онлайн-маркетинг»	як маркетингову кампанію, засновану на принципах Інтернету і електронної пошти і включає в себе рекламу за допомогою банерів, електронну пошту, оптимізацію пошукових машин, електронну комерцію та інші інструменти [12].
Д. Страусс і Р. Фрост вказують, що «електронний маркетинг»	виходить далеко за межі Інтернету, оскільки, ще до появи останнього, окремі технології інтернет-маркетингу існували в таких напрямках як управління взаємовідносинами зі споживачами, управління каналами постачання, електронний обмін даними. Далі автори роблять висновок, що електронний маркетинг - являє собою традиційний маркетинг з використанням електронних технологій [13].
Х. Дейтел не дає визначення даного терміну, проте розглядає інтернет-маркетингову кампанію як	застосування традиційних маркетингових методів в середовищі Інтернет і використання таких інтернет-маркетингових засобів як банерна реклама і електронна пошта в рамках маркетингових стратегій [14].
Руделіус В. та ін. надають визначення «інтернет-маркетинг»	процес втягування у двостороннє електронне спілкування «продавець-покупець», що відбувається у віртуальному просторі, де покупець може керувати змістом і кількістю інформації, отриманої від продавця [15].
З точки зору української версії Вікіпедії «електронний маркетинг», «е-маркетинг» (e-marketing) -	ведення маркетингу на основі електронних технологій. Практично це стосується Інтернет технологій продажу: електронної комерції та традиційної комерції, яка використовує засоби Інтернет, як допоміжну технологію [16]. До рівня реклами звужено тлумачення поняття інтернет-маркетингу, де його визначено як практику використання всіх аспектів реклами в Інтернет для отримання відклику від аудиторії, яка включає як творчі, так і технічні аспекти роботи в мережі Інтернет, в тому числі дизайн, розробку, рекламу і маркетинг [16].
В. Холмогоров в роботі «Інтернет-маркетинг. Короткий курс» дає наступне визначення: «інтернет-маркетинг»	це комплекс спеціальних методів, які дозволяють власникам корпоративних веб-ресурсів просувати свій сайт в Інтернеті і, розкручуючи в такий спосіб торгову марку свого підприємства, отримувати, застосовуючи мережеві технології, додатковий прибуток» [17, с.71]. У зв'язку з тим, що термін «розкручувати» не є науковим, точно визначити, що мав на увазі автор не можливо. Але можна з достатньою частотою визначеності стверджувати, що основний акцент зроблено на інтернет-рекламі.

На нашу думку, саме система маркетингу, в тому числі і реклама, зазнали чи не найбільших змін, пов'язаних з інформаційно-комунікаційними технологіями. Інтернет-маркетинг вважається важливим механізмом підтримки ефективної інтернет-торгівлі.

Згадування про інтернет-маркетинг у чинному законі України «Про рекламу» відсутні [18]. У контексті активного використання мережі як глобального інформаційного середовища перед Україною постає питання законодавчого врегулювання нових інформаційних відносин, що виникають у системі людина – Інтернет. Конституційне право людини на інформацію закріплене в основному законі України та інших нормативно-правових актах і, вочевидь, поширюється на інформаційні права людини, що виникають при використанні Інтернет. Однак ні отримання, поширення, пошук, продукування інформації, ні будь-який інший процес, пов'язаний із використанням інформації, ще майже ніяк не відображується в національному законодавстві.

Проаналізувавши різні загальнонаукові підходи до визначення сутності понять «інтегровані маркетингові комунікації», «інтернет-маркетинг», введемо до наукового обігу поняття «інтегровані інтернет-маркетингові комунікації».

Як свідчать результати дослідження англомовних літературних джерел, у світовій науковій спільноті загальноприйнятого терміну «інтегровані інтернет-маркетингові комунікації» не існує. Так, існують терміни «marketing communications on the Internet», «online marketing communication».

Висновки

Таким чином, визнаючи необхідність уточнення і доповнення існуючих визначень зазначимо, що, в подальших дослідженнях, з огляду на домінування в сучасних умовах серед інших електронних засобів комунікацій мережі Інтернет, автор оперуватиме терміном «інтегровані інтернет-маркетингові комунікації», яке найбільш повно розкриває їх сутність з точки зору маркетингу, під яким розумітиме концепцію, яка включає в себе інтерактивний та системний підхід щодо інтеграцій маркетингових комунікацій, що забезпечують створення, інформування, доставку та обмін пропозицій з використанням інструментів та технологій Інтернет з урахуванням крос-функціональної взаємодії та заохочення вигідних відносин суб'єктів в короткостроковій, середньостроковій і довгостроковій перспективі, які впливають на свідомість споживачів, забезпечують задоволення потреб покупців, зумовлюють зміни в купівельній поведінці і спонукають потенційних покупців та існуючих споживачів до придбання товарів.

Література

1. Смит П. Маркетинговые коммуникации / Смит П. – М., 1993. – 295 с.
2. P. Kotler Marketing management – NJ: Prentice Hall, 2003. – p. 692
3. Бернет Дж. Маркетинговые коммуникации – интегрированный подход / Бернет Дж., Мориарти С. – Спб. : Питер, 2001. – 833 с.
4. Американська асоціація рекламних агентств / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.aaaa.org/
5. Росситер Дж. Реклама и продвижение товаров / Дж. Росситер, Л. Перси. ; Пер. с англ. – СПб. : Питер, 2000. – 651 с.
6. Шульц Д. Новая парадигма маркетинга / Шульц Д., Танненбаум С., Лаутерборн Р. – М., 1993. – 426 с.
7. http://en.wikipedia.org/wiki/Integrated_marketing_communications
8. Schultz Don E., Schultz Heidi IMC The next generation. Five Steps for delivering value and measuring Financial Returns Using Marketing Communications, McGraw Hill, New York, 2003, pp. 1-97.
9. Армстронг Г. Маркетинг. Общий курс : учеб. пособие / Г. Армстронг, Ф. Котлер ; пер. с англ. : Уч. пос. – 5-е изд. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2001. – 608 с.
10. Pickton David, Broderick Amanda Integrated Marketing Communications, Prentice-Hall, Hemel Hempstead, 2001.
11. Clow Kenneth E., Baack Donald E. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Prentice Hall PTR, (March 22, 2006) p. 108.
12. Dictionary of Marketing Terms // American Marketing Association [Electronic Resource] : Comprehensive resource covering day-to-day marketing terminology. Electronic data – Chicago : American Marketing Association, 2004. Mode of access : <http://www.marketingpower.com/live/mg-dictionary.php>
13. Strauss J. E-marketing / Strauss Judy and Frost Raymond. – Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2001. – 519 p.
14. Deitel H.M., Deitel P.J., Steinbuhler K. e-Business and e-Commerce for Managers.- Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2001. – 794 p.
15. Маркетинг / [В. Руделиус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та ін] ; Ред.-упоряд. О.І. Сидоренко, П.С. Редько. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – 422 с.
16. Електронний маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/>
17. Холмогоров В. Интернет-маркетинг : краткий курс / В. Холмогоров. – 2-е изд. – СПб, 2002. – 271 с.
18. Про рекламу : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-ВР>

References

1. Smit P. Marketing Communications. An integrated approach [Marketingovyе kommunikatsii. Integrirovannyy podkhod]. Moscow, 1993, 295 p.
2. P. Kotler Marketing management – NJ: Prentice Hall, 2003. – P. 692
3. Bernet Dzh., Moriarti S. Marketingovyе komunikatsii – integrirovannyj podhod – Spb. : Piter, 2001. – 833 с.
4. Amerykans'ka asociaciya reklamnyh agentstv – Rezhym dostupa : www.aaaa.org/
5. Rossiter Dzh. Reklama i prodvizhenie tovarov: Per. s angl. / Dzh. Rossiter, L. Persi. – SPb. : Piter, 2000. – 651 с.
6. Shul'ts D., Tannenbaum S., Lauterborn R. The new paradigm of marketing [Novaya paradigma marketinga]. Moscow, 1993, 426 p.
7. http://en.wikipedia.org/wiki/Integrated_marketing_communications
8. Schultz Don E., Schultz Heidi IMC The next generation. Five Steps for delivering value and measuring Financial Returns Using Marketing Communications, McGraw Hill, New York, 2003, pp. 1-97.
9. Armstrong H., Kotler F. Marketing. General Course, 5th edition, Translate from English [Marketynh. Zahal'nyy kurs, 5te vydannya. Per. z angl., uch. pos.]. Moscow, WilliamsPubl., 2001, 608 p.
10. Pickton David, Broderick Amanda Integrated Marketing Communications, Prentice-Hall, Hemel Hempstead, 2001.
11. Clow Kenneth E., Baack Donald E. Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications, Prentice Hall PTR, (March 22, 2006) p. 108.
12. Dictionary of Marketing Terms // American Marketing Association [Electronic Resource] : Comprehensive resource covering day-to-day marketing terminology. Electronic data – Chicago : American Marketing Association, 2004. Mode of access : <http://www.marketingpower.com/live/mg-dictionary.php>
13. Strauss J. E-marketing / Strauss Judy and Frost Raymond. – Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2001.

– 519 p.

14. Deitel H.M., Deitel P.J., Steinbuhler K. e-Business and e-Commerce for Managers. – Upper Saddle River : Prentice-Hall, 2001. – 794 p.

15. Rudelius V. Marketing / V. Rudelius, O.M. Azarjan, O.A. Vinogradov, T.V. Gavrilenko, N.Ju. Glins'kij, T.V. Dan'ko ta in: Red-upor. O.I. Sidorenko, P.S. Red'ko // K.: Navchal'no-metodichnij centr «Konsorcium iz udoskonalennja menezhment-osviti v Ukraїni». – 2005. – 422 c.

16. http://uk.wikipedia.org/wiki/Електронний_маркетинг

17. Holmogorov V. Internet-marketing: [kratkij kurs] / V. Holmogorov. – 2-e izd. – SPb, 2002. – 271 c.

18. Zakon Ukrai'ny «Pro reklamu» – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-BP>

Надійшла 16.04.2013; рецензент: д. е. н. Мельникович О. М.

УДК 005.334

I. В. ЖАЛІНСЬКА

Житомирський державний технологічний університет

ІНТЕГРАЦІЙНА ФУНКЦІЯ В КОНЦЕПЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

В статті розглянуто сучасні підходи до трактування концепції антикризового управління та його функцій. На основі їх систематизації запропоновано виділити інтеграційну функцію антикризового управління, яка реалізується на етапі планування.

Ключові слова: антикризове управління, функції управління, інтеграційна функція.

I. V. ZHALINSKA

Zhytomyr State Technological University

INTEGRATIVE FUNCTION IN CONCEPT OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT

The aim of the research - to develop a theoretical framework of crisis management by analyzing and improving existing functions of crisis management. The paper considers current approaches to the interpretation of the concept of crisis management and its functions. Determined that most researchers emphasize the role of crisis management as a special cross-functional subsystem enterprise. It is implemented as a sequential process of classical management functions, and at the same time - these functions are implemented in specific areas of crisis management subsystems corresponding object management. Summarizes these functions can be represented as processes of governance verge of crisis, in times of crisis and out of the crisis. In carrying out these functions, the goal is to form an adequate to crisis and purpose of crisis management measures are developed in certain subsystems of the mechanism of crisis management. So in the process of crisis management should be involved integration function, implemented at the planning stage, and the content of which is choosing the anti-crisis functional measures, combined in a single system. Thus, research and development functions of crisis management is the foundation for carrying out anti-crisis measures in a systematic way that allow you to achieve the goal of crisis management at every crisis.

Keywords: crisis management, management functions, integration function.

Актуальність. Появу концепції антикризового управління науковці пояснюють рядом об'єктивних причин. На теренах країн колишнього Радянського Союзу це пов'язано вочевидь з трансформацією економічної системи планової економіки до ринкової, процеси якої ускладнюються на тлі доволі тривалої та проблемної інтеграції вітчизняних економік у європейську та світову економіки. Однак і розвинуті ринкові економічні системи, які мають усталені як нормативні, так і чесні звичаї ділової практики, що є підтвердженням сталості та стабільності розвитку суспільства загалом, стикаються з проблемами кризових явищ на рівні підприємства як мікроекономічної системи. І саме на цьому рівні різноманітні теорії розвитку кризових явищ, які доволі широко розроблені на рівні макросистем (наприклад, теорія ділових циклів), не знаходять свого підтвердження. Це створює очевидні труднощі з ідентифікацією причин кризових явищ, виробленням адекватних управлінських рішень щодо виходу з кризи, пом'якшення її наслідків тощо. Тому залишається актуальним визначення основних положень концепції антикризового управління, в тому числі і його функцій.

Попередні дослідження. Наразі багатозначне та водночас неоднорідне розуміння концепції антикризового управління як особливого виду управління на рівні мікроекономічної системи зумовлює різноманітність поглядів науковців. Так, загальноновизнано, що антикризове управління слід розглядати як один з функціональних напрямів управління підприємством. Виживання, тобто можливість існувати якомога довше, є найважливішим завданням більшості організацій, тому антикризове управління, безперечно, є складовою менеджменту підприємства в цілому [1]. Будь-яке управління організацією повинно бути антикризовим, таким, що побудовано на врахуванні ризику та небезпеки кризових ситуацій як об'єктивних процесів економічних систем різних рівнів [2, с. 83]. У цьому аспекті доволі показовими є основні положення антикризового управління, що викладені у праці проф. Короткова Е.М., згідно якого будь-якій економічній системі притаманні тенденції розвитку та функціонування, діалектичне поєднання

яких зумовлює об'єктивну закономірність появи кризових ситуацій [3].

Доволі значна кількість дослідників розглядає підгрунтя антикризового управління в фінансовому аспекті. Це видається цілком зрозумілим, оскільки саме фінансові показники відображають загальний стан фінансово-господарської діяльності підприємства. Найбільш ґрунтовно цей підхід відображено в працях Терещенко О.О., Бланка І.А. [4,5]. Також суть антикризового управління розглядається крізь призму послідовності дій при діагностиці кризового явища, пошуку виходу з кризи, пом'якшенні її наслідків тощо [6]. В дослідженні проф. Грязнової А.Г. антикризове управління визначають фактично як складову стратегічного менеджменту на підприємстві [7]. Також одним з розповсюджених підходів до антикризового управління є його розгляд в аспекті неплатоспроможності та банкрутства підприємства [8].

Доволі цікавим є дослідження В.О. Василенко, який здійснив спробу ув'язати відомі теорії розвитку економічних систем, в тому числі і теорію стійкості систем, в якості підтвердження об'єктивності і необхідності розвитку кризових явищ на підприємстві, а також роль антикризового менеджменту в процесі управління підприємством в умовах кризи. Саме питанню управління у кризовій ситуації автор надає особливого значення та детально описує це питання [9].

Наведений короткий огляд існуючих концепцій антикризового управління засвідчує широкий інтерес науковців до цієї тематики. Можна спостерігати як дослідження в царині теоретичних пошуків, так і практичних засад антикризового управління. Однак, незважаючи на доволі значні напрацювання вітчизняних вчених, наразі не приділяється достатньої уваги дослідженням теоретичних підвалин антикризового управління, зокрема такої важливої складової як функції антикризового управління. На нашу думку, невизначеність багатьох теоретичних питань не сприяє виробленню адекватних практичних рішень в антикризовому управлінні.

Мета статті. Метою дослідження є розвиток теоретичних засад антикризового управління на основі аналізу та удосконалення існуючих функцій антикризового управління.

Результати дослідження. Аналіз фахових джерел з проблем антикризового управління дає змогу стверджувати, що сучасне розуміння теоретичних засад антикризового управління є досить багатозначним. В одному випадку під ним розуміють управління підприємством в умовах загальної кризи економіки, в другому – управління підприємством, що потрапило в кризову ситуацію у результаті незадовільного менеджменту, в третьому – управління підприємством на порозі банкрутства, в тому числі і санації, реструктуризації, в четвертому – в період банкрутства [10]. Як вже зазначалось, теоретична невизначеність призводить до необґрунтованості практичних рекомендацій щодо розробки та реалізації антикризових заходів.

Як зазначається в роботі Штангрет А.М. та Копилук О.І., бурхливий розвиток антикризового управління в більшості промислово розвинутих капіталістичних країн припадає на середину 80-х років ХХ ст. Активне розроблення теоретичних постулатів та накопичення практичного досвіду було спричинено загостренням кризи, що за своїм характером нагадувала ситуацію попередньої світової економічної кризи 30-х років [10, с. 64]. Однак варто зауважити, що приблизно в цей період з'являється концепція стратегічного управління, яка має на меті вирішення тієї ж задачі, що і власне антикризове управління – забезпечення виживання підприємства в мінливих умовах зовнішнього середовища. Отже, можемо стверджувати, що поява теорії антикризового управління викликана об'єктивними умовами практики господарювання у мінливих зовнішніх умовах та необхідністю формування нових антикризових засад функціонування та розвитку підприємства з метою його виживання. Відмітна характеристика антикризового управління як концепції управління підприємством, на нашу думку, серед іншого полягає у побудові дієвих механізмів всередині підприємства, що направлені на своєчасне виявлення ознак кризового явища, пошук шляхів виходу з нього за застосування всіх існуючих методів менеджменту, пом'якшення наслідків кризи або використання її наслідків на власну користь.

Таке представлення суті антикризового управління знаходимо в працях багатьох науковців. Наприклад, проф. Грязнова А.Г. визначає антикризове управління як таку систему управління підприємством, яка має комплексний, системний характер і направлена на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер, яка дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, спираючись в основному на власні ресурси [7]. Це формує відповідний підхід до функцій антикризового управління, які розглядаються як послідовність певних етапів.

У більшості джерел функції антикризового управління розглядаються двояко. Поряд з традиційними функціями, що є характерними для будь-якого виду управління, такими як планування, організація, мотивація, контроль, в антикризовому управлінні виділяють специфічні функції. Так проф. Коротков Е.М. зазначає, що функції управління – це види діяльності, які відображають предмет управління та визначають його результат. Виходячи з суті антикризового управління як процесу управління в умовах кризи автор виділяє такі його шість функцій: передкризове управління, управління в умовах кризи, управління процесами виходу з кризи, стабілізація нестійких ситуацій (забезпечення керованості), мінімізація втрат та втрачених можливостей, своєчасне прийняття рішень [3, с. 134].

Схоже трактування специфіки антикризового управління знаходимо в ряді інших досліджень. Туленков Н.В. запропонував диференціювати антикризове управління на підвиди, які фактично відповідають його функціям:

- 1) передкризове управління, яке здійснюється для своєчасного виявлення та розв'язання проблем (прийняття рішень) з метою запобігання кризі;
- 2) управління в умовах кризи, метою якого визначається стабілізація нестійких станів та збереження керованості системи;
- 3) управління процесами виходу з кризи, яке здійснюється з метою мінімізації втрат та втрачених можливостей під час виведення підприємства зі стану кризи [2].

Також варто зауважити, що в багатьох вітчизняних публікаціях сутність антикризового управління відображено через сукупність певних підсистем. В дослідженні Штангрет А.М. та Копилук О.І. розглядаються системи раннього попередження та реагування, реструктуризації, санації, реінжинірингу, стратегії, антикризового управління трудовими ресурсами, інновацій, інвестиційної політики та маркетингу [10]. Автори Беляєв С.Г. та Кошкін В.І. пропонують розглядати антикризове управління як сукупність таких основних підсистем: діагностики фінансового стану і оцінки перспектив розвитку бізнесу підприємства; маркетингу; антикризова інвестиційна політика; управління персоналом; організаційно-виробничого менеджменту; санації та ліквідації підприємства [8].

Зарубіжний дослідник Р. Хіт оперативну модель кризового управління представляє з чотирьох етапів: попередження – профілактика кризових ризиків, аналіз збитків для бізнесу; готовність – усвідомлення імовірності криз, тренування персоналу; спасіння – складання планів, попередження наслідків; відновлення – поновлення ефективного виробництва, оцінка кризи: чому вона виникла та як її уникнути наступного разу [11].

Як свідчать результати проведеного аналізу сучасного трактування суті антикризового управління та його функцій, більшість дослідників підкреслюють роль антикризового управління як особливої міжфункціональної підсистеми підприємства. З одного боку, антикризове управління здійснюється як послідовний процес реалізації класичних функцій управління, з іншого – ці функції реалізуються в специфічних галузях, підсистемах антикризового управління. Водночас недостатньо уваги приділяється специфіці реалізації класичних функцій управління. Так, процес розгортання кризового явища має свої особливості в кожному конкретному випадку, і важливою функцією антикризового управління буде правильний та своєчасний вибір відповідних заходів.

Варто наголосити, що функції управління визначаються відповідно до специфіки управління, тобто тих завдань, які стоять перед суб'єктом управління в кожний конкретний момент часу. Функції повинні мати чітко визначений зміст, опрацьований механізм здійснення і визначену структуру, в рамках якої завершується її організаційне відокремлення.

Грунтуючись на результатах проведеного аналізу фахової літератури, можемо стверджувати, що одним з важливих завдань антикризового управління є вибір та об'єднання у єдину програму (план) антикризових заходів, що забезпечать досягнення відповідної мети (виявлення, попередження кризи, пом'якшення її наслідків тощо). Кожна з підсистем антикризового управління являє собою окремі види управління, які також застосовуються і за умов нормального функціонування організації. В період кризи завдання полягає у правильному визначенні доцільних заходів, які надаються відповідними підсистемами, та їх адекватному застосуванню у відповідності до кризової ситуації, що склалася. Власне не антикризове управління надає ці заходи, воно лише визначає необхідну політику та тактику, складові яких сформовані в інших функціональних управліннях.

Враховуючи вищевикладене, вважаємо за доцільне виділити в загальних функціях антикризового управління інтеграційну функцію, яка реалізується на етапі планування, та зміст якої полягає у правильному, адекватному до завдань кризової ситуації (виявлення, попередження, пом'якшення кризи тощо) вибору функціональних заходів та їх ефективному об'єднанні в єдину спільну систему через складання програми (плану) антикризових заходів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати систематизації наявних теоретичних положень антикризового управління щодо його сутності та виконуваних функцій дають змогу стверджувати, що поряд з традиційним функціями управління – планування, організація, мотивація та контроль, антикризовому управлінню притаманні специфічні функції, які сформовані у відповідності до предмету управління – кризового явища. Узагальнено ці функції можна представити як процеси управління в передкризовому стані, в умовах кризи та виходу з неї. При здійсненні зазначених функцій постає завдання щодо формування адекватних кризовій ситуації та меті антикризового управління заходів, які розробляються в певних підсистемах механізму антикризового управління. Тому в процесі антикризового управління повинна бути задіяна інтеграційна функція, що реалізується на етапі планування, та зміст якої полягає у правильному виборі антикризових функціональних заходів, об'єднаних в єдину систему.

Дослідження та розвиток функцій антикризового управління стає підґрунтям для проведення антикризових заходів на системній основі, що дають змогу досягти мети антикризового управління за кожної кризової ситуації незалежно від галузі діяльності підприємства. Перспективи подальших розробок

вбачаємо у дослідженні механізмів антикризового управління, які у відповідності до розвитку науки та практики управління, є найбільш актуальними для побудови та реалізації ефективних систем управління підприємством в умовах кризи.

Література

1. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством : теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / Л.О. Лігоненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 508 с.
2. Туленков Н.В. Антикризисный менеджмент / Н.В. Туленков // Персонал. – 1998. – № 6. – С. 19–25.
3. Антикризисное управление : учеб. для студентов вузов, обучающ. по экон. спец. / [Коротков Э.М., Беляев А.А., Валовой Д.В. и др.] ; под ред. Э.М. Короткова. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 432 с.
4. Терещенко О.О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія / О.О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2004. – 268 с.
5. Бланк И.А. Антикризисное финансовое управление предприятием / И.А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2006. – 672 с.
6. Антикризисное управление / Под ред. Э.С. Минаева, В.П. Панагушина. – М. : Приор, 1998. – 432 с.
7. Антикризисный менеджмент / Под ред. проф. А.Г. Грязновой. – М. : Тандем, ЭКМОС, 1999. – 368 с.
8. Теория и практика антикризисного управления : учебник для вузов / [Базаров Г.З., Беляев С.Г., Белых Л.П. и др.] ; под ред. С.Г. Беляева и В.И. Кошкина. – М. : Закон и право, ЮНИТИ, 1996. – 469 с.
9. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / В.О. Василенко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 504 с.
10. Штангрет А.М. Антикризове управління підприємством : навч. посіб. / А.М. Штангрет, О.І. Копилюк. – К. : Знання, 2007. – 335 с.
11. Хіт Роберт. Кризовий менеджмент для керівників / Роберт Хіт ; [пер. з англ.]. – К. : Все ужито, Наук. думка, 2002. – 566 с.

References

1. Lihonenko L.O. Antykryzove upravlinnia pidprijemstvom : teoretyko-metodolohichni zasady ta praktychnyi instrumentarii : monohrafiia. Kyiv, Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2001, 508 p. [in Ukrainian]
2. Tulenkov N.V. Antikrizisny`j menedzhment, Personal, 1998. Vol. 6., pp. 19–25. [in Russian]
3. Korotkov E`M., Beliaev A.A., Valovoi D.V. Antykryzysnoe upravlenye Ed. by E`M. Korotkova. Moscow, INFRA-M, 2001, 432 p. [in Russian]
4. Tereshchenko O.O. Antykryzove finansove upravlinnia na pidprijemstvi : monohrafiia. Kyiv, KNEU, 2004. – 268 p. [in Ukrainian]
5. Blank I.A. Antikrizisnoe finansovoe upravlenie predpriyatiem. / I.A. Blank, Kyiv, E`lha, Nika-Centr, 2006, 672 p. [in Russian]
6. Antikrizisnoe upravlenie. Ed. by E`S. Minaeva, V.P. Panagushina. Moscow, Prior, 1998, 432 p. [in Russian]
7. Antikrizisny`j menedzhment. Ed. by prof. A.G. Griaznojov. Moscow, Tandem, E`KMOS, 1999, 368 p. [in Russian]
8. Bazarov G.Z., Belyaev S.G., Bely`x L.P. Teoriya i praktika antikrizisnogo upravleniya. Ed. by S.G. Beliaeva i V.I. Koshkina. Moscow, Zakon i pravo, YuNITI, 1996, 469 p. [in Russian]
9. Vasylenko V.O. Antykryzove upravlinnia pidprijemstvom. Kyiv : TsUL, 2003, 504 p. [in Ukrainian]
10. Shtanhret A.M., Kopyliuk O.I. Antykryzove upravlinnia pidprijemstvom. Kyiv, Znannia, 2007, 335 p. [in Ukrainian]
11. Khit Robert. Kryzovyi menedzhment dlia kerivnykiv. Kyiv, Vse uvyto, Nauk. dumka, 2002, 566 p. [in Ukrainian]

Надійшла 02.04.2013; рецензент д. е. н. Данилко В. К.

УДК 339.544

А. І. ЖУРАВЕЛЬ, І. О. СТАВРАТІЙ, О. М. АРАПОВА
Одеський Національний Політехнічний Університет

АНАЛІЗ СТАНУ АНТИДЕМПІНГОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

У даній статті висвітлено поняття демпінгу, історію його виникнення та розвитку, а також був проведений аналіз антидемпінгового регулювання в Україні.

Ключові слова: демпінг, антидемпінгові регулювання, експортні премії.

A. I. ZHURAVEL, I. O. STAVRATII, O. M. ARAPOVA
Odessa National Polytechnic University, Odessa, Ukraine

ANALYSIS OF ANTIDUMPING REGULATION IN UKRAINE

The purpose of the article - to determine the prerequisites of dumping, its essence and to analyse the practice of antidumping regulation Ukraine. This article focuses on the concept of dumping, the history of its origin and development, and the analysis of anti-dumping regulations in Ukraine. As a result it is shown that Ukraine has a negative tendency to be turned into a materials producing appendage and it is also discovered that the antidumping activities have their bad influence mainly upon chemical industry and metallurgy. Anti-dumping is a legal tool to protect the country from unfair competition against the foreign producers. When the fact of dumping is proved the country is ought to impose an antidumping duty. In order to protect the interests of domestic producers effectively Ukraine should include dumping to the economic charges and fix it through legislation, also detail the procedure to establish that dumping and clearly define what product is similar, but not determine in each case. In order to be to become a member of the WTO, Ukraine significantly strengthened its position in the fight against dumping. But to lead the effectively trade policy Ukraine should constanstly imrove its antidumping policy in order to be able protect the Ukrainian manufacturer.

Keywords: dumping, anti-dumping regulation, export premiums.

Постановка проблеми. З набуттям Україною статусу члена СОТ, наша держава отримала нові перспективи у сфері міжнародної торгівлі. Тепер українські підприємства мають змогу самостійно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність. Але поряд із можливостями українські товаровиробники зіткнулися з жорстокою конкуренцією на зовнішньому та внутрішньому ринку. Для того, щоб вести ефективну торговельну політику Україні слід постійно удосконалювати свою антидемпінгову політику для того, щоб належним чином захищати національного товаровиробника.

Аналіз досліджень та публікацій. Питанням антидемпінгового регулювання та захисту національного ринку присвятили свої праці такі вітчизняні вчені С. Осика, Ю. Пахомов, О. Білоус, І. Бураковський, О. Покрешук, А. Філіпенко, В. Сіденко, А. Чухно, В. Пятницький.

Проблемою захисту національного ринку також займалися фахівці СОТ, комісії ЄС, Світового банку, МВФ, а також такі зарубіжними вчені: Дж. Вайнер, М. Занарді, Б. Ліндсей, М. Нолла, К. Стігман, О. Мальський, Р. МакГі та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Після набуття Україною статусу члена ВТО не всі аспекти антидемпінгового регулювання проаналізовані та мають однозначне тлумачення в законодавстві України. Ведеться пошук нових способів найбільш ефективного використання антидемпінгової політики для захисту інтересів національних товаровиробників. На наш погляд, в законодавстві є ще багато прогалин, є і шляхи якими можна обійти антидемпінгові заходи.

Мета статті - з'ясування передумов виникнення демпінгу, його сутності та аналіз практики антидемпінгового регулювання в Україні.

Існує безліч як економічних так і законодавчих визначень демпінгу. В економіці під демпінгом звичайно мається на увазі традиційна цінова дискримінація, коли компанія продає свій товар на експортному ринку по більш низькій ціні, ніж на національному [1]. Походження демпінгу часто приписують відомому канадському історичному економічній думки Якобу Вайнеру, який в 1926 р. припустив, що при максимізації прибутку ціни на внутрішньому ринку повинні бути вище, чим на експортних, по тій простій причині, що внутрішній ринок, як правило, надає більш комфортні умови національним виробникам [2].

Поняття демпінгу тісно пов'язане з поняттям експортних премій.

Експортні премії існували вже давно, але новітня епоха придала їм новий зміст, використовувала їх повністю як знаряддя боротьби за ринки. Експортні премії в епоху меркантилізму вважалися необхідним засобом для підпорядкування інших народів своїй економічній могутності. Разом із заборонами імпорту іноземних товарів і присутністю вселяких пільг і привілеїв (безпроцентні позички, безкоштовні споруди для підприємств – дозвіл не сплачувати податки, який видається державою промисловцям.

Так використання експортних премій для розвитку в Європі цукробурякової промисловості призвело до того, що страждав і бюджет держави і споживачі. На перший погляд стрімкий розвиток цукрової промисловості потрібен був сприяти здешевленню цукру, а також збільшенню об'ємів його

споживання. У реальності зростання виробництва супроводжувалося посиленням експортом, який вивізні премії всіляко заохочували, піднімаючи ціну на цукор усередині країни на всю суму вивізної премії. Тому у країнах високорозвиненої цукрової промисловості – Франції, Бельгії, Австрії, Німеччини, Нідерландах, Росії, – цукор був достатньо дорогим і рівень його споживання зростав вкрай повільно: уряд опікувався про те, щоб населення платило за цукор дорожче. Завдяки видачі премій, експорт шести найбільших країн-експортерів протягом лише невеликого періоду 1894/95–1900/ 01 рр. зріс у півтора рази – з 2,16 до 3,22 млн.т. У Франції експорт доходив в 1900/01 рр. до двох третин виробленого цукру; майже стільки ж експортували Німеччина і Австрія.

Якщо спочатку в Німеччині така політика була порівняно рідкісним явищем, то поступово виробники самі стали розглядати її як необхідний і цілком нормальний засіб.

Експорт обходиться промисловцям дорожче, ніж продаж у себе в країні. Німецький буржуазний економіст Роберт Ліфманн зтверджував, що суть полягає не в тому, що дешево збуваються товари за кордон, а в тому, що дорогі товари, що залишаються в країні.

В 1900 р. американський дротовий трест продавав дріт для виробництва цвяхів у себе в країні за 4,5 дол., за кордоном же всього за 2,11 дол., тобто за менш ніж половину ціни, яка була всередині країни. Німецький дротовий синдикат настільки понизив ціну дроту на іноземних ринках, що поніс 860 000 марок збитку, наслідком цього стало те, що ціна дроту в Німеччині так піднялася, що дала йому усередині країни близько 1,2 млн марок прибутку, що далеко перевищило понесений за кордоном збиток.

Для покриття збитків, що виникли внаслідок продажі по дешевим цінам за кордон, синдикати створюють дещо схоже на взаємне страхування, стягуючи зі збуту усередині країни певну частину, яка коливається залежно від очікуваних витрат внаслідок видачі премії.

Рейнсько-Вестфальський вугільний синдикат настільки форсував експорт вугілля, що перевищення експорту над імпортом зросло за 1907-1913 рр. з 14 до 33 млн. марок, і синдикат був вимушений систематично збільшувати збір на внутрішньому ринку, піднявши його за 1901-1911 рр. з 3 до 12% [1].

Після війни Німеччина виявилася в дуже вигідному становищі. Її низька валюта і так доставляла їй переваги на світовому ринку. Після безперервного падіння курсу на світовому ринку зниження цього курсу усередині країни в тому ж самому розмірі не виникає негайно. І, поки таке вирівнювання цін відбувається, експортер отримує підвищений прибуток і має можливість продавати за більш низькими, у порівнянні із ціною на світовому ринку, цінами. Зважаючи на те, що ціни довоєнного часу в США й у Німеччині перебували на однаковому рівні, було обчислено шляхом зіставлення індексу оптових цін в обох країнах за триріччя 1920-1922 рр. і курсу марки в Німеччині й за кордоном, що ціни в Америці за цей період були вище німецьких на величину, яка коливалася від 30% до 200%, причому, в основному, перевищення становило від 70 до 100%. За таких умов демпінг у тому розумінні, якому він розумівся до війни, повинен був у Німеччині зовсім зникнути. Але там же з'явився зовсім інший демпінг – валютний.

Продаж за заниженими цінами є результатом лише валютних умов, які країна, що експортує, використовує при експорті у своїх інтересах у якості відомої компенсації того величезного збитку, який їй наноситься скупкою іноземцями її багатств за заниженими цінами. Дана різниця в цінах означала також, що американці мали можливість закуповувати в Німеччині ті ж самі товари на 25-70% дешевше, ніж у себе в країні; половину цінності закуповуваних ними товарів вони одержували задарма.

Однак така різниця в цінах є для країн з високою валютою дуже збитковою. Тому дані країни вели боротьбу з демпінгом не тільки першого роду, який практикується іншими країнами, що мають високу валюту, але й з демпінгом другого роду. Валютний демпінг відбувався, в основному, у випадку привозу товарів з Німеччини, яка через високий розвиток своєї індустрії була для них небезпечним конкурентом.

Антидемпінгове реулювання в Україні здійснюється на основі власного законодавства та Генеральної Угоди з тарифів та торгівлі (ГАТТ). Положення ГАТТ є обов'язковими для всіх країн засновників. Незважаючи на те, що проблема демпінгу визнана на міжнародному рівні, ще досі не було сформовано універсальних міжнародних норм (зокрема в рамках СОТ), які формували б можливі шляхи вирішення проблеми боротьби з демпінгом та обходом антидемпінгових заходів. На даний момент цю прогалину заповнює внутрішнє законодавство країн-учасниць СОТ. США має найдосконаліше законодавство у даній сфері. [5]

Правова база ГАТТ пройшла довгий шлях і з розвитком ринкових відносин удосконалюється. Але ще досі виникає багато дискусій з приводу неоднозначного тлумачення термінів та положень Статті VI ГАТТ. В угоді про застосування Статті VI Генеральної угоди з тарифів та торгівлі 1994 року товар вважається таким, що демпінгується, тобто вводиться в торгівлю іншої країни за вартістю, меншою від звичайної, якщо його експортна ціна при експорті з однієї країни до іншої, менша від порівняльної ціни, яка встановлюється в ході звичайної торгівлі на аналогічний товар, призначений для споживання в країні експортера [6]

Антидемпінгову політику ведуть майже всі країни світу, оскільки зараз таке явище як демпінг досить поширене в світовій практиці, особливо в умовах економічного спаду, коли тиск на національних товаровиробників збільшується, і вони не здатні так само легко реалізувати свою продукцію за такими ж низькими цінами як іноземні конкуренти. Тому слід захищати національного виробника.

Згідно з законом « Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» демпінг – це ввезення на митну територію країни імпорту товару за цінами нижчими від порівнянної ціни на подібний товар у країні експорту, що завдає шкоди національному товаровиробнику подібного товару [7, ст. 1]. Антидемпінгові заходи - попередні або остаточні заходи, що застосовуються відповідно до цього Закону під час або за результатами антидемпінгового розслідування.

Якщо факт демпінгу є доведеним, то країна має право вводити антидемпінгові мита. В Україні механізм захисту національного товаровиробника від демпінгового імпорту з інших країн та порядок порушення й проведення антидемпінгових розслідувань і застосування антидемпінгових заходів здійснюється відповідно до Закону України "Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту" [8].

Проводять антидемпінгові розслідування в Україні уповноважені на це центральні органи виконавчої влади – Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Державна митна служба України та Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі.

За висновками Т.П. Стюарта, американського фахівця з питань антидемпінгу, згідно зі статтею VI ГАТТ:

- “демпінг забороняється, якщо він заподіює шкоду промисловості, загрожує її заподіянням”;
- наявність “демпінгу доводиться через представлення доказів щодо значного зниження ціни у країні-імпорту стосовно ціни у країні експорту, або ціни у третій країні, або витрат виробництва у країні-експорту, які збільшені на величину торговельних витрат і прибутку”;
- засобами захисту від демпінгу є антидемпінгове мито, величина якого обмежується величиною демпінгової маржі [9, с. 54-55].

Розглянемо антидемпінгову ситуацію в нашій державі. З часу приєднання України до СОТ наші підприємства отримали можливість захищати свої інтереси на зовнішньому ринку.

Так, в Україні станом на 2012 зафіксовано 3 антидемпінгових розслідування та чинні 25 антидемпінгових заходів з 14 товарних позицій (листи азбестоцементні гофровані, плити деревноволокнисті (ДВП), абразивні інструменти, нітрат амонію (аміачна селітра), стрілочні переводи, етанол (метиловий спирт листове флоат-скло (скло термічно поліроване), лампи розжарювання електричні, побутова холодильна та морозильна техніка, вироби, виготовлені з чорних металів, без електричної ізоляції (за винятком виробів з корозійностійкої (нержавіючої) сталі та виробів для цивільної авіації), молочна кислота, полотно трикотажне ворсове (включаючи довговорсове полотно) та полотно махрове, шприци, труби сталеві безшовні обсадні та насосно-компресорні) (табл 1)[10]. Найбільше антидемпінгових заходів застосовується проти Росії та КНР, відповідно 7 та 6. Але в порівнянні з 2010 р. в Україні було зафіксовано 22 чинних антидемпінгових заходів щодо імпорту на наші ринки іноземних товарів та проводилось лише одне антидемпінгове розслідування. Спеціальні заходи застосовуються з однієї товарної позиції незалежно від країни походження.

Щодо української продукції на зовнішніх ринках проводиться 7 антидемпінгових розслідувань та є чинними 29 антидемпінгових заходів [10]. У 2010 році щодо української продукції на зовнішніх ринках було проведено 5 антидемпінгових розслідувань та були чинними 30 антидемпінгових заходів. Антидемпінгові заходи (застосування мита) щодо української продукції були розпочаті до 2008 року до приєднання в СОТ, а щодо імпорту товарів в Україну після 2008 року.

Україна проводить найбільшу кількість антидемпінгових розслідувань проти таких країн (у порядку спадання): Росія, КНР, республіка Білорусь.

Цікавим є те, що Україна встановила факт демпінгу з товарної позиції “шприци” одразу з чотирьох держав таких як: КНР, Іспанія, ФРН, Великобританія.

Найвищою є ставка мита на 10 мл шприци з Китаю у розмірі 347,14%, також достатньо високою є ставка мита на 10 мл шприци для Іспанії – 196,38%. Достатньо високими є ставки мита на полотно трикотажне ворсове та побутову холодильну та морозильну техніку з КНР, відповідно у розмірі 140% та 135,45%.

Антидемпінгові заходи встановлюють загалом тривалістю 5 років, спеціальні – 3 роки незалежно від країни походження [8]. З проаналізованих вище даних можна зробити висновок, що Україна робить впевнені кроки щодо захисту свого національного товаровиробника, але проти України також ініційовано багато справ.

Сполучені Штати Америки встановили найбільшу кількість антидемпінгових мит щодо української продукції (7), ЕС на другому місці (5) антидемпінгових мит. Найвищу ставку встановлено на експорт українського феросилікомарганцю до США у розмірі 163 % терміном до 2017 року (вперше вжито ставочні заходи у 1994 р, потім здійснено перегляд у 2012).

Аналіз практики розслідувань проти українських підприємств показує, що приблизно половину експорту, на жаль, займає сировинний експорт в металургійній та хімічній промисловості. Хімічна та металургійна промисловість є у будь-якій країні, і звичайно ж будь-яка країна захищатиме національного товаровиробника. Якщо проаналізувати торговельні відносини України з іншими країнами, то можна побачити, що близько 50 % займає продукція хімічної і металургійної промисловості та Україна займає позицію експортера цієї продукції. [12] За даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі України

лише 20% металопродукції Україна поставляє на внутрішній ринок, а 80% на експорт. За останнє десятиріччя металургійні підприємства значно скоротили асортимент [10].

Але для того, щоб отримувати позитивний ефект (в якості прибутку) Україні слід закріпити позиції на зовнішніх ринках та вживати відповідних заходів, щоб її не витіснили конкуренти, наприклад Китай.

Металургійна промисловість має певні проблеми: застарілі технології, обладнання, як наслідок – висока собівартість продукції в порівнянні зі світовою, через високий рівень затрат українські металурги не можуть вдаватися до демпінгу задля завоювання ринку. Тому, щоб бути конкурентоспроможними на світовому ринку потрібно повністю модернізувати галузь. Для того, щоб це зробити слід провести наукові дослідження, економічні розрахунки та знайти в першу чергу джерела фінансування.

Українські компанії можуть бути звинувачені в демпінгу на іноземних ринках, зважаючи на сировинну структуру експорту та імпорт високотехнологічних товарів та товарів високого ступеня переробки [11]. Звісно введення обмежень щодо товарів українського походження має негативні наслідки для України. Відносно низькі ціни на експортовану продукцію – основна причина порушення антидемпінгових розслідувань. Але через низьку в порівнянні з високо розвинутими країнами якість Україна не може поставити високу ціну. В такому випадку продавати продукцію за цінами, які є нижчим за світові – єдиний вихід.

Висновки. Антидемпінг – законний інструмент захисту від прояву недобросовісної конкуренції з боку іноземних товаровиробників. Для того, щоб ефективно захищати інтереси вітчизняних товаровиробників Україні слід включити демпінг до складу економічних правопорушень та закріпити це за допомогою законодавства, також деталізувати процедуру встановлення факту демпінгу та чітко визначити, який товар вважається подібним, а не визначати в кожному випадку окремо.

Проаналізувавши дані, можна зробити висновок, що станом на 2012 рік кількість антидемпінгових заходів, вжитих проти українського імпорту є більшою на 16%, ніж кількість заходів, вжитих Україною, але це свідчить про досить активну антидемпінгову позицію нашої держави. В 2008 році проти України було застосовано 28 обмежувальних заходів, а обмежено імпорт на український ринок лише з 14 товарних, тобто кількість заходів проти української продукції перевищила кількість заходів щодо імпорту іноземних товарів у 2 рази (на 50%). За майже 5 років Україна змогла значно зміцнити свої позиції за рахунок ефективного використання антидемпінгових заходів.

Література

1. Колесов В. П. Международная экономика / В.П. Колесов, М.В. Кулаков. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 474 с.
2. Блауг М. 100 великих экономистов после Кейнса / М. Блауг. – М. : Омега-Л, 2008. – 232 с.
3. Кулишер І. М. Основные вопросы международной торговой политики / І. М. Кулишер – 4-е изд. – М. : Социум, 2002. – 479 с.
4. Zvidza T., Dumping, Antidumping and the Future Prospects for Fair International Trade. – University of Fort Hare, 2008. – 376 с.
5. Коновалова Н.О. Актуальні проблеми боротьби з обходом антидемпінгових заходів на прикладі законодавства США / Н.О. Коновалова // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2008. – № 4. – С. 79–82.
6. Генеральна угода з тарифів і торгівлі 1994 року: міжнародний документ від 15.04.1994р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon.nau.ua/doc/?code=981_003.
7. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 року із змінами та доповненнями [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. - Режим доступу: <http://rada.gov.ua>.
8. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту : Закон України від 22.12.1998 року No 330-XIV із змінами та доповненнями [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу : <http://rada.gov.ua>.
9. Осика С. Г. Правове регулювання імпорту: антидемпінгові заходи / (Укр. Акад. зовніш. Торгівлі) / С. Г. Осика. – К. : Благодійна орг. "Центр дослідження СОТ, розвитку торгового права і практики", 2003.- 448 с.
10. Офіційни сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/>
11. Гарасим Ю.Й. Сучасна антидемпінгова практика у світі, ЄС та Україні / Ю.Й. Гарасим // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2009. – № 4. – С. 31–39.
12. Дем'янюк О. Демпінг та антидемпінг у захисті економічних інтересів / О. Дем'янюк // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 2 (31). – С. 75–80.

References

1. Kolesov V. P. Mezhdunarodnaja jekonomika / Kolesov V.P. Kulakov M.V. – М. : INFRA-M, 2004. – 474 s.

2. Blaug M. 100 velikih jekonomistov posle Kejnса / Blaug M. – M. : Omega-L, 2008. – 232 s.
3. Kulisher I. M. Osnovnye voprosy mezhdunarodnoj torgovoj politiki / Kulisher I. M. – 4-e izd. – M. : Socium, 2002. – 479 c.
4. Zvidza T., Dumping, Antidumping and the Future Prospects for Fair International Trade. – University of Fort Hare, 2008. – 376 c.
5. Konovalova N.O. Aktualjni problemy borotjby z obkholdom antydempingovykh zakhodiv na prykladi zakonodavstva SShA / N.O. Konovalova // Zovnishnja torghivlja: pravo ta ekonomika. – 2008. – # 4. – S. 79–82.
6. Agreement of Implementation of Article VI of the GATT 1994. The Results of the round of Multilateral Trade Negotiations. The legal texts [Ughoda pro zastosuvannja Statti VI Gheneraljnoji ughody z taryfiv ta torghivli 1994 roku]. – Geneva, 1994.
6. Gheneraljna ughoda z taryfiv i torghivli 1994 roku: mizhnarodnyj dokument vid 15.04.1994r. [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon.nau.ua/doc/?code=981_003. (ne znaju kak pravyljno)
7. Zakon Ukrainy «Pro zovnishnjoekonomichnu dijalnistj» vid 16.04.1991 roku iz zminamy ta dopovnenjamy [Elektronnyj resurs] // Oficijnyj sajt Verkhovnoji Rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://rada.gov.ua>.
8. Zakon Ukrainy «Pro zakhyst nacionaljnogho tovarovyrobnyka vid dempinghovogho importu» vid 22.12.1998 roku No 330-KhIV iz zminamy ta dopovnenjamy [Elektronnyj resurs]. // Oficijnyj sajt Verkhovnoji Rady Ukrainy. – Rezhym dostupu: <http://rada.gov.ua>.
9. Osyka S. Gh. Pravove reghuljuvannja importu: antydempinghovi zakhody / Ukr. Akad. zovnish. torghivli .- K. : Blaghodijna orgh. "Centr doslidzhennja SOT, rozvytku torghovogho prava i praktyky", 2003. – 448 s.
10. Oficijny sajt Ministerstva ekonomichnogho rozvytku s torghivli Ukrainy [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.me.gov.ua/>
11. Gharasym Ju.J. Suchasna antydempinghova praktyka u sviti, JeS ta Ukraini / Ju.J. Gharasym // Zovnishnja torghivlja: pravo ta ekonomika. – 2009. – # 4. – S. 31–39.
12. Dem'janjuk O. Dempingh ta antydempingh u zakhysti ekonomichnykh interesiv / O.Dem'janjuk // Ghalyckyj ekonomichnyj visnyk. – 2011. – No2(31). – s.75–80.

Надійшла 03.04.2013; статтю представляє к. е. н. Заяць М. А.

УДК 330.565 (477)

Ю. А. ЗАВОЙСЬКИХ, О. М. ТАТАРЧЕНКО

Східноукраїнський національний університет імені В. Даля (м. Луганськ)

МІЖРЕГІОНАЛЬНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГІОНАЛЬНОГО ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Міжрегіональне співробітництво представлено як інструмент регіонального інноваційного розвитку. Визначено мету, основні передумови, роль та значення міжрегіонального інноваційного співробітництва в вирішенні соціально-економічних проблем регіону. З метою створення сприятливих умов для інноваційного зростання регіонів України обґрунтовано необхідність формування політики міжрегіонального інноваційного співробітництва.

Ключові слова: регіон, міжрегіональне співробітництво, інноваційна складова, регіональна політика, інтеграція, конкурентоспроможність регіонів, політика міжрегіонального співробітництва.

J. ZAVOYSKIKH, H. TATARCHENKO

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

INTERREGIONAL COLLABORATION AS AN INSTRUMENT OF THE REGIONAL INNOVATIVE DEVELOPMENT

The interregional collaboration is examined as a perspective direction of regional policy, that ensures the balanced and progressive socio-economic development of regions on the basis of organization of long-term, equal and mutually beneficial relations. It was defined, that the priority of decision making about innovative solutions today is delegated to the region. In formation of interregional collaboration institution was substantiated the necessity of role rise of innovative collaboration. With this aim was applied the following method, according to that, the acceleration of economic development of country on the basis of its innovation level can be reached with the help of intensification interregional exchange of science intensive productions, introducing new technologies between leading regions, which possess the most powerful innovative potential, implication into the process of trade barter as many regions as possible. In such a way, will be created a powerful stream of innovations, which will constantly widen on the grounds of functioning of complex and high-tech infrastructure of interregional transfer of new technologies and knowledge. The understanding of regional innovative collaboration was specified as an interaction of different regional representatives, which is directed to the development, implementation and usage of innovations, with an aim of achievement of synergetic effect on the basis of cooperating side's own interests. The purpose, the main preconditions and role of interregional innovative collaboration in solving of socio-economic problems of the region were defined. With an objective of creation of favorable conditions for innovative growth of regions in Ukraine was reasoned the necessity of formation of interregional innovative collaboration.

Keywords: region, interregional collaboration, innovative component, regional policy, integration, competitiveness of regions, interregional policy.

Вступ

В умовах модернізації національної економіки, розвитку регіональних економік виникає необхідність розробки нових підходів до вдосконалення існуючих форм міжрегіонального співробітництва, а також механізмів їх реалізації. У Щорічному посланні Президента України до Верховної ради України «Модернізація України – наш стратегічний вибір» (2011 р.) зазначено, що на порядку денному постає питання реформування системи управління регіональним розвитком і розроблення нової регіональної політики, що передбачає поєднання пріоритетів економічних реформ і модернізації країни із завданням розвитку регіонів.

Дослідженню питань міжрегіонального співробітництва присвячені праці таких відомих вітчизняних і російських науковців як І. Бабець [8], С. Біла [5, 8], І. Валюшко [8], Я. Жаліло [5, 8], В. Жук [5], М. Кушнір [5], О. Пугачова [7], Л. Рогачова [3], О. Санжина [2], Т. Ніколенко [6], С. Чернов [1], Л. Чепурнова [2]. Однак, питання відносно інноваційної складової міжрегіонального співробітництва потребують подальшого дослідження.

Міжрегіональне співробітництво в інноваційній сфері представляє відносно нове, складне явище, дослідження якого вітчизняними і зарубіжними економістами почалося порівняно недавно. Враховуючи, що основою сучасної світової економіки стають інновації і економіка знань, найбільш актуальною останнім часом стає проблема інноваційної взаємодії на рівні регіонів. У зв'язку з цим, мета статті полягає у визначенні міжрегіонального співробітництва як інструменту регіонального інноваційного розвитку.

Основна частина

Розвиток міжрегіонального співробітництва, з одного боку, потребує державної підтримки – створення рівних умов для розвитку регіонів, встановлення на регіональному рівні чітких і зрозумілих нормативних умов, що регламентують участь адміністративно-територіальних одиниць у міжрегіональному співробітництві. З іншого боку, ефективне міжрегіональне співробітництво можливе тільки за умови сильних регіонів, наділених необхідними повноваженнями, підкріпленими належними матеріальними і управлінськими ресурсами. В зв'язку з цим, важливо чітко визначити повноваження регіонів щодо участі у міжрегіональній діяльності, розбудові системи місцевого самоврядування, здатної задовольнити ці

потреби [1].

Реформа місцевого самоврядування, на нагальній необхідності проведення якої наголошує Президент України Віктор Янукович, спрямована на децентралізацію влади і передачу повноважень в регіони, посилення місцевого самоврядування, має вивести регіональний розвиток на якісно новий рівень, що відповідає головним вимогам Європейської хартії місцевого самоврядування. Розвиток міжрегіонального співробітництва має бути однією з ключових складових реформи місцевого самоврядування. Більш того, ефективне міжрегіональне співробітництво стане закономірним результатом успішного запровадження нових прогресивних форм управління територіями. Важлива роль у цьому процесі належить самим регіонам як суб'єктам співробітництва, головному джерелу активності та ініціативи [1].

Міжрегіональне співробітництво є перспективним напрямом регіональної політики, що забезпечує поступальний і збалансований соціально-економічний розвиток регіонів на основі налагодження між ними довгострокових, рівноправних і взаємовигідних відносин. Проте особливістю теперішнього часу є інтеграція, яка носить вузький адміністративний характер, що є негативним моментом, оскільки для найбільш ефективного розвитку інтеграційних процесів в сучасній економіці потрібно враховувати всі ознаки інтеграції. Таким чином, співробітництво між регіонами є багатообіцяючим напрямом, здатним успішно розвиватися в майбутньому, але воно повинне відповідати основним принципам регіональної інтеграції [2].

Фундаментальною основою зміцнення ролі держави, вирішення соціально значущих проблем, що стоять перед цивільним суспільством, є, перш за все, забезпечення динамічного інноваційного регіонального розвитку, оскільки проблема вдосконалення управління державою і суспільством носить виразно регіональний характер і обумовлюється своєрідністю культур, традицій, цінностей, потреб, ресурсів та ін. [3, с. 20]. Поясненням цьому є той факт, що в сучасних умовах глобалізації світової економіки конкурентоспроможність на світових ринках визначається темпами впровадження у виробництво новітніх науково-технічних рішень і розвитку наукоємних виробництв, а також ефективністю інноваційних процесів [4]. Інноваційна складова міжрегіонального співробітництва зорієнтована на синергетичний ефект: досягнення стабільного збалансованого соціально-економічного розвитку на загальнонаціональному рівні на основі та шляхом підвищення конкурентоспроможності регіонів [5].

Світовий досвід показує, що хоча ринок і грає вирішальну роль у стимулюванні інноваційної активності, відборі інноваційних продуктів, адекватних потребам суспільства, але без стимулюючої і регулюючої ролі державних органів влади на макро- і мезорівні неможливо забезпечити розвиток інноваційних регіональних систем [3, с. 20]. У зв'язку з цим, використання інтелектуальних ресурсів і розвиток відповідної технологічної бази є найважливішими загальнонаціональними завданнями, що вимагають ухвалення нових рішень в області стратегії інноваційного розвитку [4].

Отже, сьогодні особливої уваги набуває наступний етап інтеграції, сприяючий підвищенню конкурентоспроможності підприємств, країн, інтеграційного регіону, безпосередньо пов'язаний з розвитком технологій, інновацій та інформатики. Обмін інформацією і технологіями та розвиток на їх базі спеціалізації і кооперації виробництва, є тим етапом інтеграції, який безпосередньо формує інтегровану економічну структуру, яка, у свою чергу забезпечує комплексний синергетичний ефект міжрегіональної взаємодії.

У розбудові інституту міжрегіонального співробітництва має підвищитися роль саме інноваційного співробітництва, яке передбачає співпрацю представників різних регіонів, направлене на розробку, впровадження і використання інновацій з метою досягнення синергетичного ефекту і на цій базі задоволення власних інтересів взаємодіючих сторін. Зацікавленість регіонів у процесі інтеграції інноваційного простору дає певний стимул для активізації і підвищення ефективності міжрегіонального співробітництва регіонів, розширення їх взаємодії в інноваційній сфері, створення умов для поліпшення якості життя населення і розвитку людського потенціалу.

У даний час, в умовах лібералізації зовнішньоекономічної діяльності і становлення ринкових відносин в економіці України, практика, що швидко розвивається, обганяє теорію і ставить перед нею нові, як фундаментальні, так і прикладні завдання. Але чим більше стає окремих вирішень цих завдань, тим більш відчутна потреба в загальнотеоретичному осмисленні, синтезі поглядів на ті або інші сторони і елементи даного явища, а також підведення під них фундаментальної бази [6, с. 883].

Прискорення економічного розвитку країни на базі підвищення її інноваційності можна досягти в першу чергу інтенсифікацією міжрегіонального обміну наукоємною продукцією, впровадженням нових технологій між регіонами-лідерами, що володіють найбільш могутнім інноваційним потенціалом, залученням до процесу товарообміну можливо більшого числа регіонів. Тим самим буде створений могутній потік інновацій, що постійно розширюється, на основі функціонування комплексної і високотехнологічної інфраструктури міжрегіонального трансферу нових технологій і знань. Такий підхід дозволить не тільки поглибити процеси інтеграції регіонів у цій сфері, але і сприятиме прискоренню входження України в світовий інноваційний ринок.

Міжрегіональне інноваційне співробітництво є природно-історичним процесом, який розвивається під впливом природно-кліматичних, економічних, соціальних, політичних і культурних чинників. Передумовами міжрегіонального інноваційного співробітництва виступають близькість територіальних

меж; приблизно однаковий економічний потенціал окремих регіонів країн, що співробітничують; масштаби зовнішньоторговельної діяльності; підприємницька активність; розвиток механізму наднаціонального регулювання інноваційного розвитку регіонів; наявність сумісних проектів і міждержавних угод [7, с. 161].

Важливою умовою інтеграції регіонів у світовий інноваційний простір виступає активізація і зміцнення тісних соціально-економічних відносин між всіма елементами системи, що забезпечує виробництво і впровадження інновацій: науково-дослідними установами, підприємницьким сектором і регіональними або місцевими властями. Враховуючи, що інноваційна складова міжрегіонального співробітництва зорієнтована на досягнення стабільного збалансованого соціально-економічного розвитку завдяки підвищенню конкурентоспроможності регіонів, метою міжрегіонального інноваційного співробітництва є взаємне підвищення конкурентоспроможності регіонів, створення умов для підвищення якості життя населення і розвитку людського потенціалу.

Взаємовигідне міжрегіональне інноваційне співробітництво обумовлюється можливостями акумуляції нових знань, створення інноваційної продукції при сумісному використанні наявних потенцій і подальшому її просуванню на зовнішні ринки. Забезпечення високих темпів економічного зростання і диверсифікації економіки за рахунок підвищення конкурентоспроможності підприємств, постачальників устаткування, комплектуючих, спеціалізованих виробничих і сервісних послуг, науково-дослідних і освітніх організацій можливо завдяки розвитку інноваційних форм підприємництва таких як територіально-виробничі і інноваційні кластери. При цьому перспективним, враховуючи відмінності в рівні розвитку складових науково-технічного потенціалу регіонів, є створення єдиних інноваційних кластерів, об'єднуючих різні компоненти інноваційного потенціалу всіх учасників, що забезпечує досягнення синергетичного ефекту і реалізацію стратегічної моделі економічного зростання на основі інтелектуальних ресурсів, використання передових технологій і подальшої інтеграції в науково-виробничій сфері в рамках глобальної інноваційної економіки.

Міжрегіональне співробітництво є одним із механізмів активізації інноваційних процесів і залучення інвестицій для реалізації високоефективних інноваційних проектів, здатне формувати нові центри економічного розвитку, довкола яких створюватимуться ареали економічного зростання завдяки можливостям консолідації ресурсів зацікавлених регіонів при реалізації проектів, що становлять спільний інтерес [8, с. 5].

Для забезпечення міжрегіонального інноваційного співробітництва не можна розраховувати тільки на дію ринкових важелів, необхідна і державна підтримка інноваційного співробітництва, поглиблення взаємовигідної співпраці в ході реалізації інноваційних проектів, проведення пошукових наукових досліджень, виконання прикладних науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт.

Дані обставини диктують необхідність цілеспрямованого формування політики міжрегіонального інноваційного співробітництва, яка створювала б сприятливі умови для інноваційного зростання регіонів. У зв'язку з цим доцільна розробка сумісних заходів по заохоченню, культивуванню і вирощенню інновацій, підтримці і розвитку інвестицій у високотехнологічний сектор, а також заходів, направлених на зростання трансграничної мережі інноваційних центрів, університетів, дослідницьких інститутів, на зростання співпраці у сфері науки і технологій та на визначення можливих областей наукової і комерційної співпраці. Подальше зміцнення і просування регіональної інноваційної інтеграції життєво важливе для поліпшення місцевих наукових і технологічних можливостей та для зменшення розриву в інноваційному потенціалі між регіонами-партнерами.

Основна мета політики міжрегіонального інноваційного співробітництва в цьому контексті – це надати підтримку інноваційної діяльності для досягнення вищої продуктивності і конкурентоспроможності регіону.

Політика міжрегіонального інноваційного співробітництва на сучасному етапі повинна бути адаптована до умов постіндустріальної моделі розвитку, що припускає визначення нових пріоритетів, які тепер концентруються на розвитку освіти і професійної підготовки, науково-дослідницьких роботах, передачі технологій і інновацій, підвищенні якості продукції і якості життя, розвитку інноваційного підприємництва, залученню висококваліфікованих фахівців, захисту навколишнього середовища, створенню інформаційного простору. Таким чином, пріоритет ухвалення інноваційних рішень сьогодні переноситься на регіональний рівень. Основним завданням при цьому є стимулювання формування сприятливого клімату для розвитку міжрегіонального інноваційного співробітництва.

Міжрегіональне інноваційне співробітництво може здійснюватися в рамках проведення науково-практичних конференцій, семінарів, круглих столів, обміну інформацією про опубліковані результати досліджень і розробок в області загальних наукових інтересів, а також у вигляді різних міжнародних програм розвитку бізнесу і інноваційної активності, основою яких є державна інноваційна політика, направлена на сприяння розвитку дрібного і середнього інноваційного підприємництва.

Висновки

Таким чином, міжрегіональне інноваційне співробітництво здатне вирішити технічні і технологічні, а через них і соціально-економічні проблеми регіону. В результаті міжрегіонального інноваційного співробітництва розвивається, перш за все, внутрішній ринок регіону: створюються нові виробництва товарів і послуг.

Література

1. Чернов С. Межрегиональное сотрудничество в контексте реформы местного самоуправления [Электронный ресурс] / С. Чернов // Міжрегіональне співробітництво та сильна демократія як основа європейської інтеграції: матеріали круглого столу (Вінниця, 28.02.2012 р.). – Режим доступу : <http://www.oblrada.kharkov.ua/ru/article/mizhrehionalna-spivpratsya-v-konteksti-reformy-mistsevoho-samovyaduvannya-2130.html>.
2. Санжина О.П. Современные проблемы интеграции на уровне территориально-организованных экономических систем / О.П. Санжина, Л.Л. Чепурнова // Вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. – 2011. – № 1. – С. 103–108.
3. Рогачева Л.И. Межрегиональные связи как фактор формирования гражданского общества и укрепления государства / Л.И. Рогачева // Власть. – 2010. – № 5. – С. 20–23.
4. Обоснование по разработке проекта межгосударственной целевой программы инновационного сотрудничества государств – участников СНГ на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oblrada.ks.ua/index.php?id=11871>.
5. Інноваційні підходи до регіонального розвитку в Україні: аналітична доповідь / [С.О. Біла, Я.А. Жаліло, В.І. Жук та ін.]. – К. : НІСД, 2011. – 47 с.
6. Николенко Т.И. Международное сотрудничество в инновационной сфере [Электронный ресурс] / Т.И. Николенко. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2009_2/0883.pdf.
7. Пугачева О.В. Развитие межрегионального сотрудничества в сфере инновационной научной деятельности / О.В.Пугачева // Научный вестник ЧДІЕУ. – 2008. – № 1. – С. 160–177.
8. Міжрегіональне співробітництво у системі нової регіональної політики України / [С.О. Біла, І.Г. Бабєць, І.В. Валюшко та ін.] ; за ред. Я.А.Жаліла. – К. : НІСД, 2011. – 32 с.

References

1. Chernov S. Mezhrehyonalnoe sotrudnychestvo v kontekste reformy mestnoho samoupravleniya / S.Chernov // Mizhrehionalne spivrobitnytstvo ta sylna demokratiia yak osnova yevropeiskoi intehratsii: materialy kruhloho stolu (Vinnytsia, 28.02.2012 r.). – URL: <http://www.oblrada.kharkov.ua/ru/article/mizhrehionalna-spivpratsya-v-konteksti-reformy-mistsevoho-samovyaduvannya-2130.html>.
2. Sanzhyna O.P., Chepurnova L.L. Sovremennye problemy yntehratsyy na urovne terrytoryalno-orhanyzovannykh ekonomycheskykh system, Vestnyk Vostochno-Sybyrskoho hosudarstvennoho unyversyteta tekhnolohyi y upravleniya, 2011, # 1, pp. 103 – 108.
3. Rohacheva L.Y. Mezhrehyonalnye svyazy kak faktor formyrovaniya hrazhdanskoho obshchestva y ukrepleniya hosudarstva, Vlast, 2010, # 5, pp. 20-23.
4. Obosnovanye po razrabotke proekta mezhhosudarstvennoi tselevoi prohranny ynnovatsyonnoho sotrudnychestva hosudarstv - uchastnykov SNH na peryod do 2020 hoda. – URL: <http://www.oblrada.ks.ua/index.php?id=11871>.
5. Bila S.O., Zhalilo Ya.A., ZhukV.I. , Kushnir M.O. Innovatsiini pidkhody do rehionalnoho rozvytku v Ukraini: analitychna dopovid, Kyiv: NISD, 2011, 47 p.
6. Nykolenko T.Y. Mezhdunarodnoe sotrudnychestvo v ynnovatsyonnoi sfere. – URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2009_2/0883.pdf.
7. Puhacheva O.V. Razvytye mezhrehyonalnoho sotrudnychestva v sfere ynnovatsyonnoi nauchnoi deiatelnosti, Naukovyi visnyk ChDIEU, 2008, # 1, pp. 160 – 177.
8. Bila S.O., Babets I.H., Valiushko I.V., Zhalilo Ya.A. Mizhrehionalne spivrobitnytstvo u systemi novoi rehionalnoi polityky Ukrainy, Kyiv: NISD, 2011, 32 p.

Надійшла 17.04.2013; рецензент д. е. н. Третяк В. В.

ЗМІНА ТЕРМІНІВ СПЛАТИ ПОДАТКІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ ПОДАТКОВОГО ПЛАНУВАННЯ

У статті розглянуто з погляду податкового планування механізм зміни термінів сплати грошових зобов'язань (податкового боргу) та метод відтермінування податкових платежів.

Ключові слова: податкове планування, податкове навантаження, зміна термінів сплати податків, відтермінування, розтермінування.

A. G. ZAGORODNIY, V. Y. OLIHOVSKIY
National University Lviv Polytechnic

THE TERMS ALTERATION OF TAXES DISCHARGE AS A PART OF TAX PLANNING

In the article the terms alteration mechanism of payment of monetary obligations (tax debt) and the method of tax payments deferral in terms of tax planning are considered. The taxes are a substantial factor that have an influence on the financial and economic activity of enterprises. Discharge of taxes bring into enterprise funds redemption that, of course, leads to the impairment of its financial condition by decreasing the mobility of capital and liquidity deterioration of assets. The topical issue for today is tax payments discharge optimization. Economic agents are able to use the right concerning payment term alteration of their obligations by installment and tax credit if there are circumstances that indicate a risk or accumulation of tax debt. The using of tax planning methods give an opportunity to monitor the implementation of tax obligations, to improve the efficiency of tax planning and to optimize the tax burden.

Keywords: tax planning, tax burden, change the terms of payment of taxes, deferral of taxes

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.

Податки є істотним фактором впливу на фінансово-господарську діяльність підприємств. Сплата податків зумовлює вилучення з господарського обороту підприємства грошових коштів, що, безумовно, призводить до погіршення його фінансового стану через зниження маневреності капіталу та погіршення ліквідності активів. В умовах сьогодення актуальним є питання оптимізації сплати податкових платежів. Використання методів податкового планування дає змогу контролювати виконання податкових зобов'язань, підвищити ефективність планування податків та оптимізувати податкове навантаження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методам податкового планування присвячені праці таких науковців як І. Атаманенко, О. Вилкової, О. Глущенко, А. Слісєєва, Ю. Іванова, В. Карпової, А. Кізими, А. Крисоватого та інших. Водночас актуальними залишаються питання обґрунтування методів та інструментів податкового планування й аналізу ефективності їх застосування.

Ціль статті. Дослідити з погляду податкового планування механізм зміни термінів сплати грошових зобов'язань (податкового боргу) та метод відтермінування податкових платежів.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукових праць з податкового планування, зокрема [1, с. 335-337; 2, с. 440-428; 3, с. 55-65; 4, с. 8; 5, с.440-451] дає змогу виділити дві групи методів податкового планування – загальні та спеціальні.

До загальних методів належать методи, які мають широку сферу застосування, і, зокрема, використовуються в плануванні загальної діяльності підприємства. До них відносять: розрахунково-аналітичний, нормативний, матрично-балансовий, статистичний методи, а також методи економіко-математичного моделювання, мікробалансів та графоаналітичних залежностей.

До спеціальних методів доцільно віднести методи, які застосовують виключно в податковому плануванні підприємства для моделювання альтернативних варіантів оподаткування, зокрема методи ситуаційно-варіаційного аналізу: заміни відносин, розподілу відносин, відтермінування податкових платежів, делегування податків структурі-сателіту, використання офшорів, використання податкових пільг та інструментів облікової політики [5, с. 440-451].

Метод відтермінування податкових платежів І. Атаманенко розглядає як: «можливість перенести момент виникнення об'єкта оподаткування на подальший календарний період. Відповідно до чинного законодавства термін сплати більшості податків тісно пов'язаний з моментом виникнення об'єкта оподаткування і календарним періодом. Використовуючи елементи методу заміни і методу розділення, можна змінити термін сплати податку або його частини на подальший, що дасть змогу істотно заощадити оборотні кошти» [1, с. 335-337].

На думку Ю. Іванова, А. Кізими, А. Крисоватого, В. Карпової метод відтермінування податкового платежу, який вони називають методом відстрочення податкового платежу, дає змогу перенести момент виникнення об'єкта оподаткування на наступні податкові періоди. Наприклад, відтермінування податкових

платежів з податку на додану вартість досягається шляхом перерахування в останні дні звітного періоду попередньої оплати за товарно-матеріальні цінності постачальникам – платникам цих податків [4, с. 8; 5, с. 440-451].

Проведений аналіз наукових праць [1, с. 335-337; 2, с. 440-428; 3, с. 55-65; 4, с. 8; 5, с. 440-451] та законодавчо-нормативної бази [6, с. 122; 7; 8; 9; 10] дає змогу розглядати метод відтермінування податкових платежів як: 1) перенесення термінів сплати податків на пізніший термін згідно з домовленістю сторін угоди або рішенням відповідних державних органів; 2) зміна термінів виконання податкового зобов'язання за наявності підстав, передбачених податковим законодавством, із подальшим погашенням заборгованості.

Отже, одним із елементів податкового планування, який відносимо до методу відтермінування податкових платежів є зміна терміну сплати податків. Зміною терміну сплати податку чи збору визнається перенесення уповноваженим органом установленого терміну сплати податку (збору) на пізніший. Зміна терміну не скасовує існуючого й не створює нового зобов'язання щодо сплати податку й збору [6, с. 122]. Зміна терміну сплати податку відбувається через: відтермінування податкових зобов'язань (в науковій літературі та податковому законодавстві – відстрочка чи відстрочення), розтермінування податкових зобов'язань (в науковій літературі та податковому законодавстві – розстрочка чи розстрочення) та податковий кредит.

Відтермінування податкових зобов'язань є перенесенням сплати основної суми податкових зобов'язань платника податків на умовах податкового кредиту без урахування сум пені, за якими основна сума податкових зобов'язань та нараховані проценти сплачують рівними частками починаючи з будь-якого податкового періоду, визначеного відповідним податковим органом, але не пізніше закінчення 12 календарних місяців з моменту виникнення такого податкового зобов'язання, або одноразово у повному обсязі [7; 8].

Відповідно до ст. 100 Податкового кодексу України (надалі – ПКУ) відтермінуванням (розтермінуванням) грошових зобов'язань або податкового боргу є перенесення термінів сплати платником податків його грошових зобов'язань або податкового боргу під проценти, величина яких дорівнює розміру пені, визначеної пунктом 129.4 ст. 129 ПКУ (120 відсотків річних облікової ставки НБУ, чинної на день виникнення такого податкового боргу або на день його (чи його частини) погашення, залежно від того, яка з величин таких ставок є більшою, за кожний календарний день протермінування у його сплаті). Якщо до складу відтермінованої (розтермінованої) суми входить пеня, то для розрахунку процентів береться сума за вирахуванням суми пені.

Підставою для відтермінування грошових зобов'язань (податкового боргу) платника податків є надання ним доказів, що свідчать про наявність дії обставин непереборної сили, що призвели до загрози виникнення або накопичення податкового боргу такого платника податків, перелік яких визначено Кабінетом Міністрів України (табл. 1), а також економічного обґрунтування, яке свідчить про можливість погашення грошових зобов'язань (податкового боргу) та/або збільшення податкових надходжень до відповідного бюджету внаслідок застосування режиму відтермінування, протягом якого відбудуться зміни політики управління виробництвом чи збутом такого платника податків [7; 9].

Розтермінування податкових зобов'язань – надання платнику податків бюджетного кредиту на основну суму грошових зобов'язань або податкового боргу (в тому числі окремо – суми штрафних (фінансових) санкцій) без урахування сум пені на умовах податкового кредиту, за якими основна сума кредиту та нараховані проценти погашають рівними частками починаючи з місяця, що настає за тим місяцем, у якому прийнято рішення про надання такого розтермінування [7; 8].

Підставою для розтермінування грошових зобов'язань (податкового боргу) платника податків є надання ним достатніх доказів існування обставин, перелік яких визначено Кабінетом Міністрів України (табл. 1), що свідчать про наявність загрози виникнення або накопичення податкового боргу такого платника податків, а також економічного обґрунтування, яке свідчить про можливість погашення грошових зобов'язань (податкового боргу) та/або збільшення податкових надходжень до відповідного бюджету внаслідок застосування режиму розтермінування, протягом якого відбудуться зміни політики управління виробництвом чи збутом такого платника податків [7; 9].

На рис. 1 наведено алгоритм реалізації методу відтермінування (розтермінування) грошових зобов'язань (податкового боргу) платників податків.

Відповідно до «Порядку розстрочення (відстрочення) грошових зобов'язань (податкового боргу) платників податків» [9], для отримання відтермінування (розтермінування) податкових зобов'язань боржник подає до податкового органу за місцем свого обліку або за місцем обліку такого грошового зобов'язання (податкового боргу):

– заяву, в якій зазначаються суми податків, зборів, штрафних (фінансових) санкцій (штрафів), пені, сплату яких платник податків просить відтермінувати (розтермінувати), а також термін відтермінування (розтермінування) та періоди сплати. При цьому окремо вказуються суми, термін сплати яких ще не настав, а також термін сплати яких вже минув;

– економічне обґрунтування, яке складається з: переліку обставин [10], що свідчать про наявність загрози виникнення або накопичення податкового боргу, і доказів існування таких обставин (табл. 1); аналізу фінансового стану; графіка погашення відтермінованих (розтермінованих) сум; розрахунків прогнозних доходів платника, що гарантують виконання графіка погашення.

Перелік обставин, що свідчать про наявність загрози виникнення або накопичення податкового боргу [10]

Зміна терміну сплати податку	Обставини, що є підставою для відтермінування (розтермінування) грошових зобов'язань або податкового боргу
Відтермінування	Обставини непереборної сили, дія яких може бути викликана винятковими погодними умовами і стихійним лихом (ураган, буря, повінь, нагромадження снігу, ожеледь, землетрус, пожежа, просідання і зсув ґрунту, замерзання моря, закриття морських проток, які трапляються на звичайному морському шляху між портами відвантаження і вивантаження, інше стихійне лихо тощо) або непередбаченими ситуаціями, що відбуваються незалежно від волі і бажання заявника (війна, блокада, страйк, аварія).
Розтермінування	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ненадання (несвоєчасне надання) бюджетних асигнувань або бюджетних зобов'язань заявнику та/або недоведення (несвоєчасне доведення) фінансування видатків до заявника – отримувача бюджетних коштів в обсязі, достатньому для своєчасного виконання ним грошових зобов'язань та/або погашення податкового боргу, а також неперерахування (несвоєчасне перерахування) заявнику з бюджету коштів в обсязі, достатньому для своєчасного виконання ним грошових зобов'язань та/або погашення податкового боргу, у тому числі в рахунок оплати наданих заявником послуг (виконаних робіт, поставлених товарів). 2. Загроза виникнення неплатоспроможності (банкрутства) заявника в разі своєчасної та в повному обсязі сплати ним грошового зобов'язання або погашення податкового боргу в повному обсязі. 3. Недостатність майна заявника – фізичної особи (без урахування майна, на яке відповідно до законодавства не може бути звернено стягнення) для своєчасної та у повному обсязі сплати грошового зобов'язання або погашення податкового боргу в повному обсязі чи відсутність у заявника - фізичної особи майна. 4. Сезонний характер виробництва та/або реалізації товарів (робіт, послуг) заявником. 5. Виконання заявником плану реорганізації власного виробництва та/або зміна його організаційної структури, що призводить (може призвести) до значного спаду виробництва протягом певного періоду. 6. Провадження заявником інноваційної діяльності, у тому числі створення нових та вдосконалення існуючих технологій, видів сировини та матеріалів широкого застосування.
	<ol style="list-style-type: none"> 7. Проведення заявником науково-дослідних, конструкторських, а також соціально орієнтованих робіт, які передбачають створення робочих місць для інвалідів, захист навколишнього природного середовища, підвищення енергетичної ефективності виробництва, або технічного переоснащення власного виробництва. 8. Виконання заявником особливо важливого замовлення у рамках соціально-економічного розвитку регіону або надання ним особливо важливих (у тому числі виключних) послуг населенню. 9. Виконання заявником державного оборонного замовлення. 10. Здійснення заявником інвестицій у створення об'єктів, які мають найвищу енергетичну ефективність, соціальне значення, стратегічне значення для оборони та безпеки держави.

Відповідно до п. 100.8. ст. 100 ПКУ рішення про відтермінування та розтермінування грошових зобов'язань чи податкового боргу у межах одного бюджетного періоду приймає:

– стосовно загальнодержавних податків та зборів – керівник контролюючого органу (його заступник);

– стосовно місцевих податків і зборів – керівник органу державної податкової служби (його заступник). Після цього це рішення затверджує фінансовий орган місцевого органу виконавчої влади, до бюджету якого зараховують такі місцеві податки чи збори.

Рішення про відтермінування та розтермінування грошових зобов'язань чи податкового боргу стосовно загальнодержавних податків та зборів на термін, що виходить за межі одного бюджетного року, приймає керівник (заступник керівника) центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну податкову політику та політику у сфері митної справи (на сьогодні таким органом є Міністерство доходів і зборів України), за погодженням із центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної фінансової політики.

Не пізніше наступного робочого дня з дня прийняття або отримання рішення орган державної податкової служби за місцем обліку платника податків (або за місцем обліку його грошового зобов'язання (податкового боргу)) укладає з цим платником договір про відтермінування (розтермінування) грошових зобов'язань (податкового боргу).

Відтермінування та розтермінування надаються окремо за кожним податком та збором. Терміни сплати відтермінованих та розтермінованих сум або їх частки можуть бути перенесені шляхом прийняття окремого рішення та внесення відповідних змін до договорів відтермінування (розтермінування).

Договори про відтермінування та розтермінування можуть бути достроково розірвані: а) з ініціативи платника податків – при достроковому погашенні суми податкового боргу, по якому була досягнута домовленість про відтермінування (розтермінування); б) з ініціативи податкового органу, коли: з'ясовано, що інформація, надана платником податків при укладенні зазначених договорів є недостовірною,

неповною або перекрученою; платник податків визнається таким, що має податковий борг по податкових зобов'язаннях, які виникли після висновку зазначених договорів; платник податків порушує умови погашення відтермінованого та розтермінованого податкового боргу.

Відтермінування та розтермінування податкового боргу не звільняють майно платника податків з податкової застави.

Податковий кредит визначається як сума, на яку платник податку має право зменшити податкове зобов'язання звітного періоду [6, с.122].

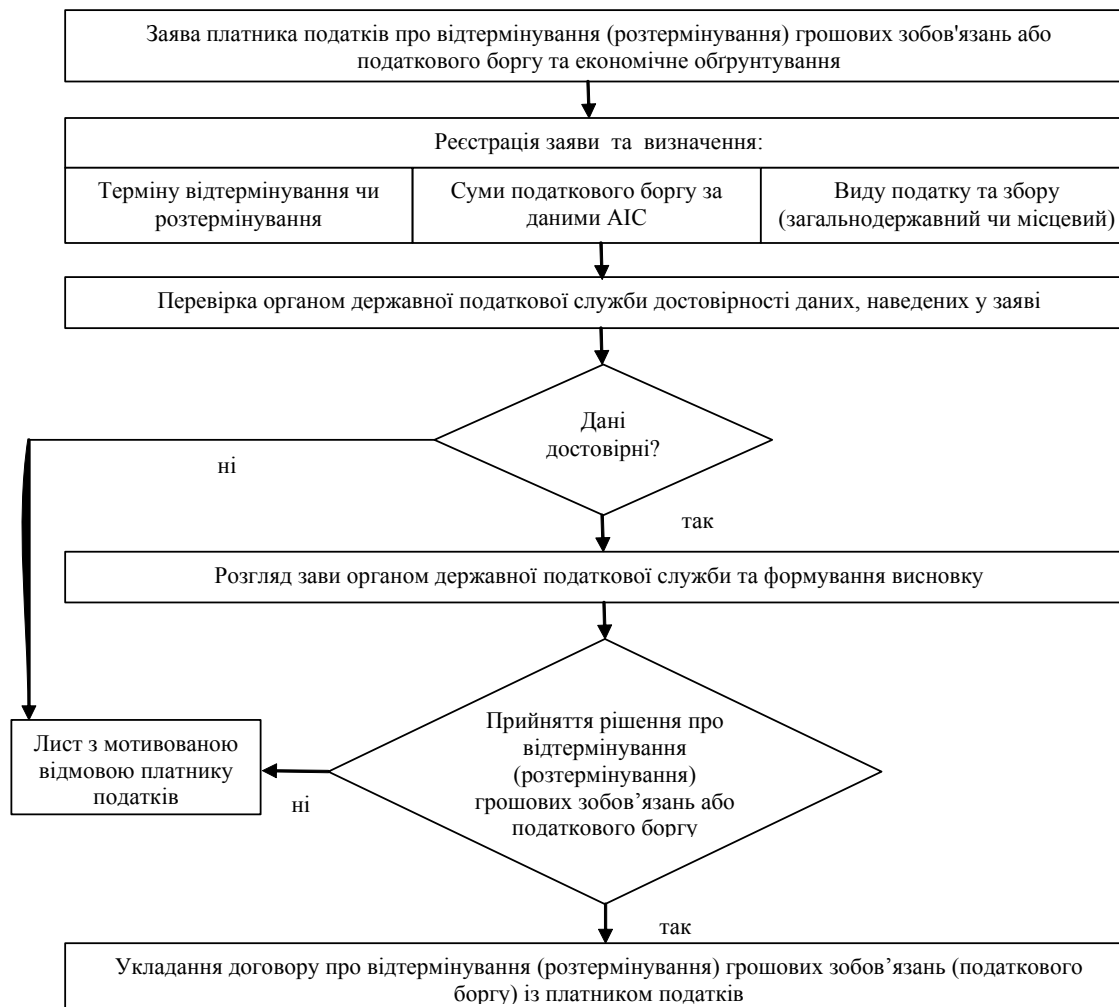


Рис. 1 Алгоритм реалізації методу відтермінування (розтермінування) грошових зобов'язань (податкового боргу) платників податків

Перевагами відтермінування та розтермінування податкових зобов'язань є:

1) на відтерміновані та розтерміновані грошові зобов'язання (податковий борг) пеню та штрафи не нараховують з дати прийняття рішення або укладання (підписання) договору про відтермінування (розтермінування) грошового зобов'язання (податкового боргу) до закінчення терміну чинності договору. Порушення платником податку терміну сплати є підставою для притягнення його до відповідальності та застосування санкцій, в порядку передбаченому в ПКУ а саме:

– пеня – 120 відсотків річних облікової ставки НБУ, чинної на день виникнення такого податкового боргу або на день його (його частини) погашення, залежно від того, яка з величин таких ставок є більшою, за кожний календарний день прострочення у його сплаті;

– штраф (фінансова санкція): при затримці до 30 календарних днів включно, наступних за останнім днем терміну сплати суми грошового зобов'язання, - у величині 10 відсотків погашеної суми податкового боргу; при затримці більше 30 календарних днів, наступних за останнім днем терміну сплати суми грошового зобов'язання, - у величині 20 відсотків погашеної суми податкового боргу).

Суми фінансових санкцій, штрафів, неустойок не включають до витрат для цілей визначення об'єкта оподаткування податком на прибуток;

2) відтермінування та розтермінування податкових зобов'язань дає змогу не застосовувати до підприємств таких непопулярних заходів, як опис, вилучення та реалізація майна підприємства – боржника;

3) суму нарахованих процентів за користування відтермінуванням чи розтермінуванням податкових зобов'язань (боргу) для цілей визначення об'єкта оподаткування податком на прибуток включають до витрат.

Висновки і перспективи подальших досліджень за проблемою. Причиною виникнення податкового боргу, в більшості випадків, є погіршення фінансового стану підприємств, недостатність фінансових обігових ресурсів та неспроможність вчасно і в повному обсязі проводити розрахунки з бюджетом. При наявності обставин, що свідчать про загрозу або накопичення податкового боргу, суб'єкти господарювання мають змогу скористатись правом щодо зміни терміну сплати своїх зобов'язань через відтермінування, розтермінування та податковий кредит.

Зміна терміну сплати податкових зобов'язань, як елементу податкового планування, дає змогу платникам податків:

- попередити виникнення або нагромадження податкового боргу (податкового зобов'язання);
 - уникнути нарахувань штрафних санкцій та пені за несвоєчасну сплату податкового боргу.
- Боржник, якому надано відтермінування (розтермінування), не вважається таким, що порушив податкові зобов'язання;
- включити суму нарахованих процентів за користуванням відтермінуванням чи розтермінуванням податкових зобов'язань (боргу) до витрат для цілей визначення об'єкта оподаткування податком на прибуток;
 - надати підприємству додатковий час для стабілізації його фінансового стану.

Література

1. Атаменко І.Б. Ефективність методів податкового планування [Електронний ресурс] / І.Б. Атаменко. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2010.../48.pdf.
2. Вылкова Е.С. Налоговое планирование / Е.С. Вылкова, М.В. Романовский. – СПб. : Питер, 2004. – 634 с.
3. Загородній А.Г. Податки та податкове планування підприємницької діяльності : монографія / А.Г. Загородній, А.В. Єлісєєв. – Львів : Центр Бізнес-Сервісу, 2003. – 152 с.
4. Карпова В.В. Формування системи податкового планування на підприємстві: автореф. дис. канд. екон. наук, ступеня 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / В.В. Карпова – Харків, 2005. – 24 с.
5. Податковий менеджмент : підручник / Ю.Б. Іванов, А.І. Крисоватий, А.Я. Кізіма, В.В. Карпова. – К. : Знання, 2008. – 525 с.
6. Науково-практичний коментар до Податкового кодексу України : в 3 т. / кол. авторів [заг. редакція, М. Я Азарова]. – К. : Міністерство фінансів України, Національний університет ДПС України, 2010. – 725 с.
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
8. Методичні рекомендації щодо встановлення загрози виникнення податкового боргу та проведення аналізу фінансового стану підприємств, які звертаються до органів ДПС для розстрочення (відстрочення) податкових зобов'язань: Наказ ДПА України 11.02.2010 р. № 72 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0072225-10>.
9. Порядок розстрочення (відстрочення) грошових зобов'язань (податкового боргу) платників податків: Наказ Міністерства фінансів України від 30.11.2012 р. № 1263 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z2143-12>.
10. Про затвердження переліку обставин, що свідчать про наявність загрози виникнення або накопичення податкового боргу, і доказів існування таких обставин : Постанова Кабінету Міністрів України від 27.12.2010 р. № 1235 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1235-2010-%D0%BF>.

References

1. Atamenko I.B. Efektyvnist metodiv podatkovoho planuvannia / I.B. Atamenko [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Logistyka/2010.../48.pdf.
2. Vylkova E.S. Nalogovoe planirovanie / E.S. Vylkova, M.V. Romanovskij. – SPb.: Piter, 2004. – 634 s.
3. Zahorodnii A.H. Podatky ta podatkovoe planuvannia pidpriemnytskoi diialnosti: Monohrafiia / A.H. Zahorodnii, A.V. Yelisieiev. – Lviv: Tsentr Biznes-Servisu, 2003. — 152 s.
4. Karpova V.V. Formuvannia systemy podatkovoho planuvannia na pidpriemstvi: avtoref. dys. kand. ekon. nauk, stupenia 08.06.01 «Ekonomika, orhanizatsiia i upravlinnia pidpriemstvamy» / V.V. Karpova – Kharkiv, 2005. – 24 s.
5. Podatkovi menedzhment: Pidruchnyk / Yu.B. Ivanov, A.I. Krysovaty, A.Ya. Kizyma, V.V. Karpova. –

К.: Znannia, 2008. – 525 s.

6. Naukovo-praktychnyi komentar do Podatkovoho kodeksu Ukrainy: v 3 t. / kol. avtoriv [zah. redaktsiia, M. Ya Azarova]. – К. : Ministerstvo finansiv Ukrainy, Natsionalnyi universytet DPS Ukrainy, 2010. – 725 s.;

7. Podatkovi kodeks Ukrainy vid 02.12.2010 r. # 2755-VI [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

8. Metodychni rekomendatsii shchodo vstanovlennia zahrozy vynyknennia podatkovoho borhu ta provedennia analizu finansovoho stanu pidpriemstv, yaki zvertaiutsia do orhaniv DPS dlia rozstrochennia (vidstrochennia) podatkovykh zoboviazan: Nakaz DPA Ukrainy 11.02.2010 r. # 72 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0072225-10>.

9. Poriadok rozstrochennia (vidstrochennia) hroshovykh zoboviazan (podatkovoho borhu) platnykiv podatkov: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy vid 30.11.2012 r. # 1263 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z2143-12>.

10. Pro zatverdzhennia pereliku obstavyn, shcho svidchat pro naiavnist zahrozy vynyknennia abo nakopychennia podatkovoho borhu, i dokaziv isnuvannia takykh obstavyn: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 27.12.2010 r. # 1235 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1235-2010-%D0%BF>.

Надійшла 12.04.2013; рецензент: д. е. н. Яремко І. Й.

УДК 65.014

К. С. ЗАЙЧЕНКО

Одеський національний політехнічний університет

ТИПОЛОГІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР ІННОВАЦІЙНО АКТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті представлений аналіз основних типів організаційних структур управління інноваційно активних підприємств, виділено найбільш ефективно діючі. Досліджено основні переваги та недоліки, з якими зустрічаються менеджери при функціонуванні тієї чи іншої структури. Наведено декілька прикладів їх застосування.

Ключові слова: організаційна структура, управління, інноваційна діяльність, підприємство, ефективність.

K. S. ZAICHENKO

Odessa national polytechnic university

TYPOLOGY AND FEATURES OF ORGANIZATIONAL STRUCTURE INNOVATION ACTIVE ENTERPRISES

The aim of the article is to show the most effective organizational structures for the innovation active enterprises. The general scientific methods are used, the tasks of the research are formulated, the works of domestic and foreign scientists are analysed for the achieving the main goal. The typology of organizational structures is widely presented in literature. The structures that allows conducting the innovative activities with the best results are the following: functional, project, product and matrix structures. Their advantages, disadvantages and features are analysed. The analyses of organizational structures innovation active enterprises shows that this theme is topical, that allows to investigate it in all aspects.

Keywords: organizational structure, management, innovative activities, enterprise, efficiency.

Вступ

Організаційна структура управління сучасного підприємства – це не лише графічне зображення організаційних блоків підприємства, що визначає взаємозв'язки між його ланками. Це, в першу чергу, один з головних факторів, що зумовлює ефективну діяльність підприємства в цілому. Звісно, за умови, якщо до побудови структури управління топ-менеджмент буде відноситись досить серйозно, а не як до звичайної формальності. В разі активного ведення підприємством інноваційної діяльності, керівництву необхідно приділити максимум уваги при створенні організаційних одиниць та налагодити між ними зв'язки так, щоб не було дублювання функцій та інших негативних явищ. Досить часто топ-менеджмент вважає, що типи структур управління є уніфікованими для підприємств різних сфер та напрямностей діяльності. Це досить застаріла думка, адже типологія структур управління інноваційно активних підприємств та підприємств, що не ставлять за мету розробку та впровадження інновацій, достатньо різниться.

Аналіз останніх джерел та публікацій. Дослідження змін організаційних структур управління підприємств, що ведуть інноваційну діяльність, висвітлено в роботах наступних вітчизняних та зарубіжних вчених: Ілляшенко С.М., Скрипка Т.О., Краснокутська Н.В., Морозов Ю.П., Ільєнкова С.Д., Хотяшева О.М., Жариков В.В., Фатхутдинов Р.А. та ін.

Методологія дослідження. Методологічною базою дослідження є наступні загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, дедукції, індукції, порівняння та узагальнення.

Основною метою дослідження є висвітлення найбільш прийнятних організаційних структур управління для діяльності інноваційно активних підприємств. Для її досягнення необхідно виконати наступні завдання:

1. Проаналізувати здобутки вітчизняних та зарубіжних вчених у висвітленні данного питання.
2. Виділити основні типи структур управління, що максимально сприяють веденню інноваційної діяльності, дослідити їх переваги та недоліки.
3. Відобразити важливість правильно обраної структури управління для ефективного ведення інноваційної діяльності та підприємства в цілому.

Результати дослідження

Досліджуючи теоретичні аспекти організаційних структур управління, можна зробити висновок, що структура управління для інноваційно направленої підприємства – це не зовсім структура управління звичайного підприємства. Слід зауважити, що головним недоліком традиційних організаційних структур при введенні інновацій є нездатність швидко реагувати та видозмінюватись при нестабільних внутрішньому та зовнішньому середовищах.

Організаційні структури підприємств відповідають принципу жорсткої вертикальної бюрократизації. Це виражається в тому, що у вищих ланках управління концентруються всі адміністративно-розпорядчі, правові та економічні функції, а інноваційні структури обмежені у прийнятті самостійних господарських рішень. В результаті нерозвиненості горизонтальних зв'язків, ускладнена координація дій інноваційних підрозділів підприємств. [3]

Організація інноваційного менеджменту передбачає створення певної ієрархічної організаційної структури, до складу якої входять спеціалізовані підрозділи управління, керівники різних рівнів, яким надають повноваження для ухвалення та реалізації певних управлінських рішень, і які є відповідальними за їх результати. [4]

В наш час існують різноманітні типи організаційних структур управління, що залежать від характеру діяльності, чисельності трудових кадрів, типу інноваційних проектів та ін. Але головне, що необхідно враховувати в будь-якому разі і при виборі тієї чи іншої структури управління, – це наявність мінімальної кількості ієрархічних рівнів, що дає змогу знизити управлінські витрати та прискорити процес прийняття рішень та виконання інноваційних проектів.

Фатхутдінов Р.А. виділяє наступні типи організаційних структур інноваційних організацій: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, матрична (штабна), бригадна, дивізіональна та проблемно-цільова. [6]

Жариков В.В. класифікує організаційні структури інноваційних підприємств наступним чином: функціональний, тематичний та змішаний типи. [5]

Ілляшенко С.М. виділяє всього три типи структур управління інноваційного підприємства: проектна, продуктова та матрична. [2]

Скрипко Т.О. вважає, що найпоширенішими типами організаційних структур, які здійснюють інноваційні заходи, вважаються матрична та проектна організації. [4]

Найбільш поширеними в наш час можна вважати наступні організаційні структури: функціональна, проектна, продуктова та матрична.

Функціональна структура характеризується відокремленням структурних блоків, що відповідають за виконання конкретної задачі, та основною перевагою її можна вважати те, що це призводить до максимальної ефективності. В цей же час звідси й випливає основний недолік – співробітники не в змозі вирішувати будь-які інші проблеми, що не входять до їх спеціалізації. Тому функціональну структуру можуть використовувати підприємствам невеликих масштабів, де виконуються однотипні дослідження та нескладні, достатньо прості роботи, що розподіляються на окремі складові, при цьому розробка інновацій не є основою стратегії. Ще одним недоліком можна вважати те, що робітникам важко розкрити свій потенціал.

Проектну та продуктову структури управління можна розглядати разом, в першому випадку розробляється проект, в другому – окремий продукт. Вони характеризуються відокремленням організаційних блоків, що включають в себе спеціалістів різних напрямностей. Тому основною перевагою використання даних типів можна вважати націленість на конкретний результат, що призводить до збільшення відповідальності за своєчасне та якісне виконання роботи конкретного підрозділу та його керівника. Звідси й випливають основні недоліки: збільшення витрат через дублювання функцій та неефективне використання ресурсів. Дані типи структур управління притаманні підприємствам, що спеціалізуються на виробництві різних продуктів або виконання різних проектів. Підрозділи формуються задля необхідності в розробці конкретного проекту та після виконання – розформовуються. Основним недоліком цього типу можна вважати загострення конфліктної ситуації на підприємстві через конкуренцію, що виникає між командами або групами.

Корпорація, що займається безперервними проектами може зміцнювати свою культуру шляхом залучення лідерів з різних відділ разом в одному середовищі. Наприклад, корпорація BMW координує свої інноваційні проекти дизайну автомобіля шляхом переміщення членів свого науково-дослідного центру протягом трирічного періоду. Інженери і маркетологи працюють разом, що прискорює налагодження зв'язку

і знижує конфлікти на останній стадії. [1]

Але найбільш частим за використанням та сприятливим для ведення інноваційної діяльності в наш час є матричний тип структури управління. Особливістю даного типу є гнучкість, що дає змогу швидко реагувати на будь-які зміни внутрішнього та зовнішнього середовищ. Матричний тип притаманний підприємствам, на яких виконується обмежена кількість абсолютно різних проектів. Кожен проект ведеться окремим колективом, що не приймає участі в інших. Використання матричного типу можливе при наявності великої кількості потокових проектів та незначної кількості складних. Взагалі використання матричного типу організаційної структури управління не ускладнює діяльність підприємства та, за рахунок своєї динамічності, легко перебудовується. Даний тип характеризується подвійним підпорядкуванням: начальнику конкретного відділу та начальнику проекту. Звідси й суттєвий недолік – порушення принципу єдиного керівництва, що в подальшому призводить до конфліктних ситуацій.

Концепція може бути поширена на аутсорсинг фахівців, подібний до того, що зробили Procter & Gamble, коли реорганізували свій науково-дослідний відділ шляхом залучення колективних ідей з усього світу для створення нових продуктів. Взаємодіючи з мережами з наукового співтовариства, компанія створила нові робочі місця, такі як «технологія підприємців», які розвідували університети і інші лабораторії для нових наукових відкриттів. [1]

Єдине, що необхідно враховувати при обиранні потрібної структури – це відповідність стратегії цілям підприємства та ознайомлення з ними працівників. Дуже часто проблемою багатьох організацій є саме те, що співробітники не зовсім розуміють кінцеву мету та за для чого вони виконують свої обов'язки.

Висновки

Правильно побудована та ефективно діюча організаційна структура управління є невід'ємною частиною успішного підприємства. Якщо топ-менеджмент приймає рішення зайнятися розробленням інновацій, то з організаційних складових перше, що необхідно розробити – відповідну до стратегії та цілей організаційну структуру. Ще одним фактором успіху є адаптація структури управління до конкретного підприємства та конкретного становища на ньому. Аналіз теоретичної бази організаційних структур інноваційно активних підприємств показав, що дана тематика є достатньо актуальною, що дає змогу в подальшому розглядати її з інших позицій.

Література

1. Alex Cosper Innovative Organizational Structure. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smallbusiness.chron.com/innovative-organizational-structure-43127.html>
2. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент : підручник / С.М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
3. Миронова В.С. Создание организационных структур инновационного предпринимательства / В.С. Миронова // Креативная экономика. – 2008. – № 6 (18). – С. 9–13.
4. Скрипка Т. О. Інноваційний менеджмент : підручник / Т. О. Скрипка. – К. : Знання, 2011. – 423 с.
5. Управление инновационными процессами : учебное пособие / В.В. Жариков, И.А. Жариков, В.Г. Однолюк, А.И. Евсейчев. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 180 с.
6. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учебник / Фатхутдинов Р.А. ; 4-е изд. – СПб. : Питер, 2003. – 400 с.
7. Філіппова С.В. Трансформаційні процеси в промисловому виробництві в умовах нестабільності : монографія / Філіппова С.В. – Одеса : ОРІДУ НАДУ – 2005. – 416 с.
8. Зайченко (Мельник) К.С. Удосконалення організаційної структури на етапах життєвого циклу машинобудівного підприємства / К.С. Зайченко (Мельник) // Науковий вісник. Одеський національний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – 2012. – № 18 (170). – С. 83–90.

References

1. Alex Cosper Innovative Organizational Structure. – [Elektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: <http://smallbusiness.chron.com/innovative-organizational-structure-43127.html>
2. Illiashenko S.M. Innovatsiyni menedzhment: pidruchnyk / S.M. Illiashenko. – Sumy: Universytetska knyha, 2010. – 334 p. [in Ukrainian]
3. Mironova V.S. Sozdanie organizatsionnykh struktur innovatsionnogo predprinimatel'stva // Kreativnaya ekonomika. – 2008. – №6 (18). – pp. 9-13. [in Russian]
4. Skrypko T. O. Innovatsiyni menedzhment : pidruchnyk / T. O. Skrypko. - K. : Znannia, 2011. – 423 p. [in Ukrainian]
5. Upravlenie innovatsionny`mi prozessami : uchebnoe posobie / V.V. Zharikov, I.A. Zharikov, V.G. Odnol'ko, A.I. Evseychev. – Tambov : Izd-vo Tamb. gos. tehn. un-ta, 2009. – 180 p. [in Russian]
6. Fathutdinov R.A. Innovatsionny`j menedzhment. Uchebnik, 4-e izd. – SPb.: Piter, 2003. – 400 s: il. – (Seriya «Uchebniki dlya vuzov»). [in Russian]
7. Filyppova S.V. Transformatsiini protsesy v promyslovomu vyrobnytstvi v umovakh nestabilnosti.

Monohr. – Odesa: ORIDU NADU – 2005. – 416 p. [in Ukrainian]

8. Zaichenko (Melnyk) K.S. Udoskonalennia orhanizatsiinoi struktury na etepakh zhyttievoho tsykladu mashynobudivnoho pidpriemstva // Naukovyi visnyk. Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet. Vseukrainska asotsiatsiia molodykh naukovtsiv. – 2012. – №18 (170). – pp. 83–90. [in Ukrainian]

Надійшла 20.04.2013; рецензент д. е. н. Філіппова С. В.

УДК 336.244

Н. С. КАРВАЦКА

Хмельницький національний університет

МИТНИЙ ТАРИФ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

У статті досліджено основні мотиви, якими керується держава при використанні митного тарифу як інструменту регулювання зовнішньоторговельної політики. Розглянуто структуру доходів Державного бюджету України, динаміку показників контрабанди та порушення митних правил. Визначено групи економічних ефектів, що виникають у результаті оподаткування імпорту митним тарифом.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, митно-тарифне регулювання, митний тариф, мито.

N. S. KARVATSKA

Khmelnytsky National University

CUSTOMS TARIFF AS A TOOL FOR REGULATION FOREIGN TRADE POLICY

The article investigated the main reasons which the government is guided by the use of the customs tariff as an instrument of regulation of foreign trade policy. Advantages and disadvantages of using customs duties in order to ensure the interests of domestic producers and protect "young" industries defined. Priorities of country's export potential was formed. Reasons for the use of the customs tariff to protect national, economic, environmental security, peacekeeping and international security are studied. Implementation of the customs tariff fiscal functions are analyzed. The structure of revenues of the State Budget of Ukraine and dynamics of smuggling and violation of customs regulations are considered and presented. Groups of economic implications resulting from the tax import duties defined. It is proved that the damage caused by the elimination of the tariff leads to a decrease in social welfare. But it is an effective factor that encourages domestic producers to increase the efficiency and competitiveness of its production, reduce production costs and improve the quality of manufactured goods.

Keywords: foreign trade, customs and tariff regulations, customs tariff, duties.

Вступ. Одним із найбільш поширених інструментів регулювання зовнішньоторговельної політики будь-якої держави є митний тариф. За його допомогою вирішуються найрізноманітніші завдання: захист національного виробника, забезпечення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світових ринках, формування ефективної товарної структури експортно-імпортних операцій, поповнення державного бюджету за рахунок коштів, вилучених на кордоні. Проблемними питаннями митно-тарифного регулювання та його інструментів займаються такі теоретики та практики у галузі митної справи, як І. Бережнюк, І. Ф. Білько, В. Ващенко, А. Войцещук, О. Гребельник, О. Єгоров, Ф. Жорин, І. Карамбович, Ю. Макогон., В. Науменко, П. Пашко, В. Шлемко та ін.

Метою статті є дослідження переваг та недоліків застосування митного тарифу у процесі регулювання зовнішньоторговельної політики.

Викладення основного матеріалу. Метою використання митно-тарифних заходів є: забезпечення необхідного рівня доходів державного бюджету; створення однакових умов для конкуренції вітчизняних та іноземних товаровиробників, що дозволяє державі на рівних увійти до світового економічного простору; забезпечення певного рівня захисту національних підприємств, що здійснюють переоснащення виробництва, його раціоналізацію, реструктуризацію, впроваджують нові методи управління з метою підвищення конкурентоздатності вітчизняних товарів на світовому ринку. Тобто мотиви, якими керується держава при застосуванні тарифів, можна умовно розділити на три основні групи.

Першою групою мотивів є виконання митним тарифом регулятивної функції і передбачає вплив з боку держави на зовнішньоекономічні відносини за допомогою засобів економічного й адміністративного характеру з метою забезпечення національних інтересів та інтересів національних товаровиробників. Класичним прикладом таких міркувань є аргументація на користь захисту молодих, недостатньо розвинутих галузей чи видів виробництва. Така позиція ґрунтується на тезі про те, що становлення того чи іншого виду виробництва в країні є недостатнім порівняно з іншими рівнем економічного розвитку і може гальмуватися внаслідок конкуренції з боку економічно сильніших зарубіжних виробників [1]. Безперечно, захист молодих галузей буде актуальним завжди, оскільки закономірність розвитку економічної системи за умови науково-технічного прогресу – це пошук нових потреб, а, відповідно, і товарів. Збільшення товарної номенклатури зумовить пошук нових технологій, акумуляції коштів для створення нових галузей, які потрібно буде

захищати. Однак, з іншого боку, збільшення вітчизняного виробництва супроводжується додатковими витратами, які компенсуються зростанням ціни за рахунок митного захисту, тобто споживачі підтримують малоефективне національне виробництво. Прихильники протекціонізму зазначають, що хоча в короткостроковому плані діяльність виробництв, захищених тарифами, не досить ефективна економічно, але в майбутньому національні виробники зміцнять індустріальну базу економіки, стануть конкурентоспроможними і необхідність у їх захисті відпаде.

Зростання протягом останніх років в Україні експорту з його гіпертрофованою структурою і сировинною спрямованістю на тлі зниження обсягів національного виробництва, від'ємного сальдо платіжного балансу посилює деградацію національної промисловості і збільшує лави безробітних. Надзвичайно важливим на сьогодні є створення потужного експортного потенціалу, спрямованого на зростання економічної могутності Української держави, здійснення виваженої експортної політики. Пріоритетом у розвитку експортного потенціалу повинно стати використання переваг тих виробництв, які мають передові технології та високий експортний потенціал, а саме: літакобудування, космічне ракетобудування та космічні послуги, порошкова металургія, виробництво надтвердих матеріалів тощо. Значний експортний потенціал має також сільське господарство за умови його реформування, створення сучасної переробної промисловості, поліпшення умов зберігання продукції тощо [2]. Використання митного тарифу в цьому разі логічно, але для інших цілей: зростання кваліфікації робочої сили, технічного переобладнання, недопущення ліквідації галузі, необхідно використовувати інші методи державного регулювання. Як, наприклад, пільгове кредитування, звільнення або зниження податкового тиску. Оскільки «молоді галузі», так і не ставши рентабельними, звикають до пільгового режиму, прогресують явища застою в національному виробництві, зростають тенденції монопольного підвищення цін на внутрішньому ринку, що зумовить не тільки значні втрати Державного бюджету країни, а й накопичення негативних тенденцій в її економіці [3]. Окрім того, застосування високого рівня тарифу може спровокувати іноземні держави до вжиття відповідних протекціоністських заходів, спрямованих проти національного експорту, що може призвести до втрати робочих місць і доходів в експортних галузях. Тому використання в цій ситуації митного тарифу не завжди є оптимальною формою розв'язання проблеми.

Другу групу мотивів складають міркування неекономічного характеру, до яких належать аргументи на користь активного втручання держави в економіку загалом. За допомогою митного тарифу держава забезпечує: захист національної, екологічної безпеки, підтримання миру та міжнародної безпеки; суспільний порядок; моральність; захист інтересів споживачів тощо. Велика частина подібних завдань реалізуються в процесі виконання митними органами своїх контролюючих функцій, таких як: митний, валютний, екологічний, фіто-санітарний та інші види контролю, а також при виконанні завдань по боротьбі з контрабандою та порушеннями митних правил. Протекціоністські мотиви є основою тарифного захисту галузей економіки, які мають стратегічний характер (виробництво озброєння та деякою мірою сільське господарство).

Третьою групою мотивів є виконання митним тарифом фіскальної функції тобто наповнення державного бюджету за рахунок стягнення мит, податку на додану вартість, акцизного збору з товарів та інших предметів при їх переміщенні через митний кордон. Дохід від запровадження митного тарифу надходить державі, тобто відбувається перерозподіл доходів з приватного сектора до державного. Трансферт держава використовує на свій розсуд. Ці кошти можуть спрямовуватися як на вирішення економічних проблем, покриття дефіциту державного бюджету чи платіжного балансу, додаткові витрати на соціальні програми, підвищення заробітної плати державним службовцям чи виплати малозабезпеченим верствам населення [3, с.192], а може бути виведена з процесу відтворення та спрямована на цілі кінцевого споживання, виплату зовнішніх боргів тощо. Від однієї четвертої до трьох п'ятих Державного бюджету країн з низьким рівнем національного доходу може забезпечуватися за рахунок митних платежів. В Україні надходження від митних платежів до державного бюджету становлять близько 35% від загального його обсягу. Однак, надто велика залежність від митних надходжень створює загрозу економічній безпеці країни. Чим більш розвинена країна, тим меншою є роль мита та митних зборів у наповненні Державного бюджету, а пріоритетною функцією митних органів вважається перевірка дотримання митного і податкового законодавства.

Розглянемо структуру доходів Державного бюджету України за 2007–2012 рр. (табл. 1).

Відповідно до даних таблиці 1 митне оподаткування в Україні не належить до податків, що мають ключове значення при формуванні дохідної частини бюджету, оскільки питома вага митного оподаткування протягом усього періоду, що аналізується, не перевищувала 6% і має тенденцію до зниження. У цілому це позитивний результат, оскільки характерною особливістю податкових систем більшості країн, що розвиваються, є висока частка податків на зовнішню торгівлю, насамперед імпортного мита завдяки простоті збору такого податку.

Водночас слід зауважити, що загальна сума митних платежів, перерахованих митними органами до Державного бюджету України становить у середньому 35% від розміру дохідної його частини і має тенденцію до підвищення. Так, якщо у 2007 році митні надходження становили в середньому 54 млрд. грн. на рік, то у 2012 році вони досягають 122 млрд. грн., тобто відбулося зростання у 2,3 рази. Це зростання

можна пояснити збільшенням імпорту товарів до України після спаду 2007 р., який був спричинений як внутрішніми (нестабільність економічної ситуації, платіжна криза), так і зовнішніми проблемами (падіння світових цін і глобальна економічна криза). Другим фактором є активізація Україною діяльності після вступу до СОТ, що супроводжувалось прийняттям низки нормативно-правових актів і внесенням поправок до вже існуючих, які зробили більш прозорою діяльність митних органів.

Таблиця 1

**Динаміка питомої ваги мита у складі доходів Державного бюджету України та непрямих податках, %
(складено за даними [8, 9])**

Показники	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Розмір доходів Державного бюджету України, млрд. грн.	165,9421	231,6863	209,7003	240,6152	314,6169	346,0255
Загальна сума митних платежів, перерахованими митними органами до Державного бюджету України, млрд. грн.	54,119	96,042	83,116	85,9	114,8	122
у % до розміру доходів Державного бюджету України	32,61	41,45	39,62	35,7	36,49	35,2
у т.ч.:						
Акцизний податок з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції), млрд. грн.	1,4945	2,5530	3,6900	4,6008	7,8221	9,7678
у % до розміру доходів Державного бюджету України	0,89	1,1	1,76	1,91	2,48	2,82
Ввізне мито, млрд. грн.	9,5889	11,9328	6,3288	8,5564	10,4628	12,9858
у % до розміру доходів Державного бюджету України	5,78	5,14	3,00	4,05	3,32	3,73

Як доводить світовий досвід, для того щоб рівень митно-тарифного захисту був ефективним, він не повинен бути непомірним (більшим за 10-15%). Загальносвітова тенденція - це зниження мита щодо імпортованих товарів. Так, за результатами Уругвайського раунду (1986 р. м. Уругвай - восьмий раунд міжнародних переговорів у рамках ГАТТ) переговорів середній рівень мита був знижений з 6,3 % до 3,9 % [4]. Перевищення оптимального рівня митного тарифу призводить до скорочення загальних надходжень до державного бюджету, мита та збори перестають платити, оскільки такі дії стають не тільки необхідними, але й досить економічно вигідними. Контрабандні імпортовані потоки негативно впливають на розвиток економіки держави, дестабілізують стан внутрішнього ринку та є головними чинниками у вчиненні корупційних дій співробітниками різних органів влади, тобто контрабанда - це одна з найнебезпечніших нині загроз економічній та фінансовій безпеці країни [5, с. 45-49]. Наочно стан контрабанди та порушення митних правил в Україні протягом 2010-2012 рр. представлено в табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка показників контрабанди та порушення митних правил (складено за даними [9])

Показник	2010	2011	2012
Порушено кримінальних справ, у т.ч.:	312	336	172
щодо контрабанди наркотичних засобів	121	114	121
щодо культурних цінностей	29	16	11
щодо продовольчих товарів		15	6
щодо контрабанди транспортних засобів	43	49	3
щодо контрабанди зброї	32	21	26
Сума збитків, млн. грн.	672,997	437,600	28,78
ПМП	Близько 23 тис.	23780	23386
Сума збитків, млн. грн.		1907,813	1990,0

При цьому сукупний ефект від оподаткування зовнішньої торгівлі також може виявитися оманливо невеликим оскільки кожен торговельний бар'єр має свою адміністративну вартість. Застосування тарифу передбачає створення на кордоні митних служб, удосконалення технічних засобів митного контролю тощо, що потребує додаткових витрат. Таким чином, частина доходів від введення тарифу стає платою за саме існування цього торговельного обмеження. Істотне збільшення масштабів ввезення до України товарів протягом останніх років висвітлює проблему браку технологічних та фізичних потужностей митної служби для оперативного й ефективного здійснення відповідних митних процедур.

Таким чином доходимо висновку, що у результаті оподаткування імпорту митним тарифом виникають дві групи економічних ефектів [3, с.194]: ефекти перерозподілу; ефекти втрат. У результаті дії першої групи ефектів відбувається перерозподіл доходу: від споживачів до держави (фіскальний ефект), від споживачів до національних виробників (виробничий ефект). Друга група ефектів - це чисті втрати країни від застосування митного тарифу на імпортований товар (втрати від «оплати» малоефективного національного виробництва та втрати споживання). Тобто застосування імпортованого мита в цілому для країни призводить до значних втрат.

З іншого боку політика «вільної торгівлі» в країні зумовлює збільшення попиту на товар; зростання конкуренції; зменшення національного виробництва; зниження ринкової ціни товару. Скасування імпортованого мита, безумовно, призведе до часткового звільнення працівників з галузей, що конкурують з імпортом. Працівники будуть мати матеріальні збитки до тих пір, доки не знайдуть собі нової роботи. Підприємці і власники акцій несуть втрати капіталу внаслідок більш високої конкурентоспроможності

імпорту. Зниження мита посилює тиск іноземних конкурентів на вітчизняне виробництво, витісняє вітчизняних виробників із внутрішнього ринку. Тобто збиток, нанесений ліквідацією тарифу призводить до зниження суспільного добробуту, але разом з тим це є могутнім фактором, що спонукає вітчизняних товаровиробників підвищувати ефективність й конкурентоздатність свого виробництва, знижувати витрати виробництва і поліпшувати якість товарів, що випускаються. Суперечливість наслідків змінювання мита очевидна.[6]

Висновки. Сучасні процеси світової глобалізації стають вагомими чинниками формування і розвитку економіки України. Зокрема, потребують вирішення питання, пов'язані із співпрацею України та СОТ, прагненням стати членом ЄС та інтеграцією до інших політико-економічних угруповань. Домовленості в рамках ГАТТ/СОТ передбачають, зокрема, вдосконалення системи податкового регулювання зовнішньоторговельних операцій. Виходячи з цього, слід підкреслити важливість застосування виваженої політики податкового та митного регулювання, поки не створені умови для конкурентоспроможності національних підприємств [3, 7]. Оскільки прискорений процес відкриття економіки України, зважаючи на її деформованість і кризовий стан, може мати негативні наслідки, а саме [2]:

- відведення Україні ролі постачальника сировини і споживача готових імпортованих товарів, посилення деформації товарної структури експорту та імпорту;
- втрата деяких важливих ринків збуту вітчизняної продукції, зокрема продукції машинобудування;
- посилення процесів деградації вітчизняної промисловості;
- посилення технологічної і фінансової залежності від розвинених країн

Орієнтація на підвищення ефективності економіки, ріст сукупного доходу суспільства, охорону морального й фізичного здоров'я населення країни і поліпшення її екологічного стану вимагає високого рівня якісного аналізу, застосування складного математичного апарату при формуванні ефективної митно-тарифної політики з метою успішної інтеграції України у світову економіку. Слід урахувати її становище у міжнародному розподілі праці, характер політичних відносин з окремими країнами та групами країн, тенденції розвитку сучасного світового господарства, щоб формувати науково обґрунтовану й ефективну зовнішньоекономічну політику України.

Література

1. Жорин Ф. Л. Правові основи митної справи в Україні : навч. посібник / Жорин Ф. Л. – К. : КНЕУ, 2001. – 248 с.
2. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення / В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінко : монографія. – К. : НІСД, 1997. – 144 с.
3. Гребельник О.П. Основи митної справи : навчальний посібник / Гребельник О.П. – К. : ЦУЛ, 2003. – 600 с.
4. Науменко В.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні Науменко В.П., Пашко П.В., Руссков В.А. – К. : Знання, 2006. – 394 с.
5. Марко В. І. Поняття і суспільна небезпечність контрабанди / В. І. Марко // Митна справа. – 2010. – № 1 (67). – С. 45–49.
6. Макогон Ю.В. Митна справа : навчальний посібник. / Ю.В. Макогон, А.Б. Яценко. – К. : Центр навчальної літератури, 2005
7. Губа О. І. Загрози економічній безпеці держави в контексті митного оподаткування / Губа О. І., Львіна А. В. // Вісник академії митної служби України. Серія «Економіка». – 2012. – № 2.
8. Статистична інформація міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua/>
9. Статистичні звіти Державної митної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.customs.gov.ua/> <http://www.customs.gov.ua/>

References

1. Zhoryn F.L. Legal basis of customs in Ukraine: Training. Guide. – K. : Kyiv National Economic University, 2001. – 248 p.
2. The economic security of Ukraine: essence and ensuring direction / V.T. Shlemko, J.F. Binko: Monograph. - K. Research Institute for Strategic Studies, 1997. – 144 p.
3. Hrebelynyk A.P. Fundamentals customs: Textbook. – K. Center educational literature, 2003. – 600 p.
4. Naumenko V.P., Pashko P.V., Ruskov V.A. Customs regulation of foreign economic activity in Ukraine. - K.: Knowledge, 2006. – 394 p.
5. Mark V.I. Concept and social dangers of smuggling / V.I. Marco // Customs. – 2010. – № 1 (67). – P. 45-49
6. Makogon Y. V. Customs: Manual. / Y. V. Makogon, A.B. Yatsenko. – K. : Center of educational literature, 2005

7. Guba O.I. Threats to economic security of the state in the context of customs duties / Guba O.I. Ilyin A. V. // Bulletin of the Academy of Customs Service of Ukraine. Series "Economy". – 2012, № 2.

8. Statistical information of the Ministry of Finance of Ukraine [electronic resource]. – Mode of access: <http://www.minfin.gov.ua/>

9. Statistical reports of the State Customs Service of Ukraine [electronic resource]. – Mode of access: <http://www.customs.gov.ua/> <http://www.customs.gov.ua/>

Надійшла 17.04.2013; рецензент д. е. н. Ведерніков М. Д.

УДК 336.77.067

Р. С. КЛИМЕНКО

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ФІНАНСОВО-КРЕДИТНІ РЕСУРСИ В СИСТЕМІ НАРОЩУВАННЯ ОБСЯГІВ ФІКТИВНОГО КАПІТАЛУ

У статті досліджується роль кредиту у виникненні світової фінансової кризи. Розглянуто функціонування фінансово-кредитних ресурсів з позиції нарощування обсягів фіктивного капіталу. Здійснено розмежування корисного й шкідливого для економіки кредиту та розкрито передумови такого розмежування.

Ключові слова: фіктивний капітал, кредит, фінансова криза, фінансова «бульбашка».

R. S. KLYMENKO

Kiev national Taras Shevchenko university, Kyiv, Ukraine

FINANCIAL AND CREDIT RESOURCES IN THE SYSTEM OF FICTITIOUS CAPITAL ACCUMULATION INCREASE

The aim of the research – to explore the expedience of lending under current terms of development. The effect lending had upon the world financial crisis, features of loan providing in the USA and Ukraine have been researched in the article. Differentiation between advantages and disadvantages for loan economy has been carried out and its preconditions have been revealed. Author defines special features of fictitious capital activity, which causes global financial crisis. In the article also defined the terms of impact on inflation dynamics by discount rate. Author insists on necessity of lending to the real economy, especially in conditions of huge bubble nowadays.

Keywords: fictitious capital, credit, financial crisis, financial «bubble».

Постановка проблеми у загальному вигляді та її взаємозв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. За умови розвитку глобалізації та необхідності подолання негативних наслідків кризи 2008 року для України, як і для більшості країн світу, актуальним стає питання ролі кредиту та його використання у господарських процесах. В умовах обмеженості виробничих ресурсів та розподілу об'єктів власності між різними суб'єктами господарювання економічний розвиток є неможливим без кредиту. Більше того, в умовах швидкої змінюваності кон'юнктури ринку може виникнути негайна потреба в грошах, задовольнити яку здатні кредитні відносини. Але безперервне продукування фіктивного капіталу та збільшення розмірів фінансової «бульбашки» змушують на сучасному етапі розвитку розглядати процес кредитування як такий, що створює і можливості, і загрози. Тому й реформування вітчизняної економіки має відбуватись із врахуванням даної суперечності, що несе в собі кредит.

Аналіз останніх досліджень чи публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. На відміну від попередників (Й. Шумпетер, М.Х. Бунге, М. Фрідмен тощо), у сучасній економічній літературі робиться наголос на загальносвітової тенденції щодо помилковості використання кредитних ресурсів (Н. Рубіні, В.О. Мандибура, П.С. Єщенко). Шумпетер розглядав кредитування як такий процес, що створює купівельну спроможність та має позитивний зміст за умов кредитування реальних підприємств. Фрідмен в рамках теорії монетаризму вбачав регулювання економіки у зміні відсоткових ставок та маси грошей. Бунге вважав, що кредит проникає в усі господарські відносини та наголошував на тому, що передача капіталу відбувається на засадах довіри щодо майбутньої винагороди. Рубіні, що частково спрогнозував події п'ятирічної давнини, у своїх працях вказує на помилковість грошово-кредитної політики США напередодні кризи 2008 року. Економіст розглядає умови надання комерційними банками кредитів як такі, що за хибного встановлення можуть нести в собі загрозу. Мандибура та Єщенко у своїх працях вказують на швидке зростання обсягів фіктивного капіталу та формування неймовірного розміру фінансової «бульбашки», що утворились, зокрема, внаслідок існування відповідних кредитних відносин. Науковці вважають, що стрімке нарощування випуску похідних цінних паперів та надприбутки, що мають місце внаслідок спекулятивних операцій з використанням високого кредитного плеча формують передумови майбутнім економічним потрясінням. Саме тому, вважаємо за доцільне звернутись до ідей Й. Шумпетера з приводу напрямків використання позикових коштів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. На сучасному етапі розвитку існує суперечність, в якій, з одного боку, наголошується на важливості кредиту як джерела розвитку, а, з іншого, кредитні відносини розглядаються як основний чинник світової фінансової кризи 2008 року. Тому, в рамках виділення невирішених раніше частин даної проблеми, було виділено передумови спираючись на останні тенденції розвитку економік світу, за яких кредит несе в собі загрозу економіці. Новизною також характеризується дослідження, проведене в рамках виявлення часових меж взаємозв'язку між темпами інфляції та обліковою ставкою на прикладі України та Сполучених Штатів Америки.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основними завданнями дослідження є розглянути функціонування фінансово-кредитних ресурсів з позиції нарощування обсягів фіктивного капіталу та розмежувати кредит оздоровлюючий і такий, що є джерелом утворення фіктивного капіталу та, відповідно, вказати на природу такого розмежування. Виявити часові межі взаємозв'язку між інфляцією та середньорічною обліковою ставкою.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Тенденції, що проявляються в світовій економіці останніми роками змушують замислитись, а чи виконує на сучасному етапі кредит функцію каталізатора економічного розвитку, чи навпаки, кредитні відносини, у різних формах прояву, прискорюють глобальну економічну кризу? У «Теорії економічного розвитку» Й. Шумпетер розкрив ті беззаперечні істини, що доводять невід'ємне значення кредиту для економічного зростання, але сучасні реалії вносять свої корективи. Перебуваючи на порозі глибокої рецесії, особливо важливим є розмежування кредиту оздоровлюючого та шкідливого для економіки позик. Таке розмежування має здійснюватись відповідно до напрямів використання позики та умов, на яких вони надаються.

Так, наприклад, умови надання іпотечних кредитів в США на межі третього тисячоліття, що відзначались низькими плаваючими ставками відсотків із відсутністю першого внеску за рахунок власних коштів позичальника із сумнівною платоспроможністю (іпотечний кредитор Merit Financial оформлював кредити за 15 хвилин навіть для тих, хто не мав роботи та доходу, вимагаючи від позикоотримувача мінімальну кількість документів, без перевірки доходів [5, с. 107]) призвели, у сукупності з іншими проблемами, до іпотечної кризи в США, світової економічної кризи. Умови іпотечного кредитування в США побудували такий фундамент економічних відносин на ринку нерухомості, який не витримав припинення росту цін на житло весною 2006 року (ціни на ринку житла в США за попереднє десятиріччя у реальному вираженні подвоїлись [5, с. 106]), що було спричинене (вирівнювання цін) невідповідністю між попитом та пропозицією на нові будинки та подорожчанням обслуговування кредитів із плаваючою ставкою.

В Україні також напередодні кризи 2008 року спостерігалась певна специфіка стосовно умов надання кредитів. До початку фінансової кризи українські банки мали змогу брати закордонні кредити за процентною ставкою 4-5% річних, а надавали в Україні їх за 10-11% річних. Один із нюансів полягає в тому, що кредити залучалися на термін 3-5 років, а надавалися на 10-20 років. Це було можливим завдяки рефінансуванню отриманих кредитів новими з такими ж, а інколи з нижчими ставками. Через іпотечну кризу в США закордонні банки не могли більше надавати кредити. Отже, відбулось різке зменшення валютних надходжень в Україну. Якщо додати до цього високу частку субстандартного кредитування та особливості вітчизняної зовнішньоторговельної політики, то отримаємо девальвацію гривні та один з найбільших спадів економіки у світі.

Навівши деякі аргументи, на користь того, наскільки потужним каталізатором фінансової кризи може виступити кредит, тепер є доцільним подивитись на кредитні відносини під іншим кутом. М. І. Туган-Барановський вважав, що «без сумніву, кредит розвиває продуктивні сили країни і являє собою великий крок уперед у плані організації товарного обміну» [6, с. 60]. На думку Й. Шумпетера першою потребою підприємця є потреба в кредиті. Спробуємо це довести:

В умовах відсутності у керівника реального права розпорядження усіма засобами економічний розвиток є неможливим без кредиту [7, с. 215]. І економічний розвиток є неможливим без підприємництва, адже підприємництво (незалежно від форм власності) створює блага – кількість, якість та розподіл яких характеризують економічний розвиток. Отже, підприємства є тими суб'єктами, що реалізують кредит на користь економічного розвитку.

Потреба є первинною по відношенню до попиту і не обов'язково потреба підтверджена матеріально. Тому можна сміливо припустити, що потреба у кредиті виникає одразу ж після ідеї створення того чи іншого підприємства. А чи підтверджена така потреба відповідними засобами (готовність сплачувати відсотки, наявність застави, поручителя тощо) - питання інше.

Суб'єктам господарювання, зокрема підприємцям, завжди не вистачає грошей. Адже їх обмеженість – це та основна властивість, яка забезпечує існування грошей як загального еквівалента.

Таким чином, підприємницька діяльність, що лежить в основі економічного розвитку, найчастіше супроводжується різного роду запозиченнями. Але, на сьогодні, по-різному інтерпретується сутність категорії «підприємництво», тому ще одним критерієм «якості» кредиту, що було зазначено вище, є його

спрямованість. На сьогодні, поширеною є думка, що на фондовому ринку обертається безліч «токсичних» цінних паперів, придбати які можна, зокрема, взявши позику. Дійсно, проблеми, що лягли в основу кризи 2008 року в США, накопичувались роками у фінансовій сфері та багато у чому пов'язані зі стрімким ростом обсягів торгів на Уолл-Стріт. За даними World Federation of Exchanges, капіталізація акцій, що виставляються на торг лише на Нью-Йоркській фондовій біржі (NYSE), зросла з 1995 року по 2011 рік майже у 6 разів з 3,082 трлн. дол. США до 18,027 трлн. дол. США (NYSE Euronext) [8]. Це спричинило суттєве зростання обсягів щоденних торгів. Тоді як номінальний ВВП США за цей же проміжок часу (за даними The World Bank) зріс з 7,338 трлн. дол. США до 15,094 трлн. дол. США, тобто приблизно в 2,06 разів [11]. За даними Bank of International Settlement, середньодобовий обіг позабіржових деривативів (рис. 1), які і складають основу сучасного фіктивно-спекулятивного капіталу, становили: у 1998 р. - 0,3 трлн дол. США, у 2001 р. - 0,5 трлн. дол., у 2004 р. - 1,0 трлн. дол., 2007 - 1,7 трлн. дол. США [4].

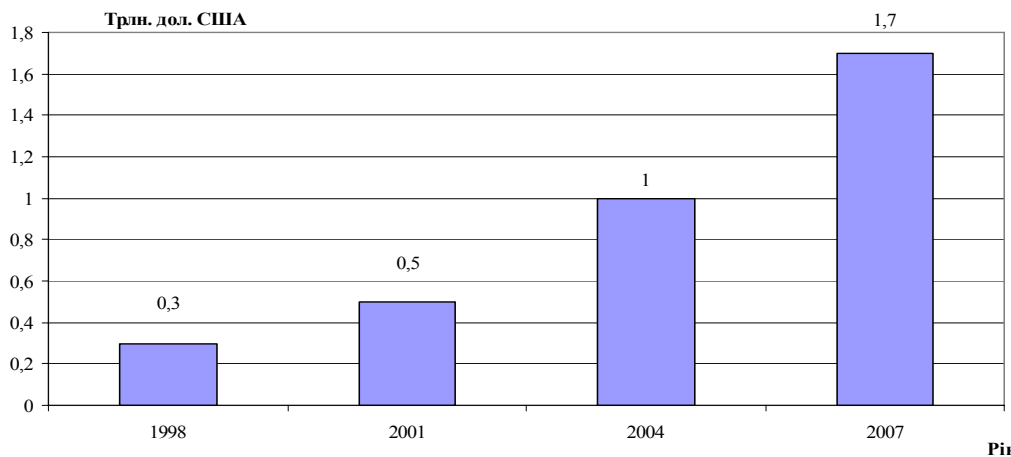


Рис. 1. Динаміка середньодобового обігу позабіржових деривативів (джерело: складено автором на основі даних [4])

Можливість торгівлі з кредитним плечем, що у декілька разів перевищує наявні грошові кошти трейдера, та велика кількість похідних цінних паперів в обігу посилюють ризики та фіктивність такого капіталу відповідно. За даних умов починає діяти механізм «гроші – цінні папери - гроші» [3], при якому, наприклад, деякі види похідних цінних паперів перестають виконувати своє цільове призначення – страхування ризиків, зокрема, мова йде про такий інструмент фінансового ринку як кредитно-дефолтний своп. Метою створення цього деривативу було страхування ризиків кредитора. Але за відсутності відповідного регулювання фінансових ринків кредитно-дефолтні свопи може купувати та продавати будь-хто. Таким чином, створюється спекулятивний ринок, на якому оперують безліч «інвесторів», кожен з яких грає або на зростання, або на пониження. Звісно, найкрупніші гравці своїми діями визначають загальну тенденцію.

З іншого боку (враховуючи припущення, що загальна тенденція на фондовому ринку визначається поведінкою декількох найкрупніших гравців), чи не є потужно функціонуючий фондовий ринок США інститутом, що може використовуватися для упередження «перегріву» економіки? Останнє є можливим лише за умов жорсткого контролю з боку держави над фінансовим сектором США та наявністю відповідних механізмів зупинення загальної паніки та подолання інерційності на фондовому ринку. Про відсутність таких механізмів говорить падіння промислового індексу Доу-Джонса на понад 30% за результатами 2008 року (переважно 4 квартал).

Отже, сучасні реалії вимагають більш прискіпливого ставлення до функціонування фондових ринків та умов надання кредитів. Адже аби не дати шару скотитися вниз, треба набагато менше зусиль, ніж буде потрібно для його зупинення. Дійсно, Федеральній Резервній Системі США у 2008-2010 роках за планом Полсона коштувало мільярдів доларів рятування фінансової системи США шляхом викупу неліквідних активів. Але чи проявив себе економічний спад в повну силу, сказати важко.

Таким чином, наголошується на тому, що кредит в сучасних умовах може сприяти зростанню фінансової «бульбашки». Але переливання на фондовий ринок кредитних ресурсів, що спричинене можливістю отримувати надприбуток спекулятивним способом завдає подвійної шкоди економіці. По-перше, новостворена купівельна спроможність залишає поза увагою реальний сектор економіки, що гальмує розвиток та спричиняє інфляційні процеси, адже створюється неймовірного розміру фінансова «бульбашка», при якій процес виробництва супроводжується випуском цінних паперів на значно більшу суму. По-друге, прибуток, що отримується на фондовому ринку, збільшує розмір фіктивного капіталу та спрямовується будь-куди, але не на відтворення реального сектору економіки. За таких умов функціонування фінансового ринку спотворюється сутність процесу кредитування.

У цілому, складається враження, що у центрі сучасного капіталізму знаходиться не виробництво, а гроші.

На відміну від інших країн, Сполучені Штати Америки в умовах доларизації світової економіки можуть поки що вдало функціонувати при наявній кількості зайвої грошової маси (фіктивного капіталу). Адже невідповідність між кількістю грошей та потужностями реального сектору економіки компенсується негативним сальдо торговельного балансу, яке є наявним в США з 1976 року. У Сполучених Штатах виробляється в два рази менше продукції, аніж споживається. Власне, таке співвідношення й компенсує наявну зайву кількість грошей. Прибуток, що отримується у фіктивній сфері та роздуває фінансову «бульбашку» витрачається (частково) на продукцію, яка виробляється в світі в реальному секторі економіки. Така ситуація забезпечує наявність в США низької відсоткової ставки за кредитами, що надаються усім суб'єктам господарювання.

Нав'язування країнам дешевих кредитів з подальшою можливістю покривати поточні зобов'язання за рахунок створення нових (пірамідальний принцип) також призвело до зростання обсягів фіктивного капіталу в світі. У контексті цього, цікавим є той факт, що частина європейських країн, що опинились на периферії внаслідок накопичення суттєвого боргу понад власний ВВП (напр. Греція) мають рятувати економіку шляхом так званих «реформ», що спрямовані на скорочення кінцевого споживання [4, с. 39]. Але кризова економіка потребує того, щоб суб'єкти витрачали грошей (і на виробництво, і на споживання) більше, аніж витрачається у поточний період, звичайно за умов нарощування потужностей реального сектору економіки. Тому скорочення споживання задля рефінансування поточних зобов'язань може суттєво підштовхнути країну у прірву.

В схожій ситуації опинилась й Україна, що вже тепер остаточно потрапила у боргову пастку. І на сьогодні не так просто знайти рейтинги, в яких би Україна посідала пристойне місце, Central Intelligence Agency віддає нашій державі 40 місце серед 205 країн світу за розміром валового зовнішнього боргу із 124,9 млрд. дол. США боргу станом на 31 грудня 2012 року [9]. Мільярди доларів, позичених Україною у МВФ за програмою stand-by, значною мірою були використані на покриття поточних зовнішніх зобов'язань банків та корпорацій (у 2009 році 7,1 млрд. дол. США [2, с. 27]). Подальші вимоги щодо підвищення пенсійного віку для громадян, підвищення ціни на газ для населення тощо стали результатом впровадження відповідної політики минулих років. Як вже зазначалось, відбулось отримання вітчизняними банками дешевих та швидких грошей від іноземних кредиторів та розповсюдження їх в Україні в умовах субстандартного кредитування із подальшим рефінансуванням своїх зобов'язань з одного боку, з іншого боку відбулась «недооцінка» державою загрози таких процесів. Україна була вимушена відповідати за неспроможні платити борги комерційні банки після зменшення надходжень валюти в країну та інших проявів кризи. Усе це підкреслює надзвичайну важливість того, на яких умовах надається позика і, звичайно, як вона використовується.

На перший погляд, може виникнути думка, що кредитування призводить до інфляції. Але такий висновок є суперечливим. Аби спробувати розв'язати цю суперечність слід звернутись до тих істин, які торкаються саме цієї проблеми. З одного боку відомо, що незалежно від своєї форми кредит збільшує грошову масу. А згідно кількісної теорії грошей, поява основ якої датується епохою первісного нагромадження капіталу, зростання кількості грошей призводить до їх здешевлення. Іншими словами існує залежність між кількістю грошей та їх вартістю. Також нам відомо, що інфляція – це стійке та відчутне зростання рівня цін, яке виникло внаслідок того, що значна частина грошової маси виявилась не забезпеченою економічними благами [1, с. 398]. Тобто із визначення випливає, що інфляція має місце тоді, коли грошей більше, аніж товарів. Таким чином, розв'язок проблеми слід шукати саме в дисбалансі між наявними економічними благами та масою грошей.

Спробуємо розглянути механізм створення та задоволення купівельної спроможності у закритій економіці. Припустимо, що Центральний банк здійснює емісію грошей та пропонує їх комерційним банкам. Частина цих грошей залишається у якості резервів, інша, більша частина пропонується на ринку домогосподарствам та підприємствам. Запропонована на ринок маса грошей може бути використана як для виробничих потреб, так і для невиробничих потреб. Кредитування підприємств виробничого призначення призводить до того, що підприємство запозичені кошти витрачає на устаткування, ресурси, заробітну плату тощо, що може призвести до зростання рівня цін. Адаже попит зростає, а пропозиція є незмінною. І, до того моменту, як виробник почне реалізовувати новостворену продукцію на ринку склалась така ситуація, при якій відбулось зменшення благ та збільшення грошей внаслідок купівлі необхідних для процесу виробництва товарів. Але усі ці товари підприємство купує з основною метою – отримати прибуток шляхом виробництва та подальшої реалізації продукції. Тобто, на кожен одиницю спожитого на виробничі потреби товару приходиться одиниця нової доданої вартості, ціна якої буде вищою, оскільки має враховувати відсотки за кредитом та прибуток. Отже, на ринку з'являється продукції на суму більшу, аніж є у споживачів, що може призвести до дефляції. Але в самому початку припущення було зазначено, що кредит має виробниче та невиробниче призначення. Тому аби на ринку не було дефляції має існувати споживчий кредит. Саме за допомоги споживчого кредиту задовольняється частина новоствореної пропозиції та відбувається уникнення дефляції. Більше того, така ситуація, при якій певним суб'єктам постійно не вистачає грошей стимулює розвиток економіки.

Отже, новостворена купівельна спроможність де-факто не завжди є інфляційним чинником.

Регресійний аналіз взаємозв'язку між інфляцією та обліковою ставкою показав, що хоча щільність зв'язку не висока (коефіцієнт детермінації $R^2=0,53$), але модель виявилась адекватною із значущим коефіцієнтом при незалежній змінній. (рис. 2). Якщо проаналізувати дані рисунку 2, то можна сказати, що темпи інфляції в США починають знижуватись через 2-3 роки після початку тенденції по підвищенню облікової ставки з боку ФРС і навпаки. Аналогічний аналіз було проведено також і для України, при чому встановлений взаємозв'язок на прикладі Сполучених Штатів має місце й в Україні. Регресійна модель взаємозв'язку тих же змінних, але для України, виявилась адекватною із $R^2=0,58$ (також слабка щільність зв'язку) та значущим коефіцієнтом при змінній «середньорічна облікова ставка», але схожості в рівняннях для Сполучених Штатів Америки та України не виявлено:

США: $Y=0,93+0,56*X$, де Y – інфляція, X – середньорічна облікова ставка;

Україна: $Y=-200,2+11,1*X$, де Y – інфляція, X – середньорічна облікова ставка.

Але, такий зв'язок, що існує всупереч теоретичним припущенням може бути пояснено існуванням неймовірної фінансової «бульбашки», причини та наслідки якої було вже описано в даній статті. Емпірично встановлені в цій роботі часові межі взаємозв'язку між обліковою ставкою та одним з макроекономічних показників не суперечать (і навіть частково підтверджуються) деяким ідеям моделі Варбуртона-Єгера, сутність якої полягає у тому, що зміни грошової пропозиції швидше втілюються в змінах обсягів випуску, аніж у змінах цін.

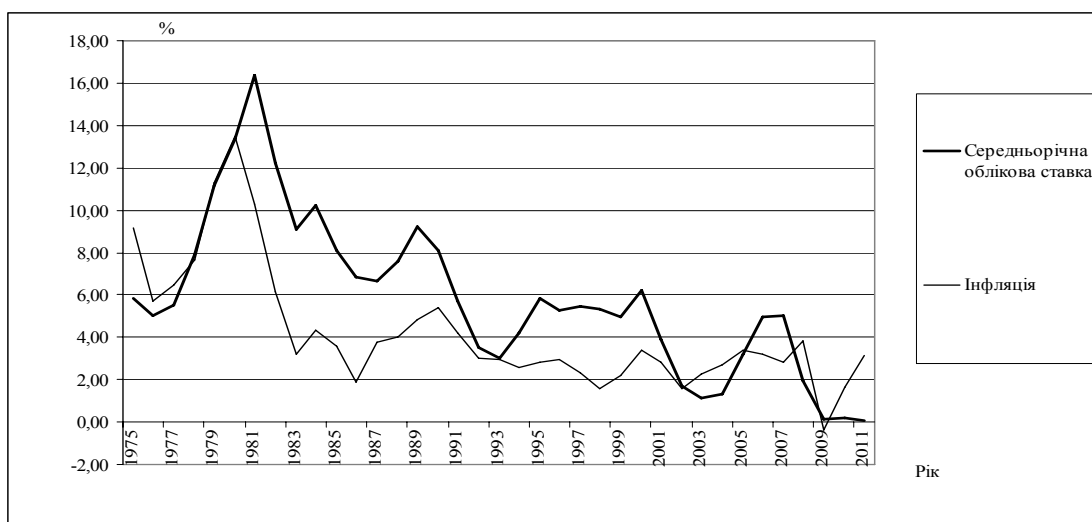


Рис. 2. Динаміка зміни облікової ставки та темпи росту інфляції в США з 1975 року по 2011 рік, % (джерело: складено автором на основі даних [10, 12])

Висновки. Отже, світова фінансова криза в черговий раз вказала на необхідність контролю фінансового сектору економіки з боку держави. Умови надання кредиту та напрями використання позикових ресурсів є одними з ключових питань, що несуть в собі інформацію стосовно подальших перспектив позичальника. Одностороннє сприйняття кредиту як каталізатора розвитку загрожує підприємству, країні опинитися у борговій пастці, коли починає діяти пірамідальний принцип внаслідок рефінансування поточних зобов'язань. Розпочата у минулому столітті тенденція по зростанню обсягів фіктивного капіталу, що на сучасному етапі впевнено веде до потрясінь потужніших за події п'ятирічної давнини, спотворює сутність категорії «кредит» та економічних відносин, які вона відображає. Продуктування фіктивного капіталу завдає щонайменш подвійної шкоди світовій економіці. По-перше, відбувається процес роздування спекулятивної «бульбашки», що закладає основу кризам, подібним до кризи 2008 року. І, по-друге, відбувається відтік капіталу із реального сектору економіки, що може вразити не лише фінансовий сектор, а й є передумовою глибокої економічної депресії. Таким чином, робиться наголос на тому, що: джерелом розвитку є такий кредит, що слугує цілям реального сектору економіки та стимулює сукупний попит, тобто виробничий кредит має бути первинним по відношенню до споживчого.

У процесі дослідження емпірично було встановлено, що зміна облікової ставки впливає на динаміку інфляції. Емпірично встановлено часові межі такої дії: 2-3 роки.

Подальшого дослідження має набути механізм зупинення розповсюдження шкідливих для економіки позик та, відповідно, способи утворення інституційного середовища для функціонування такого механізму.

Література

1. Базилевич В.Д. Макроекономіка : підручник / В.Д. Базилевич, К.С. Базилевич, Л.О. Баластрик. –

К. : Знання, 2004. – 851 с.

2. Гришина Л.О. Україна та Міжнародний Валютний Фонд: перспективи співпраці / Л.О. Гришина, П.М. Карась, В.М. Черешня // Сталій розвиток економіки. – 2012. – № 3. – С. 26–30.

3. Єщенко П.С. Bubbleeconomics як економіка фінансових спекуляцій і відтворення ірраціонального виробництва / Теоретичні та прикладні питання економіки. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. – Вип. 21. – С. 12–18.

4. Мандибура В.О. Фіктивний капітал та його вплив на кризу глобальної фінансової системи / Мандибура В.О. // Економічна теорія. – 2012. – № 3. – С. 27–41.

5. Рубини Н. Как я предсказал кризис: экстренный курс подготовки к будущим потрясениям / Рубини Нуриэль, Мим Стивен; (пер. с англ. В.В. Ильина). – М. : Эксмо, 2011. – 384 с.

6. Хмельярчук М.І. Внесок українських учених у розвиток теорії кредиту / М.І. Хмельярчук // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2009. № 2. – С. 59–62.

7. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Шумпетер Й.А. – М. : Прогресс, 1982. – 400 с.

8. Annual statistics reports [Електронний ресурс] // World Federation of exchanges. Режим доступу: <http://www.world-exchanges.org/statistics/annual>. Value of share trading.

9. Debt-external [Електронний ресурс] // Central Intelligence Agency. – Режим доступу : <https://www.cia.gov/library/publications/theworldfactbook/rankorder/2079rank.html?countryName=Ukraine&countryCode=up®ionCode=eur&rank=40#up>.

10. Effective Federal Funds Rate (Fedfunds) [Електронний ресурс] // Federal Reserve Bank of St. Louis. – Режим доступу: <http://research.stlouisfed.org/fred2/series/FEDFUNDS/downloaddata?cid=118> Download data

11. GDP growth (annual%) [Електронний ресурс] // The World Bank. – Режим доступу : <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?> Download data

12. Inflation, consumer prices [Електронний ресурс] // The World Bank. – Режим доступу : <http://data.worldbank.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG/countries/1W?> Download data

References

1. Bazylevich V.D. Macroeconomica: Pidruchnik / V.D. Bazylevich, K.S. Bazylevich, L.O. Balastryk. – K.: Znannya, 2004. – 851 s. [in Ukrainian]

2. Grishina L.O. Ukraina ta Mizhnarodnij Valyutnij Fond: perspektivi spivpraci / L.O. Grishina, P.M. Karas, V.M. Chereshnya // Stalij rozvitok ekonomiki. – 2012. – № 3. – S. 26–30. [in Ukrainian]

3. Yeshhenko P.S. Bubbleeconomics yak ekonomika finansovix spekulyacij i vidtvorennja irracionalnogo virobництва / Teoretichni ta prikladni pitannya ekonomiki. vipusk 21. – K.: VidavnicHO-poligrafichnij centr «kiivskij universitet», 2010. – S. 12–18. [in Ukrainian]

4. Mandibura V.O. Fiktivnij kapital ta jogo vpliv na krizu globalnoї finansovoї sistemi / Ekonomichna teoriya. 2012. №3. – S. 27–41. [in Ukrainian]

5. Rubini N. Kak ya predskazal krizis: ekstrennyj kurs podgotovki k budushhim potryaseniyam / Rubini Nuriel, Mim Stiven; (per. s angl. V.V. Ilina). – M.: Eksmo, 2011. – 384 s. [in Russian]

6. Xmelyarchuk M.I. Vnesok ukraїnskix uchenix u rozvitok teorii kreditu / Visnik universitetu bankivskoї spravi nacionalnogo banku ukraїni. – 2009. № 2. – S. 59–62. [in Ukrainian]

7. Shumpeter j.a. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. M.: Progress, 1982. – 400 s. [in Russian]

8. Annual statistics reports [Elektronnij resurs] // World Federation of Exchanges. Rezhim dostupu: <http://www.world-exchanges.org/statistics/annual>. value of share trading. – Nazva z ekranu.

9. Debt-external [Elektronnij resurs] // Central Intelligence Agency. – Rezhim dostupu: <https://www.cia.gov/library/publications/theworldfactbook/rankorder/2079rank.html?countryname=ukraine&countrycode=up®ioncode=eur&rank=40#up>.

10. Effective Federal Funds Rate (fedfunds) [Elektronnij resurs] // Federal Reserve Bank of St. Louis. – Rezhim dostupu: <http://research.stlouisfed.org/fred2/series/fedfunds/downloaddata?cid=118> Download data - Nazva z ekranu.

11. GDP growth (annual%) [Elektronnij resurs] // The World Bank. – Rezhim dostupu: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?> Download data – Nazva z ekranu.

12. Inflation, consumer prices [Elektronnij resurs] // The World Bank. – Rezhim dostupu: <http://data.worldbank.org/indicator/FP.CPI.TOTL.ZG/countries/1W?> Download data – Nazva z ekranu.

Надійшла 17.04.2013; рецензент: д. е. н. Мандибура В. О.

ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Обґрунтовано сучасні погляди та поглиблено суть ефективності функціонування підприємств з урахуванням сучасних вимог розвитку національної економіки.

Ключові слова: ефективність, ефект, ресурсний потенціал, технологічна ефективність, функції, функціональна підсистема, організаційна підсистема, корисність.

L. M. KOBRYN

Lviv National Agrarian University

THEORETICAL JUSTIFICATION EFFECTIVENESS OF AN ENTERPRISE

Modern views are grounded and the essence of the enterprises is disclosed according to the current requirements of the national economy. In case of the maximization of usefulness for consumers the successful combination of production factors is the guarantee of economic efficiency. It is considered the two sides of efficiency as economic category namely qualitative and quantitative. It is researched that the efficiency cannot be considered only as effectiveness as the obtained result is not always of benefit. The essence of the productive, economic and social business functions is provided. It is revealed the functional dependence between functions of enterprises, implemented in practice by functional subsystems and efficiency types. It is shown indivisible internal interrelation between categories of functional efficiency and functional productivity. It is proved the expediency of efficiency consideration of enterprises' functioning as the ratio between the obtained results and wasted resources.

Keywords: efficiency, effect, resource potential, technology effectiveness, enterprise, subsystem functional, organizational subsystem usefulness.

Вступ

Стан економіки країни визначає основні вимоги до діяльності господарюючих суб'єктів. Динамічні зміни, що відбуваються протягом останніх десятиріч в усіх напрямках діяльності суспільства, пов'язані із процесом пошуку найбільш вигідних шляхів розвитку, що забезпечать підвищення рівня ефективності функціонування підприємств. Адже попри те, що підприємства є мікроелементами такої масштабної макросистеми як національна економіка, будучи категоріями найнижчого рангу, вони зумовлюють зміни у категоріях вищих рангів. Тому сьогодні тлумачення ефективності, зважаючи на економічні трансформації, вимагає пошуку якісно нових концептуальних підходів до її обґрунтування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження ефективності функціонування підприємств привертало багато уваги Мацибора В. І., Руснак П. П., Черевко Г. В., Андрійчук В. Г. Ефективність формування і розвитку підприємництва в умовах трансформації економіки постсоціалістичних країн ґрунтовно досліджено у наукових працях В. Янік [1]. Цікаві підходи пропонує Перекрест Т. В., обґрунтовуючи методологію оцінки ефективності підприємства [2, С. 130-136]. Поряд із цим, актуальним залишається питання дослідження багатогранності ефективності, як економічної категорії, а також визначення підходів щодо поглиблення її суті.

Постановка завдання. Завданням дослідження є обґрунтування сучасних поглядів та поглиблення суті ефективності функціонування підприємств з урахуванням сучасних вимог розвитку національної економіки.

Виклад основного матеріалу. Категорія ефективності виражає абсолютне зниження сукупних затрат суспільної праці, необхідних для виробництва певного обсягу корисного кінцевого результату, приросту якого можна досягти виключно за рахунок нарощування ресурсного потенціалу.

У поглибленні економічної сутності категорії ефективності, в умовах сучасної зростаючої обмеженості виробничих ресурсів, важливу роль відіграють технологічні параметри. Інакше кажучи, здійснюючи виробниче споживання факторів виробництва, підприємства повинні зосередити увагу на їх оптимальному поєднанні, що знайде своє відображення у технологічній ефективності. Функціональна узгодженість соціальних груп, рівень використання дефіцитних ресурсів, ефективність використання нової техніки та досягнення екологічної ефективності слугуватимуть своєрідним «трампліном» у забезпеченні економіко-екологічної ефективності. Це дозволить отримати додаткові економічні переваги, джерелом яких є можливість зниження поточних витрат за рахунок удосконалення технології та продукції, спроможної задовольнити відповідні потреби людей. Саме оптимальність поєднання виробничих ресурсів є головною причиною варіації рівня ефективності ведення господарської діяльності, навіть за умов однакової кількості витрачених ресурсів. Звідси, успішне комбінування факторів виробництва гарантуватиме економічну ефективність при умові максимізації корисності для споживачів.

Продуктивність сукупного ресурсного потенціалу відображає рівень використання сукупних виробничих ресурсів, приріст якого зумовлює підвищення ефективності виробництва, що пояснює

поширення ресурсного підходу для її оцінки. Однак, слід звернути увагу на висловлювання Новожилова В. В. з приводу того, що «продукт праці і результат праці – не одне і те ж» [3, С. 55]. Адже, попри жорстку функціональну залежність, продуктивність суспільної праці більш широке поняття, аніж його ефективність, оскільки в ньому враховується не лише кількість продукції, але і її відповідність потребі [4, С. 6]. Якщо при цьому врахувати, що результати виробництва не лише є різноманітними, але й можуть бути представлені у різних формах: вартісній, натуральній, соціальній, то стає очевидною необхідність в ідентифікації категорії ефективності відповідно до аспектів діяльності підприємства [5, С. 398]. Дана економічна категорія, як і кожна з її форм, має дві сторони – якісну і кількісну. З точки зору якісної характеристики, ефективність виражає економічні відносини між виробниками з приводу економії затрат живої і уречевленої праці. З кількісної ж – ефективність означає співвідношення одержаного результату з використаними для його одержання ресурсами. Аналогічно і оцінка ефективності може мати як кількісний, так і якісний характер. Типовий приклад якісних оцінок полягає у розділенні множини ефектів на позитивні та негативні. Що ж стосується кількісного оцінювання, то воно здійснюється за допомогою різноманітних кількісних показників [2, С. 130-136].

Попри те, що виконання господарського завдання завжди призводить до результату, але ефективність не можна розглядати лише як результативність, оскільки отриманий результат не завжди приносить користь. Свідченням цього є поява думок раціонального характеру в сучасній економічній літературі з приводу розуміння ефекту лише як певної форми результату, наслідку якихось причин, дій [6]. Зокрема, колектив авторів Руснак П. П., Жебка В. В., Рудий М. М., Чалий А. А. вважають ефект наслідком, результатом функціонування підприємства, але через те, що він не здатний показати рівень корисності справи, то за одним ефектом не можна судити про її доцільність [7, С. 211]. Ніколаєв М. В. розуміє ефект як повне або часткове досягнення певних техніко-економічних або соціальних цілей, вважаючи його операційним виміром ефективності, тобто того, до чого веде ефективність, і від чого залежить її наявність, стверджуючи, що ефект – це здійснена ефективність [8], для виміру якої необхідно мати кількісно виражені ресурси і ефекти, причому слід враховувати, що ресурси залучають в певній технологічній послідовності в одні інтервали часу, а ефекти виявляють – в інші, що не завжди можна спрогнозувати за тривалістю і порядком прояву [9, С.83]. Відповідно, ефекти різної природи можуть підсилювати або послаблювати одини одного або бути нейтральними в процесі взаємодії структурних підрозділів підприємств, які в процесі своєї діяльності визначають ділову активність національної економіки, гарантуючи тим самим її зростання та розвиток.

Тому, беручи до уваги неоднорідність соціально-економічних зв'язків, динаміку структури і відносин між структурними елементами, а також зважаючи на зв'язки із зовнішнім середовищем підприємства мають ознаки складної, динамічної, ієрархічної, ймовірної та відкритої соціально-економічної системи, яка через виконання низки функцій виробничого, соціального, економічного та управлінського характеру, розвиває виробництво, тим самим визначаючи його структуру. У свою чергу, виконання зазначених функцій покладено на структурні підрозділи підприємств, тому їх можна назвати функціональними підсистемами. Беручи до уваги суттєвий вплив функціональної організованості на ефективність функціонування підприємства, то поряд із функціональними Губарик О. М. виокремлює організаційну підсистему, яка відображає необхідність і цілеспрямованість результатів діяльності, а також динаміки процесів функціонування та розвитку [10, С. 105]. Звідси під функціонуванням підприємства слід розуміти діяльність його організаційної та функціональних підсистем, які в результаті виконання покладених на них функцій відображають зміст процесу виробництва, його стадії, форми залежно від галузевого спрямування, типу спеціалізації, обраного виду діяльності, організації внутрігосподарських відносин, особливостей технології виробництва, що становлять сукупність загально-організаційних, організаційно-економічних та техніко-технологічних факторів впливу на діяльність підприємства. Адже функціонування кожного структурного елемента підприємства залежно від його цільового призначення, спрямоване на досягнення певного результату, шляхом використання наявного ресурсного потенціалу. Зокрема, виробнича підсистема, поєднуючи фактори виробництва, виконує виробничу функцію, сутність якої полягає в досягненні результату (ефекту) виробництва в якості обсягу валової і кінцевої продукції, валового доходу і прибутку. Економічна підсистема, з метою досягнення економічного ефекту, реалізує на практиці економічну функцію, яка забезпечує статус підприємства як повноправної виробничо-господарської одиниці і є необхідною умовою добробуту, економічного та соціального розвитку суспільства. Логічним продовженням економічної є соціальна функція підприємства, яка спрямована на підвищення якості життя його працівників. За виконання соціальної функції відповідає соціальна підсистема, дія якої спрямована на досягнення соціального ефекту. Пов'язаного із соціальним захистом працівників.

На підставі одержаних результатів (ефектів) виокремлюють відповідні підвиди ефективності, кожен з яких має певне практичне значення для підприємства. Проведення паралелей між функціями підприємств, реалізованими на практиці функціональними підсистемами та видами ефективності дозволяє виявити функціональну залежність між ними. У свою чергу функціональна ефективність підприємства являє собою комплексну оцінку кінцевих результатів його функціональних підсистем (рис. 1).

Категорія функціональної ефективності має нерозривний внутрішній взаємозв'язок і взаємовплив із категорією функціональної продуктивності ресурсного потенціалу та встановлює міру співвідношення між одержаними результатами функціонування, з одного боку, та витратами – з другого, відповідно до їх функціональної ролі. Грунтуючись на результатах проведеного аналізу існуючих поглядів, ми схильні розділяти точку зору, за якою вважається за доцільне розглядати ефективність функціонування підприємств як співвідношення між одержаними результатами і витраченими ресурсами або як дієвість витрат, які вкладено у раціональну реалізацію різнопланових, але однаково спрямованих функцій на основі взаємодії факторів виробництва з ціллю максимізувати обсяги виробництва продукції за умови використання мінімально можливої кількості ресурсів задля досягнення бажаного ефекту.

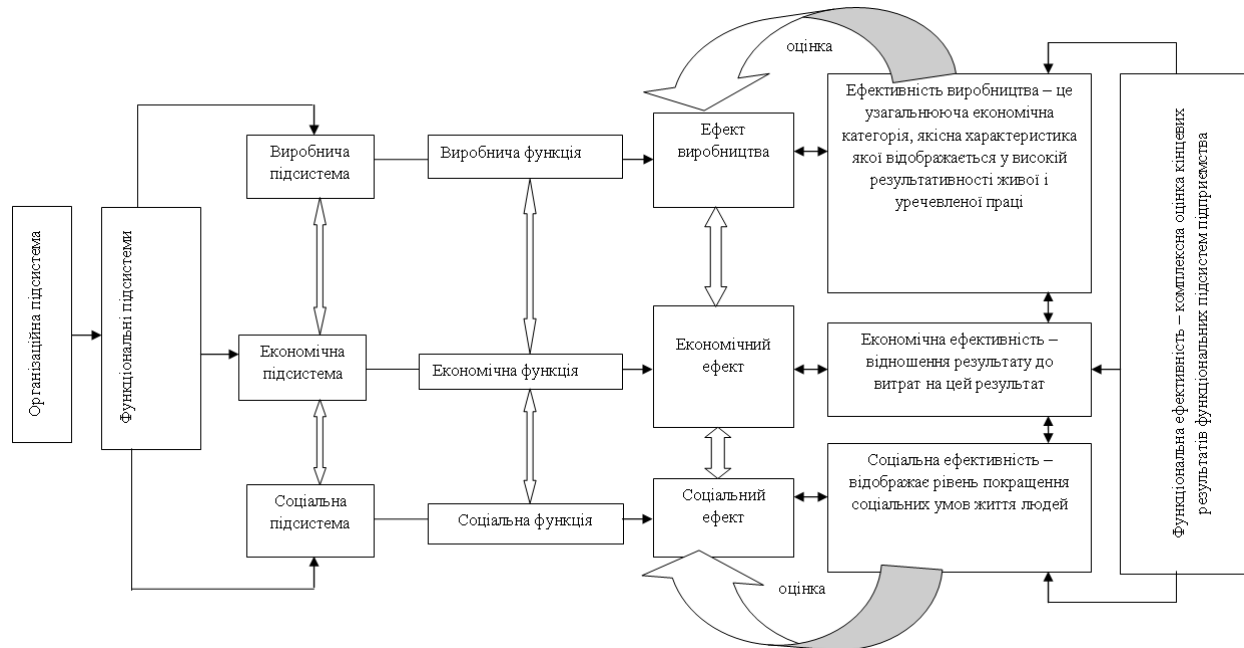


Рис. 1. Функціональні підсистеми у процесі формування та оцінки результатів реалізованих ними функцій

Тим паче, що такий підхід є наближеним до існуючої в зарубіжній економічній літературі думки та не суперечить основним постулатам економічної теорії, оскільки цілком відповідає положенням теорії виробництва і витрат.

Висновки

Таким чином, обсяг проведених економічних досліджень свідчить про те, що дослідження ефективності функціонування підприємства складається з аспектів, які можна розділити на дві групи, кожна з яких характеризується певними принципами – принципом максимізації корисності і принципом мінімізації затрат. Оскільки, чим більший корисний ефект і менші витрати, тим ефективнішим є функціонування підприємства.

Література

1. Янік В. Ефективність формування і розвитку підприємництва в умовах трансформації економіки постсоціалістичних країн : монографія / В. Янік. – Львів : Інститут регіональних досліджень НАН України, 2001. – 304 с.
2. Перекрест Т. В. Методологія оцінювання ефективності діяльності підприємства / Т. В. Перекрест // Держава та регіони. – 2011. – № 4. – С. 130–136.
3. Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании / В. В. Новожилов. – М. : Наука, 1972. – 434 с.
4. Черевко Г. Сутність категорії ефективності в економіці сільського господарства / Г. Черевко // Вісник ЛДАУ. Економіка АПК. Вип. 12. – Львів : ЛДАУ. – 2005. – С. 3–15.
5. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Андрійчук. – 2-е видання, доп. і перероблене. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.
6. Мацібора В. І. Економіка сільського господарства : підручник / В. І. Мацібора. – К. : Вища школа, 1994. – 415 с.
7. Економіка сільського господарства : підруч. для студ. ВНЗ / П. П. Руснак, В. В. Жебка, М. М. Рудий, А. А. Чалий. – К. : Урожай, 1998. – 320 с.
8. Содержание категории «эффективность» [Електронний ресурс] / М. В. Николаев. – Режим

доступу : [http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/999/193_West_econ_finans_2005_1\(7\)/97](http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/999/193_West_econ_finans_2005_1(7)/97)].

9. Лукичева Л. И. Управление интеллектуальным капиталом : учеб. пособ. / Л. И. Лукичева. – М. : Омега-Л, 2007. – 552 с.

10. Губарик О. М. Методологічні основи оцінювання ефективності фермерських господарств / О. М. Губарик // Держава і регіони, 2009. – № 10. – С. 105–109.

References

1. Yanik V. Efficiency of formation and development of entrepreneurship on conditions of the transformation of economics of post social countries: monograph / V. Yanik. – Lviv : Institute of regional researches National Academy of Sciences of Ukraine, 2001. – 304 с. [in Ukrainian]

2. Perekrest T. V. Methodology of entrepreneurship assessment of enterprise activity/ T. V. Perekrest // State and regions. – 2011. – № 4. – С. 130–136. [in Ukrainian]

3. Novozhylov V. V. The problems of calculating costs and results at optimal planning / V. V. Novozhylov. – М. : Science, 1972. – 434 с. [in Russian]

4. Cherevko H. The essence of the category of efficiency in agricultural economics // Visnyk LDAU. Economics of AIC. Issue 12. – Lviv : LDAU. – 2005. – С. 3–15. [in Ukrainian]

5. Andriichuk V. H. Economics of agrarian enterprises : Manual. – 2nd edition, added and redone / V. H. Andriichuk. – К. : KNEU, 2002. – 624 с. [in Ukrainian]

6. Matsibora V. I. Economics of agriculture: Manual / V. I. Matsibora. – К. : Higher School, 1994. – 415 с. [in Ukrainian]

7. Economics of agriculture : manual for students of higher educational institutions / P. P. Rusnak, V. V. Zhebka, M. M. Rudyi, A. A. Chalyi. – К. : Urozhai, 1998. – 329 с. [in Ukrainian]

8. The content of the category “efficiency” [Electronic resource] : M. V. Nikolaiev. – Access : [http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/999/193_West_econ_finans_2005_1\(7\)/97](http://www.unn.ru/pages/e-library/vestnik/999/193_West_econ_finans_2005_1(7)/97)].

9. Lukicheva L. I. Management of intellectual capital : manual / L.I.Lukicheva. – М. : Omega-L, 2007. – 552 с. [in Russian]

10. Hubaryk O. M. Methodological basis of efficiency assessment of farms / O. M. Hubaryk / State and regions, 2009. – № 10. – С. 105–109. [in Ukrainian]

Надійшла 13.04.2013; рецензент: д. е. н. Черевко Г. В.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ГРАЖДАН В УКРАИНЕ

Проведена оценка и обоснованы теоретические положения системы налогообложения доходов граждан, обобщены основные правовые нормы и предложены формы рабочей документации для организации налогового контроля за правильностью удержания налога с доходов граждан из заработной платы на предприятиях в Украине.

Ключевые слова: налоговый менеджмент, налог с доходов физических лиц, налоговый контроль, налогоплательщик, налоговый агент, база налогообложения, ставка налогообложения, налоговая социальная льгота, прожиточный минимум, единый социальных взносов.

O. V. KOROTKOVA

Institute of Economics and Management, Crimean University for the Humanities, Yalta

INCOME TAXATION CONTROL ORGANIZATIONAL IMPROVEMENT IN UKRAINE

Income taxation system theoretical aspects were evaluated in the article. Taxation control core content and role were given for aggregate management system. External tax audit organization main stages were presented. Tax deduction and transfer mechanisms for state budget structuring were described. Also taxes value was accented for state budget forming. Income taxation legal norms were generalized for Ukraine. Taxation basic elements were considered. The special attention were paid to analytic description of taxation management, income tax, taxation control, taxpayer, tax agent, tax base, tax rate, tax social exemption, living wage, unified consolidation fee and tax calculating algorithm. It was also suggested special systematization for effective tax control organization which was based on the complex of elements such as unified consolidation fee, tax social exemption, income tax calculating, basic tax retention and transfer mechanisms in budget forming, forfeits for late tax payment and its official documentation delivery to special inspection. The research results gave an opportunity to make a few recommendations. Author prepared tax control organizational documentation forms which help to check the income taxation correctness at economic entities in Ukraine. It was also systemized general macro-indexes for tax control during the period of 2011-2013 years. It was suggested to prepare these forms by MS Excel electronic tables and use them for the further tax control tasks automation.

Keywords: taxation management, income tax, taxation control, taxpayer, tax agent, tax base, tax rate, tax social exemption, living wage, unified consolidation fee.

Вступление. Налог на доходы физических лиц (подходный налог) - основной вид налога на доходы физических лиц, который занимает в формировании доходов бюджета во многих государствах значительное место. Так, в США около 40% Федерального бюджета формируется за счет этого налога [3, с.133].

В Украине доля налога с доходов физических лиц (далее – НДФЛ) в доходной части бюджета за счет налоговых поступлений в настоящее время составляет около 22 %, а в составе всей доходной части – около 16%. Этот факт определяет важность организации эффективного налогового контроля полноты и своевременности начисления и уплаты НДФЛ в бюджет.

Постановка проблемы. Изучение работ отечественных и зарубежных авторов в области налогового менеджмента дает возможность определить сущность и роль налогового контроля в общей системе управления на макро- и микро- уровнях, выделить общие черты и определить условия его эффективной реализации. Однако, наряду этим, существует множество вопросов, которые возникают перед специалистами - практиками разных уровней при реализации функций контроля в современных экономических условиях, в том числе по вопросам налогообложения НДФЛ. Хотелось бы подчеркнуть, что учебные пособия украинских авторов по налоговому менеджменту, изданные до 2012 года, с практической точки зрения устарели в связи с принятием в 2011 г. Налогового кодекса Украины (далее – НКУ) [1], что определяет актуальность нашей темы исследования.

Результаты исследования. С 01.04.2011 года все вопросы налогообложения и администрирования государственных и местных налогов регламентируются НКУ [1]. В соответствии со ст. 61. НКУ налоговый контроль – это система мер, принимаемых контролирующими органами с целью контроля правильности начисления, полноты и своевременности уплаты налогов и сборов. Налоговый контроль за правильностью начисления и уплатой НДФЛ состоит из взаимосвязанных этапов: регистрация и учет налогоплательщика; прием отчетности; камеральная проверка; начисление платежей по лицевым счетам к уплате в бюджет; контроль за своевременностью уплаты налогов по данным лицевых счетов; документальные проверки; контроль за исполнением материалов проверок. Ведущая роль среди субъектов внешнего контроля принадлежит Государственным налоговым службам, которые регистрацию и учет налогоплательщиков по НДФЛ осуществляют в соответствии со статусом плательщика налога: налогоплательщик резидент или налогоплательщик нерезидент.

При проверке правильности начисления и уплаты НДФЛ контролирующие органы руководствуются разделом 4 ст. 162-179 НКУ. База налогообложения НДФЛ - это общий облагаемый налогом доход, т.е. любой доход, подлежащий налогообложению, начисленный (выплаченный, предоставленный) в интересах плательщика налога в течение отчетного налогового периода. Согласно ст. 164 НКУ в общий месячный (годовой) облагаемый налогом доход плательщика налога включаются выплаты, основные из которых приведены в табл. 1.

Таблица 1

Основные выплаты, входящие в базу налогообложения НДФЛ согласно ст. 167 НКУ

№	Вид дохода	Ставка,
1	Доходы в виде заработной платы, других поощрительных и компенсационных выплат, а также вознаграждений по гражданско-трудовым договорам	15%, 17%
2	Доход, полученный от работодателя, как дополнительное благо	15%, 17%
3	Суммы командировочных или полученных в подотчет и не возвращенных в срок	15%, 17%
4	Доходы в виде заработной платы шахтеров – работников, занятых на подземных работах не менее 50%	10%
5	Доходы работников государственных военизированных аварийно-спасательных служб	10%
6	Доход по ипотечным ценным бумагам	5%
7	Доход по привилегированным акциям	15%
8	Доход от продажи одного объекта движимого имущества в год	1%
9	Доход от продажи второго и последующего движимого имущества в год	5%
10	Доход от продажи второго и последующего недвижимого имущества в год	5%
11	Доходы, полученные от сдачи жилья в аренду или субаренду	15%, 17%
12	Доходы в виде не денежных подарков, а также призов победителям соревнований, если их стоимость превышает 50% минимальной заработной платы	15%, 17%
13	Доход в виде выигрыша или приза, если стоимость его превышает 50 минимальных заработных плат	30%
14	Другие доходы в соответствии со ст. 167 НКУ	

Во время начисления (предоставления) доходов в любой не денежной форме базой налогообложения является стоимость такого дохода, рассчитанная по обычным ценам, скорректированным на коэффициент, рассчитанный по формуле:

$$K = \frac{100}{100 - C_n}, \tag{1}$$

где К – коэффициент;

C_n – ставка налога, установленная для таких доходов на момент начисления.

В общий месячный (годовой) облагаемый налогом доход плательщика налога не включаются доходы, приведенные в табл. 2.

Таблица 2

Основные выплаты, не входящие в базу налогообложения НДФЛ согласно ст. 165 НКУ

№	Вид дохода
1	Суммы государственной и социальной материальной помощи
2	Жилищные и другие субсидии или дотации, компенсации, включая денежные компенсации инвалидам
3	Сумма помощи, выплачиваемая (предоставляемая) жертвам нацистских преследований или их наследникам из бюджетов или других источников
4	Сумма пенсий, включая сумму ее индексации
5	Сумма денежной компенсации, выплачиваемой военнослужащим за надлежащее им для получения жилое помещение
6	Сумма доходов, полученных плательщиком налога в виде процентов, начисленных на ценные бумаги, эмитированных центральным органом исполнительной власти
7	Сумма единого взноса на общеобязательное государственное социальное страхование плательщика налога, которая вносится за счет его работодателя
8	Стоимость бесплатного лечебно-профилактического питания, молока или равноценных ему пищевых продуктов
9	Алименты
10	Стоимость подарков не в денежной форме до 50% от минимальной заработной платы из расчета на месяц
11	Другие выплаты в соответствии со ст. 165 НКУ

Кроме того, при определении чистого налогооблагаемого дохода учитываются налоговые социальные льготы (НСЛ), размеры которых обобщены в табл. 3.

Применяется НСЛ к зарплате, начиная со дня получения заявления от работника и документов, подтверждающих право на льготу.

Нами обобщены основные макропоказатели для проведения налогового контроля за правильностью удержания НДФЛ за период 2011-2013 гг. в табл. 4.

При начислении доходов база налогообложения определяется как начисленная сумма такого вознаграждения, уменьшенная на сумму единого взноса на общеобязательное государственное социальное

страхование, ставки которого установлены Законом Украины «О сборе и учете единого взноса на общеобязательное государственное социальное страхование» от 08.07.2010 г. № 2464-VI [2] (табл. 5).

Таблица 3

Налоговые социальные льготы для определения чистого налогооблагаемого дохода граждан

группа	Размер		Кому предоставляется	Ограничения
	Согласно с. 169.1 НКУ	С ограничениями до 01.01.2015 г. согласно п.1 р. XIX НКУ		
1	100 % от прожиточного минимума трудоспособных граждан	50% от прожиточного минимума трудоспособных граждан	базовая налоговая социальная льгота - для любого плательщика налога	если зарплата не превышает сумму прожиточного минимума для трудоспособных граждан, умноженную на 1,4 и округленную до ближайших 10 грн.
1	100% от группы «1»		для лица, которое содержит двух или более детей возрастом до 18 лет - в расчете на каждого такого ребенка	если зарплата не превышает сумму прожиточного минимума для трудоспособных граждан, умноженную на 1,4 и округленную до ближайших 10 грн. на каждого ребенка
2	150% от группы «1»		одинокая мать (отец), вдова (вдовец) или опекун, попечитель - в расчете на каждого ребенка в возрасте до 18 лет; лицо, которое содержит ребенка-инвалида - в расчете на каждого такого ребенка в возрасте до 18 лет; является учеником, студентом, аспирантом, ординатором, адъюнктом; является инвалидом I или II группы, в том числе с детства и др. согласно ст. 169.1.3 НКУ	если зарплата не превышает сумму прожиточного минимума для трудоспособных граждан, умноженную на 1,4 и округленную до ближайших 10 грн.
3	200% от группы «1»		Герои Украины, Герои Советского Союза, Герои Социалистического Труда или полный кавалер ордена Славы, или ордена Трудовой Славы и др. согласно ст. 169.1.4.НКУ	

Таблица 4

Основные макропоказатели для проведения налогового контроля за правильностью удержания НДФЛ за период 2011-2013 гг., грн.

№	Показатель	2011 г.				2012 г.				2013 г.		
		01.01	01.04	01.10	01.12	01.01	01.04	01.07	01.10	01.12	01.01	01.12
1	Минимальная заработная плата (МЗП)	941	960	985	1004	1073	1094	1102	1118	1134	1147	1218
2	Прожиточный минимум для трудоспособного лица (ПМ)	941	960	985	1004	1073	1094	1102	1118	1134	1147	1218
3	Предельный размер дохода для применения социальной льготы (ПНСЛ=ПМ*1,4)	1320				1500				1610		
4	Максимальная величина дохода для начисления (удержания) единого социального взноса до 01.10.11 = 15*ПМ с 01.10.11 = 17*ПМ	14115	14400	16745	17068	18241	18598	18734	19006	19278	19499	20706
5	Не облагаемая материальная помощь (НМП=ПМ*1,4)	1320				1500				1610		
6	Не облагаемая стоимость подарков не в денежной форме (НПОД=МЗП*50%)	470,5				536,5				573,5		
7	Предельный размер суточных расходов по Украине (СУТУ _{кр} =МЗП*0,2)	-	188,2			214,6				229,4		
	За границу (СУТ _{Загр} =МЗП*0,75)	-	705,75			804,75				860,25		
8	НСЛ группа «1»	470,5				536,5				573,5		
	НСЛ группа «2»	705,75				804,75				860,25		
	НСЛ группа «3»	941				1073				1147		

Ставки для удержаний единого социального взноса с 01.01.2011 г.

Плательщики	Ставка
Наемные работники на общих основаниях	3,6%
С пособий по временной потере трудоспособности	2%
Вознаграждение по гражданско-правовым договорам	2,6%
Наемные работники, которые работают на должностях, работа на которых засчитывается в стаж, дающий право на получение пенсии в соответствии с отдельными законами Украины	6,1%

Исходя из вышеизложенного, нами разработан алгоритм начисления НДФЛ:

$$10 \times \text{МЗП} \geq \text{ДОХ} < \text{ПМ} \times 1,4 \Rightarrow \text{НДФЛ} = (\text{ДОХ} - \text{НСЛ} - \text{ЕСвзн}) \times 15\%; \quad (2)$$

$$10 \times \text{МЗП} \geq \text{ДОХ} > \text{ПМ} \times 1,4 \Rightarrow \text{НДФЛ} = (\text{ДОХ} \times \text{НСЛ}) \times 15\%; \quad (3)$$

$$10 \times \text{МЗП} < \text{ДОХ} \Rightarrow \text{НДФЛ} = (10 \times \text{МЗП} - \text{ЕСвзн}) \times 15\% + (\text{ДОХ} - 10\text{МЗП} - \text{ЕСвзн}) \times 17\%, \quad (4)$$

где ДОХ – база налогообложения НДФЛ, грн.;

МЗП – минимальная заработная плата по состоянию на 01 января расчетного года, грн.;

ПМ – прожиточный минимум для трудоспособного лица, грн.;

НСЛ – налоговая социальная льгота, грн.

НКУ предусматривает всего лишь три основных механизма удержания и перечисления налога с дохода физических лиц в бюджет: 1. *Налоговым агентом* – юридическим лицом определяется сумма НДФЛ и перечисляется в бюджет: в момент выплаты дохода, но не реже 2-х раз в месяц через промежуток времени, не превышающий 16 календарных дней и не позже 7 дней по окончании периода, за который осуществляется выплата; не позже следующего банковского дня, если налогооблагаемый доход предоставляется в не денежной форме или выплачивается наличными из кассы; в течении 30 дней, следующим за месяцем начисления дохода, если налогооблагаемый доход начисляется, но не выплачивается. 2. *Частным предпринимателем* на общей системе налогообложения - авансовые платежи до 15.03, 15.05, 15.08, 15.11, окончательный расчет в течении 50 дней после отчетного периода. 3. *Физическим лицом* - определение суммы НДФЛ, подлежащей удержанию, осуществляется налоговыми органами на основании данных годовой декларации, поданной физлицом, а перечисление (оплата) суммы НДФЛ осуществляется самим физлицом.

В государственную налоговую службу плательщиками НДФЛ подаются следующие отчеты: Ф. 1ДФ и Декларация о доходах. На основании этих отчетов осуществляется камеральная проверка НДФЛ и начисление налогов в лицевых карточках налогоплательщиков. По итогам камеральных и документальных проверок при выявлении нарушений правильности начисления и своевременности уплаты НДФЛ применяются штрафные санкции. Так, согласно ст. 119 НКУ непредставление, представление с нарушением сроков, представление не в полном объеме, с недостоверными сведениями или с посылками налоговой отчетности о суммах доходов, начисленных (уплаченных) в пользу налогоплательщика, суммы удержанного с них налога влекут наложение штрафа в размере 510 грн. Одновременно такие же действия, совершенные налогоплательщиком в течение года, в котором был применен штраф, влекут наложение штрафа в размере 1020 грн. За неначисление, неуплаченные (недоплату в бюджет) НДФЛ налоговому агенту применяется штраф в размере 25% от суммы недоплаты НДФЛ и пеня за каждый день просрочки.

Выводы. Очевидно, что налоговый менеджмент в Украине активно развивается. Существующие механизмы контроля за правильностью начисления и своевременной уплатой в бюджет НДФЛ отвечает современным требованиям. В расчете НДФЛ участвуют макроэкономические показатели, которые утверждаются Законом Украины «О государственном бюджете» на соответствующий год. Для организации внутреннего и внешнего контроля за НДФЛ необходимо накапливать информацию об этих показателях по мере их изменения минимум за три года, так как при проверке правильности начисления налогов применяются нормы, действующие на момент начисления, а не на момент осуществления контроля. Для чего нами предложены алгоритмы расчетов и формы рабочих документов для проверки начисления НДФЛ за 2011-2013 годы. Кроме того, эту информацию предлагается накапливать в MS Excel для ее дальнейшего использования при автоматизации задач налогового контроля, что будет исследовано нами в дальнейшем.

Литература

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI в редакції від 19.11.2012 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Про збір та облік единого внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування : Закон України від 08.07.2010 р. № 2464-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2464-17>
3. Податкова система: навч. посіб. / І.О. Лютий, Л.М. Демиденко, М.В. Романюк та ін. ; за ред. І.О. Лютого. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 456 с.

References

1. Tax Code of Ukraine from 02.12.2010 № 2755-VI amended on 19.11.2012 [Electronic Source] – Mode of Access: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> [in Ukrainian Language]
2. About unified fee raising and accounting for compulsory social insurance: Law of Ukraine from 08.07.2010, № 2464-VI [Electronic Source]. – Mode of access: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show / 2464-17> [in Ukrainian Language]
3. Liuty I.O. Taxation System: tutorial / I.O. Liuty, L.M. Demidenko, N.V. Romaniuk et al., edited by I.O. Liuty. – K.: Center educational literature, 2009. – 456 p. [in Ukrainian Language]

Надійшла 13.04.2013; рецензент д. е. н. Ларіна Р. Р.

УДК 336.71 (477)

Я. В. ЛИТВИНЕНКО

Національної академії статистики, обліку та аудиту

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ПОДАЛЬШОМУ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ В ПЕРІОД ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

В статті розглядаються питання сутності інноваційної діяльності, особливостей її розвитку в світі. Особлива увага приділяється розвитку інноваційних процесів в Україні в умовах економічної кризи. На матеріалах статистичних даних Державної служби статистики проведений аналіз їх розвитку за останні десятиріччя, визначаються різні чинники, які впливають на розвиток цих процесів. Проведений аналіз висловлювань різних авторів та спеціалістів з питань впливу держави на розвиток інноваційної діяльності. На підставі проведеного дослідження в статті визначаються основні напрями подальшого розвитку інноваційної діяльності та шляхи її покращання. До головних з них відносяться перебудова структури господарського комплексу та спрямування його на розвиток інноваційної діяльності, фінансова підтримка в різних формах і, в першу чергу, за рахунок економічних методів стимулювання, надання пільг по податковим платежам, утворення відповідної матеріально-технічної бази, допомога в підготовці та перепідготовці кадрів, поширення системи державного замовлення та інше. Для цього розробляються різні заходи на державному рівні ефективність яких залежить від їх економічної обґрунтованості та можливості виконання в визначені строки.

Ключові слова: Інноваційні процеси, інновації в Україні, державна підтримка суб'єктів інноваційної діяльності, характер підтримки, державна економічна допомога, утворення умов розвитку інноваційної діяльності.

Y. V. LYTUVYENKO

National Academy of statistic, accounting and auditing

THE ROLE OF THE STATE IN THE FURTHER DEVELOPMENT OF INNOVATIVE PROCESSES IN UKRAINE DURING ECONOMIC CRISIS

The questions of the entity of innovative activity, features and it's development in the world are considered in the article. Special attention is paid on the development of innovative process in Ukraine in the conditions of economic crises. Analyze of development for the last decade, factors are determined and influence on the development of these processes are made on the materials of the statistic database of the State Statistic Service. The made analyze of the different author's commitment and specialists of the questions of influence of the government on the development of innovative activity. In virtue of the made research in the article the main directions of the further development of innovative activity and ways of its improving are determined. The main ways are reconstruction of the structure of the economic complex and its direction on the development of innovative activity, finance aid in the different forms and first of all based on economic methods of stimulation, exemption on the tax payment, establishment of the relevant material and technique base, help in the training and retraining of labor force, dissemination of system of procurement operation etc. For this are developed different activities on the state level which effectiveness depends on their economic foundation and ability of its acting in the set time.

Keywords: Innovative process, innovation in Ukraine, state support for business entities of innovation, character of support, state economic support, the formation conditions of innovation

Вступ

Подальший розвиток економіки України в сучасних умовах неможливий без проведення потужних наукових досліджень, розвитку науково-технічного прогресу, активізації інноваційних процесів як в цілому в державі, так і окремих суб'єктів господарювання. Подальший розвиток науково-технічного прогресу впливає на збільшення виробництва товарів та послуг, підвищення загальної продуктивності праці, економії матеріальних ресурсів, економії робочої сили, сприяє підвищенню конкурентоздатності продукції та підвищенню задоволення попиту споживачів.

Дослідження розвитку інноваційних процесів займаються багато вчених, економістів та спеціалістів. Серед них потрібно виділити А. Гальчинського, Ю. Бажана, В. Гейця, Б. Губського, Б. Кваснюка, О. Колосова, В. Семіноженка, Л. Федулову, А. Фукса, А. Чухна та ін. Головна увага в їх дослідження приділяється загальним проблемам розвитку інноваційних процесів в світі та в Україні, фінансовому забезпеченні цих процесів. Визначається місце та значення державної підтримки цих процесів і

головним чином це стосується фінансової складової. Але така підтримка стосується не тільки допомоги фінансовими ресурсами, але і проведення різних заходів, в тому числі і приймання безпосередньої участі в діяльності суб'єктів інноваційної діяльності.

Метою статті є дослідження стану розвитку інноваційних процесів в Україні в сучасних умовах економічного розвитку, можливості держави в наданні економічної, фінансової, організаційної та іншої допомоги суб'єктам інноваційної діяльності та отримання загальносуспільного ефекту від такої спільної діяльності.

На жаль, зараз в Україні інноваційна діяльність не має тенденції до зростання (табл. 1).

Таблиця 1

Загальна кількість промислових підприємств, які займалися інноваційною діяльністю в Україні в 2000-2011 роках

Показники	2000		2005		2010		2011	
	Усього	Питома вага	Усього	Питома вага	Усього	Питома вага	Усього	Питома вага
Загальна кількість підприємств, які впроваджували інновації, усього в тому числі:	1491	14.8	810	8.2	1217	11.5	1327	12.8
впроваджували нові або вдосконалені методи обробки або виробництва продукції:	416	4.1	402	4.1	522	4.9	605	5.8
- з них маловідходні, ресурсозберігаючі та безвідходні	172	1.7	208	2.1	203	1.9	240	2.3
- освоювали виробництво інноваційних видів продукції з них нових видів техніки	1372	13.7	630	6.4	615	5.8	731	7.1
Впроваджено нових технологічних процесів усього:	202	2.0	156	1.6	194	1.8	218	2.1
в тому числі маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних	1403		1808		2043		2510	
Освоєно виробництво інноваційної продукції, найменувань з них нових видів техніки,	430		690		479		517	
	15323		3152		2408		3238	
	631		657		663		897	

Таблиця складена автором на підставі статистичного збірника Державної служби статистики України "Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2011 році" [1] таблиця 8.24 та статистичного збірника Державної служби статистики України "Статистичний щорічник Україна за 2011 році" таблиця 15.12 [2]

Так, якщо в 2000 році кількість промислових підприємств, які займалися інноваційною діяльністю становила 1491, то в 2011 році кількість зменшилась до 1327, тобто на 11%. Достатньо суттєво, на 46.7% зменшилась кількість підприємств, які освоювали виробництво інноваційних видів продукції (з 1372 в 2000 році до 731 в 2011 році). Тільки на 8% збільшилась кількість підприємств, які займалися впровадженням нової техніки, що свідчить в більшості про імпортний напрямок інноваційної діяльності промислових підприємств. Майже на 40% збільшилась кількість підприємств, які займалися інноваційною діяльністю по освоєнням маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних виробництв, хоча їх питома вага дуже невелика (в 2011 році вона склала всього 2.3% від загальної кількості підприємств, які займалися впровадженням інновацій). Для України цей напрямок дуже важливий в зв'язку з недостатньою ресурсною базою за існуванням в більшості випадків матеріально та паливо затратних технологій. При цьому потрібно відзначити, що збільшилось впровадження нових або вдосконалення нових методів обробки та виробництва продукції. Суттєво за період 2008-2011 роки зменшились обсяги реалізованої інноваційної продукції з 45830.2 до 42386.7 млн. грн., тобто на 7.5% [1.325]. Особливо зменшились практично на половину обсяги реалізації інноваційної продукції вітчизняних підприємств на експорт (на 46.7%). Це свідчить про те, що потрібно змінювати загальну інноваційну політику як держави, так і окремих суб'єктів господарювання.

Подальший розвиток економіки України, особливо в період економічної кризи повинен базуватись на проведенні наукових досліджень, впровадженні останніх досягнень науково-технічного прогресу, здійсненні інноваційної діяльності як в цілому в державі, так і окремими господарюючими суб'єктами. Цей напрямок був застосований після другої світової війни тими країнами, які були найбільш зруйнованими і практично встановлювали заново свої господарство (Німеччина, Японія). Головним напрямком відтворення економіки було вкладання фінансових ресурсів, які були отримані від інших країн у вигляді кредитів або інших позик, в розвиток науково-технічного прогресу, проведення наукових досліджень. Вони вкладались не тільки в виробництво нових видів машин та механізмів, а й в розробку нових та удосконалення тих технологій, які вже існували. Це привело до значного економічного прориву цих країн і зайняття провідних

місць серед розвинутих держав.

Проведення інноваційної діяльності в країні базується на наукових дослідженнях, які по своїй сутності є витратними і потребують достатньо великих фінансових ресурсів і носять довгостроковий характер. В більшості найбільш ґрунтовні дослідження можуть проводити великі підприємства, які мають потужну наукову та виробничу основу. Але при цьому в Україні існують окремі проблеми.

Ефективність інноваційної діяльності в значному ступені залежить від підтримки, і в першу чергу, з боку держави. Головні з цих проблем досліджувались різними вченими та фахівцями (Шовкалюк та інші). В цілому для інноваційного розвитку в державі необхідні крім мотивації ще й розроблені інші заходи можливої підтримки. До головних з них відносяться наступні.

1. Перебудова структури всього господарського комплексу в напрямку підтримки інноваційної діяльності. До таких заходів відноситься розробка відповідної законодавчої бази, нормативно-правове забезпечення і чітке його дотримання. Також розробка та затвердження стандартів, гармонізація їх з стандартами, які розроблені та затвердженні в країнах – членах світового співтовариства. Сприяння укладенню різних міжнародних угод, які визначають умови реалізації інноваційної продукції. Особлива увага повинна приділятися захисту інтелектуальної власності наукових робітників, а також захист винаходів та наукових досягнень. Такий захист повинен бути не тільки в Україні, а і на міжнародному рівні. Держава зацікавлена в проведенні такого захисту, тому що це може приносити достатньо вагомий дохід від подальшого продажу патентів та винаходів.

2. Фінансова підтримка. До неї відноситься цільова фінансова допомога у вигляді бюджетного фінансування, виділення субсидій, участь в діяльності у вигляді пайової участі в статутному фонді, утворення спільних підприємств тощо. При цьому відповідним чином розподіляються відповідні результати діяльності та здійснюється розподіл отриманого доходу. Позитивним при цьому є також те, що у держави з'являється можливість постійного контролю за здійсненням інноваційної діяльності, яка проводиться в цій системі, а з іншого боку, з'являється реальна можливість надавати допомогу при проведенні та впровадженні результатів інноваційної діяльності в практику, проводити заходи по прискоренню проведення наукових досліджень тощо.

3. Одним з видів фінансової допомоги є надання кредитів або інших державних позик. Така підтримка здійснюється через національний та комерційні банки України, або іншими державними фінансовими установами при наданні гарантії державою. В деяких випадках в якості гарантії може бути прийнята гарантія у вигляді матеріального забезпечення (основні фонди, земля, матеріальні ресурси, цінні папери, гарантії інших осіб тощо). Для цього держава повинна розробити відповідну грошову кредитну систему, яка б стимулювала фінансові установи в наданні кредитів та позик і останні не мали втрат.

4. Зважена митна та податкова державна політика. Для суб'єктів, які здійснюють інноваційну діяльність, держава повинна утворювати умови, які зацікавлюють останніх в її проведенні. Це стосується зниження розміру мита при завезенні обладнання, сировини, матеріалів, різних технологій, які потрібні для проведення інноваційної діяльності, якщо вони використовуються при її здійсненні. Це ж стосується пільг при сплаті податків такими суб'єктами господарювання при реалізації продукції або послуг, які є наслідком інноваційної діяльності. З метою підвищення конкурентоспроможності таких підприємств це може застосовуватись при реалізації продукції та послуг не тільки за кордон, а й в межах внутрішнього ринку країни.

5. Матеріально-технічна підтримка з боку держави. Однією з головних проблем є отримання земельних ділянок для проведення інноваційної діяльності. Для цього держава має можливість продавати її по зниженій ціні, надавати в оренду за пільговими тарифами, або взагалі не стягувати плату за користування земельними ділянками. Також це стосується, матеріально-технічного забезпечення - купівлі будинків, приміщень. Споруд, або можливості взяти їх в оренду на пільгових умовах. Це ж стосується придбання обладнання, устаткування, транспортних засобів, різноманітної техніки. При цьому можливе застосування різних заходів від часткової оплати вартості до різних форм лізингу.

6. Утворення відповідної інформаційної бази, доступ до всіх її джерел, які пов'язані з проведенням інноваційної діяльності. В першу чергу це стосується мережі Інтернет, міжнародних науково-технічних бібліотек, доступ до інших баз даних, оплата з боку держави вартості користування цими послугами та утворення власної державної інформаційної мережі.

7. Утворення консультаційних центрів. Головна їх спрямованість повинна бути на розвиток інноваційної діяльності з питань різних напрямків – законодавчої бази та нормативно-правового забезпечення, екологічного розвитку, фінансового забезпечення, податкової системи, митної політики, методики планування, маркетингу, проведення експортно-імпортних операцій, ведення обліку та звітності, патентування та інше.

8. Утворення системи кадрового забезпечення інноваційної діяльності. Воно складається не тільки з мережі вищих навчальних закладів, які здійснюють підготовку фахівців, але і навчальних закладів по підвищенню кваліфікації, перепідготовки фахівців, спеціалізованої підготовки та інше. Фінансування всіх витрат проводиться за рахунок державного бюджету або відповідних державних структур або фондів.

9. Поширення системи державного замовлення на інноваційну продукцію та чітке виконання тих

умов, які визначаються відповідними договорами. Можливо також визначення в цих угодах різноманітних стимулюючих заходів з метою зацікавленості суб'єктів господарювання в проведенні інноваційної діяльності.

10. Розробка програм впровадження результатів інноваційної діяльності та її соціальна спрямованість. Це стосується не тільки соціального захисту в масштабах держави, а і робітників, які при цьому здійснюють цю діяльність.

11. Розробка програми залучення інвестицій для проведення інноваційної діяльності. Для суб'єктів господарювання, які проводять інноваційну діяльність, отримання інвестицій більш ефективно ніж отримання різних позик. З економічної точки зору це менш витратний варіант, тому що не потребує не тільки віддачі коштів, які взяті в позику, а і відсотків за їх користування. Найбільший ефект досягається при прямому інвестуванні, тому що крім використання фінансових ресурсів, з боку інвестора здійснюється постійний контроль і відповідно він приймає на себе відповідальність за проведення інноваційної діяльності. Також позитивним є те, що в більшості випадків інвестор при отриманні прибутків знову вкладає їх в розвиток суб'єкта господарювання і таким чином процес інвестування стає постійним. Ефективним також є отримання кредитів або різних позик від іноземних банків та фондів. Головна увага при такій підтримці приділяється гарантії повернення позики і в більшості випадків в якості гаранта виступає держава або визначені нею структури (міністерства, відомства, підрозділи та інше). В цьому випадку держава також повинна розробити відповідну програму, згідно з якою іноземні інвестори зацікавлені у вкладанні фінансових ресурсів в економіку України. В першу чергу це може стосуватись проведення економічних заходів (пільг або звільнення від сплати податкових платежів, зменшення митних ставок, стимулювання через державне замовлення, збільшення зацікавленості при виході та закріплення на зовнішньому ринку товарів та послуг, підвищення конкурентоздатності продукції тощо).

Висновки

Подальший розвиток економіки України неможливий без активізації інноваційних процесів, базою якого є науково-технічні розробки, проведення різноманітних наукових досліджень. Розвиток інноваційних суб'єктів господарювання самостійно стикається з багатьма проблемами і головною з яких є дефіцит фінансових та інших матеріальних ресурсів. Залишаються і різні організаційно правові проблеми. Вирішення їх в більшості випадків можливо тільки на рівні держави, яка повинна надавати інноваційним підприємствам відповідну підтримку. Тільки в цьому випадку можливо розраховувати на позитивний результат.

Література

1. Статистичний збірник «Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2011 році» [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Статистичний щорічник «Україна у цифрах у 2011 році» [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua

References

1. Statistichnij zbirnik «Naukova ta innovacijna dijal'nist' v Ukraïni u 2011 roci» [Elektronnij resurs] // Derzhavna sluzhba statistiki Ukraïni. – Rezhim dostupu : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Statistichnij shhorichnik «Ukraïna u cifrah u 2011 roci» [Elektronnij resurs] // Derzhavna sluzhba statistiki Ukraïni. – Rezhim dostupu : www.ukrstat.gov.ua

Надійшла 06.04.2013; рецензент д. е. н. Шевчук В. О.

РОЗВИТОК УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Проаналізовано розвиток ключових факторів успіху в забезпеченні ефективності управління промисловим підприємством та проблеми управління в Україні. Обґрунтовано актуальні напрямки стратегічного управління промисловим підприємством в умовах постіндустріального суспільства. Запропоновано механізм оптимізації інформації на основі урахування тенденцій розвитку економіки та людини. Визначено напрямки для проведення подальших досліджень в галузі стратегічного управління промисловим підприємством.

Ключові слова: інформаційна економіка; система управління; стратегія розвитку; постіндустріальний етап розвитку суспільства; екстенсивний тип економічного росту; інтенсивний тип економічного росту; стратегічне управління; оптимізація; інформація.

DEVELOPMENT OF MANAGEMENT INDUSTRIAL ENTERPRISES IN INFORMATIVE ECONOMY

Development of key factors of success is analysed in providing of efficiency of management and management problem an industrial enterprise in Ukraine. Grounded actual directions of strategic management an industrial enterprise in the conditions of postindustrialnogo society. A mechanism is offered mechanism of optimization of information on the basis of account of progress of economy and man trends. Certainly directions are for the leadthrough of subsequent researches in industry of strategic management an industrial enterprise. A modern situation in a management an industrial enterprise formed basic approaches for leaders to its decision: 1) expectation of more advantageous operating of business conditions (without introduction of certain korektiv in control system and survival due to the export of certain part of products and price competition on oversea markets); 2) realization of the programs in relation to the update of active part of capital assets and support of volume of the realized products (due to koreguvannya strategy of development of enterprise in direction of realization of investment projects with advantageous sourcings). Introduction of new equipment allows executing the terms of the European standards in relation to ecological requirements to technology, substantially to cut down expenses on materials and power mediums, in good time to provide financing of the investment programs. Basis of introduction of complex strategy of development of industrial enterprise in modern terms is a mechanism of optimization of information. A task of management information is achievement of equilibrium between the informative and economic functions of enterprise. His development needs clarification of classification signs and criteria of estimation of informative resources of industrial enterprise. The mechanism of optimization of information can be presented as a certain algorithm: audit functionally organizational structures of enterprise; development of model of biznes-procesiv; forming of suggestions on perfection functionally organizational structures of enterprise; forming of standards of management information; introduction of CAS of management information. Introduction will allow in practice of work of national industrial enterprises of mechanism of optimization of information: to reduce charges on informative resources on all stages of life cycle; to optimize charges related to the financial resources and labour force; to provide high readiness to introduction of the new programs in relation to the update of active part of capital assets; to reduce charges related to the outages of basic production. Operating of domestic industrial enterprises conditions are characterized complication of introduction of strategy of development on the basis of update of equipment. It is in-process suggested to inculcate practice of informative help the leaders of industrial enterprises, what would include complex information, in relation to: level of development of technology in the world from the noted type of activity; economic evaluation of results of update of technological park of enterprise (with determination of level of profitability of the investment programs, which provides economic and social rozitok); mechanism of estimation of sourcings investment programs of update (with determination of specific gravity of the domestic and foreign investing); estimations of the forecast growth of the labour and ettlings productivity, and also qualities of workers, which will be freed and them social adaptation on certain territory of dwelling. Directions are for the leadthrough of subsequent researches in industry of strategic management an industrial enterprise: optimization of informative resources; mechanism of acceleration of introduction of innovations; introduction of the system of in-plant training personnel; international transfer of technologies.

Keywords: informative economy; control system; strategy of development; postindustrial'niy stage of development of society; extensive type of the economy growing; intensive type of the economy growing; strategic management; optimization; information.

Вступ. Розвиток світової економіки свідчить про те, що головна роль належить технологічному способу виробництва. Завдяки створенню економіко-правовим умовам та науково-технічному прогресу суспільство перейшло до постіндустріального етапу розвитку. Становлення постіндустріальних систем потребує уточнення цілей і пріоритетів розвитку управління промисловим підприємством в Україні. Загальною тенденцією економік розвинених країн – є якісна зміна структури економічного зростання (перевищує інтенсивний тип економічного росту за рахунок комплексу факторів: збільшення продуктивності праці, віддачі основних фондів, покращення використання сировини). В економіці України перевищує екстенсивний тип економічного росту, пов'язаний з залученням додаткової робочої сили в сектор суспільного виробництва, а також розширення земель, які обробляються та інше. За результатами аналізу ситуації в Україні дослідників та керівників промислових підприємств основною причиною такого стану є

високий рівень фізичного та морального зносу основних фондів промислових підприємств. Аналіз напрямків, щодо подолання проблеми серед дослідників дуже широкий, від вибору фінансових джерел та пріоритетних підприємств до інститутів державного регулювання.

Проблеми розвитку управління активно досліджуються в останні роки як вітчизняними так і закордонними вченими. Найбільш повно проблеми стратегічного управління розглянуті закордонними вченими [1, 8] та вітчизняними [3, 6]. Але існують істотні аспекти даної складної проблеми, які залишаються недостатньо дослідженими. В наслідок цього промислові підприємства не отримують практичні рекомендації щодо удосконалення концептуальних основ стратегії розвитку підприємства, які враховують спеціалізацію виробництва а також особливості розвитку національної економіки. До них віднесено проблеми групування інформації, якість та джерела фінансування, співвідношення стратегії розвитку промислового підприємства та скорочення, середньострокових промислових циклів, періодів оновлення активної частини основних фондів. Дослідження проблеми взаємозв'язку зростання продуктивності праці та розвиток професійних якостей працівників промислових підприємств [4-5, 7]. Але поза увагою зазначених авторів залишаються питання комплексного підходу до підвищення кваліфікації працівників.

Мета статті: обґрунтувати необхідність корегування стратегії управління промисловим підприємством відповідно до цілей національної економіки (якісного оновлення основних фондів); уточнити критерії оцінки та класифікації інформації. Завдання публікації: проаналізувати динаміку ключових факторів успіху в забезпеченні ефективності управління промисловим підприємством; розробити механізм оптимізації інформації.

Основний розділ. Інформаційна економіка означає перехід до іншого складу виробничих відносин, що обумовлені зміною характеру праці та розвитком продуктивних сил. Інформаційна економіка проходить певні стадії: проникнення інформаційних технологій у виробництво; масове впровадження інформаційних технологій і перевага стандартизованих систем; перевищення продуктивності праці в галузі виробництва інформації над іншими галузями; перехід до виробництва інформації та знань.

Професійний бізнес пройшов певний еволюційний період, який можна розділити на етапи залежно від ключових факторів успіху в забезпеченні ефективності управління промисловим підприємством:

1) головний фактор успіху – доступ до ресурсів (до другої половини XIX ст.); 2) збільшення корисності товару при збереженні вартості витрат на його виробництво (винахідництво) (до початку XX ст.); 3) максимальний вихід товару при мінімальних витратах (технологія виробництва) (до 1930-х рр.); 4) маркетинговий менеджмент (до кінця 1950-х 1960-х рр.); 5) зв'язки з громадськістю; 6) нововведення та інформаційні технології. З глобалізацією економіки для успіху в бізнесі необхідні інновації, наявність яких забезпечує їх фінансування. Вартість підприємств в інформаційній економіці складається з ноу-хау, кваліфікації працівників, ефективності структур та інших нематеріальних активів.

Проблеми управління промисловим підприємством в Україні: високий ступінь фізичного та морального зносу активної частини основних фондів; потреба в великих фінансових ресурсах для їх якісного оновлення. Сучасна ситуація в управлінні промисловим підприємством сформувала основні підходи у керівників до її розв'язання:

1) очікування більш вигідних умов функціонування бізнесу (без впровадження певних корективів в систему управління та виживання за рахунок експорту певної частини продукції та цінової конкуренції на закордонних ринках);

2) реалізація програм щодо оновлення активної частини основних фондів та підтримка обсягу реалізованої продукції (за рахунок корегування стратегії розвитку підприємства в напрямку реалізації інвестиційних проектів з вигідними джерелами фінансування). Впровадження нового обладнання дозволяє виконати умови європейських стандартів щодо екологічних вимог до технології, суттєво скоротити витрати на матеріали та енергоносії, своєчасно забезпечити фінансування інвестиційних програм.

Рівень оновлення обладнання вітчизняних промислових підприємств (з метою відповідності його інформаційній економіці) залежить від багатьох макроекономічних факторів (державна політика щодо розвитку науки, система управління науковими установами, регулювання захисту прав інтелектуальної власності, професійна підготовка та перепідготовка наукових кадрів). Тому оновлення обладнання потребує тривалого часу для реалізації, що показує необхідність впровадження другого напрямку стратегічного розвитку промислових підприємств за сучасних умов господарювання. Реалізація програм щодо оновлення включає покупку обладнання у закордонних фірм на різних умовах фінансування. Зазначений стратегічний напрямок потребує комплексного розвитку взаємодії промислових підприємств з: установами банку; науковими закладами; інформаційними центрами. Використання стратегії розвитку у цьому напрямку дозволить: зберегти національний ринок збуту, стимулювати розвиток вітчизняної науки, створювати консультаційні центри інформаційного спрямування, посилити вплив вітчизняних підприємств на існуючих закордонних ринках та розширити їх.

За формою участі інформації в розширеному відтворенні суспільства можна поділити на дві групи. Продукти першої групи призначені для прямого споживання суспільством і його членами з явною вигодою для виробника інформаційного продукту. Це твори мистецтва і літератури, наукові праці, довідники, лекції, підручники, проповіді, масова інформація і дезинформація, пропаганда і реклама, чутки і

наклеп, різні види фольклору тощо. Виробництво і споживання інформаційних продуктів цієї групи підлягають тим самим законам ринку, що й аналогічних продуктів матеріального виробництва, призначених для споживання. До другої групи належать інформаційні продукти, які виробники вважають за краще приховувати від суспільства, побоюючись яких-небудь збитків для себе. Це інформація про: технологічні особливості виробництва; матеріальні витрати на виробництво; обсяги продажу та отримані прибутки; негативні властивості продукції, що виробляється; узгодженість дій та рішень людей з чинними законами і встановленими суспільством нормативами тощо. Поведінку інформаційних продуктів цієї групи в розширеному суспільному відтворенні ще слабо вивчено.

Основою впровадження комплексної стратегії розвитку промислового підприємства в сучасних умовах є механізм оптимізації інформації. Його розробка потребує уточнення класифікаційних ознак та критеріїв оцінки інформаційних ресурсів промислового підприємства. Інформація має характерні особливості, такі як корисність, вірогідність, однозначність, періодичність, несуперечливість, надмірність. Різні види інформації виконують неоднакову роль у системі стратегічного управління. Нормативна інформація прямо пов'язана з виробництвом, а бухгалтерська, статистична є засобом зворотного зв'язку. У загальному обсязі інформації питома вага інформації, що виконує функції прямого зв'язку, становить близько 24 %, і зворотного зв'язку – 76 %. Інформацію, що використовується в управлінні доцільно класифікувати за основними ознаками: форма відображення; форма подання; порядок та місце виникнення; характер носіїв інформації; призначення; напрям руху; стабільність; спосіб відображення; спосіб обробки; функція, яку виконує інформація в управлінському циклі; фази, стадії та цикли відтворення; фактори виробництва. Критерії оцінки інформації можна згрупувати: за послідовністю; за узгодженістю; за можливістю використання; за перевагами використання. Управління інформацією на промисловому підприємстві пов'язано з її використанням, плануванням, оновленням, розповсюдженням. Завдання керівництва підприємства створювати та підтримувати внутрішні та зовнішні системи інформаційного забезпечення. При управлінні інформацією орієнтованою на процеси керівництво підприємства поєднує всі функціональні частини в єдину систему. При управлінні інформацією орієнтованою на забезпечення ефективності керівництво орієнтується на систему комунікації на підприємстві. Завдання управління інформацією – досягнення рівноваги між інформаційними та економічними функціями підприємства. З одного боку інформація є фактором виробництва, а з іншого підприємство саме здатне створювати інформацію. Основними функціями управління інформацією є: визначення потреби в інформації; розробка пропозиції інформації; оцінка доступу до інформації; інформаційне обслуговування.

В роботі пропонується запровадити практику інформаційної допомоги керівникам промислових підприємств, яка б включала комплексні дані, щодо: рівня розвитку технології в світі з зазначеного виду діяльності; економічну оцінку результатів оновлення технологічного парку підприємства (з визначенням рівня рентабельності інвестиційних програм, який забезпечує економічний та соціальний розиток); механізм оцінки джерел фінансування інвестиційних програм оновлення (з визначенням питомої ваги вітчизняного та іноземного інвестування); оцінки прогнозованого зростання продуктивності праці та заробітної плати, а також якості працівників, які будуть звільнитися та їх соціальна адаптація на певній території проживання.

Механізм оптимізації інформації можна представити у вигляді певного алгоритму: аудит функціонально-організаційної структури підприємства; розробка моделі бізнес-процесів; формування пропозицій по вдосконаленню функціонально-організаційної структури підприємства; формування стандартів управління інформацією; впровадження автоматизованої системи управління інформацією.

Для реалізації механізму оптимізації інформації основними складовими на підприємстві є: методологія організації управління процесами експлуатації інформаційних ресурсів; програмні засоби, які дозволяють автоматизувати процеси управління; методологія розробки й впровадження інформаційних ресурсів.

Запровадження в практику роботи національних промислових підприємств механізму оптимізації інформації дозволить: знизити витрати на інформаційні ресурси на всіх етапах життєвого циклу; оптимізувати витрати пов'язані з матеріальними ресурсами та робочою силою; забезпечити високу готовність до впровадження нових програм щодо оновлення активної частини основних фондів; знизити витрати пов'язані з простоями основного виробництва.

Світовий досвід показує, що впровадження новацій в сфері управління дає позитивний результат за умови зваженості в реалізації виробничих, комерційних та фінансових цілей (підприємство розглядається як єдина виробного-збутова система, яка поєднує: створення нових товарів, постачання, виробництво, збут, доставку товарів споживачу, сервіс) [1, с. 254].

Висновки. Умови функціонування вітчизняних промислових підприємств характеризуються складністю впровадження стратегії розвитку на основі оновлення обладнання. В роботі пропонується запровадити практику інформаційної допомоги керівникам промислових підприємств, яка б включала комплексні дані, щодо: рівня розвитку технології в світі з зазначеного виду діяльності; економічну оцінку результатів оновлення технологічного парку підприємства (з визначенням рівня рентабельності інвестиційних програм, який забезпечує економічний та соціальний розиток); механізм оцінки джерел фінансування інвестиційних програм оновлення (з визначенням питомої ваги вітчизняного та іноземного

інвестування); оцінки прогнозованого зростання продуктивності праці та заробітної плати, а також якості працівників, які будуть звільнятися та їх соціальна адаптація на певній території проживання.

Напрямки для проведення подальших досліджень в галузі стратегічного управління промисловим підприємством: оптимізація інформаційних ресурсів; механізм прискорення впровадження інновацій; впровадження системи підвищення кваліфікації персоналу; міжнародний трансфер технологій.

Література

1. Дойль П. Менеджмент : стратегия и тактика / Дойль П. ; Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – [Пер. с англ.]. – СПб. : "Питер", 1999. – 560 с.
2. Введение в информационный бизнес : учеб. пособие / О. В. Голосов, С. А. Охрименко, А. В. Хорошилов и др. ; Под ред. В. П. Тихомирова, А. В. Хорошилова. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 240 с.
3. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент / Ильенкова С. Д., Гохбер Л. М., Ягудин С. Ю. ; Под ред. Ильенковой С. Д. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с.
4. Макконелл К.Р. Экономика: принципы, проблемы и политика : в 2-х т. : / К.Р. Макконелл, С.Л. Брю. – [Пер. с англ.]. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 974 с.
5. Roy Rothwell. The Changing Nature of the Innovation Process // Technovation, 1 Jan.1993 : Пер., обработка А. Сенина – Электронная версия, 2001 / <http://technopark.al.ru/business/innovation/innovation.htm>.
6. Якубовський М. Промислова політика: проблеми та перспективи модернізації / М. Якубовський // Економіка України, 2010. – № 8. – С. 21–29.
7. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции : монография / Дж. Робинсон Пер. с англ. – М. : Прогресс, 1986. – 243 с.
8. Самуэльсон П. Экономика / П. Самуэльсон, В. Нордхаус. – [Пер. с англ.]. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2003. – 680 с.

References

1. Doyl P. Menedzhment : strategy and tactic : Trudged. with angl. / Under red. Yu.n. Kapturevskogo – SPb. : "Piter", 1999. – 560 p.
2. Introduction to informative business: Studies. manual / O. of V. of Voices, P. And. Okhrimenko, A. V. Khoroshilov and dr.; Under red. V. of P. Tikhomirova, And. V. of Khoroshilova. – M.: Finances and statistics, 1996. – 240 p.
3. Il'enkova P. D., Gokhber of L. M., Yagudin S. Yu. Innovacionnyy management / under red. Il'enkovoy P. D. – M.: of Jar and exchange, YUNITI, 1997. – 327 p.
4. Makkonell K.R., Bryu S.L. Economy: principles, problems and policy: in 2 t. : trudged. with angl. / K.R. Makkonell, S.L. Bryu. it is M. : Infra-mcode, 2001. – 974 p.
5. Roy Rothwell. The Changing Nature of the Innovation Process // Technovation, 1 Jan.1993: Trudged., treatment of A. Senina is the Electronic version, 2001 / <http://technopark.al.ru/business/innovation/innovation.htm>.
6. Yakubovskiy M. Promislova policy: problems and prospects of modernization are // Economy of Ukraine, 2010. № 8 p. 21-29.
7. Robinson of Dzh. Economic theory of imperfect competition : monograph / Dzh. Robinson trudged. with angl. – M.: Progress, 1986. – 243 p.
8. Samuelson P. Ekonomika : trudged. with angl. / P. Samuelson, V. of Nordkhaus. it is M. : Publ. house «Williams», 2003. – 680 p.

Надійшла 20.04.2013; рецензент д. е. н. Міщенко В. А.

УДК 330.142.2 336.767

К. А. МАЛЫШЕНКО
РВУЗ КГУ Институт Экономики и Управления**ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭЛАСТИЧНОСТЬ ФОНДОВОГО РЫНКА**

В работе сделан анализ информационной эластичности, рассматриваются подходы к оценке монополизма отечественного фондового рынка.

Ключевые слова: эластичность, информация, фондовый рынок, эффективный рынок, информационная эффективность.

К. А. MALYSHENKO
RVUZ KSU College of Economics and Management**INFORMATION STOCK MARKET FLEXIBILITY**

The paper made an analysis of the information elasticity, the approaches to the assessment of the monopoly of the domestic stock market. Assessing the impact of information on the price of the stock market remains relevant at the moment. As far as the market is efficient or inefficient, largely determines its attractiveness for both investors and for speculators. However, in this article is an attempt on the basis of information elasticity to build a new methodology to assess the free competition of the stock market. However, to identify and even more so to prove insider activities almost impossible. Usually this fact is manifested even after an operation carried out by insiders. Thus, the problem reduces to the early detection of the insider and evaluation of the entire stock market for unfair competition.

Keywords: flexibility, information, stock market, an efficient market, the information efficiency.

Введение. Оценка влияния информации на цены фондового рынка остаётся актуальной и в данный момент. Насколько рынок эффективен, или неэффективен, во многом определяет его привлекательность, как для инвесторов, так и для спекулянтов. Однако в данной статье сделана попытка на основе информационной эластичности построить новую методику оценки свободы конкуренции фондового рынка. Не секрет, что отечественный рынок ценных бумаг оценивается как инсайдерский и соответственно малопривлекательный для инвесторов, особенно иностранных. Действия инсайдеров на рынке ценных бумаг очень схожи по своей сути с деятельностью монополистов, так как инсайдеры проявляют свою власть, используя свою монополию на информацию. Выявить и тем более доказать деятельность инсайдеров практически невозможно. Опуская юридическую сторону данного явления, где факт утечки информации и её использования можно доказать, факт деятельности инсайдеров на рынке заметить достаточно сложно. Обычно данный факт проявляется уже после того, как инсайдеры осуществили какую-либо операцию. Таким образом, суть проблемы сводится к раннему распознаванию деятельности инсайдера и оценки всего фондового рынка на предмет недобросовестной конкуренции.

Основной раздел. Среди отечественных ученых, занимавшихся исследованием проблем фондового рынка следует назвать А. Барановского, И. Бланка, М. Денисенко, А. Калину, В. Клименко, Д. Лукьяненко, И. Лютого, А. Мозгового, В. Опарина, И. Павленко, Г. Терещенко и др. Вместе с тем проблемы информационной эффективности наиболее изучены зарубежными учёными: Э. Фамой, Гроссманом С, Стиглицем Дж., и многими другими. Однако проблема оценки влияния инсайдеров на рынок в целом, а тем более установление критериев, практически игнорируются отечественными учеными [7, 8].

Причина этому достаточно простая – на отечественном фондовом рынке по причине низкой ликвидности и несовершенного законодательства данная проблема не разрешена. Рынок фактически признан инсайдерским, и чтобы изменить ситуацию необходимо совершенствовать систему раскрытия информации, как с юридической точки зрения, так и с экономической [4].

«Здоровье» фондового рынка во многом зависит от правовых основ деятельности субъектов рынка, и прежде всего недопущения инсайдерского воздействия, что подрывает доверие инвесторов к рынку. Таким образом, целью исследования является установления инсайдерского воздействия, исходя из экономических параметров рынка.

Термин «инсайдерский» с английского переводится как «внутренний», соответственно, инсайдерская информация должна быть внутренней информацией компании. Последствия использования при совершении сделок инсайдерской информации могут быть различными:

- использование информации ставит ее обладателя в преимущественное положение, что, в свою очередь, дает ему возможность осуществлять манипулирование ценами биржевых торгов;
- использование инсайдерской информации приносит экономическую выгоду ее обладателю после исполнения обязательств, возникших на основании сделок, совершенных с использованием такой информации и т.д. [1, 6].

Первое определение инсайдерской информации появилось в США в Законе о фондовых биржах в

1934 году. В этом законодательном акте инсайдерская информация определяется как не являющаяся общедоступной информация об эмитенте и выпущенных им эмиссионных ценных бумагах, которая ставит лиц, обладающих такой информацией до момента её публичного распространения, в преимущественное положение по отношению к другим участникам торгов [3].

Прежде всего, необходимо сразу оговорится: с каким типом информации мы имеем дело? Как известно всю информацию можно разделить на три крупных блока: историческая информация (информация о прошлых событиях в общедоступной форме), текущая общедоступная информация и инсайдерская информация (естественно не являющаяся общедоступной по определению). Наибольший выигрыш, безусловно, приносит владение инсайдерской информацией, однако её использование в корыстных целях запрещено законодательствами всех стран. Таким образом, необходимо ограничиться только исторической и общедоступной информацией о событиях, которые могут повлиять на конъюнктуру рынка. Если использовать терминологию, принятую в микроэкономическом анализе, то можно сказать, что рынок информационно эластичен (не эластичен) или абсолютно эластичен (абсолютно не эластичен).

Современный фондовый рынок, моментально реагирует на любые изменения, в виде скачков курсовой стоимости акций. Так называемая, гипотеза эффективного рынка (EMH), характеризуется немедленной реакцией курсовых разниц, на изменение существующей информации. Рынок, является наиболее эффективным, по отношению к поступившей информации, в том случае, если данная информация, влечет за собой моментальное и полное отражение в цене активов [2].

На реальных рынках ценных бумаг степень эффективности рынка может быть различной, и чем дольше рыночные цены приспосабливаются к новой информации, тем менее эффективен рынок. Отечественный рынок ценных бумаг трудно считать конкурентоспособным до такой степени, чтобы он был эффективен без внешнего давления или контроля. Это происходит по целому ряду причин.

Во-первых, существует монополия на информацию и полулегальная инсайдерская торговля. Обязательным условием эффективного рынка как свободно-конкурентного рынка является отсутствие монополии на информацию. Информация является общедоступной и одновременно приходит ко всем инвесторам. На эффективном рынке, где участники стремятся получить максимальную прибыль, любое несоответствие цен будет быстро устранено. На украинском рынке инсайдерская информация становится источником прибыли.

Во-вторых, на отечественном рынке слабо используются методы регулирования рынка, проверенные практикой экономически развитых стран Запада. Суть такого регулирования заключается в том, что если вычесть штрафы, то прибыль от инсайдерской торговли должна оказаться ниже, чем от стратегии «купил и держи».

Если субъект рынка имеет какую-либо важную информацию, то он становится её «информационным монополистом». А если он эту монопольную власть решает использовать в своих корыстных целях, тогда возникает инсайдерское воздействие, которое отражается на деятельности всего рынка. Степень этого воздействия определена нами как «информационная эластичность», а именно соотношение характеристики информационного потока и изменения курса ценных бумаг. На этом понятии необходимо остановиться более подробно. Как известно эластичность (греч. *elásticos* – гибкий) – численная характеристика изменения одного показателя (например, спроса или предложения) к другому показателю (например, цене или доходу) и показывающая, на сколько процентов изменится первый показатель при изменении второго на 1%. Эластичность является производной одного показателя по другому: изменение одного показателя, обусловленное приращением другого показателя на единицу [9].

Как видно из определения необходимо представить изменение информационного потока в каких-то дискретных величинах. Это значит, что события общественно политической жизни необходимо представить в каких-то, но абсолютно определённых и конкретных цифрах. Таким образом, нам необходимо начать с определения влияния события в контексте его влияния на изменение биржевых цен, и как следствие индексов.

Событие – то, что имеет место, происходит, наступает в произвольной точке пространства-времени; значительное происшествие, явление или иная деятельность как факт общественной или личной жизни; подмножество исходов эксперимента [5].

Попытки формализовать события уже предпринимались, однако на наш взгляд, численно определить информационные характеристики события можно лишь применив порядковую шкалу. Её применение вполне возможно, достаточно вспомнить микроэкономический подход к оценке потребительского поведения. Соответственно субъекты рынка являются «потребителями» ценных бумаг и, следовательно, все характеристики потребительского поведения им также присущи. Данную шкалу можно представить в следующем виде (см. табл. 1).

Как видно из таблицы рассматриваемое событие может быть, как положительным так и отрицательным – в зависимости от того с какой позиции мы рассматриваем рынок. Если со стороны «быков» – то соответственно необходимо руководствоваться верхней частью, если со стороны «медведей» – тогда используется нижняя часть шкалы.

Порядковая шкала оценки влияния события

Событие вызывает рост котировок						
Крайне положительное	Положительное	Слабо положительное	Нейтральное	Слабо отрицательное	Отрицательное	Крайне отрицательное
3	2	1	0	-1	-2	-3
порядковая				оценка		
-3	-2	-1		1	2	3
Крайне отрицательное	Отрицательное	Слабо отрицательное	Нейтральное	Слабо положительное	Положительное	Крайне положительное
Событие вызывает падение котировок						

Соответственно события (в общедоступной форме) идентифицируются и накапливаются в виде «информационного понятийного потока» в следующей форме: ... + 3 -1 + 1+ 0 - 2 +0 ... и т.д., которые суммируются на определённый момент времени (формируется «событийная сумма»), например по времени обновления котировок. Расчёт «событийной суммы» осуществим по следующей формуле:

$$S_{Iv}^t = \left(\sum_{i=1}^n \frac{Iv_i}{n} \right) \tag{1}$$

где S_{Iv}^t – «событийная сумма» за период t ; Iv – оценка события; n – количество событий в периоде t .

Как видно из приведенной формулы «событийная сумма» рассчитывается как средняя величина, иначе они принимали бы несопоставимые размеры. Естественно по окончании рабочей сессии величина «событийной суммы» обнуляется.

Таким образом, можно определить и приращение, как величины изменения «событийной суммы»:

$$\Delta S_{Iv}^t = \left(\frac{S_{Iv}^{t+1} - S_{Iv}^{t+1}}{S_{Iv}^t} \right) \times 100 \tag{2}$$

где S_{Iv}^{t+1} – «событийная сумма» за период $t + 1$ (следующий за который будет представлена котировка), %.

На следующем этапе необходимо определится с математическим выражением коэффициента информационной эластичности:

$$E_{Iv} = \frac{(\Delta I \text{ или } \Delta P) \times 1000}{\Delta S_{Iv}^t} \tag{3}$$

где E_{Iv} – коэффициент информационной эластичности; ΔI или ΔP – изменение коэффициента биржи или котировки ценной бумаги.

Увеличение на тысячу необходимо, что бы коэффициенты были представлены в более привычных величинах, сопоставимых с коэффициентами эластичности, рассчитываемых в микроэкономическом анализе.

Далее определимся с возможными значениями коэффициента информационной эластичности и их интерпретацией (табл. 1).

Таблиця 1

Значения коэффициента информационной эластичности фондового рынка и их интерпретация

Значение коэффициента	Форма эластичности	Интерпретация
$E_{Iv} < 0,09$	Абсолютно неэластичный	Множество событий не находят отражения в динамике курсов – фактически рынок не связан с экономикой государства. Рынок неэффективен.
$0,09 < E_{Iv} < 1$	Не эластичный	Рынок слабо реагирует на события внутри страны, его доля в общем экономическом обороте незначительна. Рынок эффективен в слабой форме.
$E_{Iv} = 1$	Единичная эластичность	События напрямую влияют на динамику курсов. Рынок эффективен.
$1 < E_{Iv} < 1,5$	Эластичный	Курсы ценных бумаг (или индекс биржи) активно реагирует на события. Рынок эффективен в сильной форме.
$1,5 < E_{Iv}$	Абсолютно эластичный	Цены (индекс) значительно изменяются без видимых причин (события которые могут вызвать такие изменения практически отсутствуют). Угроза инсайдерского воздействия. Рынок не эффективен.

Как видно из приведенной таблицы наш коэффициент имеет два «полюса»: либо рынок не связан с экономикой – и события не вызываю реакцию рынка, либо рынок проявляет активность на фоне

событийного затишья, что косвенно подтверждает инсайдерское воздействие. Однако и в первом и во втором случае мы имеем дело с информационно неэффективным рынком.

Проверка предложенного подхода осуществлялась на общедоступных данных ПФТС в период с 1.09.2012 г. по 1.12.2012 г. по акциям «голубых фишек» и индексу биржи. Надо сразу оговориться, что сбор информации о событиях и их оценка по шкале с последующим суммированием проводились не в режиме реального времени, а «постфактум», что несколько повлияло на результаты исследования.

Итоги оказались неоднозначными, так коэффициент информационной эластичности находился в пределах от 0,045 до 1,3, однако в среднем составил 0,68. Исходя из установленных нами ранее диапазонов, рынок является, в лучшем случае, слабо эффективным, либо вообще «не замечает» событий, происходящих в стране. Так или иначе, но и явного инсайдерского воздействия выявлено не было, возможно по причине короткого периода исследования и замедления операций на фондовом рынке к концу года. Таким образом, можно достаточно условно говорить о неэффективном фондовом рынке в нашей стране. Однако это только предварительные данные, и более обоснованные выводы можно будет представить при анализе длительного периода наблюдения.

Выводы. Данный подход поможет хотя бы косвенно подтвердить использование инсайдерской информации и позволит определить повышается или понижается информационная эффективность фондового рынка. Таким образом, сформирован достаточно простой подход для оценки влияния инсайдеров на рынок и оценки монополизма на отечественном рынке. Дальнейшие исследования должны быть направлены на совершенствование оценки событий, приёмов событийного анализа, а также возможной корректировки значений информационной эластичности в результате накопления фактической информации.

Література

1. Денков Д. Депутати оголосили війну інсайдерам / Д. Денков // Фондовый рынок. – 2011. – № 7. – С. 6–7.
2. Информационная эффективность рынка. Виды эффективности рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://studyfinance.ru/finansy-i-kredit/46-2011-07-13-15-54-55>
3. Латфуллина И. Ф. Понятие инсайдерской информации и ее виды [Электронный ресурс] / Латфуллина И. Ф. – Режим доступа : <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/1889-2012-04-14-17-59-02>
4. Про цінні папери та фондовий ринок : закон України [Електронний ресурс]: 514-VI (514-17) від 17.09.2008, ВВР, 2008, N 50-51, ст.384 документ 3480-15, остання редакція від 02.11.2010 на підставі 2601-17. Режим дотупу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3480-15>.
5. Событие. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Шевченко П. Фондовый рынок контролирует инсайдер? / П. Шевченко // Фондовый рынок. – 2011. – № 18. – С. 6–7.
7. Fama, Eugene (1970), "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work," Journal of Finance, 25, 383-417.
8. Grossman S.J. Handbook of Financial Markets. – Homewood, Illinois: DOW JONES- IRWIN, 1986. – 785 p.
9. MRCMARKETS Глоссарий [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mrcmarkets.ru/beginners/glossary/lastichnost.php>

References

1. Dyenkov D., MPs declared war insiders // Stock market. – 2011. – № 7. – С. 6–7.
2. Informational efficiency of the market. Types of market efficiency. <http://studyfinance.ru/finansy-i-kredit/46-2011-07-13-15-54-55>
3. Latfullyna Y.F. Notion Insider Information and types [Electronic resource]: Access mode <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/1889-2012-04-14-17-59-02>
4. On Securities and the Stock Market: The Law of Ukraine [electronic resource]: 514-VI (514-17) dated 17.09.2008, VVR, 2008, N 50-51, st.384 document 3480-15, last revised on 11/02/2010 based on 2601-17. Daily access to the text: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3480-15>.
5. Events. Wikipedia. - [Electronic resource]: Access mode <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Shevchenko AP, Stock market insider control? // Stock market. – 2011. – № 18. – С. 6–7.
7. Fama, Eugene (1970), "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work," Journal of Finance, 25, 383-417.
8. Grossman S.J. Handbook of Financial Markets. Homewood, Illinois: DOW JONES-IRWIN, 1986.-seven hundred eighty-five p.
9. MRCMARKETS Glossary [electronic resource]: Access mode <http://www.mrcmarkets.ru/beginners/glossary/lastichnost.php>

Надійшла 17.04.2013; рецензент д. е. н. Рибінцев В. А.

РИЗИК НЕВИКОНАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ЦІЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ: ОЦІНКА ТА ЗАПОБІЖНІ ДІЇ

Доведено важливість визначення ризику невиконання стратегічних цілей організації на етапі розробки довгострокового плану. Визначено фактори ризику невиконання стратегічних цілей. Запропоновано послідовність оцінки ризику невиконання стратегічних цілей організації та запобіжні дії щодо його попередження.

Ключові слова: ризик; стратегічні цілі; коефіцієнт опору; коефіцієнт інформованості; коефіцієнт лояльності

A. MALUTENKO

Odessa National Economic University

THE RISK OF NONCOMPLIANCE OF ORGANIZATION STRATEGIC OBJECTIVES: ASSESSMENT AND PREVENTIVE ACTIONS

In the article the importance of determining the risk of noncompliance organization strategic objectives at the stage of long-term plan development is proved. Identified factors risk of noncompliance organization strategic objectives: the misunderstanding of the organization's goals for the personnel and improper transfer of information regarding the statement of the purposes of the senior management of the enterprise to key employees. On the basis of the matrix «changes resistances» the types of workers in relation to the goals of the organization are allocated. The workers classification allowed to use the indicators: the resistance factor coefficient, the loyalty coefficient and the awareness coefficient. Succession of the assessment of risk noncompliance of the organization strategic objectives in the logical scheme form is suggested by author. Actions to prevent it is developed.

Key words: risk, strategic objectives; the resistance factor coefficient; the awareness coefficient; the loyalty coefficient.

Вступ

Ризик є невід'ємною складовою ринкової економіки. Ігнорування питань управління ризиками в процесі здійснення господарської діяльності значно знижує конкурентоспроможність підприємств, потенціал їх життєдіяльності в умовах динамічного зовнішнього середовища. Тому сучасні підприємства не можуть існувати без того, щоб не приділяти належну увагу різним способам зменшення ризику.

Дослідження проблем ризику та їх місця в процесі господарської діяльності висвітлені в роботах багатьох вітчизняних та закордонних науковців, як В.В. Віглицький, В.М. Гранатуров, І.Ю. Івченко, Дж. М. Кейнса, Г.В. Козаченко, О.Є. Кузьміна, Ф. Найт, Г.В. Савицька, Е.А. Хруцький та ін. В наукових працях представлено розробки з оцінки інвестиційних, фінансових, операційних ризиків. Водночас питанням методології оцінки стратегічних ризиків приділено значно менше уваги, що утруднює їх виявлення та розробку запобіжних дій.

Стратегічні ризики в бізнесі вельми численні. За мови виникнення ризику для всіх підприємств галузі, у вирашному положенні будуть ті суб'єкти ринкових відносин, які раніше інших прийняли превентивні рішення і у кінцевому результаті вони отримують певні конкурентні переваги. Більш того, аналіз стратегічних ризиків дозволяє визначити додаткові джерела зростання бізнесу.

Основний розділ

У відповідності із принципами побудови, функціонування і розвитку системи управління безпосередньо процес управління починається зі стадії цілепокладання, яка дозволяє сконцентрувати увагу на головних результатах діяльності. Від точності визначення та формулювання цілей організації залежить вибір способів їхнього досягнення. В кінцевому результаті цілі є підґрунтям альтернативних способів та критеріїв оцінки діяльності організації.

Без розуміння напряму розвитку підприємства та очікуваних результатів неможливо визначити сценарії розвитку подій та прийняти рішення про вибір дій, які дозволять управляти можливими ризиками.

Оскільки цілі встановлюються на етапі стратегічного управління, то під час формування довгострокових планів, виникають ризики, пов'язані з нерозумінням персоналом цілей організації та неправильної передачі інформації щодо постановки цілей від вищої ланки керівництва підприємства до основних працівників через середню та нижню ланки менеджерів. Це призводить до того, що нові орієнтири не підтримуються робітниками і мають ризик бути недотягнутими.

Відношення працівників організації до цілей можна оцінити через два показники: прийняття працівниками цілей організації, що є згодою слідувати їм та правильне розуміння цілей. Оскільки це є окремий випадок опору змінам, то відому матрицю «зміни – опір» [6], можна трансформувати наступним чином (рис. 1).

Для визначення до якої категорії відносяться співробітники доцільно розробити спеціальні тести з двох типів питань: на перевірку розуміння й лояльності співробітників та контролю правдивості відповідей.

На підставі обробки тестів та з використанням наведеної матриці всіх співробітників по відношенню до цілей організації можна розділити на чотири групи: прихильники, пасивні прихильники, супротивники та небезпечні елементи.



Рис. 1. Матриця відношення співробітників до цілей організації

Систематизувати обробку тестування співробітників пропонуємо з використанням таблиці 1.

Таблиця 1

Оцінювання відношення співробітників до цілей організації

Категорія співробітників	Характеристика співробітників по відношенню до цілей організації	Значення характеристики співробітника для організації	Кількість балів
1. Прихильники	повне розуміння цілей і згода з ними	найбільш оптимальний варіант	3 бали
2. Пасивні прихильники	згода додержуватися обраній цілі, але невірне її розуміння	проблеми в комунікації	2 бали
3. Супротивники	розуміння цілі, проте неприймання її	нелояльні співробітники	1 бал
4. Небезпечні елементи	неприймання цілі та її нерозуміння	найбільш негативний варіант для організації	0 балів

Виконання оцінки опору змінам можна провести через розрахунок відповідного коефіцієнта [5, с.434]:

$$K_o = 1 - \frac{\sum_{i=1}^m k_i \times n_i}{3 \times n},$$

де K_o – коефіцієнт опору;
 n_i – кількість співробітників, які набрали k_i балів;
 n – чисельність співробітників.

Якщо $K_o = 0$, ризик опору виконанню цілей в організації відсутній, у протилежному випадку ($K_o = 1$) ризик є максимальним.

Визначення причин опору виконанню цілей потребує розподіл співробітників на лояльних та розуміючих цілі організації з розрахунком відповідних коефіцієнтів:

$$K_n = 1 - \frac{n_d}{n} \times 100,$$

де K_n – коефіцієнт лояльності співробітників до цілей організації;
 n_d – кількість лояльних співробітників.

$$K_p = 1 - \frac{n_p}{n} \times 100,$$

де K_p – коефіцієнт розуміння співробітниками цілей організації;

n_p – кількість співробітників, що розуміють цілі організації.

Коефіцієнт лояльності надає інформацію стосовно згоди співробітників слідувати цілям, коефіцієнт розуміння – стосовно стану комунікаційних каналів організації. Визначені за допомогою перелічених коефіцієнтів причини опору можна усунути відповідними діями.

Все наведене дозволяє запропонувати послідовність виконання дій стосовно оцінки ризику невиконання стратегічних цілей організації, яка представлена у вигляді логічної схеми (рис.2).

Висновки

На підставі викладеного можна зробити такі висновки:

1) під час формування довгострокових планів, виникають ризики, пов'язані з нерозумінням персоналом цілей організації та неправильної передачі інформації щодо постановки цілей від вищої ланки керівництва підприємства до основних працівників через середню та нижню ланки менеджерів;

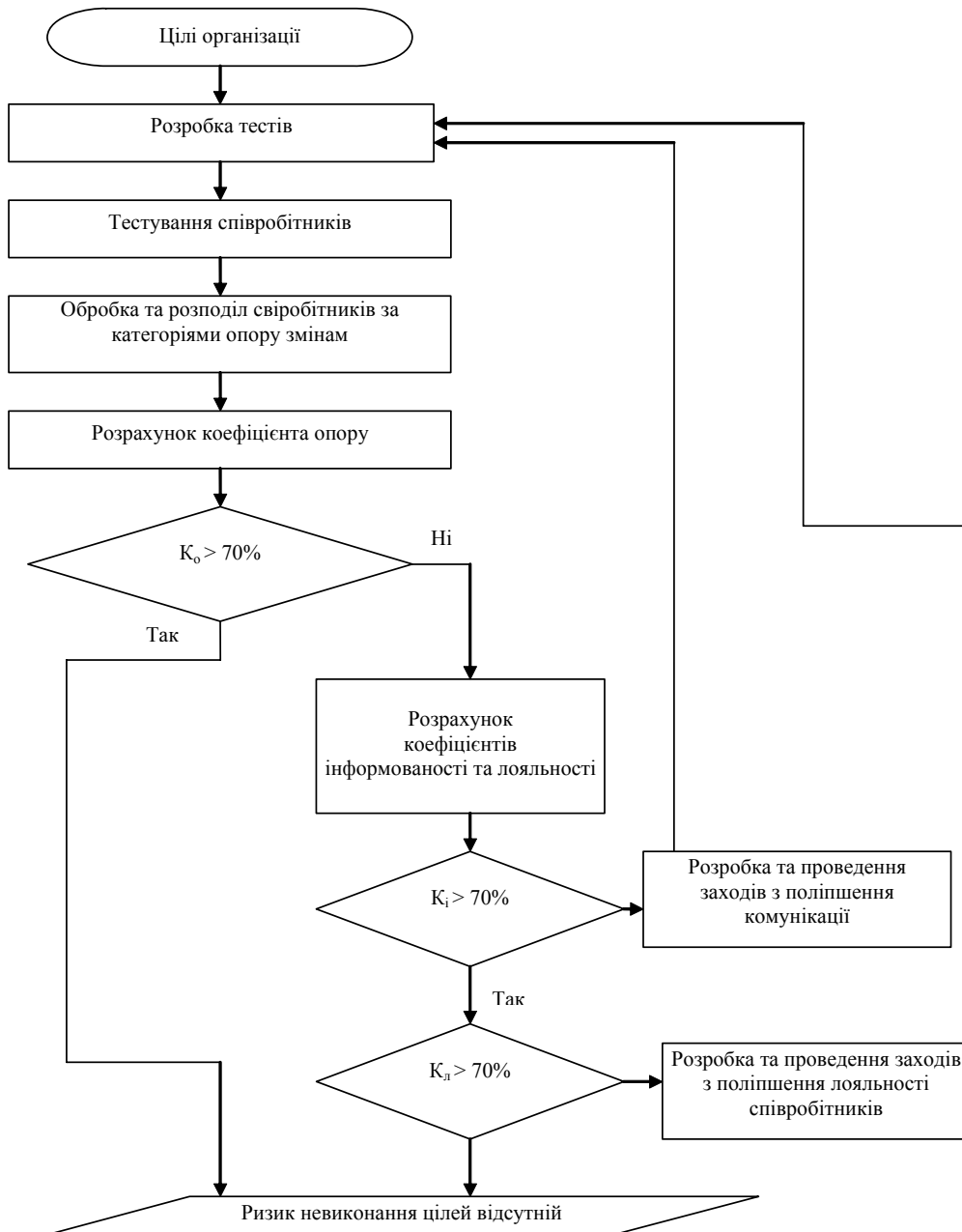


Рис. 2. Логічна схема оцінки ризику невиконання стратегічних цілей організації

2) відношення працівників організації до цілей можна оцінити через два показники: прийняття

працівниками цілей організації, що є згодою слідувати їм та правильне розуміння цілей. З використанням матриці «зміни – опір» всіх співробітників організації по відношенню до її цілей доцільно розділити на чотири групи: прихильники, пасивні прихильники, супротивники та небезпечні елементи;

3) оцінки опору змін можна провести через розрахунок відповідного коефіцієнта. Для визначення причин опору виконання цілей запропоновано розрахунок коефіцієнтів лояльності співробітників до цілей організації та розуміння співробітниками цілей організації;

4) послідовність виконання дій стосовно оцінки ризику невиконання стратегічних цілей організації включає такі етапи: розробка тестів, тестування співробітників; обробка тестів та розподіл співробітників за категоріями опору змін; розрахунок коефіцієнту опору, розрахунок коефіцієнтів лояльності співробітників до цілей організації й розуміння співробітниками цілей організації та розробка відповідних дій.

Література

1. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.
2. Гранатуров В.М. Управление предпринимательскими рисками: вопросы теории и практики : монография / В.М. Гранатуров, И.В. Литовченко – Одесса: МЧП „Эвен“, 2005 – 204 с.
3. Федосова Р.Н. Управление рисками промышленного предприятия: опыт и рекомендации : монография / Р.Н. Федосова, О.Г. Крюкова. – М. : ЗАО «Издательство Экономика», 2008. – 125 с.
4. Цвігун Т.В. Поняття ризик: етимологія, еволюція поглядів / Т.В. Цвігун // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький. – 2011. – № 5, Т. 3. – С.222–224
5. Шапкин А.С. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций: учебник / А.С. Шапкин, В.А. Шапкин. – М. : «Дашков и К⁰», 2009. – 880 с.
6. Anderson A. H. Effective organizational behavior: a skills and activity-based approach // A. H. Anderson, A. Kyprianou – Melbourn, Cambridge, 1996. – 240 p.

Надійшла 18.04.2013; рецензент д. е. н. Кузнецова І. О.

УДК 330.131.7:338.124.4

В. М. МАСЮК

Національний університет «Львівська політехніка»

РИЗИКИ І ЗАГРОЗИ ЯК ЧИННИКИ РОЗВИТКУ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто підходи до трактування ризиків, загроз, кризового явища, кризової ситуації, кризового стану та охарактеризовано взаємозв'язок між ними.

Ключові слова: підприємство, ризики, загрози, криза, кризові явища, кризова ситуація, антикризове управління, банкрутство, економічна безпека

V. M. MASYUK

Lviv Polytechnic National University

RISKS AND THREATS AS FACTORS OF THE ENTERPRISE CRISIS DEVELOPMENT

The aim of the research is to clarify the economic substance of the threats and risks, describe their relationship with the crisis in the enterprise. The absence of the interpretation risks and threats complicates the identification of negative factors affecting on the activity of the enterprise. Entrepreneurs who have information about the risks and threats, can better understand the process of the crisis and build effective crisis government. The development of the crisis in the enterprise is characterized by using categories such as "risk," "threat," "economic security", "crisis", "bankruptcy". The crisis can be a result of inefficient management of risks and threats. Leaders ignore minor negative effects on the company, without applying any methods to counteract, and as a result the crisis occur. However, the crisis companies are not always the result of shortcomings in the management of the enterprise. Also, the crisis may be climate phenomena, earthquakes, floods and other disasters of natural origin.

Keywords: enterprise, risks, threats, crisis, crisis phenomena, crisis situation, crisis management, bankruptcy, economic security

Вступ

Вплив окремих факторів зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства може спричинити зниження очікуваних результатів, додаткові витрати чи втрати, що, у разі відсутності ефективної системи управління, може призвести до розвитку кризи та ліквідації бізнесу. Для забезпечення

своєчасної протидії важливим є виявлення таких факторів, визначення їхніх джерел, встановлення взаємозв'язку між ними.

Основний розділ

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання виявлення та оцінювання ризиків і загроз на підприємстві досліджено багатьма вченими. Зокрема, сутність ризиків і загроз підприємства та їхні види проаналізовано у працях О.Ф. Долженкова, Ж.О. Жуковської, О.М. Головченка [1], І.Г. Аберіхіної, Л.М. Савчук [2]. Термінологічний взаємозв'язок таких понять як «ризик», «загроза», «криза», «економічна безпека» та «банкрутство» охарактеризовано О.В. Мороз, Н.П. Карачинею, А.А. Шиян [3] та В.Л. Дикань, І.Л. Назаренко [7]. Підходи до трактування кризи, причини її виникнення та шляхи подолання досліджено А.С. Полянською [8]. Ризики в системі антикризового управління розглянуто Т.Л. Мостенською [9] та В.П. Мартиненком [4]. Процес розгортання кризи описано у працях таких науковців як А.М. Штангрет [5], Л.О. Лігоненко, М.В. Тарасюк, О.О. Хіленко [6]. Проте, незважаючи на велику кількість наукових праць, питання ризиків і загроз як чинників, що зумовлюють кризовий стан підприємства, залишається недостатньо дослідженим.

Невирішені частини проблеми. Відсутність однозначного трактування ризиків і загроз ускладнює ідентифікацію негативних чинників впливу на діяльність підприємства, розуміння процесу розвитку кризи, а, отже, можливість побудови ефективної системи антикризового управління.

Цілі дослідження. Метою статті є уточнити економічну суть ризиків та загроз, охарактеризувати їхній взаємозв'язок з кризовим станом підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток кризи на підприємстві характеризують, використовуючи такі категорії як «ризик», «загроза», «економічна безпека», «кризові явища», «кризова ситуація», «кризовий стан», «банкрутство».

Деякі вчені ототожнюють ризики і загрози, інші стверджують, що ці категорії мають низку відмінностей. У монографії [1, с. 57] зазначено, що ризики присутні на кожному підприємстві незалежно від того чи діяльність суб'єкта відповідає чинному законодавству, чи ні, а загрози, за твердженням авторів, передбачають саме недотримання певних правил та законів. На думку І.Г. Аберіхіної та Л.М. Савчук [2, с. 9], ризик має «більш конкретизоване значення», і саме його доцільніше використовувати в економічній літературі. Автори монографії [3, с. 43-44] узагальнюють ризики і загрози як форми небезпеки, але зазначають, що ризик передбачає потенційну небезпеку, а загроза – реальну. Тобто, за їхнім твердженням, спочатку виникає ризик, а загроза вже є похідним явищем від ризику. У монографії [4, с. 99] ризик трактується як «виникнення несподіваної кризової ситуації, внаслідок чого не буде отриманий очікуваний прибуток, що призведе суб'єкт господарювання до втрат». Отже, автор пов'язує ризик з втратами та кризовою ситуацією.

У праці [5, с. 23-24] зазначено, що криза не настає спонтанно. Спочатку підприємство стикається з певними кризовими явищами, які істотно не впливають на результати його діяльності. Та у випадку, коли керівництво підприємства не реагує на ці зміни, їхня кількість збільшується, і вони переростають вже у кризову ситуацію, яка характеризується незначним погіршенням стану підприємства. Якщо кількість кризових явищ нарощується і далі, то кризова ситуація переходить у кризовий стан, який вже свідчить про нестійкий фінансовий стан підприємства.

Подібний процес розгортання кризи на підприємстві наведено і в книзі [6, с.16-17]. Автори також стверджують, що першими проявами кризи є кризові явища, на другому етапі виникає локальна криза, а на третьому – системна криза. Локальна криза характеризується виникненням кризових явищ в окремій підсистемі підприємства. Системну кризу автори ототожнюють з кризовим станом, який охоплює підприємство загалом.

Процес розвитку кризи на підприємстві відображено на рис.1.



Рис.1. Процес настання кризи на підприємстві

У монографії [7, с.88] встановлено взаємозв'язок між ризиком, банкрутством та економічною безпекою. Автори зазначають, що у разі несвоєчасної реалізації антикризових заходів, ризики, які

виникають, спочатку знижують рівень економічної безпеки, а потім призводять до банкрутства підприємства. Ними виділено три стадії кризового стану. Перша стадія характеризується зниженням рентабельності та обсягів виробництва, друга – передбачає дефіцит оборотних коштів, а на третій стадії підприємство вже стикається з загрозою припинення виробництва [7, с.34].

Ширше взаємозв'язок ризику, загрози, кризи та економічної безпеки розглянуто в [3, с.44]. Точку зору авторів представлено на рис.2. Отже, за їхнім твердженням, настанню кризи передують низка негативних факторів. Спочатку виникає виклик, який не чинить практично ніякого впливу на діяльність суб'єкта господарювання. Надалі виклик може перерости в ризик, який характеризується вже певною ймовірністю настання негативного явища. Відсутність дій стосовно конкретного ризику спричинює появу загрози, яка вже зумовлює негативні процеси на підприємстві.

Розглядаючи питання антикризового управління, А.С. Полянська [8, с.89] виділяє загрози та слабкі сторони, які можуть спричинити негативні процеси на підприємстві. Загрози, на її думку, належать до факторів зовнішнього середовища, і до них вона відносить: економічний спад, рівень інфляції, нестабільність фінансового і валютних ринків, державну політичну нестабільність, податкове навантаження, підвищення рівня конкуренції, зростання цін на паливо, електроенергію, сировину та матеріали, підвищення транспортних витрат. Крім того, автор виділяє постачальників, конкурентів, контактні аудиторії, державні установи як загрози виникнення кризових ситуацій на підприємстві. Під слабкими сторонами науковець розуміє негативні чинники внутрішнього середовища, зокрема: низький рівень менеджменту та кваліфікації персоналу, недоліки у виробничій сфері, застаріла техніка і обладнання, брак фінансування, нестача інновацій, недоліки в організаційній структурі, плінність кадрів, високі витрати виробника, неефективне використання капіталу, недостатня ділова активність та інформаційний «вакуум».

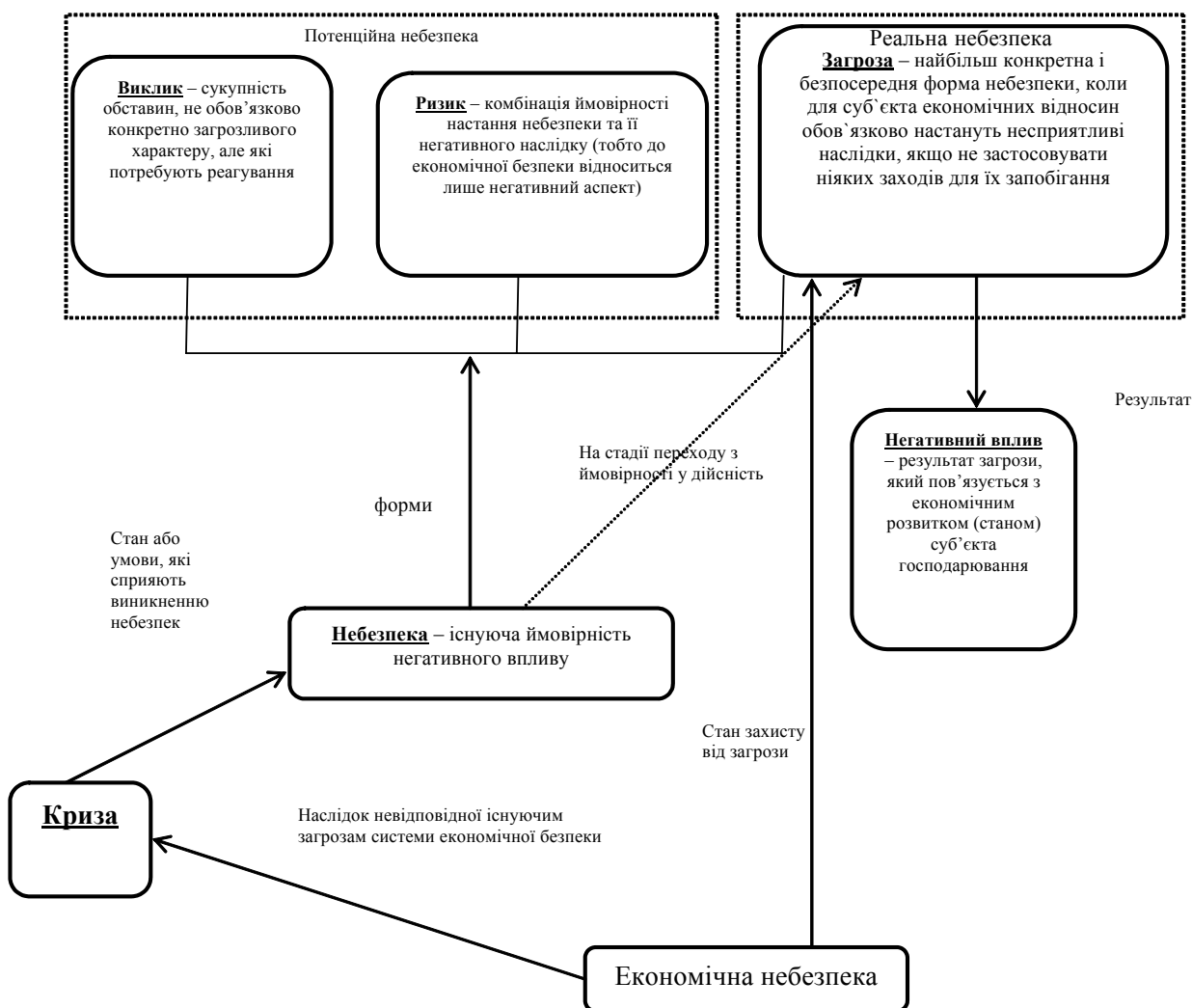


Рис. 2. Карта термінологічного взаємозв'язку категорій в контексті економічної безпеки [3]

А. С. Полянська використовує таке поняття як «необережне» банкрутство. Автор пояснює його як загрозу, яка виникає поступово і переростає в глобальну проблему лише у разі нехтування антикризовими заходами [8, с.176].

Ризики в системі антикризового управління охарактеризовано у праці Т.Л. Мостенської [9]. Кризовий стан будь-якого суб'єкта господарювання, на її думку, може бути зумовлений як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками, які мають властивість доповнювати або підсилювати один одного. Науковець розглядає ранню, проміжну та пізню стадії кризи. За її твердженням, на ранній стадії кризи спостерігаються одиничні прояви неефективності виробництва та збуту продукції. Зазвичай, вони відображаються у зменшенні темпів зростання продажів продукції.

Для проміжної стадії характерні серйозніші негативні наслідки реалізації ризиків і загроз, зокрема проблеми з виплатою заробітної платні, постачанням сировини, отриманням кредитів тощо. Найбільший негативний вплив ризиків і загроз на діяльність підприємства проявляється на пізній стадії кризи. Ця стадія характеризується відсутністю власних обігових коштів, значними сумами заборгованостей перед постачальниками, і як наслідок, їхньою відмовою надалі співпрацювати з підприємством, у результаті чого може зупинитися процес виробництва.

Узагальнюючи точки зору різних науковців, зазначимо, що ми дотримуємося такої ж думки, як автори монографії [1], тобто загроза виникає тоді, коли є свідомі порушення чинного законодавства, навмисні дії, спрямовані на дестабілізацію ситуації [10]. Реалізація загрози завжди пов'язана з певними втратами для підприємства, тому створює реальну небезпеку, як стверджують автори монографії [3]. Ризик наявний у випадку прийняття альтернативного рішення в умовах невизначеності. Ризик передбачає потенційну небезпеку, оскільки його настання може мати або негативний наслідок, або ж позитивний.

Результатом реалізації загрози може бути:

– технічна неплатоспроможність підприємства або технічне банкрутство, коли дебітори без поважних причин порушують терміни платежів за отриману продукцію, сума дебіторської заборгованості підприємства перевищує суму його кредиторської заборгованості, а сума активів підприємства значно перевищує величину його фінансових зобов'язань;

– умисне банкрутство (доведення до банкрутства) – свідоме доведення суб'єкта підприємницької діяльності до стійкої фінансової неплатоспроможності, яка виникає внаслідок того, що власник або посадова особа підприємства з корисливих міркувань вдається до протиправних дій або не виконує чи неналежно виконує свої службові обов'язки, завдаючи істотної шкоди законним правам власників і кредиторів.

Не погоджуємося з точкою зору А.С.Полянської [8], що загрози належать до факторів зовнішнього середовища. Згідно нашого трактування загроз, вони можуть бути як зовнішніми, так і внутрішніми. Такі чинники як: економічний спад, рівень інфляції, нестабільність фінансового і валютних ринків тощо, – пов'язані з невизначеністю зовнішнього середовища, а, отже, зумовлюють ризик прийняття управлінських рішень і можливість розвитку кризи на підприємстві. Потенційні дії постачальників, конкурентів, державних установ можна віднести до загроз лише в тому разі, коли вони мають незаконний характер, не відповідають умовам контрактів тощо (наприклад, виникнення технічного банкрутства). Разом з тим, виділені автором слабкі сторони підприємства (низький рівень менеджменту, недоліки у виробничій сфері, неефективне використання капіталу тощо) можуть бути результатом свідомих дестабілізуючих дій окремих працівників (зокрема, умисне банкрутство).

Можна стверджувати, що криза є наслідком неефективного управління ризиками і загрозами. Керівники ігнорують незначні негативні прояви у діяльності підприємства, не застосовуючи ніяких методів протидії, і в результаті виникають яскраво виражені кризові ситуації, ліквідувати які важче, а вже кризовий стан вимагає переведення підприємства в особливий режим антикризового управління.

Разом з тим, варто зробити акцент на тому, що кризовий стан підприємства не завжди є результатом недоліків в системі управління підприємством. Причиною кризи можуть бути явища клімату, землетрусу, повені й інших катаклізмів природного походження, які відносять до форс-мажорних обставин. Запобігти негативному впливу цих чинників практично неможливо.

Висновки

1. Загроза виникає у випадку свідомих порушень чинного законодавства, навмисних дій, спрямованих на дестабілізацію ситуації. Реалізація загрози завжди пов'язана з певними втратами для підприємства, тому створює реальну небезпеку розвитку кризи. Ризик наявний у випадку прийняття альтернативного рішення в умовах невизначеності. Його настання може мати або негативний наслідок, або позитивний, тому він пов'язаний з потенційною небезпекою виникнення кризових явищ.

2. Розвиток кризи на підприємстві має декілька етапів. Спочатку реалізація ризикових рішень за негативним сценарієм та настання загроз спричиняє виникнення поодиноких кризових явищ. Нагромадження кризових явищ сприяє розвитку кризової ситуації, що передуює виникненню кризового стану.

3. Розвиток кризи на підприємстві від окремих кризових явищ до кризової ситуації, а надалі кризового стану може бути зумовлений несвочасним та/або неправильним виявленням ризиків і загроз підприємства.

Література

1. Долженков О.Ф. Особливості гарантування економічної безпеки підприємницької діяльності в ринкових умовах : монографія / Долженков О.Ф., Жуковська Ж.О., Головченко О.М. – Одеса : ОЮІ ХНУВС, 2007. – 208с.
2. Аберніхіна І.Г. Система управління майновими ризиками підприємства як складова його економічної безпеки : монографія / І.Г. Аберніхіна, Л.М. Савчук. – Д. : Пороги, 2009. – 153 с.
3. Мороз О.В. Концепція економічної безпеки сучасного підприємства : монографія / Мороз О.В., Карачина Н.П., Шиян А.А. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 241 с.
4. Мартиненко В.П. Стратегія життєздатності промислових підприємств : монографія / В.П. Мартиненко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 328 с.
5. Штангрет А.М. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник / А.М. Штангрет. – Львів : Українська академія друкарства, 2008. – 396 с.
6. Лігоненко Л.О. Антикризове управління підприємством: навчальний посібник / Лігоненко Л.О., Тарасюк М.В., Хіленко О.О. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 377 с.
7. Дикань В.Л. Комплексна методика визначення рівня економічної безпеки, оцінки ризиків та ймовірності банкрутства підприємства : монографія / В.Л. Дикань, І.Л. Назаренко. – Харків : УкрДАЗТ, 2010. – 142 с.
8. Полянська А.С. Використання ситуаційного підходу в управлінні розвитком підприємств : монографія / А.С. Полянська. – Івано-Франківськ : ТзОВ «Видавництво «Акцент», 2011. – 432 с.
9. Мостенська Т.Л. Ризики в системі антикризового управління [Електронний ресурс] / Т.Л. Мостенська. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_1/45.pdf.
10. Селюченко Н.Є. Ризики та загрози підприємства: підходи до трактування та уточнення їхньої суті [Електронний ресурс] / Н.Є. Селюченко, В.М. Климаш. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment/2011_720/35.pdf.

References

1. Dolzhenkov O.F., Zhukovska Z.O., Golovchenko O.M. Osoblyvosti garantuvannya ekonomichnoyi bezpeku pidpryemnyzkoyi diyalnosti v rynkovykh umovah. Monografiya. Odessa: OYUI HNUVS, 2007. -208c. [in Ukrainian]
2. Abernihina I.G., Savchuk L.M. Systema upravlinnya mainovymy ryzykamy pidpryemstva yak skladova yogo ekonomiznoyi bezpeku/ Monografiya. D: Porogy, 2009. – 153c. [in Ukrainian]
3. Moroz O.V., Karachyna N.P., Shyyan A.A. Konzepziya ekonomiznoyi bezpeku suzasnogo pidpryemstva. Monografiya. - Vinnitsa: VNTU, 2011. – 241c. [in Ukrainian]
4. Martynenko V.P. Strategiya zhytlyezdatnosti promyslovykh pidpryemstv. Monografiya. – K.: Zentr navzalnoyi literatury, 2006. – 328c. [in Ukrainian]
5. Shtangret A.M. Antykryzove upravlinnya pidpryemstvom. Navz. posib. – Lviv: Ukrayinska akademiya drukarstva, 2008. – 396c. [in Ukrainian]
6. Lihonenko L.O., Tarasyuk M.V., Hilenko O.O. Antykryzove upravlinnya pidpryemstvom. Navz. posib. – Kyiv: Kyiv. naz. torh.-econ. un-t, 2005. – 377c. [in Ukrainian]
7. Dykan V.L., Nazarenko I.L. Kompleksna metodyka vyznazennya rivnya ekonomiznoyi bezpeku, ozinky ryzykiv ta imovirnosti bankrytstva pidpryemstva. Monografiya. - Kharkiv UkrDAZT, 2010. – 142c. [in Ukrainian]
8. Polyanska A.S. Vukorystannya sytuziynogo pidhodu v upravlinni rozvytkom pidpryemstv. Monografiya. - Ivano-Frankivsk: TzOV "Vydavnyztvo" Akzent ", 2011. – 432 c. [in Ukrainian]
9. Mostenska T.L. Ryzyky v systemi antykryzyvogo uprvlinnya [Elektronnyy resurs] / rezym dostupu: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_1/45.pdf. [in Ukrainian]
10. Selyuchenko N.E., Klymash V.M. Ryzyky ta zagrozu pidpryemstva: pidhodu do traktuvannya ta utochnennya yihnyoyi suti [Elektronnyy resurs] / rezym dostupu: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment/2011_720/35.pdf. [in Ukrainian]

Надійшла 18.04.2013; рецензент д. е. н. Скворцов І. Б.

ПРОГНОЗУВАННЯ ДЕМОГРАФІЧНОГО Й ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

Наведено підхід до прогнозування демографічного й економічного розвитку регіону з використанням двох моделей. Перша модель призначена для розрахунку показників, які характеризують майбутню статевовікову структуру населення регіону. Друга модель є інструментом прогнозування розвитку секторів регіональної економіки. Прیدілено увагу особливостям використання статистичних даних.

Ключові слова: демографічне прогнозування, економічне прогнозування, моделювання, розвиток регіону, структура населення.

Y. H. MATVIISHYN

Lviv Regional Institute of Public Administration of National Academy of Public Administration under the Office of the President of Ukraine

FORECASTING OF DEMOGRAPHIC AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

The approach to the forecasting of the demographic and economic development in the region is presented. Two forecasting models that can of great assistance the local planners in developing the forward-looking development plans are described. The first model is designated to calculate the indicators which characterize the future sex-age structure and migration movements of the population in the region. The results enable government officials to understand how the population is distributed, which is important because it allows them to assess future needs of the population. The second model is useful to forecast the key economic indicators of the region. Much attention is paid to the peculiarities of using the statistical data and the key drivers of economic activity within these sectors.

Keywords: demographic forecasting, economic forecasting, modeling, development of the region, population structure.

Вступ. Економіка регіону опирається на ресурси, які доступні для її відповідних секторів, у тому числі – людські ресурси. Для стратегічного управління розвитком регіону повинна використовуватися прогнозна інформація як про показники діяльності секторів економіки регіону, так і про статевовікову структуру населення. Адже від чисельності відповідних груп населення (наприклад, дітей дошкільного, шкільного віку, працездатного населення, осіб пенсійного віку) і співвідношення між ними залежать обсяги послуг, які надаються жителям регіону, та можливості залучення працівників для секторів економіки регіону. Для отримання прогнозних економічних і демографічних показників потрібно використати відповідні моделі і бази даних, які ґрунтуються на статистичній інформації про досліджуваний регіон. Такий підхід дасть можливість більш об'єктивно розробляти програми економічного і соціального розвитку регіону. Важливо використовувати прогнозні показники для розробки стратегій розвитку відповідних територій.

Аналіз останніх досліджень чи публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Моделюванню соціально-економічних процесів в Україні присвятили увагу багато дослідників. Наприклад, під керівництвом академіка НАН України О.О. Бакаєва в Міжнародному науково-навчальному центрі інформаційних технологій та систем розроблено серію моделей УКРМАКРО на основі методології побудови комплексу моделей прогнозування соціально-економічного розвитку України, яка враховує вплив головних макроекономічних чинників на розвиток економіки України та дає можливість отримувати прогнози, що відображають варіанти розвитку [1]. Науковцями цього центру побудовано також і модель економічного кругообігу національної економіки для дослідження відтворювальних процесів зовнішньоекономічної рівноваги, що розширило аналітичні можливості моніторингу та аналізу рівноваги бюджету України. Ними також розроблено оригінальну інформаційну технологію моделювання взаємопов'язаних макроекономічних процесів, завдяки якій на основі динамічних макроекономічних моделей прогнозування економічного розвитку стало можливим здійснювати прогнозні розрахунки соціально-економічного розвитку України.

Інститут економіки та прогнозування Національної академії наук України забезпечує розроблення стратегічних прогнозів і програм соціально-економічного розвитку України. Під безпосереднім керівництвом директора Інституту економіки та прогнозування В.М. Гейця підготовлено Національну доповідь "Новий курс: реформи в Україні 2010–2015 рр." [2]. У цій доповіді обґрунтовано стратегію розвитку економіки України на довгострокову перспективу, за якою узгоджено та гармонізовано цільові орієнтири стабільного економічного зростання та підвищення якості життя. М.І. Скрипниченко описала комплексні макромоделі прогнозування економічного розвитку [3]. Прогнозування розвитку суспільства з урахуванням науково-технічних досягнень людства лежить в основі так званого форсайту. Науковцями Інституту економіки та прогнозування здійснено порівняльну оцінку методів форсайт-досліджень, обґрунтовано їх роль у формуванні стратегії соціально-економічного розвитку та визначенні стратегічних

напрямів інноваційного розвитку [4].

Ученими Інституту кібернетики імені В.М. Глушкова НАН України створена багатofункціональна моделююча система “Бюджет України”, яка призначена для розв’язання широкого кола задач бюджетного та фінансового прогнозування та макроекономічного аналізу з метою підтримки рішень щодо розробки економічної політики держави. Інша система середньострокового прогнозування основних макроекономічних показників “Прогноз ВВП” призначена для стратегічного планування, прийняття рішень щодо розподілу обмежених ресурсів і капіталів, моделювання можливих сценаріїв дій при розв’язанні господарських та соціально-політичних проблем [5].

Власне для демографічного прогнозування дослідниками використовувалися декілька методів. Найпростішим з них є екстраполяція – метод прогнозування, заснований на передбаченні середньорічних темпів зміни демографічних показників, середньорічних абсолютних і відносних приростів. Цей метод використовується для розрахунків загальної чисельності населення лише за умов відсутності різких коливань показників народжуваності, смертності, міграції. Його застосування у демографічному прогнозуванні пояснюється тим, що демографічні процеси достатньо інерційні у своєму розвитку. Але це породжує головний недолік екстраполяційних моделей, а саме те, що вони не враховують особливостей розвитку окремих вікових груп населення. Інший метод – аналітичний – заснований на апроксимації даних функцією, яка є найбільш наближеною до досліджуваного ряду даних. Цей метод може бути реалізованим за допомогою будь-якої функції, яка завжди має емпіричний характер. Тому не існує жодного універсального математичного виразу демографічної динаміки. Проте цей метод не враховує реальних процесів, які відбуваються у різних вікових групах населення. Ще один метод ґрунтується на побудові кореляційно-регресійної моделі. Проте вона відбиває лише загальні тенденції, структурні зв’язки та відношення, допомагаючи виявити якісну природу демографічних явищ і взаємозв’язку відповідних чинників. Найбільш об’єктивним є метод пересування вікових груп (компонентний метод демографічного прогнозування). Саме з його використанням зроблено комплексний демографічний прогноз України на період до 2050 року за участю науковців Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України [6]. Це дослідження зроблено для країни загалом без розгляду демографічних процесів у конкретних регіонах.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз досліджень і практики створення та застосування прогнозних економічних моделей показав, що в більшості вони призначені для застосування на загальнодержавному рівні. Проте важливо мати інструменти прогнозування соціально-економічного розвитку, які можуть використовуватися у конкретному регіоні або у великих містах. Такі моделі повинні опиратися на інформацію про розвиток відповідних сфер життя за попередні роки й на припущеннях про їхні майбутні тенденції. Через описані вище недоліки екстраполяції та аналітичного методу для демографічного прогнозування доцільно використати компонентний метод, який дозволяє отримати не лише прогноз загальної чисельності населення, але й його статевовікової структури. Цей метод враховує динаміку народжуваності, смертності та інтенсивність міграції населення за низкою показників, а саме: прибуття, вибуття населення за віком, статтю та місцем проживання. Він побудований на тому принципі, що чисельність і вікова структура населення можуть бути передбачені на основі інформації про статевовікову структуру населення в минулому і про динаміку народжуваності, смертності і міграції у відповідних когортах населення для конкретного міста або регіону.

Формулювання цілей статті. У статті наведено підхід до побудови та використання двох моделей, які ґрунтуються на обробці відповідних статистичних даних та припущеннях про взаємозв’язки між ними. Одна модель дає можливість отримати прогноз статевовікової структури населення регіону з використанням компонентного методу, друга – прогнозні показники, які характеризують розвиток секторів економіки регіону. У статті показано послідовність побудови баз даних для моделей, які формуються та оновлюються на основі даних офіційної статистики про економічні та демографічні процеси у конкретному регіоні, місті та Україні загалом, а також на основі інформації дослідницьких установ про перспективи розвитку галузей і макроекономічні показники економіки тих країн, з якими існують господарські зв’язки конкретного регіону України.

Виклад основного матеріалу. Стратегічне управління загалом охоплює низку елементів, серед яких є аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища і стратегічна планування відповідно до сформульованих цілей. Стосовно стратегічного управління розвитком регіону важливими елементами внутрішнього середовища є демографічна ситуація та стан розвитку секторів економіки регіону. Інформація про зовнішнє середовище охоплює такі важливі елементи як відповідні демографічні й економічні показники для України загалом та про тенденції розвитку економіки у країнах, з якими даний регіон тісно пов’язаний господарськими зв’язками.

З огляду на те, що статистична інформація в офіційних публікаціях структурована за певними правилами, доцільно відповідно до цього будувати базу даних, які будуть використовуватися у моделях демографічного та економічного прогнозування. Самі результати моделювання також повинні відображатися структуровано за аналогією з прийнятим в офіційній статистиці підходом. Нижче наведено раціональну структуру початкової інформації, яка використовується у базах даних моделей демографічного та економічного прогнозування, які далі будуть описані. Відповідні моделі розробляються та апробуються у

Львівській та Дніпропетровській областях України в рамках проекту “Розбудова спроможності до економічно обґрунтованого планування розвитку областей і міст України”, який реалізується Конференційною радою Канади й Національною академією державного управління при Президентові України.

Структура початкової інформації для моделі демографічного прогнозування орієнтована на використання офіційних статистичних даних та на застосування компонентного методу. Зокрема, для так званого історичного періоду (відрізку часу, дані за який беруться для аналізу) у відповідній базі даних розміщується інформація для кожної вікової групи з інтервалом один рік. У зв'язку з широким поширенням комп'ютерних офісних програм Microsoft доцільно організувати базу даних у формі аркушів електронних таблиць MS Excel. Для регіонів (областей) публікуються дані про динаміку демографічних процесів населення у вікових когортах від одного року до 90 і більше років, а для більшості міст – від одного до 70 і більше років. Тому й бази даних для міст за структурою будуть відрізнятися від баз даних для регіонів. Основними демографічними показниками за історичний період, які використовуються у прогнозній моделі, є народжуваність (в розрізі віку матерів), смертність для кожної вікової когорти, міграція за її напрямками (прибуття та вибуття населення в межах України та його зовнішні переміщення).

Структура початкової інформації у базі даних для моделі економічного прогнозування відповідає переліку секторів економіки. Для кожного з секторів у базі даних наводиться така інформація для років історичного періоду: обсяги реалізованої продукції в області; середньомісячна номінальна заробітна плата; кількість штатних працівників; індекси промислової продукції; індекси споживчих цін на основні групи товарів та послуг; індекси цін виробників промислової продукції; номінальний випуск області; індекси реального випуску області.

Після формування баз даних стає можливим реалізувати розрахунки для моделей демографічного та економічного прогнозування. На основі інформації з бази даних про демографічні показники у моделі розраховуються такі величини: вікові коефіцієнти смертності, середня очікувана тривалість життя при народженні, частки дітей, яких народили матері відповідного віку, сумарні коефіцієнти народжуваності, інтенсивність і напрями міграції для різних вікових груп.

На основі аналізу динаміки зміни відповідних показників у модель можна закласти різноманітні сценарії щодо рівня народжуваності, смертності та міграції. Завдяки цьому для конкретного міста або регіону отримують оптимістичний, песимістичний та найбільш імовірні прогнози щодо структури населення. Зміни чисельності і структури населення окремого регіону або міста можуть мати інший характер, ніж в країні загалом чи в інших містах та регіонах. Припущення для сценаріїв роблять, виходячи з попередніх тенденцій зміни відповідних показників. Модель враховує, що значення коефіцієнта народжуваності та вікової структури матерів впливає на результати розрахунку прогнозних значень кількості народжених дітей у відповідному році. Міграційні процеси можуть мати різний характер. Наприклад, для міст з потужними вищими навчальними закладами характерна так звана освітня міграція – приїзд молоді студентського віку та наступне її вибуття після завершення навчання.

Пропонується робити припущення не про зміни загального коефіцієнта смертності, а про зміни вікових коефіцієнтів смертності чоловіків і жінок. Вони будуть впливати на прогнозу чисельності населення у конкретних вікових групах та на співвідношення між чисельністю вікових груп. Від чисельності окремих груп населення залежать обсяги деяких видів послуг, які потрібно надавати в даному регіоні або місті. Особливо це стосується таких сфер, як освіта, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги. Від загальної чисельності населення залежить обсяг послуг у комунальній сфері, зокрема з виробництва та розподілення електроенергії, газу та води. Отже, результати, отримані у моделі демографічного прогнозування, можуть бути використані для прогнозування обсягів виробництва у деяких секторах економіки.

На основі даних про економічні чинники у моделі розраховується проміжна інформація: дефлятор випуску, кумулятивний дефлятор випуску, реальний випуск у цінах базового року, реальна продуктивність праці. Така інформація особливо важлива для реалізації моделей економічного прогнозування для міст. Це пов'язано з тим, що починаючи з 2010 року Державна служба статистики припинила збирати дані щодо кількості штатних працівників та щодо заробітної плати за видами економічної діяльності на рівні міст. Тому за період з 2010 року відповідні значення для міст отримують у моделі для кожного наступного року розрахунком, виходячи з даних за попередній рік, змінених пропорційно зміні аналогічних даних про область.

Вироблені у секторах економіки регіону або міста продукція і послуги можуть реалізуватися для різних споживачів: за кордоном, в Україні за межами регіону або міста, а ще якась частка – в самому регіоні або місті. Ому в моделі виокремлено групи секторів, попит у яких диктується, в основному, зовнішніми економічними чинниками (з-поза меж міста або області), секторів, попит у яких диктується, в основному, демографічними чинниками (зокрема, охорона здоров'я та освіта), а також секторів, у яких попит диктується загальним станом регіональної або міської економіки. Для врахування дії відповідних чинників на прогнозні економічні показники у визначених секторах у моделі використовується запис відповідних розрахункових формул. У них результат отримується на основі значень показників у попередньому році,

змінених пропорційно зміні впливових чинників. Для секторів, які залежать від зовнішніх чинників, важливо мати інформацію про їхні прогностичні показники, яка може бути взята з результатів досліджень різноманітних установ, наприклад, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Міжнародного валютного фонду тощо.

В обох моделях для екстраполяції тенденцій зміни відповідних демографічних та економічних показників можуть використовуватися функції прогнозування, влаштовані в електронних таблицях MS Excel. Параметрами цих функцій є попередні значення відповідних показників. Проте користувач відповідної моделі повинен виключити аномальні ділянки, які можуть спотворити загальну тенденцію зміни показників. Для наочного відображення даних за попередній період і прогностичних значень у моделях використовуються графіки. Це сприяє більш об'єктивному оцінюванню результатів прогнозування та уникненню механічних помилок у побудові моделей.

Висновки. Використання моделей демографічного й економічного прогнозування дає можливість обґрунтовано підходити до розробки планів соціально-економічного розвитку регіонів та міст і стратегій розвитку відповідних територій. Для врахування чинників, які впливають на діяльність секторів економіки регіону, в моделюванні необхідно пов'язувати прогностичні показники діяльності досліджуваних секторів із припущеннями щодо змін відповідних чинників. Серед таких чинників є ті, що пов'язані з майбутньою структурою населення відповідної території. Тому важливо для отримання економічних прогнозів використовувати результати демографічного прогнозування та припущення про зміни інших ключових чинників. Перспективами подальших розвідок є порівняння результатів демографічного й економічного прогнозування для різних регіонів України.

Література

1. Економіко-математичні моделі економічного зростання / [Бакаєв О. О., Гриценко В. І., Бажан Л. І. та ін.]. – К. : Наук думка, 2005. – 189 с.
2. Новий курс: реформи в Україні. 2010–2015. Національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця. – К. : НВЦ НБУВ, 2010. – 232 с.
3. Скрипниченко М. І. Комплексні макромоделі прогнозування економічного розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня док. екон. наук : спец. 08.03.02 “Економіко-математичне моделювання” / М. І. Скрипниченко. – К. : Інститут економічного прогнозування НАН України, 2005. – 64 с.
4. Технологічний імператив стратегії соціально-економічного розвитку України : монографія / [Л. І. Федулова, Ю. М. Бажал, В. Л. Осецький та ін.]; за ред. Д. І. Федулової. – К. : Ін-т екон. та прогноз НАН України, 2011. – 656 с.
5. Сергієнко І. В. Виклики часу в кібернетичному вимірі / Сергієнко І. В. – К. : Видавничий дім “Академперіодика” НАНУ, 2007. – 274 с.
6. Комплексний демографічний прогноз України на період до 2050 р. / [Н. С. Власенко, Е. М. Лібанова, О. В. Макарова та ін.]; за ред. Е. М. Лібанової. – К. : Український центр соціальних реформ, 2006. – 138 с.

References

1. Bakaiev O. O., Hrytsenko V. I., Bazhan L.I. Ekonomiko-matematychni modeli ekonomichnoho zrostannia. Kyiv, Nauk. Dumka, 2005, 189 p.
2. Novyi kurs: reformy v Ukraini. 2010-2015 : Natsionalna dopovid. Ed. by V. M. Heiets. Kyiv, NVTS NBUV, 2010, 232 p.
3. Skrypnychenko M. I. Kompleksni makromodeli prohnozuvannia ekonomichnoho rozvytku : avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia doc. ekon. nauk : spets. 08.03.02 “Ekonomiko-matematyчне modeliuвання”. Kyiv, Instytut ekonomichnoho prohnozuvannia NAN Ukrainy, 2005, 64 p.
4. Fedulova L. I., Bazhal Yu. M., Osetskyi V. L. Tekhnolohichni imperatyv stratehii sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Ukrainy : monohrafiia. Ed. by L. I. Fedulova. Kyiv, Instytut ekon. ta prohnoz. NAN Ukrainy, 2011, 656 p.
5. Serhiienko I.V. Vyklyky chasu v kibernetychnomu vymiri. Kyiv, Vydavnychiy dim “Akademperiodyka” NANU, 2007, 274 p.
6. Vlasenko N. S., Libanova E. M., Makarova O. V., Kompleksnyi demohrafichnyi prohnoz Ukrainy na period do 2050 roku. Ed. by E. M. Libanova. Kyiv, Ukrainyskyi Tsentri sotsialnykh reform, 2006, 138 p.

Надійшла 13.04.2013; рецензент д. е. н. Крайник О. П.

ПРОБЛЕМИ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

В статті проаналізована інформація, яка використовується на різних етапах стратегічного управління. Наведено очікувані результати від якісного інформаційного забезпечення. Виявлені проблеми у формуванні зовнішньої складової інформаційної бази стратегічного управління. Доведено, що підприємства намагаються штучно погіршувати показники своєї діяльності заради запобігання рейдерства. Запропоновано формувати інформаційні бази даних на державному та регіональному рівні, які дозволять відображати кращі показники діяльності підприємства зі збереженням конфіденційності інформації окремого суб'єкта господарювання. Обґрунтована необхідність створення інформаційних систем для обробки та розповсюдження внутрішньої управлінської інформації.

Ключові слова: стратегічне управління, розвиток, конкурентоспроможність, інформаційна база, планування, контроль, мотивація.

N. MYKOLAYCHUK, O. VOLSKA
Kherson National Technical University of Ukraine

PROBLEMS OF INFORMATION PROVIDING OF STRATEGIC MANAGEMENT DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

It maybe effective to count such system of strategic management, that is oriented to the conquest of leader positions in a region, country, world. For her forming the corresponding informative providing is needed on all levels of management. In the article the analysed information that is used on the different stages of strategic management. During determination of competitive edges, forming of idealizing character external information has a large value, and during realization of strategy a requirement grows in internal information. The expected results over are brought from the quality informative providing. The educed problems are in forming of external constituent of informative base of strategic management. It is well-proven that enterprises try artificially to worsen the performance indicators for the sake of prevention of corporate raid. It is suggested to form informative databases, that will allow to represent the best economic, social, ecological indicators of activity of enterprise with maintenance of confidentiality of information of separate to the subject menage at state and regional level. A reasonable necessity of creation of the informative systems is for treatment and distribution of internal administrative information, that is needed for organization of implementation of strategic plans, motivations of personnel and operative control, timely acceptance of administrative decisions in relation to providing of implementation of the put tasks and rational use of resources of enterprises.

Keywords: strategic management, development, competitiveness, informative basa, planning, control, motivation.

Постановка проблеми. Для відродження економіки України, відновлення її колишніх досягнень у соціально-економічному розвитку та поступового наближення до здобутків економічно розвинених країн необхідно забезпечити стійкий розвиток промислових підприємств. В умовах економічної нестабільності, посилення конкурентної боротьби на ринках ресурсів та збуту продукції зростає значення стратегічного управління соціально-економічним розвитком суб'єктів господарювання. Але для його реалізації необхідне відповідне забезпечення як зовнішньою, так і внутрішньою інформацією.

Ще наприкінці ХХ століття констатували початок нового етапу у розвитку цивілізації – створення інформаційного суспільства. Матеріальна основа його вже практично існує і бурхливо розвивається [1, с. 239]. При цьому поліпшення у забезпеченні інформацією управлінської діяльності підприємств не спостерігається. За часів планової економіки підприємства отримували від Міністерств, яким вони підпорядкувались, звіти, які містили загальні економічні результати розвитку галузі, показники кожного з підприємств, кращі досягнення у використанні нової техніки або випуску найбільш розповсюдженої продукції. Нині така інформація вважається комерційною таємницею і не розповсюджується заради економічної безпеки суб'єктів господарювання. Тому підприємствам бракує зовнішньої інформації, необхідної для обґрунтування стратегічних планів. Для реалізації планів потрібно забезпечити внутрішні потоки інформації, які дозволять доводити цілі до виконавців, контролювати їх досягнення та оперативно коригувати плани.

Аналіз досліджень, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. При дослідженні багатопланових проблем стратегічного управління переважна більшість науковців зосереджується на окремих аспектах: маркетингових, інноваційних, моделюванні та прогнозуванні, обґрунтуванні певних стратегій бізнесу.

Але бракує системних досліджень щодо розв'язання проблеми забезпечення різних аспектів стратегічного управління інформацією, яка здатна зменшити невизначеність при обґрунтуванні стратегічних рішень, а також подальшого удосконалення і внутрішнього інформаційного забезпечення різних рівнів управління, необхідного для реалізації стратегічних планів.

Тому метою статті є визначення впливу інформаційного забезпечення на результати стратегічного управління, виявлення проблем у формуванні інформаційної бази стратегічного управління та шляхів їх

розв'язання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідною передумовою сталого розвитку не тільки окремих підприємств, а й економіки в цілому, є створення системи стратегічного управління і забезпечення її ефективного функціонування.

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови розвиток трактується як процес переходу з одного стану в інший, більш досконалий [2, с.1235]. Особливістю сталого розвитку є акцентування уваги на еколого-економічному та соціальному розвитку, раціональному використанні природних ресурсів, забезпеченні умов для існування майбутніх поколінь шляхом відновлення навколишнього середовища [7, с. 445].

Сутність стратегічного управління, на думку З.С. Шершньової, полягає у реалізації концепції, яка поєднує «цільовий, системний, ситуаційний та інтегральний підходи до діяльності підприємства», завдяки встановленню цілей розвитку, порівняння їх з наявними можливостями, узгодження цілей та можливостей шляхом розробки та реалізації системи стратегій [3, с. 24].

Схожу точку зору висловлюють і російські автори, які вважають, що стратегічне управління – це процес, який характеризується послідовністю дій підприємства, пов'язаних з постановкою цілей, визначенням необхідних ресурсів і підтримкою взаємовідносин із зовнішнім середовищем [4, с. 445].

Іноді стратегічне управління представляють як процеси розробки та реалізації стратегії. Хоча з точки зору Л.І. Федулової це дуже спрощене трактування [5, с. 85], на думку авторів для визначення ролі інформації у стратегічному управлінні та побудови його інформаційної бази воно є найбільш прийнятним.

Стратегічне планування є найважливішою складовою стратегічного управління. Процес стратегічного планування можливо представити у вигляді побудови моделі поведінки організації, орієнтованої на досягнення цілей шляхом розподілу ресурсів та координації дій. Метою стратегічного планування є виявлення шляхів поліпшення конкурентних позицій підприємства, підвищення інвестиційної привабливості, соціальних результатів, зменшення негативного впливу на оточуюче середовище. Цей етап стратегічного управління можливо назвати описово-аналітичним, його завдання – оцінити існуючі позиції організації, сформулювати бачення майбутнього та визначити можливості його досягнення. При системному застосуванні стратегічного планування організація вже має визначену місію і проводить аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища для обґрунтування стратегічних дій, які дозволять реалізувати місію, досягти бажаного стану. Для підприємств та організацій України, які вперше здійснюють розробку стратегії, аналіз допоможе сформулювати місію та цілі. Тобто здійснення розробки стратегії неможливе без інформаційного забезпечення стратегічного планування, яке допомагає об'єктивно оцінити можливості та загрози, які виникають у зовнішньому середовищі, переваги та слабкі сторони діяльності організації у порівнянні з конкурентами. Цей етап дуже відповідальний і визначає можливість спочатку вірно визначити місію організації, а потім обґрунтовувати пріоритетні напрямки її розвитку. Для розробки стратегії необхідно проведення стратегічного аналізу, який базується переважно на зовнішній інформації. Для спрямування розвитку підприємств на забезпечення конкурентоспроможності світового рівня потрібна інформація про кращі досягнення за різними критеріями оцінки конкурентоспроможності продукції та підприємств в регіоні, галузі, країні, в світі. Бажано мати інформацію про соціальні здобутки різних підприємств, регіонів, галузей, країн. Потрібна також інформація про «внесок» підприємств у забруднення оточуючого середовища, порівняльна характеристика різних технологій виготовлення продукції (їх енергоємність, безпечність у використанні, екологічність).

Слід відзначити, що стратегічний план є лише складовою системи стратегічного управління і його розробка без наступних дій по реалізації втрачає сенс. Стратегія подібна компасу, який вказує напрямок руху. Знання цього напрямку має велике значення, але не вирішальне. Найкращі плани залишаться непотрібним паперовим документом, якщо не прикласти значні зусилля до їх виконання. Крім того, зростаюча нестабільність викликає необхідність гнучкого підходу до управління. Тому після розробки стратегічного плану має розроблятися стратегія його реалізації. Вона передбачатиме конкретні заходи щодо використання ресурсного потенціалу підприємств (організацій), об'єднання зусиль усіх працівників для досягнення поставленої мети. На цьому етапі вирішальну роль відіграє внутрішня інформація, яка орієнтує структурні підрозділи та окремих виконавців на досягнення певних результатів, сприяє формуванню системи мотивації праці, обґрунтуванню корегуючих заходів при виявленні відхилень від запланованих результатів для поліпшення поточної ситуації.

Стратегічне планування - складний багатоетапний процес, який має бути постійним. У процесі реалізації стратегії виникає необхідність зміни попередніх планів дій під впливом обставин як внутрішнього, так і зовнішнього середовища організації, з'являються нові можливості та загрози, які викликають необхідність корегування стратегії. Тому оцінка результатів діяльності та визначення нових конкурентних позицій буде завершенням одного і одночасно початком нового циклу стратегічного менеджменту.

Характеристика інформації, яка необхідна на різних етапах стратегічного управління, наведена у таблиці 1.

Сучасний стан інформаційного забезпечення стратегічного управління не сприяє активізації

соціально-економічного розвитку промислових підприємств, регіонів, країни. Статистична звітність, як на державному, так і на регіональному рівнях надає інформацію лише про динаміку обсягів виробництва, структуру операційних витрат за видами економічної діяльності, виробництво деяких продуктів харчування. Інформації для виявлення чинників успішної діяльності явно недостатньо.

Таблиця 1

Вплив інформаційного забезпечення на результативність стратегічного управління

Етап стратегічного управління		Необхідна інформація	Результат якісного інформаційного забезпечення
Стратегічне планування	Визначення конкурентних позицій підприємства	Комерційна характеристика товарів різних виробників Динаміка цін на товари Динаміка продажу товарів Частка ринку Технологічні можливості підприємства та конкурентів Результати дослідження іміджу, корпоративної культури підприємства Показники інноваційної діяльності підприємства, конкурентів Соціальні досягнення на підприємстві та інших виробників за певним видом діяльності	Реальна оцінка переваг та можливостей підприємства у забезпеченні виробництва конкурентоздатної продукції, формуванні позитивного іміджу, високої інвестиційної привабливості. Виявлення проблем, які перешкоджають стійкому збалансованому розвитку підприємства.
	Формування ідеалізованого образу	Кращі світові досягнення щодо якісних характеристик певних видів продукції, економічності та екологічності їх виробництва, мотивації праці, соціальних здобутків підприємств. Характеристика новітніх технологій (технічна, економічна, екологічна).	Формування образу підприємства, яке стане взірцем високої культури виробництва, задоволення потреб самих вимогливих споживачів, турботи про своїх працівників, оточуюче середовище.
	Аналіз зовнішнього середовища	Зміни у взаємовідносинах з країнами, які постачають ресурси та споживають продукцію підприємства. Ємність ринку продукції, ступінь задоволення потреб споживачів Тенденції попиту, цін на внутрішньому та зовнішньому ринках. Науково-технічні досягнення, які можуть суттєво вплинути на технологію виробництва, появу товарів-замінників. Зміни у законодавстві, які впливають на стан розвитку певного виду діяльності.	Прогнозування появи можливостей і загроз у розвитку підприємства, своєчасна підготовка до використання нових можливостей та запобігання негативних наслідків змін у зовнішньому середовищі.
	Розробка альтернативних варіантів розвитку та вибір стратегії	Набори певних даних, нормативів, методик розрахунків, критеріїв оцінки різних варіантів розвитку	Вибір стратегії, яка здатна наблизити підприємство до ідеалізованого стану в найбільш короткий термін та з мінімальними витратами.
Реалізація стратегічних планів	Розробка тактичних планів, доведення завдань до виконавців	Вплив певного технологічного процесу, категорії працівників, стадії виробництва на якість продукції, її ресурсоемність, оточуюче середовище, своєчасність виконання стратегічних завдань, норми та нормативи, засоби мотивації праці.	Спрямування зусиль усіх категорій працівників на реалізацію стратегічних планів, забезпечення їх ефективної взаємодії, виконання стратегічних завдань своєчасно і з мінімальними витратами.
	Контроль та прийняття поточних управлінських рішень	Набори певних даних, нормативів, завдань, які відображають необхідні умови виконання стратегічних планів, методики аналізу, поточного прогнозування. Процедури та правила дій у різних ситуаціях.	Своєчасне реагування на відхилення від бажаних результатів, розробка корегуючих заходів.

Підприємства намагаються не тільки «приховувати» інформацію але й штучно її погіршувати, бо остерігаються рейдерства, яке стає все більш зухвалим, а захищатися від нього підприємства мають самі [6, с. 131-134]. Тому для досягнення суттєвих змін у соціально-економічному розвитку підприємств необхідні дієві заходи з боку держави щодо запобігання рейдерства, створення атмосфери захищеності бізнесу від посягань на власність успішних підприємств, стимулювання підвищення ефективності виробництва та інформування про свої досягнення. В країнах, де діють методи захисту від рейдерства, створена та постійно поширюється система розкриття на добровільних засадах інформації про досягнення у сталому розвитку, яка передбачає відображення за певною методикою відповідно глобальної ініціативи по звітності (GRI) економічних, соціальних та екологічних результатів [8]. Розробка власних звітів та ознайомлення зі звітами

підприємств різних країн дає змогу удосконалювати аналіз бізнесу, оцінювати зв'язок між фінансовими результатами та дією чинників сталого розвитку, покращувати співпрацю із зацікавленими групами (постачальниками, споживачами, інвесторами), визначити внесок підприємства у досягнення стратегічних цілей регіону, країни.

В сучасних умовах, коли згідно ст. 21 Закону України «Про державну статистику» підприємства мають право дотримуватись вимог конфіденційності і вимагати не оприлюднювати їх звітність, доцільно формувати на державному і регіональному рівні бази даних про кращі досягнення та середні показники підприємств певної сфери діяльності без назви підприємств, які увійшли до групи лідерів.

Розробка стратегії є лише початком справи з забезпечення сталого розвитку. Необхідна подальша розробка системи збалансованих показників для поточного управління, доведення цілей до виконавців, мотивації їх результативної роботи. Здійснення оперативного контролю, своєчасне прийняття ефективних управлінських рішень потребують наявності якісної управлінської інформації та системи її розповсюдження між виконавцями. Це забезпечить своєчасне виконання встановлених завдань та раціональне використання ресурсів.

Висновки

Ефективною можливо вважати таку систему стратегічного управління, яка орієнтована на завоювання лідерських позицій в регіоні, країні, світі. Для її формування необхідне відповідне інформаційне забезпечення на всіх рівнях управління. Зовнішня інформація сприятиме виявленню проблем у забезпеченні сталого розвитку, формуванню довгострокових цілей. Внутрішня інформація необхідна для здійснення збалансованого управління, організації виконання стратегічних планів, мотивації персоналу.

Подальші дослідження доцільно спрямувати на формування систем інформаційного забезпечення стратегічного управління розвитком промислових підприємств, які сприятимуть досягненню переваг вітчизняних виробників на внутрішньому та зовнішніх ринках за рахунок високої якості продукції та економічності її виробництва.

Література

1. Карпенко В.О. Інформаційна політика та безпека : підручник / В.О.Карпенко. – К. : Нора-Друк, 2006. – 320 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод., допов. та CD) / Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К. ; Ірпін'я : ВТФ «Перун», 2007. – 1736 с.
3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник / З.Є. Шершньова. – [2-ге вид., перероб. і доп.]. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
4. Стратегическое управление: регион, город, предприятие / Д.С. Львов и др. ; под. ред. Д.С. Львова, А.Г. Гранберга, А.П. Егоршина : ООПРАН, НИМБ. – 2-е изд., доп. – М. : ЗАО «Изд-во «Экономика»», 2005. – 603 с.
5. Федуллова Л.І. Актуальні проблеми менеджменту в Україні / Л.І.Федуллова. – К. : «Фенікс», 2005. – 320 с.
6. Таращанська О.Б. Інституційні механізми протидії рейдерству в корпоративному секторі економіки України / О.Б.Таращанська // Економіка і держава. – 2012. – № 12. – С. 131–134.
7. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : монографія / За ред. Д. Г. Лук'яненка. – К. : КНЕУ, 2001. – 538 с.
8. Руководство по отчетности в области устойчивого развития – 2002, Global Reporting Initiative [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/Russian.htm>

References

1. Karpenko V.O. Informacijna polityka ta bezpeka. Pidruchnyk /. V.O.Karpenko.-K.: Nora-Druk,2006. – 320 s.
2. Velykyj tлумачnyj slovnyk suchasnoji ukrajinskoji movy (z dod., dopov. ta CD) / Uklad. i gholov. red. V.T. Busel. – K. ; Irpinj: VTF “Perun”, 2007. – 1736s.
3. Shershnyjova Z. Je. Strategichne upravlinnja : Pidruchnyk./Z.Je.Shershnyjova – «2-ghe vyd.,pererob. i dop.- K.:KNEU,2004. – 699 s.
4. Strategicheskoe upravlenye: reghyon, ghorod, predpryjatye/ D.S.Ljvov y dr.; pod. Red..D.S.Ljvova, A.Gh.Ghranbergha, A.P.Eghorshyna : OONRAN, NYMB. – 2-e yzd., dop. – M. : ЗАО «Yzdatelstvo «Экономика»»,2005. – 603 s.
5. Fedulova L.I. Aktualjni problemy menedzhmentu v Ukrajinі/ L.I.Fedulova. – K. : «Feniks»,2005.– 320 s.
6. Tarashhansjka O.B. Instytucijni mekhanizmy protydiji rejderstvu v korporatyvnomu sektori ekonomiky Ukrajinі/ O.B.Tarashhansjka //Ekonomika i derzhava.-2012.-#12.-S. 131–134.
7. Strategijij ekonomichnogho rozvytku v umovakh ghlobalizacijij: [Monoghrafija] / Za red. d-ra ekon. nauk, prof. D. Gh. Luk'janenka. – K. : KNEU, 2001. – 538 s.

8. Rukovodstvo po otchetnosti v oblasti ustojchivogho razvytyja – 2002, Global Reporting Initiative – Rezhym dostupu: <http://www.globalreporting.org/Home/LanguageBar/Russian.htm>

Надійшла 13.04.2013; рецензент: д. е. н. Савіна Г. Г.

УДК 332:656.01

К. О. МИТЕЛЛАСВА

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Луганськ

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КАТЕГОРІЇ «РЕГІОНАЛЬНА ТРАНСПОРТНА СИСТЕМА»

В роботі проведено аналіз та узагальнено теоретичні підходи до визначення категорії «регіональна транспортна система». Обґрунтовано відокремлення понять «територіальна транспортна система» та «регіональна транспортна система».

Ключові слова: транспорт, регіон, територіальна транспортна система, регіональна транспортна система, транспортний комплекс регіону.

К. А. MITELLAEVA

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University, Luhansk, Ukraine

THEORETICAL APPROACH TO THE DEFINITION OF THE CATEGORY «REGIONAL TRANSPORT SYSTEM»

Comprehensive study of condition, ways of development and intensification of regional transport systems as a factor of socio-economic development attains a particular importance. Almost all scientists are consentaneous in idea that in process of socio-economic development preplanning it's essential that both economy and transport are collectively investigated. This work is aimed to analyse and generalise ways of definition of term "regional transport system", to form peculiarities of its interpretation by different approaches of economic science. It is concluded that regional transport system should be considered as an economical category reflecting the unity of its tangible basis and institutional forms of interaction between economic entities, population and regulatory bodies of different levels in process of transport system supply and demand accordance within a matter of transport and territorial formation.

Keywords: transport, region, territorial transport system, regional transport system, regional transport network.

Вступ

Соціальна орієнтованість сучасної економіки диктує нові цілі, найважливішою з яких можна вважати підвищення рівня задоволення потреб населення на різних ринках. Виходячи з цієї стратегічної мети, першочергове значення має приділятися модернізації інфраструктурних галузей, які виконують комунікативну функцію, сумісну роль у суспільстві, задовольняючи, з одного боку, потреби розширеного відтворення суспільного виробництва, з іншого, потреби відтворення людського капіталу держави і території. Однією з базових галузей, що мають інфраструктурне значення і входять у загальну систему життєзабезпечення територій, є транспорт.

Транспортне облаштування території регіону в сучасних умовах господарювання стає однією з пріоритетних сфер прояву спільних інтересів і докладання сил як господарюючих суб'єктів, так і органів виконавчої влади всіх рівнів. Тому комплексне вивчення стану, напрямків розвитку і підвищення ефективності регіональних транспортних систем як фактора соціально-економічного розвитку регіонів, набуває особливого значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомість регіонального аспекту дослідження розвитку як економіки, так і транспорту неодноразово відзначалася багатьма науковцями. Практично всі одноставні і думці, що при прогнозуванні соціально-економічного розвитку регіону необхідно їх спільне дослідження.

Питанням розвитку регіональних транспортних систем присвячені праці багатьох вчених: М. Багірової [11], І. Білоусова [3], Л. Василевського [9], В. Галабурди [13], Н. Каючкина [4], П. Крилова [6], О. Ложачевської [18], Е. Мамаєва [16], І. Нікольського [2], В. Орешина [12], М. Петрова [15], Д. Романова [10], Е. Ульмана [1], П. Хаггета [7], С.Шліхтера [5] та інших. Однак, на цей момент досі не визначено загального підходу до трактування категорії «регіональна транспортна система». Тому метою даної статті є аналіз та узагальнення теоретичних підходів до визначення поняття «регіональна транспортна система».

Основні результати дослідження

Спочатку поняття транспортної системи як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях було закладено економічною географією, бо метою будь-якої транспортної системи є все ж таки реалізація вигідного територіально-просторового розташування.

Е. Ульман [1], представник американської школи географії транспорту 1930-1950 рр., узагальнивши роботи цього наукового етапу, виділив регіональну економічну складову серед завдань географії транспорту - вплив транспорту на економіку районів і регіонів.

Надалі в СРСР і країнах СНД склалися різні напрямки розвитку економічної географії, серед яких можна виділити регіональну економічну географію транспорту. Головна увага в ній приділялася вивченню зв'язків транспорту з господарством економічного району. І.В. Нікольський [2] розглядав транспорт як елемент економічного району і територіально-виробничого комплексу. Він вважав, що транспорт - це передумова розміщення інших галузей господарства, і, одночасно, окрема галузь господарства. І.І. Білоусов [3] займався районуванням і раціоналізацією вантажних перевезень; економічним районуванням, виходячи з транспортних передумов. Н.П. Каючкин [4] проаналізував основні етапи транспортного освоєння нових районів Сибіру. С.Б. Шліхтер [5] розглянув основні тенденції зміни світової транспортної системи. Більшість науковців цього періоду використовують термін «територіальна транспортна система», припускаючи під ними особливий різновид територіальних соціально-економічних систем.

З розвитком транспортної галузі кількість наукових областей, що вивчають особливості та закономірності його існування та розвитку, постійно зростає. Транспорт вивчають різні напрями економіки: управління транспортними системами – експлуатацію та взаємодію транспортних засобів, методи їх конструювання, споруди та експлуатації; економічна географія вивчає транспорт як географічне явище, тобто його просторові особливості, взаємодію з територією, природою, населенням (людьми) і господарством (видами людської діяльності); логістика - організацію перевезень і перерозподілу вантажів. Регіональна економіка займається плануванням та оптимізацією розвитку транспорту як галузі господарства, оцінює порівняльну ефективність різних його видів, собівартості перевезень, займається пошуком ефективних форм інституціональної організації управління транспортною галуззю на рівні регіону. І кожний напрям використовує термін «регіональна транспортна система».

У сучасній науці й практиці склалися різні концепції в області вивчення регіональних транспортних систем. Підходи до визначення поняття регіональної транспортної системи істотно відрізняються в відмінних наукових галузях знань. Це обумовлено різницею в цілях, а також об'єктах і зв'язках, що підлягають аналізу та є складовими однієї і тієї ж системи. Однак, слід зазначити, що навіть всередині одного напрямку є істотні відмінності в трактуванні поняття «регіональна транспортна система».

Що стосується регіональної економіки, то в ній можна зустріти поняття регіональної транспортної системи, територіальної транспортної системи, транспортно-виробничого комплексу регіону, транспортного комплексу регіону, регіональної транспортної інфраструктури, під якими розуміється одна і та ж система.

У працях більшості українських і російських економістів територіальний і регіональний аспект транспортного процесу ототожнюється через нерозуміння використовуваної економічної та географічної термінології. Поняття регіону ототожнюється з будь-якими переважно адміністративно-управлінським територіальним утворенням. Можливості виявлення, моделювання і управління регіональними транспортними системами завжди зводяться або до її вантажної або до пасажирської складової [6, с. 23]. Тому слід розглядати розвиток понять «територіальна транспортна система» і «регіональна транспортна система» спільно.

Незалежно один від одного, як в області регіональної економіки, так і в області соціально – економічної географії, територіального планування, управління транспортом, містобудування та інших інженерних наук, сформувався наступні ідеї та концепції щодо визначення понять територіальна та регіональна транспортна система (табл. 1).

Таблиця 1

Узагальнення існуючих підходів до визначення понять «територіальна транспортна система» (ТТС) та «регіональна транспортна система» (РТС)

Автор	Підхід до визначення	Особливості визначення
Джонстон Дж., Хагетт П. [7]	ТТС як проява транспортної діяльності на території	Виявляються особливості розміщення в просторі тих або інших об'єктів, зв'язків і потоків між точками всередині ареалів, динаміки просторових утворень, розробка моделей просторових структур, що втілюють ефективні рішення
Финкенбеинер О., Хейнз В., Килл Х. [8]		Транспортні системи як адміністративні регіони і великі міські агломерації, функціонування яких визначається рухливістю жителів і формами транспортної логістики компаній
Василевський Л.І. [9]	РТС як синонім територіальних транспортних систем	Система мереж і транспортних комунікацій на території
Нікольський І. [2], Шліхтер С. [5]		Транспортні регіональні (територіальні) системи як особливий вид територіальних соціально-економічних систем
Романов Д. [10]		Виділяються поняття «територіальна транспортна система» і «регіональна транспортна система» як тотожні
Багірова М. [11], Орешин В. [12], Галабурда В. [13] та інші	РТС як регіональний рівень транспортних процесів	Регіональний рівень інфраструктури і зокрема транспортних систем виділяється, виходячи з ієрархічності окремих транспортних комунікацій

Автор	Підхід до визначення	Особливості визначення
Батисс Ф. [14]	РТС як проява процесу регіоналізації транспортних компаній	Транспортні системи, які з'являються в деяких країнах в ході регіоналізації, що обумовлена децентралізацією управління на транспорті
Петров М. [15]	РТС як регіональний рівень єдиної транспортної системи	РТС зводиться до регіонального рівня Єдиної транспортної системи країни з урахуванням економічної ефективності та конкуренції видів транспорту, співвідношення попиту і пропозиції на вантажоперевезення
Мамасв Е. [16]		РТС - географічно відокремлена частина єдиного транспортного комплексу країни, підтримувана громадськими інститутами регіональної влади (адміністраціями), що надає транспортні послуги в адміністративних межах регіону або в його інтересах
Крилов П. [6]	РТС як специфічна транспортно-територіальна система	Цільова або об'єктивно існуюча транспортно-територіальна система, що складається з топоморфологічної, техніко-економічної, соціально - економічної складових
Жан-Поль Родріг, Клод Комтьє, Брайан Слейк [17]	РТС як системи, що не прив'язані до окремих територій регіону	Це регіональна просторова організація на транспорті, яка може відбуватися на будь-якій території при наявності: а) системи центральних місць, б) контрастності умов полюсів і периферії, в) при наявності транспортних коридорів, що впливають на диференціацію всіх просторових процесів, в т.ч. і транспортних
Ложачевська О. [18], Неживенко Г. [19]	РТС як транспортний комплекс регіону	Під транспортною системою розуміється транспортна галузь на рівні держави, а під поняттям транспортний комплекс – транспортна мережа на рівні регіону

Висновки

Отже, термін РТС вже міцно увійшов в наукову і управлінську термінологію, хоча є непорозуміння в його вживанні. Це пов'язано із тим, що розгляд РТС проводиться або в рамках регіональних чи районних структур, або в рамках системи управлінського територіального розмежування. Причинами відмінностей у трактуванні є також об'єкти і цілі поставлених досліджень.

Таким чином, проведений аналіз підходів до визначення категорії регіональна транспортна система дає змогу стверджувати, що у сучасному процесі розвитку суспільно-економічних відносин регіональну транспортну систему слід розглядати як економічну категорію, що відображає єдність її матеріально-речового базису та інституційних форм взаємодії господарюючих суб'єктів, населення та органів влади різних рівнів при узгодженні попиту і пропозиції транспортних послуг в рамках транспортно-територіального утворення.

Література

1. Ульман Э. География транспорта. Американская география: современное состояние и перспективы / Э.Ульман. – [Пер. с англ.]. – М. : Изд-во иностранной литературы, 1957. – 321 с.
2. Никольский И.В. География транспорта СССР / И.В. Никольский. – М. : изд-во москов. ун-та, 1978. – 285 с.
3. Белоусов И.И. Проблемы географии транспорта. Советская география: итоги и задачи / И.И. Белоусов. – М. : Государственное издательство географической литературы, 1960. – 384 с.
4. Проблемы разработки карт транспортной освоенности территории. Теория хозяйственного освоения территории / Каючкин Н.П. ; Под ред. К. П. Космачева. – Иркутск : ИГ Сибири и Дальнего Востока, 1979. – 167 с.
5. Шлихтер С.Б. Транспортный фактор региональной интеграции. Новые факторы регионального развития / С.Б. Шлихтер. – М.: ИГ РАН, МАРС, 1999. – 234 с.
6. Крылов П.М. Региональные транспортные системы как основа территориального каркаса регионов и районов России. Экономическое и социальное развитие регионов России / Крылов П.М. ; Под ред. проф. Крутовой Л.И. – Пенза : МНИЦ, ПГУ, ПГПУ им. В. Г. Белинского, 2004. – 176 с.
7. Хаггетт П. Пространственный анализ в экономической географии / П. Хаггетт. – М. : Прогресс, 1968. – 390 с.
8. Heinze W., Kill H. Zukunftsfähige Strategien für den ÖPNV in Berlin-Brandenburg. – Dusseldorf: Der Nahverkehr, 1995. – №10. – p. 45.
9. Василевский Л.И. Транспортная система мира / Л.И. Василевский - М.: Транспорт, 1971 – 245 с.
10. Романов М.Т. Многоуровневое экономическое районирование России / М.Т. Романов // Научное совещание по прикладной географии. – Иркутск: Изд-во ИГ СО РАН, 2005. – 215 с.
11. Багирова М.А. Динамическое оптимальное назначение мобильного комплекса для обслуживания социально-экономического объекта / М.А. Багирова, О.Я. Кравец, Г.И. Зимарин // Фундаментальные исследования. – 2004. – № 6. – С. 106–107.

12. Орешин В.П. Управление региональной экономикой / В.П. Орешин, Я.В. Потаков. – М.: ТЕИС, 2003. – 320 с.
13. Единая транспортная система : учеб. для вузов / В.Г. Галабурда, В.А. Персианов, А.А. Тимошин и др. ; Под ред. В. Г. Галабурды. – М. : Транспорт, 1996. – 295 с.
14. Батисс Ф. Регионализация железнодорожного транспорта / F. Batisse // Rail International. – 2001. – № 8/9. – Р. 8–19.
15. Петров А.Н. Государственное регулирование социального развития региона / А.Н.Петров, В.Л. Кураков ; Науч. ред. Л.С. Тарасевич. – Чебоксары : Изд-во Чуваш, ун-та, 2002. – 230 с.
16. Мамаев Э.А. Управление региональными транспортными системами в условиях изменений: проблемы и модели / Э.А. Мамаев. – Ростов : РГУПС, 2005. – 195 с.
17. Jean-Paul Rodrigue, Claude Comtois, Brian Slack. // The Geography of Transport Systems. – New York: Routledge, 2006. – 284 p.
18. Ложачевська О.М. Управління функціонуванням та розвитком транспортного комплексу регіону : монографія / О.М. Ложачевська – К. : НАУ, 2002. – 248 с.
19. Неживенко А.П. Соціально-економічні проблеми розвитку автомобільного транспорту загального користування в регіоні / А.П. Неживенко // Продуктивні сили і регіональна економіка. – 2005. – Ч. 2. – С. 239–242.

References

1. Ulman E. Geografiya transporta. Amerikanskaya geografiya: sovremennoe sostoyanie i perspektivy. Per. s angliyskogo, Moscow, Izd-vo inostrannoy literatury, 1957, 321 p.
2. Nikolskiy I.V. Geografiya transporta SSSR. Moscow, izd-vo Moskov. un-ta, 1978, 285 p.
3. Belousov I.I. Problemy geologii transporta, Sovetskaya geografiya: itogi i zadachi. Moscow, Gosudarstvennoe izdatelstvo geograficheskoy literatury, 1960, 384 p.
4. Kayuchkin N.P. Problemy razrabotki kart transportnoy osvoennosti territorii. Teoriya hozyaystvennogo osvoeniya territorii. Pod red. K. P. Kosmacheva. Irkutsk, IG Sibiri i Dalnego Vostoka, 1979, 167 p.
5. Shlihter S.B. Transportnyy faktor regionalnoy integratsii. Novyye faktory regionalnogo razvitiya. Moscow, IG RAN, MARS, 1999, 234 p.
6. Kryilov P.M. Regionalnyye transportnyye sistemy kak osnova territorialnogo karkasa regionov i rayonov Rossii // Ekonomicheskoe i sotsialnoe razvitie regionov Rossii. Pod red. prof. Krutovoy L.I., Penza, MNITs, PGU, PGPU im. V. G. Belinskogo, 2004, 176 p.
7. Hagget P. Prostranstvennyy analiz v ekonomicheskoy geografii. Moscow, Progress, 1968, 390 p.
8. Heinze W., Kill H. Zukunftsfähige Strategien für den ÖPNV in Berlin-Brandenburg. – Dusseldorf: Der Nahverkehr, 1995, No.10, p. 45.
9. Vasilevskiy L.I. Transportnaya sistema mira. Moscow, Transport, 1971, 245 p.
10. Romanov M.T. Mnogourovnevoe ekonomicheskoe rayonirovanie Rossii. Nauchnoe soveshanie po prikladnoy geografii. Irkutsk, Izd-vo IG SO RAN, 2005, 215 s.
11. Bagirova M.A. Dinamicheskoe optimalnoe naznachenie mobilnogo kompleksa dlya obsluzhivaniya sotsialno-ekonomicheskogo ob'ekta, Fundamentalnyye issledovaniya, 2004, No 6, p. 106–107.
12. Oreshin V.P. Upravlenie regionalnoy ekonomikoy. Moscow, TEIS, 2003, 320 p.
13. Galaburda V.G. Edinaya transportnaya sistema: Ucheb. dlya vuzov. Moscow, Transport, 1996, 295 p.
14. Batisse F. Regionalizatsiya zheleznodorozhnogo transporta. Rail International, 2001, No. 8/9, p. 8–19.
15. Petrov A.N. Gosudarstvennoe regulirovanie sotsialnogo razvitiya regiona. Cheboksaryi, Izd-vo Chuvash, un-ta, 2002, 230 p.
16. Mamaev E.A. Upravlenie regionalnyimi transportnyimi sistemami v usloviyah izmeneniy: problemy i modeli. Rostov, RGUPS, 2005, 195 p.
17. Jean-Paul Rodrigue, Claude Comtois, Brian Slack. The Geography of Transport Systems. New York, Routledge, 2006, 284 p.
18. Lozhachevska O.M. Upravlnnya funktsionuvannya ta rozvitkom transportnogo kompleksu region. Kyev, NAU, 2002, 248 p.
19. Nezhivenko A.P. Sotsialno-ekonomichni problemi rozvitku avtomobilnogo transportu zagal'nogo koristuvannya v regioni, Produktivni sili i regionalna ekonomika, 2005, Vol.2, p. 239–242.

Надійшла 20.04.2013; рецензент д. е. н. Третьак В. В.

ІДЕНТИФІКАЦІЯ МАТЕМАТИЧНОЇ МОДЕЛІ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ НАДХОДЖЕННЯ ДО УНІВЕРСИТЕТУ КОШТІВ ВІД ВІТЧИЗНЯНИХ СТУДЕНТІВ, ЩО НАВЧАЮТЬСЯ ЗА КОНТРАКТОМ

Здійснено ідентифікацію математичної моделі для управління процесом надходження до університету коштів від вітчизняних студентів, що навчаються за контрактом, в якій використано нечітку логіку. Проведено імплікацію та агрегацію нечітких множин у нечіткому виведенні Мамдані за методом центру ваги для ідентифікації цієї математичної моделі.

Ключові слова: нечітка логіка, база знань Мамдані, імплікована функція належності, агрегована функція належності, дефазифікація, метод центру ваги.

Y. V. MOKINA, N. S. HONCHARUK, B. I. MOKIN
Vinnytsya National Technical University

IDENTIFICATION OF THE MATHEMATICAL MODEL FOR MANAGEMENT OF THE REVENUE PROCESS TO THE UNIVERSITY FROM DOMESTIC STUDENTS ENROLLED BY CONTRACT

The identification of the mathematical models for management of the revenue process to the university from domestic students enrolled by contract was performed. The implication conducted and aggregation of the fuzzy sets in fuzzy Mamdani by the method of gravity center for the mathematical model identification. Received the fuzzy knowledge base, which will define a mathematical model of the third hierarchy level of the funds formation system, where data is used in the identification process. This knowledge base is an adequate to the structure of the generalized model where the impact could be affected to the linguistic input variable the organization quality of the teaching contract students process, which will be used to control the funds revenue at this level.

Keywords: fuzzy logic, knowledge base Mamdani, implication function, aggregation function, defazification, method the center of gravity.

Постановка задачі та вихідні передумови

Поставимо задачу – здійснити ідентифікацію математичної моделі для управління процесом надходження до університету коштів від вітчизняних студентів, синтезованої нами в попередніх роботах [1-3], в яких побудована трьохрівнева ієрархічна система формування коштів університету від надання дозволених платних послуг та синтезовані узагальнені математичні моделі для кожної ланки цієї системи на кожному із трьох рівнів ієрархії, у вигляді рівнянь нечіткої логіки, які для ланки 3-го рівня ієрархії при використанні термів «висока (В)», «середня (С)», «низька (Н)», наведені у виразах (1)-(3).

$$\mu_{K,B,Y}^H(u) = \max_{j \rightarrow 1,2,3,4,5,6} \left\{ \begin{array}{l} \left[\min \left(\mu_K^H(u), \mu_B^H(u), \mu_Y^H(u) \right) \right]_{j=1}, \min \left[\left(\mu_K^H(u), \mu_B^H(u), \mu_Y^C(u) \right) \right]_{j=2}, \\ \min \left[\left(\mu_K^H(u), \mu_B^H(u), \mu_Y^B(u) \right) \right]_{j=3}, \min \left[\left(\mu_K^H(u), \mu_B^C(u), \mu_Y^H(u) \right) \right]_{j=4}, \\ \min \left[\left(\mu_K^H(u), \mu_B^C(u), \mu_Y^C(u) \right) \right]_{j=5}, \min \left[\left(\mu_K^C(u), \mu_B^H(u), \mu_Y^H(u) \right) \right]_{j=6} \end{array} \right\} \quad (1)$$

$$\mu_{K,B,Y}^C(u) = \max_{j \rightarrow 1,2,3,4,5,6,7,8,9} \left\{ \begin{array}{l} \left[\min \left(\mu_K^C(u), \mu_B^H(u), \mu_Y^C(u) \right) \right]_{j=1}, \min \left[\left(\mu_K^C(u), \mu_B^H(u), \mu_Y^B(u) \right) \right]_{j=2}, \\ \min \left[\left(\mu_K^C(u), \mu_B^C(u), \mu_Y^H(u) \right) \right]_{j=3}, \min \left[\left(\mu_K^C(u), \mu_B^C(u), \mu_Y^C(u) \right) \right]_{j=4}, \\ \min \left[\left(\mu_K^C(u), \mu_B^C(u), \mu_Y^B(u) \right) \right]_{j=5}, \min \left[\left(\mu_K^B(u), \mu_B^H(u), \mu_Y^B(u) \right) \right]_{j=6}, \\ \min \left[\left(\mu_K^B(u), \mu_B^C(u), \mu_Y^C(u) \right) \right]_{j=7}, \min \left[\left(\mu_K^B(u), \mu_B^C(u), \mu_Y^H(u) \right) \right]_{j=8}, \\ \min \left[\left(\mu_K^B(u), \mu_B^H(u), \mu_Y^H(u) \right) \right]_{j=9} \end{array} \right\} \quad (2)$$

$$\mu_{K,B,Y}^B(u) = \max_{j \rightarrow 1,2,3} \left\{ \begin{array}{l} \left[\min \left(\mu_K^B(u), \mu_B^B(u), \mu_Y^B(u) \right) \right]_{j=1}, \min \left[\left(\mu_K^B(u), \mu_B^B(u), \mu_Y^C(u) \right) \right]_{j=2}, \\ \min \left[\left(\mu_K^B(u), \mu_B^C(u), \mu_Y^B(u) \right) \right]_{j=3} \end{array} \right\} \quad (3)$$

Крім використання рівнянь нечіткої логіки (1)-(3) в якості вихідної передумови використаємо і той факт, доведений в роботі [3], що усі лінгвістичні змінні на 3-му, 2-му та 1-му рівнях ієрархії системи при використанні відносних одиниць можуть бути заданими на одній і тій же універсальній множині у вигляді відрізка [0,1].

А в якості третьої вхідної передумови використаємо цифрові дані щодо потрібних нам параметрів, наданих нам із університету середнього розміру, які ми будемо вводити в розрахунки в подальшому по мірі виникнення в цьому потреби.

Ідентифікація моделі

Почнемо з першої вхідної лінгвістичної змінної K^{BC} , яка характеризує кількість вітчизняних студентів, що навчаються на умовах надання платних послуг, тобто, за контрактом. Ділячи кількість студентів контрактної форми навчання $K_{KH}^C = 2677$ (чол.), на кількість студентів за державним замовленням $K_{ДЗ}^C = 3517$ (чол.), тобто, переходячи до відносних одиниць, отримаємо оцінку параметра моделі K^{BC} у вигляді –

$$K^{BC} = K_{KH}^{BC} / K_{ДЗ}^{BC} = 2677 / 3517 = 0,76. \quad (4)$$

Тепер отримаємо оцінку для другої вхідної лінгвістичної змінної B_{KH}^{BC} , яка характеризує вартість навчання за контрактом одного вітчизняного студента. Ділячи вартість підготовки одного спеціаліста за контрактом за кожною із акредитованих спеціальностей у нашому конкретному ВНЗ $B_{KH}^C = 8950$ (грн.), на вартість підготовки у цьому ж ВНЗ одного спеціаліста за цією ж спеціальністю за державним замовленням $B_{ДЗ}^C = 16965$ (грн.), ми отримаємо оцінку B_{KH}^{BC} , у відносних одиницях у вигляді:

$$B_{KH}^{BC} = B_{KH}^{BC} / B_{ДЗ}^{BC} = 8950 / 16965 = 0,53. \quad (5)$$

Далі визначимо оцінку для третьої вхідної лінгвістичної змінної $Я_{ОП}^{BC}$, яка характеризує якість організації процесу навчання студентів контрактної форми.

Ділячи кількість студентів контрактної форми навчання, визначену на кінець звітного періоду $K_{KH}^{КП} = 2188$ (чол.), на кількість студентів цієї ж категорії, визначену на початок цього ж періоду $K_{KH}^{ПП} = 2677$ (чол.), тобто, переходячи до відносних одиниць, ми для лінгвістичної змінної $Я_{ОП}^{BC}$, вираженої у відносних одиницях, отримаємо оцінку у вигляді:

$$Я_{ОП}^{BC} = K_{KH}^{КП} / K_{KH}^{ПП} = 2188 / 2677 = 0,82. \quad (6)$$

А тепер визначимо універсальну множину для вихідної лінгвістичної змінної Γ_{BC}^* , яка характеризує кількість грошей, що надходять до університету від вітчизняних студентів, які навчаються за контрактом. Виходячи з того, що усі вхідні лінгвістичні змінні ми визначили на відрізку $[0,1]$, її теж доцільно визначити на цьому ж відрізку $[0,1]$, переходячи до відносних одиниць шляхом поділу кількості грошей, які отримає за рік університет в якості оплати за навчання від студентів контрактної форми, на кількість грошей, які університет отримує на підготовку спеціалістів із державного бюджету, тобто переходячи до виразу –

$$\Gamma_{BC}^* = \Gamma_{КФ}^{BC} / \Gamma_{ДБ}^{BC}, \quad (7)$$

з якого

$$\Gamma_{КФ}^{BC} = \Gamma_{BC}^* \times \Gamma_{ДБ}^{BC}. \quad (8)$$

Далі ідентифікуємо функцію належності для термів Н, С, В кожної лінгвістичної змінної, що входить в структуру моделі, визначеної нечіткими рівняннями (1)-(3).

На наш погляд, адекватною функцією належності елементів з універсальної множини, заданої відрізком $[0,1]$, до введених нами термів є функція:

$$\mu(u) = \exp\left(-\frac{1}{2}\left(\frac{u-m}{\sigma}\right)^2\right), \quad (9)$$

у якій, як показано в роботі [6], m є координатою максимуму, а σ є коефіцієнтом концентрації, і яка є диференційованою, що дуже важливо в разі оптимальної настройки цих параметрів за допомогою методу зворотного розповсюдження помилки, викладеного, наприклад, в роботах [5,6].

Очевидно, що найбільш доцільно для множини термів Н,С,В кожної лінгвістичної змінної, заданої

на відрізку $[0,1]$, значеннями координат максимуму функцій належності взяти наступні числа:

$$m_H = 0; m_C = 0,5; m_B = 1 \quad (10)$$

А коефіцієнти концентрації функцій належності, однакові для усіх термів, легко знаходяться з умови, що функції належності для елементів, які лежать посередині між максимумами двох сусідніх термів, дорівнюють кожна 0,5. Для сусідніх термів H і C , ця умова з використанням функції належності для терму C матиме вигляд:

$$\mu(0,25) = \exp\left(-\frac{1}{2}\left(\frac{0,25-0,5}{\sigma}\right)^2\right) = 0,5 \quad (11)$$

З рівняння (9) знайдемо, що

$$\sigma = \frac{|0,25-0,5|}{\sqrt{-2 \ln 0,5}} = 0,21 \quad (12)$$

Графіки функцій належності елементів із універсальної множини, заданої відрізком $[0,1]$, термам H, C, B показані на рис. 2.

Тепер є усе необхідне для ідентифікації математичної моделі нечіткого управління процесом надходження до університету коштів від вітчизняних студентів, що навчаються за контрактом, на 3-му рівні ієрархії системи їх формування, яка є адекватною узагальненій моделі

$$\Gamma_{BC}^* = f_6^*(K^{BC}, B_{KH}^{BC}, \mathcal{A}_{OP}^{BC}) \quad (13)$$

та її нечіткій структурі у вигляді рівнянь нечіткої логіки (1)-(3).

Підставляючи оцінки (4), (5), (6), (7) та значення параметрів (10), (12) в функції належностей (9) для термів H, C, B , а потім підставляючи значення цих функцій належностей в систему логічних рівнянь нечіткого висновку (1), (2), (3), знайдемо $\mu_{K,B,Y}^H(u) = 0$, $\mu_{K,B,Y}^C(u) = 0,46$, $\mu_{K,B,Y}^B(u) = 0,52$, що дає нам право записати нечітку вихідну лінгвістичну змінну Γ_{BC}^* у вигляді

$$\Gamma_{BC}^* = \left(\frac{0}{H}, \frac{0,46}{C}, \frac{0,52}{B} \right), \quad (14)$$

на носіїв $[H, C, B]$, для переведення якої на носій $U = [0,1]$, спочатку здійснимо за методикою, викладеною в роботі [6], її імплікацію, тобто, знайдемо функції належності термів H, C, B вихідної лінгвістичної змінної Γ_{BC}^* , «зрізані» значеннями $\mu_{K,B,Y}^H(u) = 0$, $\mu_{K,B,Y}^C(u) = 0,46$, $\mu_{K,B,Y}^B(u) = 0,52$.

$$\begin{cases} \mu_H(u) = \text{imp}(\mu_H^H(u), \mu_{K,B,Y}^H(u)), \\ \mu_C(u) = \text{imp}(\mu_C^C(u), \mu_{K,B,Y}^C(u)), \\ \mu_B(u) = \text{imp}(\mu_B^B(u), \mu_{K,B,Y}^B(u)), \end{cases} \quad (15)$$

як показано на рис. 1, а потім знайдемо агреговану функцію належності цієї лінгвістичної змінної на носіїв $U = [0,1]$ –

$$\mu_{\Gamma_{BC}^*}^{[0,1]}(u) = \text{agg}(\mu_H(u), \mu_C(u), \mu_B(u)), \quad (16)$$

графік якої на цьому ж рисунку 1 показано жирною лінією.

А після цього для знаходження чіткого значення Γ_{BC}^{**} вихідної лінгвістичної змінної Γ_{BC}^* нам знадобиться операція дефазифікації за методом центру ваги, оцінка якої для наших умов, як показано в роботі [3], матиме вигляд –

$$\begin{aligned} \Gamma_{BC}^{**} &= \\ &= \frac{0,1*0,91+0,2*0,72+0,3*0,46+0,4*0,46+0,5*0,46+0,6*0,46+0,7*0,46+0,8*0,52+0,9*0,52+1*0,52}{0,91+0,72+0,46+0,46+0,46+0,46+0,46+0,52+0,52+0,52} = \\ &= 0,5. \end{aligned} \quad (17)$$

Для агрегованого значення функції належності $\mu_{\Gamma}^{[0,1]}(u)$, показано на рис.3 жирною лінією, чітке значення Γ_{BC}^{**} вихідної лінгвістичної змінної Γ_{BC}^* , обчислене за формулою (17), буде знаходитись у тій точці осі u , яка обведена колом.

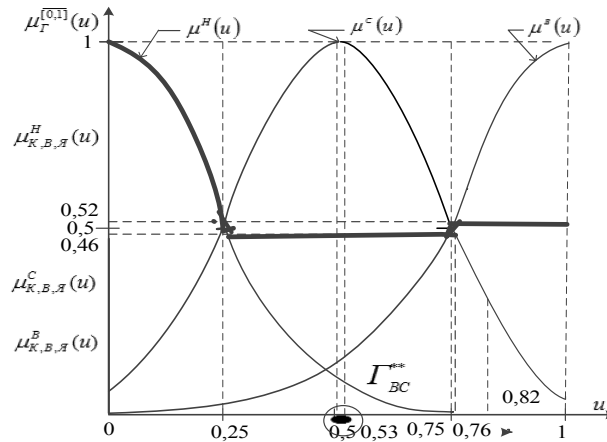


Рис. 1. Графіки імплікованих функцій належності термів H, C, B та агрегованої функції належності $\mu_{\Gamma}^{[0,1]}(u)$ лінгвістичної змінної Γ_{BC}^* для конкретизованих значень $\mu_{K,B,Y}^H(u)$, $\mu_{K,B,Y}^C(u)$, $\mu_{K,B,Y}^B(u)$

Підставляючи значення Γ_{BC}^* із виразу (17) в рівняння (8), та враховуючи те, що Γ_{BC}^* для нашого університету дорівнює 59665905 грн., отримаємо:

$$\Gamma_{K\Phi} = 0,5 * 59665905 = 29832953(\text{грн.}) \quad (18)$$

Отримана нами нечітка база знань, виражена співвідношеннями (13)-(18), і буде задавати математичну модель ланки 3-го рівня ієрархії системи формування коштів, що надходять у вигляді плати за освітні послуги від вітчизняних студентів, що навчаються за контрактом в університеті, дані по якому ми використали в процесі ідентифікації. Ця база знань є адекватною структурі узагальненої моделі (13), у якій вплив безпосередньо ми можемо здійснювати лише на вхідну лінгвістичну змінну Y_{Op}^{BC} , через яку і буде здійснюватись управління процесом надходження коштів на цьому рівні.

Висновки

Здійснено ідентифікацію математичної моделі для управління процесом надходження до університету коштів від вітчизняних студентів, що навчаються за контрактом, в якій використано нечітку логіку.

Проведено імплікацію та агрегацію нечітких множин у нечіткому виведенні Мамдані за методом центру ваги для ідентифікації математичної моделі нечіткого управління процесом надходження до університету коштів від вітчизняних студентів, що навчаються за контрактом.

Література

1. Мокін Б. І. Ієрархія факторів, що забезпечують надходження до вищих навчальних закладів позабюджетних коштів та узагальнені моделі їх взаємодії / Б. І. Мокін, Ю. В. Мокіна, Н. С. Гончарук // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2012. – № 3. – С. 75–84
2. Мокіна Ю. В. Структури моделей, придатних для управління процесом надходження до університету коштів за надання платних освітніх послуг вітчизняним студентам, що навчаються за контрактом / Ю.В.Мокіна, Н. С. Гончарук, Б. І. Мокін // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2012. – № 6. – С. 75–84.
3. Мокіна Ю.В. Математичні моделі нечіткого управління процесом надходження до університету коштів від вітчизняних студентів, що навчаються за контрактом / Ю.В.Мокіна, Н. С. Гончарук, Б. І. Мокін // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2013. – № 1 – С. 31–36.
4. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и ее применение к принятию приближенных решений: пер. с англ / Л. Заде. – Мир, 1976. – 167 с.
5. Митюшкин Ю. И. Soft Computing: идентификация закономерностей нечеткими базами знаний / Ю. И. Митюшкин, Б. И. Мокин, А. П. Ротштейн // Винница: Універсум. – Вінниця. – 2002. – 145 с.
6. Штовба С. Д. Проектирование нечетких систем средствами MatLab/ С. Д. Штовба. – М. : горячая линия. – Телеком. – 2007. – 288 с.

References

1. B.I Mokin, Y.V. Mokina and N.S. Honcharuk "The hierarchy factors providing earnings to the high educational institutions off-budget money and generalized models of its interaction", Journal " VPI". – № 3. – 2012. – pp.75-84. [in Ukrainian]
2. Y.V. Mokina, N.S Honcharuk, and B.I. Mokin. "Model structure suitable for managing the receipt of funds to the University for providing paid educational services to domestic students enrolled in the contract", Journal " VPI". – № 6 – 2012. – pp.75–84. [in Ukrainian]
3. Y.V Mokina, N.S Honcharuk, and B.I. Mokin "Mathematical models of fuzzy control process proceeds to the university funds from domestic students studying contract", Journal " VPI". – 2013. – № 1 – pp.31–36.
4. L.A. Zade "The concept of a linguistic variable and its application to the adoption of approximate solutions: Lane. from English" / L. Zade // World. – 1976. – P.167. [in Russian]
5. Y.U. Mityushkin "Soft Computing: identification of regularities fuzzy knowledge bases", Vinnitsa: Universum. – Vinnitsa. – 2002. – P.145[in Russian]
6. S. D. Shtovba "Design of fuzzy systems by means of MatLab", Moscow: Hotline – Telecom. – 2007. – P.288[in Russian]

Надійшла 03.04.2013; рецензент: д. е. н. Зянько В. В.

УДК 65.011.12

О. О. НЕЧАЙ

Запорізький національний технічний університет

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ У ДІЯЛЬНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуті питання впровадження процесного підходу у діяльність машинобудівних підприємств, визначені передумови та проблемні моменти впровадження процесорієнтованого управління, проаналізовані прикладні аспекти впровадження процесного управління на виробництві основна і відмінна особливість процесного підходу полягає в тому що він орієнтований на бізнес-процеси, кінцевою цілью яких є створення продукції або послуги. Грунтуючись на досвіді українських промислових підприємств, які як правило йдуть еволюційним шляхом в статті описуються основні перепони і труднощі переходу на процесне управління.

Ключові слова: процес, управління, бізнес-процеси, промислове підприємство, система, метод, впровадження.

О. О. NECHAY

Zaporizhzhye national technic university

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE IMPLEMENTATION PROCESS APPROACHE INTO THE ACTIVITIES OF THE ENGINEERING ENTERPRISES

The paper deals with the introduction of process aproache into the activities of machinbuilding enterprise, determined features and areas of difficulty implementation of process aproache management, especially analyzed the practical implementation of process management in the enterprise. The grounds and distinctive feature of protses aproache is oriented on business processes, and the final goal of them are products or services. At the same time production control system is oriented to the management of each business process and on management of all business processes in general. The transition of industrial enterprise to process aproache management can be performed in two ways: an evolutionary (changes in the structure) and by reengineering business protsessov. Based on experience Ukrainian engineerhg enterprises, which usually go through evolution in the article describes the main obstacles and difficulties in the transition process management. Namely: the lack of incentive to improve the efficiency of processes; exclusion desire to change the degree of liability; habit fuktsionalnye aproache, low management culture, the use of regulation as a tool to control process aproache; obsessed description of business processes; attracting many consultants. Studies in industry argue for and the feasibility of process aproache to management.

Keywords. Process, management, business-process, industrial enterprise, system, method, introduction

Постановка проблеми

Управління підприємствами будь-якої галузі економіки знаходиться на стику різних галузей знань. Діапазон думок фахівців варіює від повного заперечення значущості організаційно-економічних аспектів до ідентифікації кожної управлінської функції і окремого працівника. Практика роботи підприємств в умовах жорсткої конкуренції показує, що функціональний підхід до управління часто призводить до втрати стійкості розвитку господарюючого суб'єкта через зниження комплексності та цілеспрямованості управління; переважання короткострокових цілей на шкоду стратегічним; скорочення активності інноваційних процесів; недостатньої координації функцій виробництва, маркетингу, логістики. Важливо пристосовувати управлінський апарат підприємств до вимог ринкового середовища, що динамічно розвивається.

В останні роки в країнах з розвинутою ринковою економікою переходять від функціонального

методу до процесного. Процесний метод орієнтований насамперед на бізнес-процеси, кінцевими цілями яких є створення продуктів (або послуг), що представляють цінність для зовнішніх або внутрішніх споживачів. Бізнес-процесний підхід в менеджменті передбачає таку організацію діяльності підприємства, в основу якої покладено розмежування діяльності на окремі бізнес-процеси, а управлінської системи - на блоки управління. При цьому будь-яке підприємство розглядається як бізнес-система, що включає пов'язане безліч бізнес-процесів, що мають параметри входу і виходу, кінцеві цілі яких, замикаються на випуску продукції. Але на шляху впровадження нових методик і підходів до управління підприємства неминуче виникають певного роду труднощі і перешкоди.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретичним та практичним аспектам виділення та регламентації бізнес-процесів підприємства присвячені праці таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як Б. Андерсен [1], М. Хаммер [2], М. Портер [3], В. Шеєр [4], В. Репін [5], В. Єліферов [5], А. Бортнік [6], Т. Лепейко [7]. Питання теорії і практики процесного підходу розглядалися в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів. Серед них, насамперед, можна виділити праці відомих вчених Абдикеева Н.М., Данько Т.П., Поповой Т.В., Маклакова С.В., Медынского В.Г., Ойхмана Е.Г., Попова Э.М., Репина В.В., Рубцова С.В., Андерсена Б., Давенпорта Т., Робсона М., Уллаха Ф., Хаммера М., Харрінгтона Дж.Х., Чампи Д., Шеєра А.В. та ін.

Проте недостатньо дослідженими залишаються питання труднощів та недоліків з якими стикаються саме промислові підприємства при впровадженні процесного підходу.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Будь-яке промислове підприємство в цілому можна розглядати як систему, що споживає ресурси на вході, перетворюючи їх усередині себе і видає на виході продукцію (роботи, послуги). Вся ця система являє собою процес, що дозволяє досягти цілей організації. Мета підприємства визначає зміст і форму процесів. Кожен процес при цьому має свою мету. Виконання цілей всіх процесів призводить до досягнення цілей компанії. Скільки і яких процесів має бути в компанії визначають цілі та стратегії їх досягнення.

Таким чином, щоб досягти поставлених цілей, організації необхідно управляти своїми процесами, організовуючи їх взаємопов'язане виконання. Для цього необхідно створити процесну структуру організації, яка утворюється шляхом «зв'язування» процесів з цільовою структурою.

Створення процесний структури і впровадження в практичну діяльність підприємства тягне за собою ряд переваг та недоліків. Формування переваг і недоліків впровадження процесного підходу в діяльність промислових підприємств в недостатній мірі вивчено і описано науковим середовищем.

Формування цілей

Метою роботи є вивчення та формування основних труднощів з якими стикається машинобудівне підприємство при впровадженні процесного походу в свою діяльність.

Виклад основного матеріалу

Спроби промислових підприємств зберегти стійкість у кризових ситуаціях за рахунок вбудовування окремих інструментів (бюджетування, реінжинірингу, системи збалансованих показників тощо) в систему управління, причому без урахування рівня її розвитку, у більшості випадків потерпіли провал, продемонструвавши тим самим недолік насамперед методичного забезпечення як самих інструментів, так і діючих систем управління промислових підприємств. І тут на перший план виходить процесний підхід до управління, застосований виключно в парі з системним підходом. Саме він забезпечує побудову цілісного інструментального комплексу системи управління промисловим підприємством, виступаючи єдиною методичною основою подання останньої. Застосування процесного підходу до стратегічного і внутрішньофірмового планування створює необхідні і достатні умови для реалізації узгоджених вимог усіх зацікавлених сторін, сприяючи тим самим підвищенню стійкості розвитку промислового підприємства, особливо в кризових умовах [8].

Таким чином, назріла потреба промислових підприємств у перевизначенні цільових орієнтирів та їх реалізації може бути задоволена шляхом створення гнучкого інструментарно-методичного забезпечення процесу планування сталого розвитку промислового підприємства, націленого на ефективне управління взаємодією з його зацікавленими сторонами на основі процесного підходу.

Процесний підхід як концепція відомий вже давно як у методології класичного менеджменту, так і в різних його техніках, таких, наприклад, як структурний аналіз складних систем, ре-інжиніринг ділових процесів та ін

В основі цього підходу лежить уявлення про бізнес-процесі, як послідовності дій, кроків, що вживаються для досягнення цілей підприємства.

Діяльність будь-якого великого промислового підприємства можна представити у вигляді сукупності бізнес-процесів. Отже, і управління підприємством представимо як управління бізнес-процесами (англ. BPM - business process management). Відповідний підхід до організації управління називається процесним.

Ефективний менеджмент виробництва при процесному підході можна уявити умовно як сукупність двох елементів:

- добре структурована (описана) мережу процесів, визначальна виробничий процес (процеси);

- постійно реалізуються процедури планування, забезпечення, управління, поліпшення якості в рамках кожного процесу мережі процесів [9].

Процесний підхід може використовуватися для виробництва як оперативного, так і стратегічного управління промисловим виробництвом. На цьому підході засновані багато сучасних методик та інструменти стратегічного управління із застосуванням ключових показників ефективності (КПЕ або КРІ - Key Performance Indicators), включаючи системи збалансованих показників (ССП або BSC - Balanced Scorecard).

Організація виробництва на основі процесного підходу дозволяє простежити безпосередню ланцюжок створення продукції. При такому підході на початку ланцюжка створення продукції стоїть вимога замовника до продукції, а на виході - замовник, задоволений продукцією. Рівень цього задоволення (якість продукції) - основа процесного підходу.

Якість продукції та послуг промислових підприємств визначається якістю процесів, результатом яких вони є. Ця ідея лежить в основі практично всіх систем менеджменту якості (СМЯ). І всі ці системи, орієнтовані на різні методики: ISO 9000, Capability Maturity Model (CMM, CMMI), EFQM, 6sigma і т.д., засновані на процесному підході до управління [10].

У відповідності з ідеологією стандартів ISO 9000 застосування у виробництві системи процесів, разом з їх визначенням та взаємодіями, а також керуванням можуть вважатися процесним підходом.

Організація виробництва повинна розглядатися не як набір окремих процесів. Дуже важливо сприймати виробництво як систему взаємодіючих управлінських, підтримують і виробничих процесів.

Основна відмінність процесного підходу в тому, що він орієнтований, в першу чергу, на бізнес-процеси, кінцевими цілями виконання яких, є створення продукції або послуг, що представляють цінність для зовнішніх або внутрішніх споживачів. При цьому система управління виробництвом орієнтується як на управління кожним бізнес-процесом окремо, так і всіма бізнес-процесами підприємства в цілому. При цьому система якості виробництва забезпечує якість технології виконання бізнес-процесів. Процесний підхід підводить до переходу на ресурсозберігаючу організаційну структуру (Lean production)

Ключовою метою загального керівництва підприємством є представлення об'єкта у вигляді мережі процесів, що визначають його місію, тобто управління за цілями через процеси.

Процес - послідовність виконання робіт (функцій, операцій), спрямованих на створення результату, що має цінність для споживача.

Основною будь-якого процесу є цілеспрямованість, взаємодію і послідовність.

Цілеспрямованість - здатність процесу досягати певного результату (мети), обов'язковий елемент процесного підходу, основний критерій оцінки для вибору процесів, показників ефективності та оцінки на їх основі всіх заходів щодо поліпшення.

Взаємодія (інтерфейс) - важлива категорія, що визначає, наскільки відповідає результат, отриманий учасником процесу, потребам споживача цього результату (зовсім не обов'язково, щоб він був клієнтом організації, це може бути співробітник сусіднього, а іноді і того ж відділу).

Послідовність (потік) - являє собою черговість дій, виконуваних у відповідності з усіма встановленими умовами і визначають напрямок подальшого руху. Правильно вибудована послідовність дозволяє позбутися непотрібних операцій, скоротити тривалість і вартість процесу, домогтися поліпшення якості результату.

Таким чином, назріла потреба промислових підприємств в перевизначенні цільових орієнтирів і їх реалізації може бути задоволена шляхом створення гнучкого інструментарно-методичного забезпечення процесу планування сталого розвитку промислового підприємства, націленого на ефективне управління взаємодією з його зацікавленими сторонами на основі процесного підходу [11].

Перехід до процесного управління може здійснюватися двома способами: еволюційним - шляхом внесення змін в існуючу функціональну систему і шляхом реструктуризації промислового підприємства та реінжинірингу бізнес-процесів. Бізнес-інжиніринг передбачає сучасні технології управління, засновані на формалізованому, точному, повному і всебічному описі діяльності підприємства шляхом побудови базових інформаційних моделей у взаємодії із зовнішнім середовищем. При бізнес-інжинірингу підприємство розглядається як цільова відкрита соціально-економічна система, що взаємодіє із зовнішнім середовищем як з більш широкою системою, що визначає місію підприємства. Саме на етапі розробки місії визначається призначення промислового підприємства по задоволенню соціально значущих потреб ринку. Перехід до процесного управління організацією може бути виконаний двома методами.

Перший метод ("системний", або "повний") заснований на тому, що спочатку необхідно виділити, класифікувати й описати бізнес-процеси в рамках традиційної функціональної структури управління, а потім переходить до процесної структури управління [4-6]. Він базується на наступних основних положеннях:

- виявлення та класифікація процесів, необхідних для системи управління;
- визначення послідовності цих процесів та їх взаємозв'язків (формування мережі бізнес-процесів в рамках існуючої організаційної структури);
- визначення критеріїв і методів, необхідних для забезпечення впевненості в тому, що не тільки самі

виділені процеси, але і керування ними результативні;

- забезпечення ресурсами та інформацією, необхідними для підтримки виконання цих процесів та їх моніторингу;
- спостереження, вимірювання бізнес-процесів та їх аналіз;
- реалізація заходів, необхідних для досягнення запланованих результатів та постійного поліпшення бізнес-процесів.

Другий метод базується на виділенні в організації "наскрізних" бізнес-процесів. Прихильники концепції "наскрізних" процесів зазвичай визначають бізнес-процес як "цілеспрямовану послідовність операцій (робіт, процедур), що приводить до заданого кінцевого результату - виходу процесу" [7]. Згідно з їх думкою в організації може бути виділено стільки бізнес-процесів, скільки зможуть суб'єктивно обґрунтувати керівники і фахівці. Початок бізнес-процесу являє собою опис вхідних і вихідних документів, а також послідовності робіт, що виконуються без закріплення за підрозділами підприємства виконавців. Потім формалізовані "наскрізні" бізнес-процеси вписуються в нову організаційну структуру (частіше матричного типу), побудовану на процесному підході до управління. На основі цього методу опис йде за наступним сценарієм:

- створюються моделі виходячи з фактичної ситуації;
- проводиться аналіз даних моделей;
- розробляються моделі покращеного типу;
- проводиться реорганізація реальної діяльності на основі удосконалених моделей;
- створюється нова організаційна структура на основі процесного підходу до управління.

Перехід організації на процесно-орієнтоване управління може відбуватися еволюційно, з максимальним збереженням вже здійснених вкладень в управлінські технології і ІТ-інфраструктуру. Власне, саме так і роблять багато великих західних підприємства. Вони поступово переводять на нову схему управління ті напрямки своєї діяльності, які в максимальній мірі вирають від процесно-орієнтованого управління. Часто це знову створювані напрямки, тому що простіше і вигідніше при створенні чогось робити все за новими правилами, а не міняти старе з урахуванням нових вимог. Українські промислові підприємства, так само йдуть таким шляхом, але при цьому не варто забувати про специфіку діяльності в умови різних ринків, культур і, звичайно ж, вимог, що пред'являються законодавством. У зв'язку з цим можливо констатувати ряд перешкод, які виникають на шляху впровадження процесного підходу в діяльність машинобудівних підприємств.

1. Відсутність стимулу до підвищення ефективності процесів.

Процесне управління та його складова частина - вдосконалення процесів є ефективним інструментом удосконалення діяльності компанії. Використовуючи інжиніринг процесу, можна на порядок прискорити процес або скоротити витрати на нього. Однак, існуюча в Україні ситуація в більшості випадків не має на увазі конкуренцію, такі галузі як машинобудівна прекрасно живуть з поточною ефективністю процесів. Але існують і позитивні тенденції - банківська та телекомунікаційна галузі, роздрібна торгівля та інші вже активно йдуть по шляху вдосконалення процесів, тому що в цих галузях вже досить сильна конкуренція і підприємства змушені вдосконалювати свою діяльність. Можна відзначити, що управління процесами - це інструмент, затребуваний підприємствами, що працюють на конкурентних ринках.

2. Небажання змінювати зони відповідальності менеджерів

У більшості компаній існує сформоване розподіл повноважень і відповідальності між менеджерами функціональних підрозділів. Процесний підхід вимагає зміни зон впливу, що дуже часто сприймається негативно менеджерами компанії. Тому, для успішного впровадження процесного управління, необхідна підтримка змін на рівні власників компанії або генерального директора. Тільки в цьому випадку можна буде зруйнувати функціональні колодязі, відбудувати процеси і підвищити ефективність діяльності компанії. Але в теж час використання процесного підходу в окремих підрозділах може дати відчутні результати, але не в рамках всієї компанії.

3. Звичність і простота функціонального підходу

Звичка українського менеджменту вирішувати проблеми в компанії шляхом створення додаткових функціональних підрозділів і призначенням відповідальних призводить до появи химерних організаційних структур, ефективність яких досить низька. У більшості випадків проблеми в компанії можна вирішити шляхом вдосконалення існуючих процесів, однак це вимагає зусиль декількох підрозділів, деякі з яких є "священними коровами" і не бажають змінюватися. Процесний підхід і жорсткість системи управління дозволяють підвищити ефективність без створення додаткових підрозділів, а шляхом вдосконалення діяльності існуючих. Створюючи безліч "функціональних колодязів", компанія набуває все більше проблем, пов'язаних з інформаційними розривами і узгодженням протилежних думок.

4. Невисока управлінська культура

Процес, як сутність, є непростим об'єктом управління. Більшість керівників зараз працюють в режимі видачі завдань і контролю правильності їх виконання. Небагато можуть "піднятися" над процесом і побачити весь ланцюжок дій цілком. Процесне управління вимагає відійти від "рутинних" операцій і поглянути на процес через його опис. Коли об'єкт управління стає зрозумілим, можна приступити до його

вдосконалення по всьому ланцюжку, а в подальшому керувати не завданнями, а логікою їх обробки, тобто процесом. В даному випадку "майстерність" розподілу і передачі завдань формалізується в регламенті або інформаційній системі і не вимагає втручання менеджера.

5. Використання регламентів в якості інструменту процесного управління

Для впровадження процесного управління необхідно володіти ефективним інструментом для управління процесами. Найбільш звичним інструментом є регламент процесу, який закріплює ролі та відповідальність по процесу, і є механізмом впровадження цільових бізнес-процесів в діяльність компанії. Однак, виконання регламенту важко контролювати, тому найбільш ефективним методом буде автоматизація процесів в допомогою BPM систем (Business Process Management system), які можна використовувати в якості електронних адміністративних регламентів процесу, що забезпечить не лише впровадження цільового бізнес-процесу, але й контроль відхилень і термінів виконання, а також аналіз показників результативності процесу.

6. Захоплення питаннями опису та регламентації процесів[12].

Починаючи роботи з удосконалення процесів, багато компаній намагаються описати всі процеси і тільки потім приступити до вдосконалення. Однак, на опис процесів йде безліч часу і ті процеси, які були описані спочатку вже відрізняються від існуючих бізнес-процесів. Тому, для отримання переваг від процесного управління необхідно після опису одного процесу тут же починати його вдосконалення, після чого фіксувати цільовий стан процесу або в регламенті, або в інформаційній системі. Вибираючи таким чином процес за процесом, можна проводити вдосконалення бізнес-процесів і покращувати діяльність компанії.

7. Надприродні очікування від референтних моделей і консультантів

Багато керівників, впроваджуючи процесний підхід, вважають, що дані роботи можуть бути виконані консультантами в повному обсязі. Але запрошення консультантів з їх референтними моделями не завжди виправдовує очікування. Проблема полягає в тому, що універсального рішення не існує і за Вас ніхто не змінить Ваш бізнес-і не змусить Вас працювати по новому. Для впровадження процесного управління та вдосконалення процесів необхідні зусилля всієї компанії, підтримані методологією консультантів і референтними моделями. Але основна роль належить співробітникам компанії, які повинні навчитися новому управлінському підходу і освоїти нові інструменти

Висновки

У будь-якій організації виникають проблеми взаємодії різних підрозділів при виконанні загальної задачі. Причини проблем криються не тільки у відсутності опису як такого процесу і функцій. Вони залежать і від моделі бізнесу компанії, і від підходу керівництва до управління, і від історично сформованого порядку спілкування керівництва з підлеглими, розподілу функцій, а також від багатьох інших внутрішніх і зовнішніх факторів. До того ж сучасні технології, на жаль, банально впираються в людський фактор.

Як правило, за рахунок лише формалізації бізнес-процесів можна домогтися злагодженої роботи пари підрозділів, але не можна стверджувати, що це призведе до підвищення ефективності діяльності організації в цілому.

Саме через всього вищепереліченого недостатньо формально впровадити процесний підхід до управління на підприємстві. Необхідно спочатку у всіх здійснюваних діях спиратися не тільки на наскрізні бізнес-процеси, але і на розуміння змін, що проводяться всіма співробітниками. Тільки це забезпечить їх допомогу і підтримку і призведе до відчутного результату.

Керівництво компанії, а тим більше власники бізнесу, часто усвідомлюють необхідність змін, але в дійсності не готові щось змінювати в системі, яка існує на протязі тривалого часу, працює і, крім того, приносить регулярний дохід і прибуток. Так що, перед тим як зважитися на впровадження, необхідно розсудливо і тверезо оцінити, чи готова організація до глобальних змін не тільки і не стільки в технічному плані, скільки морально й ідеологічно.

Нова технологія не буде працювати відразу ж ідеально, потрібні час і сили на її налагодження і настроювання під конкретну організацію, а також час і сили на те, щоб елементарно звикнути до нового порядку дій. Значні зусилля в такому випадку будуть потрібні саме від керівників, а не від рядових фахівців.

Щоб результат у підсумку не вийшов виключно формальним і марним, вже на етапі прийняття рішення про впровадження необхідно зайнятися «ломкою свідомості». Адже нововведення не завжди сприймаються з ентузіазмом, і усвідомлення того, що буде потрібно зміна стандартного, звичного укладу, викликає опір у персоналу будь-якого рівня.

Крім того, в 99,9% випадків доведеться зіткнутися з великою кількістю проблем[12]. Далеко не повний їх перелік включає неготовність організації до структурних змін; відсутність у зайнятих поточною роботою співробітників достатнього часу для опису бізнес-процесів; неповне володіння необхідною інформацією з боку спеціально призначених людей; проблема формалізації при описі бізнес-процесів, в яких задіяні кілька підрозділів організації; відсутність у співробітників бажання і терпіння, мотивації до навчання та впровадженню чогось нового через нерозуміння або незнання мети проведених змін; необґрунтоване затягування проекту впровадження через захоплення деталізацією бізнес-процесів; зміну

думки керівництва про те, як все має виглядати в підсумку, практично на фінальному етапі впровадження.

Проведені на підприємствах машинобудівного комплексу дослідження дозволяють стверджувати, що в будь-якій організації існування бізнес-процесів - об'єктивна реальність. Однак, щоб побудувати процесну структуру управління, бізнес-процеси потрібно виділити, класифікувати і формалізувати. Незважаючи на складність цієї процедури, такий підхід довів свою ефективність.

Література

1. Андерсен Б. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования / Б. Андерсен. – М. : РИА "Стандарты и качество", 2003. – 272 с.
2. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М. Хаммер, Дж. Чампи. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 256 с.
3. Портер М. Е. Конкуренция / М. Е. Портер ; пер. с англ. – М. : ИД "Вильямс", 2005. – 608 с.
4. Шеер А. В. Бизнес-процессы. Основные понятия. Теория. Методы / А. В. Шеер. – М. : Вест-МетаТехнология, 1999. – 348 с.
5. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление : учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 319 с.
6. Бортник А. М. Процесне управління бізнесом (за матеріалами меблевих підприємств Київського регіону) : автореф. дис. канд. екон. наук / А. М. Бортник. – К., 2010. – 20 с.
7. Лепейко Т. І. Ідентифікація та порівняння окремих факторів гнучкості бізнес-процесів підприємства / Т. І. Лепейко // Економічні науки. Серія "Економіка та менеджмент" : збірник наукових праць ; Луцький національний технічний університет. – 2010. – № 7(26). – С. 41–50.
8. Реинжиниринг бизнес-процессов / [Н. М. Абдикеев, Т. П. Данько, С. В. Ильдеменов и др.]. – М. : ЭКСМО, 2005. – 592 с.
9. Корольков В.Ф. Процессы управления организацией / В.Ф. Корольков., В.В. Брагин. – Ярославль: Яртелеком, 2001. – 416 с.
10. Миронова О.О. Сучасні підходи до управління організаціями [Електронний ресурс] / О.О. Миронова. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63670.doc.htm
11. Репин В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин., В.Г. Елиферов. – М. : РИА "Стандарты и качество", 2004. – 408 с.
12. Харрингтон Дж. Оптимизация бизнес-процессов (документирование, анализ, управление, оптимизация) / Дж Харрингтон., К.С. Есселинг., Харм Ван Нимвеген. – СПб. : Изд-во "Азбука", 2002. – 328 с.

References

1. Andersen B. Business-proses. Tools of improving/ B. Andersen – M. : RIA "Standarts and quality", 2003.-272 p.
2. Hammer M. Peingineering of corporation: Manifest of revolution in business / M.Hammer, Dg Champy. – M.: Mann. Ivanov and Ferby, 2006. – 256p.
3. Porter M. E. Competition/ M.E. Porter: translation from English- M.; PH " Williams", 2005. – 608 p.
4. Sheer A. B. Business-prosesses. Basic conseptions. Theory. Methods/ A. B. Sheer. – M. ; News-Objective Technology, 1999. – 348 p.
5. Eliferov V. G. Business- process: Regulation and Management: textbook/ V.G. Eliferov, V. V. Repin. – M.; INFRA-M, 2005. – 319 p.
6. Bortnik A. M. The Process Management of Business (according to furniture enterprises of Kyiv region) : dissertation of Candidate of Economics / A. M. Bortnik. – K., 2010. – 20 p.
7. Lepejko T. I. Identification and Comparison of Particular Flexible Factors of Business-processe of the Enterprises / T. I. Lepejko // Economics. Series "Economics and Management" ; The Collection of Scientific Papers ; Lutsk National Technical University. – 2010. – № 7 (26). – S. 41–50.
8. Reengineering of Business-process / N. M. Abdikeev, T. P. Dan`ko, S. V. Il`demenov and others. – M. : EXMO, 2005. – 592 p.
9. Korol`kov V. F. The process of business management / V. F. Korol`kov., V.V. Bragin. – Yaroslavl` : Yartelecom, 2001. – 416 p.
10. Mironova O. O. Modern Methods of Approching to The Business Management / O. O. Mironova // http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/63670.doc.htm
11. Repin V. V. The Modern Method of Approching of Management. Modelling of Business- process. / V. V. Repin., V. G. Eliferov – M. : RIA " Standarts and Quality", 2004. – 408 p.
12. Harrington J. Optimisation of Busines-process (documentation, analysis, management, optimisation) / J. Harrington., K. S. Esseling., Harm Van Nimvegen, – St P.: PH " Azbuka", 2002. – 328 p.

Надійшла 05.04.2013; рецензент д. е. н. Прушківський В. Г.

РОЗВИТОК ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО СИСТЕМНОГО УПРАВЛІННЯ

Визначено сучасні методологічні підходи до розбудови системного управління розвитком людських ресурсів з огляду на формування інформаційного періоду постіндустріального розвитку суспільства.

Ключові слова: розвиток людських ресурсів, системний підхід, інновації.

V. NYKYFORENKO, V. KRAVCHENKO

Odessa national economic university

DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCES: METHODOLOGICAL APPROACHES TO SYSTEM MANAGEMENT

Modern methodological approaches to formation of system management by development of human resources in the conditions of formation of the information period of postindustrial development of a society are defined. Thus the main, general criterion function of system management by development of human resources as innovative process is purposeful qualitative change of object (human resources) the subject. The concept of system multilevel management of human resources is offered. Use of the given concept urged to reformat purposefulness of operating control systems of human resources - from formation of a manpower of the country and maintenance of the organisations in the labour potential necessary for the decision of current problems to purposeful permanent (continuous) development of the person, including, outside of its able-bodied age. On the basis of the stated approaches the scheme of system management of development of human resources on makro - meso- and microlevels of economic system as bases of social and economic progress of a society and the person is offered.

Keywords: development of human resources, system the approach, innovations.

Вступ. Стрімкий розвиток сучасного глобалізованого суспільства супроводжується динамічними змінами у сфері економіки й управління, що обумовлює об'єктивну необхідність трансформації національних економічних систем. Під впливом науково-технічних чинників, інтелектуалізації та інформатизації всіх сфер виробництва актуалізується потреба усвідомлення оновленої ролі людини і змісту її діяльності у зазначених процесах. Поряд із тенденцією зростання значущості людського капіталу в суспільному виробництві, підвищення вимог до якості та компетентності робочої сили, суттєво посилюється значення комплексної системи управління людськими ресурсами, що має забезпечувати економічну ефективність на всіх рівнях національної економіки у нових умовах.

Концептуальні засади управління людськими ресурсами є предметом дослідження фахівців різних галузей знань, у рамках яких аналізуються економічні, соціальні, психологічні аспекти проблеми. У той же час, питання системної трансформації управління розвитком людських ресурсів залишаються недостатньо дослідженими, що знижує віддачу від впровадження певних нових інструментів зазначеного розвитку та обмежує можливості використання людських ресурсів держави як національного джерела зростання.

Як зауважують автори Доповіді про розвиток людини 2010: «переосмислення концептуальної основи досліджень в області розвитку й вивчення того, як концепція розвитку людини може зробити людину центральною фігурою розвитку – це не просто інтелектуальна вправа, це означає зробити прогрес слушним і всеосяжним, що дозволяє людям стати активними учасниками змін і гарантією, що прогрес не буде досягатися за рахунок наступних поколінь, ефективніше формувати наше розуміння більш загальних вимірів, життєво важливих для нашого розуміння розвитку людини» [1].

Теоретико-методологічним питанням дослідження проблем розвитку людських ресурсів присвячено чимало праць класиків економічної науки: К. Гриффіна, М. Десай, Дж. М. Кейнса, С. Коваля, А. Льюїса, Т. Маккінлі, А. Маршала, Д. Мілля, Г. Мюрдаля, М.Д. Мюрриса, У. Петі, А. Сена, А. Сміта, С. Фішера, М. Хака, Т. Шульца та інших. Сучасні проблеми і принципи побудови системи управління людськими ресурсами аналізуються у працях В. І. Басова, І. К. Бистрякової, А. Л. Гапоненко, С. А. Дятлова, Н. І. Захарова, Д. І. Зюзіна, І. В. Іллінського, С. М. Климова, А. В. Корицького, В. Ф. Уколова, В. П. Щетиніна та інших.

Проблеми, що стосуються тих чи інших аспектів розвитку людських ресурсів в Україні – теоретико-методологічних засад управління людськими ресурсами, формування і використання трудового потенціалу, стратегії людського розвитку, освітнього, демографічного, трудових ресурсних потенціалів, перетворення у людський капітал тощо, досліджувалися у працях вітчизняних учених, зокрема О. І. Амоші, В. П. Антонюк, С. І. Бандура, Л. І. Безтелесної, В. В. Близнюк, Н. П. Борецької, Д. П. Богині, Н. С. Власенко, С. Й. Вовканича, А. С. Гальчинського, В. М. Гейця, О. А. Грішньої, Б. М. Данилишина, М. І. Долішнього, М. З. Згуровського, С. М. Злупка, А. М. Колота, В. М. Колпакова, О. Є. Кузьміна, Ю. М. Кулікова, В. І. Куценко, В. М. Лагутіна, Е. М. Лібанової, Л. С. Лісогор, І. І. Лукінова, Н. Д. Лук'янченко, В. М. Мікловди, Г.В.

Назарової, О. Ф. Новікової, В. В. Онікієнка, М. А. Павловського, М. П. Пітюлича, С. І. Пирожкова, С. М. Писаренко, А. П. Ревенка, Л. К. Семів, В. С. Стешенко, Л. І. Федулової, О. У. Хомри, М. Г. Чумаченка, Л. В. Шаульської, Л. С. Шевченко та інших учених.

В той же час, на фоні значного кола ґрунтовних досліджень із зазначеної проблематики, потреба у нових дослідження залишається високою, оскільки, по-перше, темпи технологічних та суспільних зрушень у світі та Україні є високими та випереджаючими відносно традиційної системи регулювання процесів відтворення людських ресурсів; по-друге, відомі механізми, інструменти управління людськими ресурсами залишаються без упровадження в умовах сталості системи соціальних інститутів та низької ефективності державної політики в цій сфері; по-третє, недостатнім є рівень суспільного усвідомлення соціально-економічної значущості проблем управління людськими ресурсами. Тому завдання розробки методології системної трансформації управління розвитком людських ресурсів, що враховує вимоги й умови сучасного виробництва, особливості та тенденції соціально-економічного розвитку країни, є досить актуальною й недостатньо розробленою проблемою, яка має велику теоретичну і практичну значущість.

Отже, метою нашого дослідження є визначення сучасних методологічних підходів до системного управління розвитком людських ресурсів.

Основний розділ. Для вирішення завдання щодо визначення методологічних підходів до системної трансформації управління розвитком людських ресурсів потрібно чітко усвідомлювати, що вона являє собою складне переплетіння багатьох підсистем, які знаходяться і діють у межах мінливого, нечітко передбачуваного середовища. Тому, головним у визначенні методологічного підходу до системної трансформації управління розвитком людських ресурсів є визнання того, що ця управлінська система:

- охоплює весь комплекс соціально-трудова відносин, що складається у суспільному виробництві й цілеспрямованого перманентного (безперервного) розвитку людини, у тому числі, за межами її працездатного віку;
- являє собою комплекс (систему) взаємозалежних рішень [2, с.16].

Щодо рівня «дії» управління розвитком людських ресурсів, він, на наш погляд, на практиці та й серед деяких науковців, неправомірно обмежений лише організацією. Необхідно розглядати всі три рівні – макро-, мезо- і мікро. Це перший постулат концепції системного (суцільного) управління розвитком людських ресурсів. У той же час, у сучасних умовах управління розвитком людських ресурсів, також як і управління персоналом повинно припускати всеосяжне охоплення відтворювального процесу людських ресурсів: формування, розподіл, використання й розвиток, усю систему соціально-трудова відносин, а не обмежуватися тільки фазою їх використання. Цей всеосяжний, комплексний підхід до управління також повинен бути характерним для поняття системного (суцільного) управління розвитком людських ресурсів.

Співвідношення управління людськими ресурсами й управління персоналом повинне розглядатися як співвідношення між загальним і часткою, як за рівнем народногосподарської системи, так і за змістом функцій, охопленню відтворювального процесу, об'єкта й суб'єкта управління [3, с. 33].

Вивчення теорії та практики формування концепцій управління людськими ресурсами дозволило виявити, що найбільш сучасні концепції управління людськими ресурсами і управління персоналом (стратегічно-орієнтована, системно-орієнтована) базуються на принципах системного підходу [4-8].

Використання системного підходу визначається низкою передумов, наявність яких є підставою для можливості його використання, а саме: інтеграція наукових знань, зростання міждисциплінарних проблем; комплексність проблем і необхідність їх вивчення в єдності технічних, економічних, соціальних, психологічних, управлінських і інших аспектів; ускладнення розв'язуваних проблем і об'єктів; зростання кількості зв'язків між об'єктами; динамічність мінливих ситуацій; дефіцит ресурсів; глобалізація керованих процесів.

Отже, управління людськими ресурсами (УЛР) повинне розглядатися на різних рівнях узагальнення. По-перше, УЛР – це абстрактне утворення, що існує у вигляді сукупності наукових знань, концепцій, методик, технологій у цій області, що має свою специфічну структуру, механізми функціонування, тенденції й закономірності розвитку.

По-друге, управління людськими ресурсами повинне розглядатися з погляду сукупності соціально-економічних процесів, що об'єктивно протікають, і не тільки у сфері праці. У цьому випадку УЛР являє собою особливу підсистему управління на різних рівнях народногосподарської системи, що відображає окремий специфічний напрямок діяльності. Її функціонування пов'язане з необхідністю формування й включення людських ресурсів у виробничу систему, використання її в процесі праці, наступного відновлення й розвитку. У сукупності ці процеси взаємозалежні й можуть бути розглянуті як система. За цих умов названі процеси можуть бути керованими й некерованими, коли їх розвиток протікає стихійно і суперечливо. Але в кожному разі без них неможливе функціонування економічної системи, тому що вони об'єктивні. На мікрорівні ці процеси здобувають конкретну форму і здійснюються як процеси планування потреби в персоналі, відбору персоналу, адаптації, стимулювання, розвитку персоналу, його розміщення й переміщення в рамках організації та ін.

По-третє, розглядаючи управління людськими ресурсами як систему, необхідно визнати, що це є утворення, що створене суб'єктом для досягнення певних цілей за умов впливу на об'єкт управління –

людські ресурси. При цьому управління людськими ресурсами можна охарактеризувати як систему організаційно-економічних і соціальних заходів щодо створення умов для нормального формування, ефективного використання й розвитку людських ресурсів. Активна роль у системі управління людськими ресурсами належить суб'єктові, від результатів діяльності якого у вирішальному ступені залежать характеристики об'єкта, ефективність його функціонування і ступінь досягнення управлінських цілей.

Управління людськими ресурсами, як система, виконує різноманітні функції, які необхідно відрізнити від функцій її елементів. До функцій системи управління людськими ресурсами на будь-якому рівні народногосподарської системи належать загальні функції управління – прогнозування, планування, організація, координація, контроль.

У сучасних умовах розвиток управління людськими ресурсами і персоналом усе більше орієнтується на теорії людського капіталу Т. Шульцта й Г. Беккера й інтелектуального капіталу, які згідно визнанню багатьох учених будуть переважати в «інформаційному» періоді постіндустріального розвитку суспільства [1, 6, 8, 9, 10].

Дослідження розвитку методологічних підходів і теорій, на яких базується управління людськими ресурсами, дозволило встановити, що відбувається зсув акцентів із твердого регламентованого управління до самоврядування й самоорганізації, з вертикально-ієрархічної організації систем до горизонтальних і далі до саморегульованих. Саме цей «зсув» має бути характерним для трансформації системного (суцільного) управління людськими ресурсами на засадах їх цілеспрямованого перманентного розвитку.

Важлива особливість концепції системного управління людськими ресурсами повинна полягати й у тому, що вона розглядає УЛР як процес стратегічного управління, відповідний до магістрального напрямку соціально-економічного розвитку виробництва і суспільства, загальної стратегії розвитку конкретного підприємства (організації). Зауважимо, що при цьому головним завданням процесу управління людськими ресурсами стає цілеспрямований перманентний розвиток носія цих ресурсів, тобто, людини.

Необхідно зауважити, що стратегічне управління людськими ресурсами на всіх рівнях народногосподарської системи повинне бути заснованим у всебічних, вірних прогнозах, що далеко йдуть, розвитку суспільства в цілому, країни, регіону, суб'єкта, що господарює та їх оточення. Це – управління, яке спирається на розвиток людського потенціалу (людських ресурсів) як на основу соціально-економічного розвитку суспільства та самої людини.

Тому концепція суцільного (системного) управління людськими ресурсами, що пропонується, опираючись на стратегічний підхід щодо їхнього перманентного розвитку, покликана, на нашу думку, переформувати цілеспрямованість діючих систем УЛР – від формування трудових ресурсів країни і забезпечення організації трудовим потенціалом, необхідним для рішення поточних завдань до цілеспрямованого перманентного (безперервного) розвитку людини, у тому числі, за межами її працездатного віку.

Базові основи формування нової парадигми й концепції системної трансформації управління людськими ресурсами мають виходити з того, що сучасне постіндустріальне суспільство, його розвиток, пов'язані із процесами інформатизації громадського життя, інтелектуалізації виробництва, інноваційністю і націленістю на загальну якість розвитку людини.

Структура концепції системної трансформації управління людськими ресурсами в управління розвитком людських ресурсів повинна бути охарактеризована із позиції охоплення рівнів народногосподарської системи, її змісту, цілей, принципів і підходів до реалізації управлінської діяльності. При цьому характерною ознакою принципів, що використовуються є інноваційність, що сполучається з комплексністю, системністю і процесністю, а основний підхід, реалізований при суцільному управлінні розвитком людських ресурсів, – стратегічний.

Структура, що розкриває змістовний аспект системного (суцільного) управління людськими ресурсами, складається з елементів, що відображають великі напрямки управлінського впливу на процеси відтворення людського капіталу. При цьому склад цих напрямків визначається функціями суцільного управління людськими ресурсами, необхідними для реалізації завдань у рамках того або іншого напрямку й загальної його мети.

Будь-який процес перетворення включає, як відомо, насамперед, об'єкт, який необхідно перетворити, суб'єкт, що здійснює ці перетворення, і спосіб, за допомогою якого перетворення здійснюється. Виходячи із цього, можна дати наступне загальне визначення інноваційного процесу – це процес якісного перетворення об'єкта, що динамічно розвивається, активним суб'єктом, що протистоїть існуючим процесам з одного боку, а з іншого – певним способом, що виникає з них, і пов'язаний з ними.

Економічна сутність і значення інноваційних процесів розкривається, реалізується через систему їх функцій.

Згідно із цим головною, загальною, цільовою функцією системного (суцільного) управління розвитком людських ресурсів (СУЛР) як інноваційного процесу є цілеспрямована якісна зміна об'єкта (людських ресурсів) суб'єктом.

Особливі функції характеризують особливості впливу інноваційних процесів у рамках СУЛР на соціально-економічний розвиток суспільства на макро- та мезорівнях.

Одиничний рівень припускає розгляд функцій певного окремого інноваційного процесу СУРЛР на мікрорівні.

Виходячи з того, що будучи інноваційним управлінським процесом, змістовно управління людськими ресурсами включає «ресурсну» і «процесну» складові, можна надати відповідний алгоритм інноваційного процесу системного (суцільного) управління розвитком людських ресурсів.

Пропонується класифікувати в якості «процесної» складової змісту управління розвитком людських ресурсів управління процесами, що пов'язані з формуванням, розподілом, використанням і, особливо, розвитком людських ресурсів. У контексті сучасного тлумачення, визначимо процесну складову управління людськими ресурсами як інноваційне управління процесами відтворення людських ресурсів на засадах цілеспрямованого перманентного розвитку, що забезпечує сталість їх якісного руху (зміни) і ефективність функціонування, необхідних для задоволення, суспільних і особистих потреб.

Процесна складова управління людськими ресурсами являє собою діяльність, пов'язану з управлінням міжсистемними відносинами на різних рівнях народногосподарської системи, що виникають у процесі формування, розподілу, використання і розвитку трудового потенціалу.

На основі викладеного вище пропонується системна розбудова управління розвитком людських ресурсів на макро-, мезо- і мікрорівні народногосподарської системи (рис. 1).

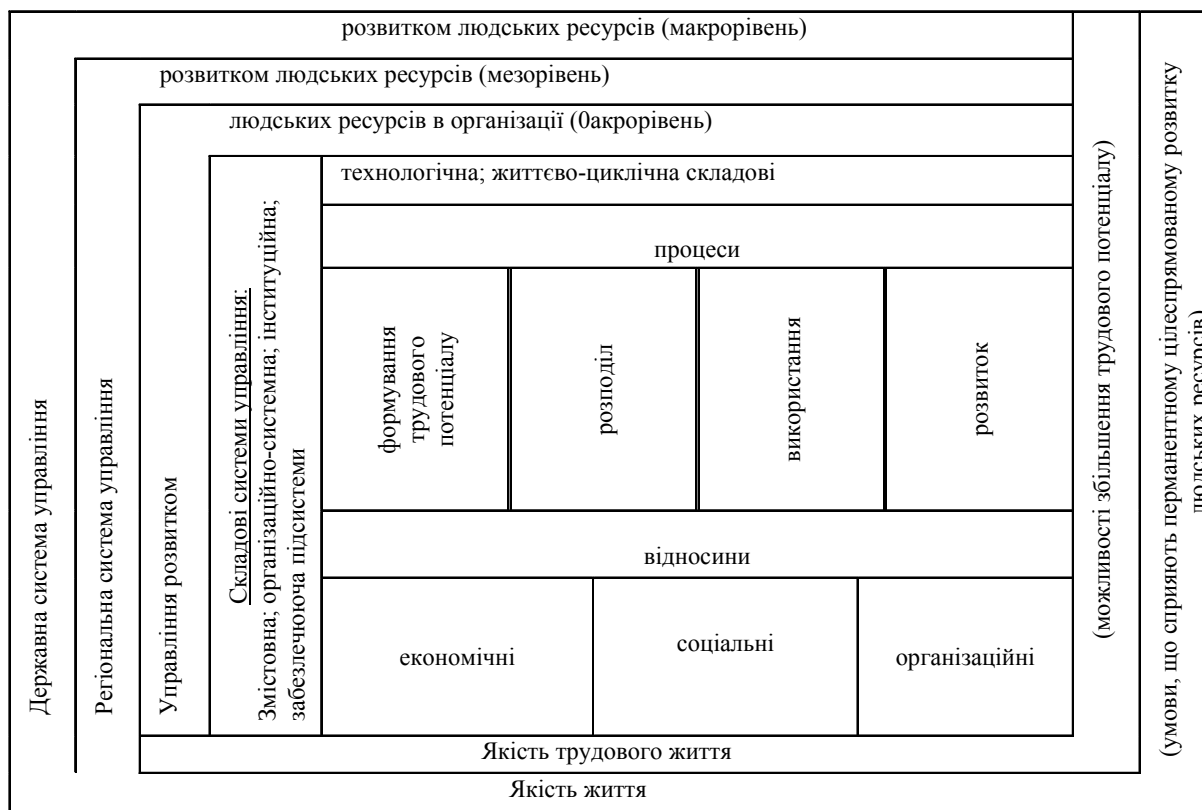


Рис. 1. Загальна схема системного (суцільного) управління розвитком людських ресурсів

Висновки. У результаті вивчення концептуальних основ дослідження проблем розвитку людських ресурсів пропонується використання стратегічних підходів до управління, що уможливило формування сучасної парадигми управління розвитком людських ресурсів, яка базується на комплексному визначенні сутності багаторівневої системи управління людськими ресурсами (на макро-, мезо- та мікрорівнях) і передбачає використання інноваційних методів та інструментів управління розвитком людських ресурсів. У свою чергу, формування концептуальних засад системної трансформації управління розвитком людських ресурсів в Україні надає можливість переведення системи управління людськими ресурсами на якісно новий рівень, що створює передумови для накопичення людського капіталу, людського розвитку та сталого розвитку національної економіки.

Література

1. Доклад ООН о развитии человека 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.un.org/ru/development/hdr/2010/hdr_2010_ch1.pdf.
2. Карташова Л.В. Стратегия управления человеческими ресурсами и оценка его эффективности /

- Л.В. Карташова. – М. : Информ-Знание, 2000. – 288 с.
3. Кокорев И.А. Управление персоналом в рамках концепции человеческого капитала / И.А. Кокорев. – М. : Изд-во Рос. Экон. Акад., 2002. – 265 с.
 4. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс : учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 3-е изд. – М. : Гардарики, 2002. – 266 с.
 5. Евенко Л.И. Эволюция концепций управления человеческими ресурсами / Л.И. Евенко // Стратегия развития персонала. – Н. Новгород, 1996. – 108 с.
 6. Половинко В.С. Управление персоналом: системный подход и его реализация : монография / В.С. Половинко ; под науч. ред. Ю.Г. Одегова. – М.: Информ-Знание, 2002. – 484с.
 7. Семів Л.К. Регіональна політика розвитку людських ресурсів в умовах трансформації економіки України : дис. ...доктора екон. наук : 08.09.01 / Л.К. Семів. – Львів, 2004. – 425 с.
 8. Антонюк В.П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку : [монографія] / В.П. Антонюк. – Донецьк : НАН України, Ін-т економіки пром, 2007. – 348 с.
 9. Bell D. The Third Technological Revolution & Its Possible Socio-Economic Consequences / D. Bell. – Tokyo, 1990. – 347 p.
 10. Schultz T. Investment in Human Capital / T. Schultz // Economic Growth – an American Problem. – Englewood Cliffs, 2004. – P. 126.

References

1. Doklad OON o razvitii cheloveka 2010 [Elektronnyy resurs] [The report of the United Nations on development of the person 2010] [the Electronic resource]. – an access Mode: http://www.un.org/ru/development/hdr/2010/hdr_2010_ch1.pdf.
2. Kartashova L.V. Strategiya upravleniya chelovecheskimi resursami i otsenka ego effektivnosti. [Strategy of management of human resources and an estimation of its efficiency] / L.V.Kartashova. – М. : an inform-knowledge, 2000. - 288 p.
3. Kokorev I.A. Menedzhment personala v ramkakh kontseptsii chelovecheskogo kapitala [Management the personnel within the limits of the concept of the human capital] / I.A.Kokorev. - M: Publishing house of Dews. Экон. Акад., 2002. – 265 p.
4. Vikhanskiy O.S. Menedzhment: chelovek. strategiya. Organizatsiya. Protsess: uchebnik. [Menedzhment: the person, strategy, the organisation, process: the textbook] / O.S.Vihansky, A.I.Naumov. – 3 изд. – М. : Gardarika, 2002. – 266 p.
5. Evenko L.I. Evolyutsiya kontseptsiy upravleniya chelovecheskimi resursami [Evolution of management concepts human resources] / L.I.Evenko//Strategy of development of the personnel. - N.Novgorod, 1996. - 108 p.
6. Polovinko V.S. Upravlenie personalom: sistemnyu podkhod i ego realizatsiua: monogr. [Management of the personnel: the system approach and its realisation: моногр.] / V.S.Polovinko; under red. J.G.Odegova. – М: the Inform-knowledge, 2002. – 484p.
7. Semiv L.K. Regionalna polityka rozvytku ludskikh resursiv v umovakh transformatsiy ekonomiky Ukrainy:dys. ... dok. ekon. nauk: 08.09.01 [The regional policy of development of human resources in conditions трансформац ии economy of Ukraine: dis. ... докт. екон. Sciences] / L.K.Semiv. – Lviv. 2004. – 425 p.
8. Antonyuk V.P. Formuvannya ta vykorystannya ludskogo kapitalu v Ukraini:sotsialno-ekonomichna otsinka ta zabezpechennya rozvytku: monogr. [Formation and use of the human capital in Ukraine: a social and economic estimation and development maintenance: the monogr.] / V.P.Antonjuk; NAN Ukraine, Industrial economy institute. – Donetsk, 2007. – 348 p.
9. Bell D. The Third Technological Revolution & Its Possible Socio-Economic Consequences / D. Bell. – Tokyo, 1990. – 347 p.
10. Schultz T. Investment in Human Capital / T. Schultz // Economic Growth – an American Problem. – Englewood Cliffs, 2004. – P. 126.

Надійшла 13.04.2013; рецензент д. е. н. Кузнецова І. О.

АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОГО ДОСВІДУ СТВОРЕННЯ ТУРИСТСЬКИХ КЛАСТЕРІВ НА ПРИКЛАДІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Стаття присвячена дослідженню особливостей функціонування туристського кластеру в Хмельницькій області як форми посилення конкурентних переваг регіону. Проаналізовано можливості та перспективи створення нових кластерних утворень в туризмі на території області.

Ключові слова: туристський кластер, конкурентоспроможність, Хмельницька область, потенціал туристсько-рекреаційних ресурсів.

THE ANALYSIS OF DOMESTIC EXPERIENCE OF CREATING TOURISM CLUSTERS IN KHMELNITSKY REGION AS EXAMPLE

The article investigates the specifics of the tourism cluster's functioning in Khmelnytsky region as a form of increasing the competitiveness of the region. Tourism is an economic growth engine with particular focus at regional level. As clusters being a competent tool in companies' performance, in regional development and in countries' competitiveness, it is important to analyze its potential in tourism. This research aims to propose a conceptual model to analyze how a tourism cluster encourages its regional competitiveness. The article shows a literature review that allows clarifying a number of concepts related to the clusters, in particular of tourism. Analysis of possibilities and perspectives of creating a new cluster formation in tourism in Khmelnytsky region is made as a conclusion.

Keywords: tourism cluster, competitiveness, Khmelnytsky region, tourism resources potential.

Вступ

Постановка проблеми. Зі становленням світової економічної науки все детальніше вивчаються ринкові механізми усіх галузей матеріального виробництва та сфери послуг. В умовах інтеграції та глобалізації суспільних процесів успішно розвивається ринок туристських послуг із диверсифікованою пропозицією. Численна кількість виробників туристських послуг, специфічність туристсько-рекреаційного потенціалу окремих регіонів світу обумовлює наявність конкуренції. Пошук інноваційних рішень функціонування вітчизняної туристської галузі може підняти рівень розвитку ринку туристських послуг України до рівня лідируючих регіонів світу в цій сфері. Створення туристських кластерів є одним з можливих ефективних рішень становлення конкурентоспроможності нашої держави в галузі туризму. Хмельницька область вже має досвід організації роботи туристського кластеру, аналіз ефективності діяльності якого може слугувати спонуканням до подальшого розвитку аналогічних утворень як в області, так і в інших регіонах країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Велика кількість вчених присвятила свої роботи дослідженню визначальної ролі кластерів для становлення конкурентоспроможності економіки країни та її окремих регіонів [1; 2; 3; 11; 12]. Першим, хто обґрунтував значення кластеризації для економіки країни, є Майкл Портер. Визнаний фахівець в області вивчення економічної конкуренції він ввів поняття економічного кластера, показавши, що конкурентоспроможність компанії багато в чому визначається конкурентоспроможністю її економічного оточення [1]. Найбільш сучасні теорії розвитку конкурентоспроможності на основі кластерів розроблені В. Фельдманом. Вчений стверджував, що комплементарні галузі, які використовують однакову базу наукового знання, мають тенденцію до розташування на мінімальних відстанях один від одного з орієнтацією на науково-дослідні центри, які є основою для створення інновацій [14]. Конкурентоспроможність туристичного кластеру окремого регіону країни обґрунтовували у своїх дослідженнях К. Стівен та Дж. Феррейра [13]. З вітчизняних науковців дослідженнями та розробкою пропозицій щодо створення туристських кластерів займаються такі вчені, як Гоблик В.В. [1], Маркіна І.А. та Черниш І.В. [2], Щоголева І.В. [11]. Проте, поки що немає конкретної методики організації кластерних структур, через що утворення кластерів на різних ієрархічних рівнях - регіональних, локальних – проводяться на основі узагальнених окремих публікацій зарубіжних авторів [7].

Новизна дослідження полягає у аналізі вітчизняної методики визначення ефективності діяльності туристського кластеру, обґрунтуванні значення функціонуючого та перспективи створення нового туристського кластеру в Хмельницькій області як інноваційного методу становлення конкурентоспроможності регіону.

Постановка завдання. На основі викладеного матеріалу можна сформулювати основні завдання статті, якими є визначення поняття туристського кластеру на основі опрацювання вітчизняної наукової літератури, обґрунтування схеми функціонування туристського кластеру, виявлення основних показників

діяльності кластеру «Кам'янець-Подільський».

Виклад основного матеріалу

Туристський кластер – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристських підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристського продукту. До туристських кластерів відносяться групи підприємств, що сконцентровані географічно в межах регіону, які спільно використовують туристські ресурси, спеціалізовану туристську інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [7]. В результаті тісних виробничих, економічних, інформаційних зв'язків, підприємства спроможні розробити туристський продукт високої конкурентоспроможності, який поєднує всю найкращу пропозицію, наявну на території регіонального кластерного утворення. Відповідно до сказаного, створення туристського продукту в кластері має схематичний вигляд, зображений на рис. 1.

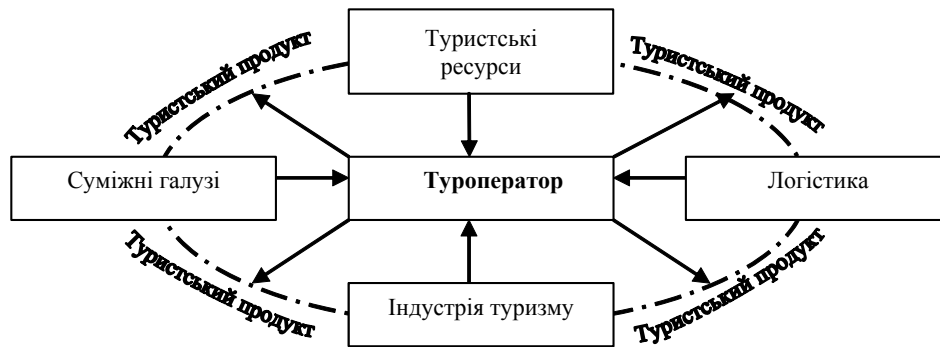


Рис. 1. Схема функціонування регіонального туристського кластеру [1; 7]

Для визначення рівня конкурентоспроможності туристського кластеру необхідно врахувати показники діяльності усіх його компонентів, тобто наявність бази туристсько-рекреаційних ресурсів, кількість закладів індустрії туризму, якість транспортних послуг, надходження від туризму та потужність туристських потоків. Єрмішиною А.В. запропоновано методика, для оцінки кластерного потенціалу регіону, яка проводиться в три етапи [1, с. 47]:

- 1) кількісний аналіз конкурентної стійкості, тобто визначення ринкової позиції галузей регіону;
- 2) аналіз умов конкурентної стійкості – якісний аналіз наявності й складу ресурсної бази, необхідної для забезпечення конкурентоздатності регіону;
- 3) аналіз кластерів.

Хмельницька область є піонером кластерного розвитку на території України. У 1998р. на основі Національного університету «Поділля» у м. Хмельницький сформувалася громадська організація «Поділля Перший» (ПП), яка сприяла створенню першого вітчизняного кластеру [4].

Туристський кластер в м. Кам'янець-Подільський є відомим в Україні центром багатьох туристських маршрутів та центром розвитку сучасного українського туризму. З метою об'єднання зусиль в напрямі розвитку і популяризації туризму в місті створено громадську організацію «Туристичний кластер», яку заснували основні суб'єкти туристської діяльності регіону [5].

Для визначення ринкової позиції туристського кластеру м. Кам'янець-Подільський розглянемо кількість зайнятих в туризмі у місті та Кам'янець-Подільському районі загалом. У рекреаційному господарстві, торгівлі, громадському харчуванні та транспортному комплексі міста Кам'янець-Подільський зайнято 4,32 тис. чоловік що становить 18,2% економічно працюючого населення міста, в Кам'янець-Подільському районі – 1,37 тис, що становить 5,6% населення району [6]. Тобто туристські підприємства кластеру орієнтовані на наукові центри міста, а також на потужну базу туристсько-рекреаційних ресурсів, зосереджених у Кам'янець-Подільському.

Аналіз умов конкурентної стійкості кластеру полягає у визначенні ресурсної бази, на якій він заснований. Важливою складовою туристичного потенціалу Кам'яниччини є історико-культурна спадщина, вона нараховує 134 пам'ятки історії, 9 – археології, 7 пам'ятників монументального мистецтва та пам'ятки архітектури. Найбільш відвідуваними закладами є Стара фортеця та кафедральний костел. Туристські маршрути проходять по місту, району та сусідніх районах інших областей і спрямовані, переважно, на короткотривале екскурсійне відвідування замків і печер [8].

Для аналізу кластеру розглянемо його інституціональну організацію. Туристичну діяльність у місті здійснює 21 суб'єкт підприємництва, 8 підприємств ліцензовані, 4 з них здійснюють туроператорську діяльність [8]. Для порівняння на 2011 рік загалом в області зареєстровано і отримали ліцензію на туристичну діяльність 82 туристських підприємств, з них 9 туроператорів, 24 юридичні особи турагенти, 38 фізичних осіб-турагентів, 11 суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність [10].

У м. Кам'янець-Подільському працює 10 готелів, значна кількість готелів будується. В місті набирає популярності сімейний та молодіжний туризм, автотуризм, що зумовлює необхідність створення (в т.ч.

переобладнання, будівництва) невеликих готелів сімейного типу, придорожніх мотелів на під'їзних шляхах до міста (для авто- і транзитних туристів) та костелів. Регіон має великий потенціал для розвитку "зеленого" туризму, на основі якого функціонують садиби. В Хмельницькій області всього є 3 садиби, що пройшли категоризацію по програмі «Українська гостинна садиба», одна з них знаходиться в Кам'янець-Подільському районі [9]. Надходження прибутків від туризму також відбувається завдяки наявності крамниць сувенірної продукції. Продаж сувенірної продукції здійснюється двома спеціалізованими крамницями, функціонують окремі пункти з продажу сувенірної продукції в музеях та біля окремих пам'яток архітектури, пристосованих для відвідування туристами. Збільшення потоку відвідувачів та обсягів надання додаткових послуг позитивно позначається на доходах державного історичного музею-заповідника від екскурсійної діяльності, які в порівнянні з 1999 роком зросли у багато разів. У 1999 році його доходи становили 27 тис. грн., у 2004 році – 220 тис. грн., у 2011 – близько мільйона [8].

Інституціональна організація Кам'янець-Подільського кластеру має такі ознаки, як структурованість (наявність організації), стійкість (постійний склад учасників), можливість статистичного спостереження [1, с. 54]. Взаємовідносини між учасниками кластеру полягають у спільній розробці туристських маршрутів, тісній співпраці між секторами галузі індустрії туризму. Об'єднання туристських фірм Кам'янець-Подільського спрямовує свої зусилля на проведення реклами туристсько-рекреаційної бази, тобто здійснює спільну маркетингову політику, що популяризує туризм в регіоні та дає змогу отримувати більший прибуток. Позитивною рисою входження до туристського кластеру є можливість використання розробок наукового центру, який створює програми ефективної економічної діяльності підприємств, формує стратегію розвитку туризму в регіоні, координує розбудову туристської інфраструктури, організовує роботи щодо реконструкції туристських пам'яток. Важливою засадою прогресивного розвитку є створення інвестиційно-інноваційного фонду туристсько-рекреаційного Кам'янець-Подільського кластеру. На основі колективних зусиль суб'єктів туристської діяльності у 2012 році створений туристсько-інформаційний центр, розробляються туристсько-інформаційні сайти. Проте, незважаючи на спільну діяльність, у внутрішньому середовищі кластера спостерігається явище конкуренції, яке обумовлює пошук туристськими фірмами найкращих кваліфікованих кадрів, нових технологій, інноваційних рішень. Саме внутрішня конкуренція кластеру стимулює його розвиток та сприяє утвердженню стійких конкурентних позицій при взаємодії із зовнішнім середовищем.

Про активну діяльність Кам'янець-Подільського туристського кластеру свідчить факт участі представників м. Кам'янець-Подільський в 19-ій Міжнародній туристичній виставці «Україна – подорожі та туризм» в м. Київ 27-29 березня 2013 р. Кам'янець-Подільський був єдиним районом Хмельницької області, представленим на виставці.

Кам'янець-Подільський туристський кластер відіграє важливе значення для діяльності окремих підприємств, сукупний прибуток яких в свою чергу покращує економічне становище Хмельницької області шляхом збільшення надходжень від туризму.

Висновки

Туризм в Хмельницькій області може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевого бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави. Основні важелі розвитку туризму на Хмельниччині зосереджені в Кам'янець-Подільському районі, де функціонує туристський кластер. Діяльність Кам'янець-Подільського кластеру спромоглася популяризувати туризм в місті та зайняти стійку конкурентну позицію в туристській галузі України. Кам'янець-Подільський кластер впливає на конкурентоспроможність туристської галузі регіону у трьох напрямках: підвищує продуктивність фірм і галузей, створює можливості для інноваційного та виробничого росту, стимулює і полегшує формування нового бізнесу, що підтримує інновації й розширення кластеру. Завдяки позитивним аспектам синергетичного ефекту зміцнюється регіон у цілому та сектор економіки.

Отже, основною принадою Хмельницької області є історичний комплекс Кам'янця-Подільського, який став основною складовою туристського іміджу регіону. Для урізноманітнення пропозицій, адресованих цільовій групі туристів, що цікавляться пам'ятками історії та культури, й відвідання інших місцевостей (фортець, садів та археологічних пам'яток), область має забезпечити можливість створення інших об'єктів туризму, що дозволить продовжити тривалість перебування туристів у регіоні та збільшити надходження від цього сектору. Основним завданням в рамках цього заходу повинно стати створення кластерів учасників ринку туризму на території всієї області на прикладі діяльності Кам'янець-Подільського туристського кластеру.

Література

1. Гоблик В. В. Кластери в рекреаційно-туристичному комплексі Закарпаття : монографія / Гоблик В. В.. – Ужгород : Ліра, 2009. – 232с.
2. Маркіна І. А. Управління створенням інвестиційної привабливості туристично-рекреаційного

комплексу Полтавської області : монографія / І. А. Маркіна, І. В. Черниш. – Кіровоград : ТОВ «Імпекс-ЛТД», 2010 – 178с.

3. Портер М. Конкуренція / Портер М. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
4. Асоціація «Поділля Перший» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ppngo.org/index.php
5. Комплексна програма розвитку туристичної галузі міста Кам'янець-Подільського на 2005-2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ww.kprayrada.gov.ua/diyalnist/ses-diyalnist.html
6. Населення, розселення, соціально-економічні умови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.tovtry.km.ua/ua/info/proj_org/5.html
7. Писаревський І.М. Кластерні об'єднання як ефективний шлях розвитку туризму в місті (світовий досвід) [Електронний ресурс] / Писаревський І.М. – Режим доступу : http://eprints.kname.edu.ua/20884/1/2010_%D0%BF%D0%B5%D1%87_%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D1%96_%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE.pdf
8. Програма розвитку туризму у Кам'янець-Подільському районі на 2012-2014 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ww.kprayrada.gov.ua/diyalnist/ses-diyalnist.html
9. Сільський зелений туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : greentour.com.ua/ukrainian/catalog
10. Туристична діяльність в Україні у 2011 році: статистичний [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm
11. Щоголева В. І. Створення туристсько-рекреаційного кластера як чинник підвищення туристичної привабливості Кіровоградської області [Електронний ресурс] / Щоголева В. І. – Режим доступу : archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/V_Ditb/2012_16/Schogolev.pdf
12. Bergman E.M., Feser J.E. Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rii.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/chapter2.htm#2.4.3
13. Estevão C. Ferreira J. Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal [Електронний ресурс]. – Режим доступу : mpr.ub.uni-muenchen.de/14853/1/MPRA_paper_14853.pdf
14. Feldman V.P., Audretsch D.B. Innovation in cities: Science-based diversity, specialization and localized competition/ European economic review. – 1999. – №43. – p. 409–429: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [spol.unica.it/didattica/paci/Economia applicata avanzata \(1mod\)/feldman e audretsch.pdf](http://spol.unica.it/didattica/paci/Economia applicata avanzata (1mod)/feldman e audretsch.pdf)

References

1. Goblyk V.V. Klasteri v rekreaciyno-turystychnomu kompleksi Zakarpattia: monografiia. Uzhgorod, Lira, 2009, 232p.
2. Markina I. A. Chernysh I.V. Upravlinnia stvorenniam investyciynoi pryvablyvosti turystychno-rekreaciynogo kompleksu Poltavskoi oblasti: monografiia. Kirovograd, TOV «Impeks-LTD», 2010, 178p.
3. Porter M. Konkurenciya, Moscow, Izdatel'skij dom «Vil'yams», 2005, 608p.
4. Asociaacia «Podillia Pershui» - Web Resource www.ppngo.org/index.php
5. Kompleksna programa rozvytku turystychnoi galuzi mista Kamiancia-Podil'skogo na 2005–2015 roky – Web Resource ww.kprayrada.gov.ua/diyalnist/ses-diyalnist.html
6. Naselennia, rozselennia, socialno-ekonomichni umovy – Web Resource http://www.tovtry.km.ua/ua/info/proj_org/5.html
7. Pysarevskii I. M. Klasteri obiednannia yak efektyvnyi shliakh rozvytku turyzmu v misti (svitovyi dosvid) – Web Resource http://eprints.kname.edu.ua/20884/1/2010_%D0%BF%D0%B5%D1%87_%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D1%96_%D0%BC%D1%96%D1%81%D1%82%D0%BE.pdf
8. Programa rozvytku turyzmu u Kamianec-Podil'skomu rayoni na 2012-2014 roky – Web Resource ww.kprayrada.gov.ua/diyalnist/ses-diyalnist.html
9. Silskii zelenyi turyzm - Web Resource greentour.com.ua/ukrainian/catalog
10. Turystychna diialnist v Ukraini u 2011 roci: statystychnyi biuletyn – Web Resource www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/index.htm
11. Shchogoleva V.I. Stvorennia turystsko-rekreaciynogo klastera yak chynnyk pidvyshchennia turystychnoi pryvablyvosti Kirovogradskoi oblasti – Web Resource archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/V_Ditb/2012_16/Schogolev.pdf
12. Bergman E.M., Feser J.E. Industrial and Regional Clusters: Concepts and Comparative Applications - Web Resource www.rii.wvu.edu/WebBook/Bergman-Feser/chapter2.htm#2.4.3
13. Estevão C. Ferreira J. Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal - Web Resource mpr.ub.uni-muenchen.de/14853/1/MPRA_paper_14853.pdf
14. Feldman V.P., Audretsch D.B. Innovation in cities: Science-based diversity, specialization and localized competition/ European economic review, 1999, №43, p.409-429 – Web Resource [spol.unica.it/didattica/paci/Economia applicata avanzata \(1mod\)/feldman e audretsch.pdf](http://spol.unica.it/didattica/paci/Economia applicata avanzata (1mod)/feldman e audretsch.pdf)

Надійшла 13.04.2013; рецензент: д. г. н. Любіцева О. О.

ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ВІННИЧЧИНИ

В даній статті досліджено основні групи зовнішніх чинників які здійснюють свій вплив на діяльність підприємств легкої промисловості, зокрема на ефективне управління персоналом. Проаналізовано стан та показано проблеми підприємств легкої промисловості Вінниччини, що спричинені дією цих факторів.

Ключові слова: ефективне управління персоналом, зовнішні фактори, легка промисловість.

A. Y. OSIPOVA
Khmel'nitsky National University, Ukraine**THE INFLUENCE OF EXTERNAL FACTORS ON THE EFFICIENCY OF PERSONNEL LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES OF VINNYTSA REGION**

This article describes the major groups of external factors that carry out its influence on enterprises of light industry, including effective management. The importance of this problem, the level of its development by native and western researchers is described. The strategic and socio-economic values of this sphere, its special sensitivity and dependence on external factors is underlined. The state and the problems of Light Industry in Vinnytsa region, caused by the influence of these factors are analyzed. Proved that workers of the studied firms gradually lose skills, particularly in the sphere of product development and marketing activities, companies lose intellectual and human resources and so on. The analysis showed a similar trend of external factors on the effectiveness of human resource management of the industry and the performance of these enterprises in general. It is concluded that light industry of Vinnytsia Region at this stage of its development is very vulnerable to negative external influential facts. The application of the international certification and standardization, networking with design teams and sales channels, modernization of production is proposed as a way to minimize the influence of adverse factors access to foreign large-wholesale customers.

Keywords: effective management, external factors, light industry.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації тільки ті підприємства будуть конкурентоспроможними, які відкриті для розвитку та ефективно використовують новітні методи менеджменту. Тому ефективне управління персоналом стає першочерговим завданням підприємств в сучасних умовах так як є умовою результативності здійснення господарської діяльності. Вибираючи певну стратегію та політику менеджменту персоналу, слід враховувати чинники зовнішнього середовища, які мають значний вплив на ефективність управління персоналом та підприємством в цілому.

Аналіз основних досліджень. Проблема ефективного управління персоналом була предметом досліджень багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів, соціальних психологів, соціологів та практиків-керівників і менеджерів підприємства. Вагомим внеском у розробку наукових основ ефективного управління персоналом стали дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців М.М. Вебера, М. Мескона, И. Ансоффа, І. Б. Плотніченко, Л.С. Кім, О.В. Лиходєдова та інших.

Не вирішені раніше питання. Разом з тим, з науково-практичної точки зору, недостатньо розкрита проблема впливу зовнішніх факторів на ефективне управління персоналом підприємств легкої промисловості Вінниччини.

Мета та завдання статті. Для окреслення нових напрямків розвитку підприємств легкої промисловості Вінниччини в умовах загострення конкурентної боротьби та надмірної чутливості галузі до зовнішніх впливів важливо чітко визначити, дослідити і проаналізувати вплив кожного з цих факторів на процес ефективного управління персоналом цих підприємств, вивчити проблеми підприємств легкої промисловості Вінниччини, що спричинені дією цих факторів. Саме в цьому вбачаємо мету дослідження.

Виклад основного матеріалу. Легка промисловість - найважливіший багатопрофільний та інноваційно привабливий сектор економіки. Враховуючи значну роль легкої промисловості в забезпеченні економічної і стратегічної безпеки, зайнятості працездатного населення і підвищенні його життєвого рівня в нових геополітичних умовах, провідні світові країни приділяють особливу увагу розвитку галузі і надають їй істотну інвестиційну підтримку.

Легка промисловість є однією з основних галузей економіки що формують бюджет в багатьох країнах світу. Частка цієї галузі в загальному обсязі виробництва промислової продукції в розвинених країнах, включаючи Німеччину, Францію, США, складає 6-8%, в Італії-12%. Це дозволяє країнам формувати до 20% бюджету, а також забезпечувати наповнення внутрішнього ринку до 75-85% продукцією власного виробництва. У Радянському Союзі частка легкої промисловості у формуванні бюджету становила близько 25% [3].

Галузь легкої промисловості є однією з найбільш трудомістких, так як виробництво швейної, трикотажної, взуттєвої та іншої продукції галузі не автоматизується в значній мірі, тому вимагає залучення

великої кількості трудових ресурсів. В цьому аспекті особливо велике для галузі значення фактора робочої сили, тобто забезпеченості необхідними трудовими ресурсами.

Для легкої промисловості характерна менш виражена порівняно з іншими галузями територіальна спеціалізація, бо практично в кожній області є ті чи інші її підприємства. Характер територіальної організації легкої промисловості обумовлений, перш за все, впливом споживчого та сировинного чинників. Територіально легка промисловість поєднується з важкою індустрією. І це вигідно з точки зору раціонального використання трудових ресурсів, оскільки у виробництві предметів споживання жінки зайняті в більшій мірі, ніж чоловіки.

Соціально-економічна роль легкої промисловості як в цілому по країні, так і в регіональному аспекті дуже велика. З одного боку, її підприємства відрізняються високою трудомісткістю, з іншого - забезпечують не тільки фізіологічні, але і естетичні потреби людей. В умовах орієнтації економіки країни на соціальні потреби населення, саме даній галузі належить провідна роль у підвищенні рівня життя населення за рахунок його забезпечення непродовольчими товарами високої якості. Наявність легкої промисловості посилює комплексність розвитку економічних районів.

Ефективне управління персоналом підприємств легкої промисловості Вінниччини можна визначити як діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства. До того ж ефективність іноді розуміється у вузькому значенні - як отримання максимального прибутку. Однак дедалі частіше ефективність розглядається не тільки в економічному значенні - як якість, продуктивність, нововведення, прибуток, а і в більш широкому контексті й пов'язується з такими поняттями, психологічного характеру, як задоволеність співробітників своєю працею, бажання до самореалізації та саморозвитку працівників, просування по «службовим сходам» в межах підприємства тощо [5].

Однією з визначальних ознак підприємств легкої промисловості Вінниччини є їх зв'язок із зовнішнім середовищем. Кожне підприємство легкої промисловості Вінниччини є відкритою системою, перебуває в постійній взаємодії із зовнішнім середовищем маючи з ним зворотній зв'язок. Тому для ефективного функціонування та управління персоналом підприємства галузі повинні вивчати зміни в оточуючому середовищі, аналізувати їх і відповідно реагувати.

До основних факторів зовнішнього середовища, які прямо чи опосередковано впливають на успішне та ефективне управління персоналом підприємств легкої промисловості Вінниччини належать наступні (рис. 1):

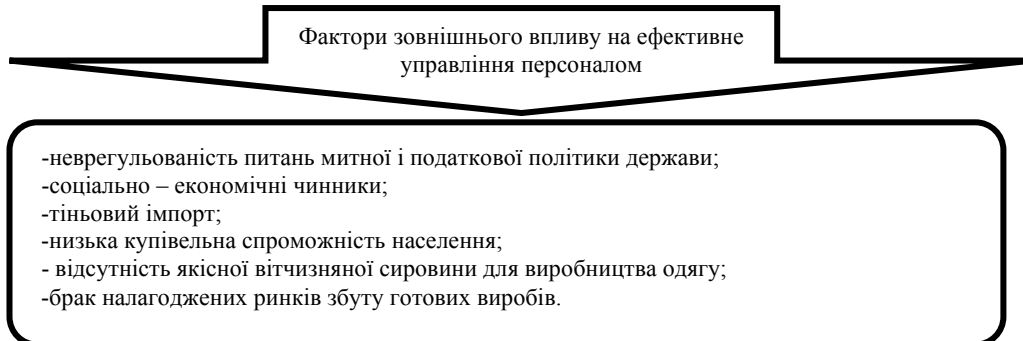


Рис. 1. Основні зовнішні фактори, що впливають на ефективне управління персоналом підприємств легкої промисловості Вінницької області (розроблено автором на основі досліджень І.Б. Плотніченко [6])

Аналізуючи підприємства легкої промисловості Вінниччини яких налічується згідно з статистичними даними близько 39, простежується схожа тенденція впливу зовнішніх факторів на ефективність управління їх персоналом [8]. Для ефективного управління трудовими ресурсами на даних підприємствах необхідно враховувати специфічний вплив кожного з цих факторів.

Політика менеджменту персоналу має враховувати такий фактор зовнішнього впливу, як чинне трудове законодавство, який може як сприяти так і ускладнювати процес ефективного управління персоналом. Сюди відноситься необхідність безумовного виконання передбачених Конституцією прав і обов'язків громадян у сфері праці, дотримання роботодавцями та кожним працівником положень законів про працю, типових правил внутрішнього трудового розпорядку та інших документів, які регулюють соціально-трудові відносини. Тому політика управління персоналом певною мірою залежить від ступеня жорсткості або гнучкості національного трудового законодавства стосовно окремих процедур технології менеджменту персоналу. Зокрема, це стосується найму, оцінювання, оплати праці та звільнення персоналу.

На ефективність управління персоналом також впливає наявність державної підтримки галузі. З метою сприяння розвитку внутрішнього ринку товарів легкої промисловості та зменшення податкового тягаря для промислових підприємств Податковим кодексом України передбачено тимчасове, строком на 10

років, починаючи з 1 січня 2011 року, звільнення від оподаткування прибутку, отриманого від основної діяльності підприємств легкої промисловості, крім підприємств, які виробляють продукцію на давальницькій сировині [1]. Це, безумовно, покращить умови господарювання підприємств в цілому і позитивно відобразиться на ефективності використання їх персоналу.

Підприємства легкої промисловості мають характерну особливість – значну частку ручної праці у процесі виробництва, та неможливість повної її автоматизації. Тому галузь трудомістка, це в свою чергу об'єктивно зменшує продуктивність праці, робить працю на підприємствах галузі менш привабливою. До цього ж оплата праці в середньому по галузі низька. Сьогодні кадровики в легкій промисловості України отримують в середньому 1600-1700 гривень [7]. А в області цей показник ще нижче і складає біля 1500 гривень. Тому ситуація в легкій промисловості України і області сьогодні посилюється гострим дефіцитом професійних кадрів.

Ще однією із причин, які стримують розвиток трудового потенціалу підприємств легкої промисловості Вінниччини, є демографічна криза. Відбувається зрушення демографічної бази відтворення трудового потенціалу через низький рівень народжуваності, високий рівень смертності, трудову еміграцію працездатного населення, скорочення тривалості життя, погіршення вікової структури, що приводить до щорічного зниження рівня трудового потенціалу та скорочення трудових ресурсів. Важливого значення набуває також врахування ситуації на ринку праці, в межах якого потрібно аналізувати наявність конкуренції між претендентами на вакантні робочі місця, джерел комплектування робочої сили, її професійний та кваліфікаційний склад тощо. На даний момент існує тенденція до скорочення бажаних зайняти посаду на підприємствах даного спрямування. Молоді спеціалісти тяжіють до набуття більш престижних професій та не зацікавлені в суто робочих спеціальностях. Основною робочою силою залишаються жінки передпенсійного віку. Тобто на даному етапі, перед підприємствами лежить основна задача – утримати наявні трудові ресурси та забезпечити їх роботою [4].

Система вищої освіти, в результаті постійних імітаційних реформ, посиленої комерціалізації та відсутності системи прогнозування потреби у фахівцях різних галузей економіки, не забезпечує відповідної кількості кадрів необхідним суспільним потребам. На теренах Вінницької області підготовкою фахівців для легкої промисловості займається лише один навчальний заклад державної форми власності та декілька установ які здійснюють підготовку фахівців за рахунок приватних коштів у вигляді так званих курсів.

Впродовж 2011 р., незважаючи на нестачу робочих кадрів, легка промисловість змогла збільшити об'єми виробництва більш, ніж на 3,6 млрд. гривень, країна отримала біля 109% виробництва [7]. Але вже за підсумками січня-серпня 2012 року через зменшення замовлень на виготовлення продукції на давальницьких умовах на підприємствах легкої промисловості зменшено обсяги виробництва на 18,5% [3]. Таким чином потужності підприємств недовантажені, зменшується кількість відпрацьованих людино-годин, а в деяких випадках підприємства змушені скорочувати працівників, що негативно відображається на мікрокліматі в організаціях. Персонал втрачає в зарплаті тому, що працюють, по суті, тоді коли є замовлення, а під час вимушених відпусток люди втрачають кваліфікацію.

Ємність українського ринку становить на сьогодні близько \$ 10 млрд. При цьому легальна продукція на цьому ринку, за статистикою Української асоціації підприємств легкої промисловості, займає частку всього в 18%, залишаючи в тіні понад \$ 8 млрд.. На ринку легкої промисловості в тіні крутиться 64 млрд. гривень. Причиною такого співвідношення між легальною і нелегальною продукцією є фактична відсутність контролю за ввезені в Україну товари. Частка імпорту товарів в Україні постійно зростає і за даними Асоціації вже перевищила в три рази обсяги вітчизняного виробництва. Тому наступним важливим фактором, що здійснює вплив на ефективне управління персоналом є присутність на ринку легкої промисловості Вінницької області нелегального імпорту. Сьогодні проведені дослідження вказують на те, що основними галузевими проблемами на ринку одягу області є збільшення продукції сумнівної якості – «тіньовий» імпорт значно перевищує офіційний. До того ж застосовують різні способи зменшення (уникання) офіційних митних платежів: заниження митної вартості; «чорний» імпорт; «човниковий» імпорт; заниження задекларованих обсягів ввезених товарів. Таким чином, підприємства легкої промисловості не можуть конкурувати за ціновими показниками з імпортними товарами. За різними підрахунками з цієї причини галузь втратила понад 30 тис. робочих місць.

У результаті низької купівельної спроможності населення український ринок заповнив «секонд-хенд» та фальсифікована продукція. Основними постачальниками продукції швейної промисловості на український ринок залишаються Китай, Італія і Німеччина. Як результат виробничі потужності підприємств легкої промисловості використовуються приблизно від 15 до 60%, при цьому частка вітчизняних товарів за окремими їх групами на українському ринку становить лише від 4 до 47%. Зауважимо, що заповнення внутрішнього ринку імпортною продукцією різних цінових і якісних категорій, орієнтація вітчизняного споживача на іноземну продукцію, відсутність сировини, потрібної для виробництва одягу, а відповідно нерівні конкурентні умови спонукали більшість українських виробників одягу орієнтуватися на західні ринки, застосовуючи давальницьку схему виробництва. Упродовж 2012 р. основними партнерами в операціях з давальницькою сировиною були країни Європи – Німеччина, Данія, Польща, Бельгія, Італія.

З одного боку, схеми роботи з давальницькою сировиною дозволяють підприємству здійснювати

діяльність, вирішувати проблеми з поставками сировини та збуту продукції. З іншого вироблена за давальницькими схемами продукція оплачується за мінімальними цінами, а вітчизняні підприємства не отримують вигоди від експорту цієї продукції, їх персонал поступово втрачає кваліфікацію, зокрема в сферах розробки нової продукції і збутової діяльності. При роботі з давальницькою сировиною вітчизняні підприємства фактично втрачають свій інтелектуальний кадровий потенціал, хоча і отримують можливість частково відновити основні фонди, зокрема обладнання.

Використання толінгових схем – одна з основних галузевих особливостей діяльності швейних підприємств України. За даними статуправління, лівова частина діючих швейних фабрик співпрацюють з іноземними компаніями за давальницькою схемою з різною глибиною її використання. Вінницькі підприємства не є винятком - вони мають найбільшу серед інших галузей залежність від даного виду сировини. Її частка по окремих асортиментних груп досягає 90-100%. За умови, що кожне друге підприємство легкої промисловості працює на давальницькій сировині, незмінно низькою залишається частка цього виду виробництва в структурі реалізованої продукції області. Як і в 2011 році, не досягає одного відсотка. Всього за 2012 р. швейними підприємствами області реалізовано продукції на 113,2 млн. грн. З сировини замовника вироблено більшість товарів легкої промисловості. Це, зокрема, одяг чоловічий та хлопчачий: пальто, півпальто, сорочки (100,0%), піджаки, блейзери (99,8%), брюки, бриджі (99,7%), костюми (99,6%), товари для жінок і дівчат: пальто, півпальто, спідниці, жакети, блейзери, піджаки, джемperi (100,0%), блузки, туніки, батники (99,9%), брюки, бриджі (99,1%), сукні та сарафани (97,3%) [8]. Але в результаті фінансової кризи 2008-2009 рр. замовники, які не впевнені в майбутньому, не тільки не укладають договори на виробництво одягу, а і скасовують навіть контракти, які вже були оформлені. А це в свою чергу призводить до недостатньої забезпеченості роботою працівників, зниження їх кваліфікації.

Конкуренція в середині галузі та на зовнішньому ринку залишається незмінним фактором впливу на ефективність управління трудовими ресурсами. Така ситуація у легкій промисловості здебільшого пов'язана з комплексними проблемами галузі, основними з яких є: як уже зазначалось, велика частка імпортованих товарів, що ввозяться за демпінговими цінами та контрабандно; висока собівартість вітчизняних товарів легкої промисловості; неможливість отримання довгострокових кредитів для значної частини виробників товарів легкої промисловості; відсутність виробництва спеціалізованого обладнання для виготовлення товарів легкої промисловості та запасних частин до нього; залежність текстильної промисловості від імпортованої сировини; складність процедури митного оформлення; низька заробітна плата працівників галузі, різке зменшення кількості молодих кадрів тощо.

Висновки. Отже, більшість підприємств галузі виживають за рахунок давальницької сировини, інші використовують давальницьку схему поряд з плановим виробництвом для додаткового завантаження виробничих потужностей та більш ефективного управління наявними трудовими ресурсами.

Для вінницьких товаровиробників найбільш доцільним та ефективним є оптимальне поєднання давальницьких схем у виробничому процесі із максимальним використанням переваг, які забезпечує кожна з них. Для вітчизняних підприємств застосування даного виду співробітництва, поряд з можливістю нарощення обсягів виробництва та завантажування потужностей, має й інші позитивні риси, серед яких запозичення передового досвіду іноземних замовників, використання новітніх розробок для подальшого власного виробництва. Але спрямування виробництва лише на виконання замовлень за даними угодами призводить до втрати самостійності підприємств у прийнятті стратегічно важливих управлінських рішень, гальмує розвиток підприємств та регіональних торгових марок, призводить до використання персоналу лише як робочої сили, тобто гальмує його ефективне використання та розвиток.

Тому, одним із заходів зростання місцевого швейного виробництва та підвищення ефективності управління персоналом вважаємо збільшення випуску продукції відповідної якості та асортименту для внутрішнього ринку, організацію власного планового виробництва. Це дозволить в повній мірі зосередитись на збереженні наявних трудових ресурсів, підвищенні їх кваліфікації і як результат більш ефективному управлінні персоналом.

Таким чином, легка промисловість, яка є однією з провідних галузей промисловості України, приймає участь в конкурентній боротьбі, пов'язаній з процесами світової глобалізації та інтеграції. Тому перед підприємствами галузі стоїть завдання ефективного управління своїми трудовими ресурсами, як головною конкурентною перевагою. Участь підприємств галузі Вінницької області у глобальному конкурентному світовому ринку є одним із факторів, які суттєво впливають на економіку держави.

На жаль, підприємства легкої промисловості Вінниччини сьогодні є досить вразливими та не завжди можуть протистояти негативним впливовим зовнішнім факторам. Як шлях мінімізації впливу несприятливих чинників можливо розглядати вихід на іноземних крупно-гуртових замовників, застосування норм міжнародної сертифікації і стандартизації, налагодження зв'язків з дизайнерськими групами та з каналами збуту, модернізація виробництва.

Література

1. Податковий кодекс України (Розділ XX Підрозділ 3. Особливості справляння податку на прибуток. Пункт 17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>

2. Брыкин А.В. Состояние отраслей науки в легкой промышленности / А.В. Брыкин, А.В. Атртемов // Рос. хим. ж. (Ж. Рос. хим. об-ва им. Д.И. Менделеева). – 2007. – Т. LI. – № 3. – С. 64–70.
3. Вперше за роки незалежності України Вінницька область позиціонує друге місце за індексом промислового виробництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.vin.gov.ua/web/vinoda.nsf/web_alldocs/DocYNK5D
4. Ганза І.В. Теоретико - методичні аспекти впливу управління персоналом на ефективність системи управління підприємством / І.В. Ганза // Міжнародний збірник наукових праць. – 2011. – Вип. 1 (19). – С. 98–103.
5. Кім Л.С. Стратегічний підхід до управління персоналом підприємства / Л.С. Кім // Наукові праці МАУП. – 2010. – Вип. 1(24). – С. 155–162.
6. Плотніченко І. Б. Сучасний стан та перспективи розвитку швейної промисловості України / І. Б. Плотніченко // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: спеціальний випуск Інституту підприємництва та перспективних технологій. – 2012. – № 739. – С. 109–114.
7. Плач легкой промышленности: объемы растут, кадры уходят: [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://finance.obozrevatel.com/economy/plach-legkoj-promyishlennosti-ukrainiyi-obemyi-rastut-kadryi-uhodyat.htm>
8. Головне управління статистики у Вінницькій області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.vn.ukrstat.gov.ua

References

1. Tax Code of Ukraine “Peculiarities of the collection of income tax” <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. A.V. Brykin “State of the branches of science in the light industry”, Russian Che. Jour., no 3, 2007 pp. 64-70.
3. Vinnyts'ka oblasna derzhavna administratsiia (Vinnytsia Regional State Administration) Available at: http://www.vin.gov.ua/web/vinoda.nsf/web_alldocs/DocYNK5D
4. I.V. Ganza “Theoretical and methodological aspects of the influence of HRM effectiveness of management”, International Collection of scientific works, Issue 1 (19), 2011 pp. 98–103.
5. L. Kim “Strategic Approach to HR”, Proceedings of IAPM, Issue 1 (24), 2010 pp 155–162.
6. I. B. Plotnichenko “Current state and prospects of development of the sewing industry in Ukraine”, Management and Entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and development problems: a special issue of the Institute of Business and Advanced Technologies, no 739, 2012 pp. 109–114.
7. Obozrevatel' (Columnist) Available at: <http://finance.obozrevatel.com/economy/plach-legkoj-promyishlennosti-ukrainiyi-obemyi-rastut-kadryi-uhodyat.htm>
8. “Department of Statistics in Vinnitsa region”. www.vn.ukrstat.gov.ua.

Надійшла 14.04.2013; рецензент д. е. н. Ткачук О. М.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ІДЕНТИФІКАЦІЇ КЛАСТЕРНИХ УТВОРЕНЬ В СФЕРІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

В статті обґрунтовано положення, що запуск кластерного механізму забезпечення ефективності сфери охорони здоров'я як складової загальнодержавної економічної і, особливо, соціальної політики на інноваційній основі вимагає серйозного науково обґрунтованого підходу в частині ідентифікації потенціалу і параметрів конкретних кластерів для реалізації методичного інструментарію організаційного й інституційного проектування. Для розробки концепції реалізації кластерних ініціатив необхідно визначити необхідні передумови, серед яких визначення та ідентифікація повного технологічного ланцюга формування та надання медичних послуг в конкретних сферах медичного обслуговування. Стратегічним орієнтиром для оцінки ефективності локалізації кластера повинна стати переважаюча частка вартості вітчизняних комплектуючих у виробництві продукції кластера у співвідношенні із часткою вартості імпортованих комплектуючих у вартості кінцевої продукції.

Ключові слова: кластерні утворення соціального спрямування, інноваційний фактор, сфера охорони здоров'я, методичні підходи, ідентифікація, стратегічний розвиток.

S. V. PALYTSIA

Organization "Institute for Economics and Forecasting, Ukrainian National Academy of Sciences"

METHODOLOGICAL APPROACHES TO IDENTIFICATION OF CLUSTER FORMATIONS IN THE FIELD OF HEALTH CARE OF UKRAINE

The article substantiates the idea that starting a cluster mechanism of providing effectiveness of health care, as a constituent part of a national economic and, especially, social policy, based on innovation, requires a serious scientifically grounded approach to identification of the potential and parameters of specific clusters, for the realization of methodological tools of organizational and institutional planning. The development of a concept of cluster initiative realization requires identification of the necessary conditions which, among others, include determining and identifying a complete technological chain of creating and providing medical services in specific fields of health care. A strategic factor of evaluating the effectiveness of cluster localization should become the prevailing share of the price of domestic components in the manufacture of cluster products, in correlation with the share of the price of imported components in the price of the final product.

Keywords: social cluster formations, innovation factor, field of health care, methodological approaches, identification, strategic development.

Вступ. Проблеми впровадження кластерної концепції в систему управління національною економікою постійно перебувають в центрі уваги українських вчених, практиків та органів державної влади. Однак й до цього часу відсутні організаційно-інституційні механізми реалізації кластерних ініціатив господарюючих суб'єктів як на галузевому, так і регіональному рівні.

Враховуючи складний стан розвитку сфери охорони здоров'я в Україні, успішна кластеризація в галузі медицини, фармацевтики та інших споріднених галузях за умови розробки та реалізації відповідних методологічних положень та економічних інструментів здатна реалізувати повний життєвий цикл управління інноваціями (включаючи комерціалізацію й масове виробництво інноваційних продуктів). Зокрема, зарубіжний досвід показує, що у великих федеративних державах (США, Китай, Індія) кластеризація розвивається в рамках певних адміністративно-територіальних одиниць (штатів), використовуючи їхній інноваційний потенціал, насамперед у вигляді провідних університетів національного або світового значення та існуючих на їхній базі технопарків, науково-освітніх центрів, впроваджувальних фірм.

Питання еволюційного розвитку кластерів, їхньої структурної побудови, механізмів формування і державної підтримки розглядали зарубіжні економісти: М. Портер, М. Тодаро, Г. Дж. Болт, П. Дойл, П. Друкер, Ф. Котлер, Г. Лайс, Ж.-Ж. Ламбен, Е. Тоффлер, Дж. Еванс та інші. Суттєвий внесок в методологію формування інноваційних кластерів нового технологічного укладу можна знайти в роботах російських авторів (Азоев Г., Малафеев А., Жилинський Є. та ін.). Серед українських учених в даній царині наукових досліджень працюють В. Геєць, М. Войнаренко, В. Захарченко, М. Меркулов, С. Соколенко та ін. Проте невирішеними залишаються питання щодо виявлення можливостей та встановлення особливостей формування кластерів в галузі медицини з врахуванням глобальних викликів, пріоритетних технологій та перспектив формування індустрії здоров'я в Україні.

Детальне ознайомлення з проблематикою зазначеного напрямку, дозволяє сформулювати наступну постановку проблемного завдання: запуск кластерного механізму забезпечення ефективності сфери охорони здоров'я як складової загальнодержавної економічної і, особливо, соціальної політики на інноваційній основі вимагає серйозного науково обґрунтованого підходу в частині ідентифікації потенціалу і параметрів конкретних кластерів для реалізації методичного інструментарію організаційного й інституційного проектування.

Виклад основного матеріалу. Дослідження показують, що ключовим моментом формування кластерів соціального спрямування, якими вважаються кластери в сфері охорони здоров'я, є не просто територіально-географічне зближення, об'єднання виробництв декількох різних галузей, між якими можлива синергія і взаємно функціональні відносини (по типу постачальник-споживач, розробка суміжних рішень і т. ін.), а постановка та розв'язання завдання в частині виявлення та доведення низки принципово нових лабораторних технологій, дія яких заснована на нових фізичних принципах і ефектах, до нових систем діяльності і практики. На основі нових систем, що сформувалися, діяльності і практики можлива модернізація технологічної бази сфери охорони здоров'я України.

У цьому контексті важливо правильно визначитись з типом і змістом кластерної політики, серед варіантів якої можна розглядати наступні: 1) угоди щодо зміцнення взаємовідносин, особливо між промисловістю, дослідницькими установами (організації академічної, галузевої та університетської науки) і урядовими агентствами, як наприклад регіональні агентства з розвитку або агентства технологій, інновацій та інформатизації; 2) опора на інноваційні чи наукові центри, сфокусовані на співпраці в галузі R&D між компаніями, що діють в сфері охорони здоров'я, чи між компаніями та дослідницькими організаціями; 3) концентрація на заохочувальній співпраці серед компаній, без акцентування уваги на тому, чи ця співпраця має місце у взаємозв'язках між науково-дослідними інститутами чи здійснюється горизонтально між конкурентами, або вертикально уздовж ланцюга цінностей.

Звідси, важливо виявити та обґрунтувати наступні передумови формування кластерів в сфері охорони здоров'я:

- визначення та ідентифікація повного технологічного ланцюга формування та надання медичних послуг в конкретних сферах медичного обслуговування;
- оцінка наявності наукових кадрів та кадрів з інженерно-технічних працівників, що одержують освіту всередині країни й спроможні стати основою науково-технологічного потенціалу при реалізації кластерних ініціатив;
- визначення видів та обсягу фундаментальних науково-дослідних розробок (НДР) в сфері медичних, фармацевтичних, біологічних, хімічних та інших галузей наук, що здійснюються в Україні та отримали міжнародне визнання;
- оцінити результативність прикладних НДР в сфері охорони здоров'я, що впроваджуються компаніями всередині країни, знижуючи витрати й/або підвищуючи споживчі властивості продукції;
- оцінка законодавчих та нормативних документів, на основі яких державна влада формує передумови для здійснення стратегії науково-технологічного розвитку медицини та охорони здоров'я із прискореною адаптацією технологій через існування власної наукової бази;
- визначення національних компаній та оцінка їхніх потенційних можливостей, що входять до складу світових галузевих олігополістичних угруповань у сфері медицини та фармацевтики; визначення ступеня участі разом з фірмами з розвинених країн у спільному прийнятті рішень з таких питань обмежувальної ділової практики, як узгодження цін, розподіл ринків, боротьба з аутсайдерами, створення й підтримка антиконкурентних стандартів та інше.

У загальному вигляді методологію дослідження кластерів можна представити у такий спосіб: 1) виявлення і типологізація складу учасників кластера; 2) кількісний аналіз кластера; 3) виявлення структури і взаємозв'язків учасників кластера; 4) аналіз конкурентного середовища й інноваційної складової кластера. Дослідження показують, що найбільш поширеними є п'ять основних аналітичних підходів, що відносяться до міжгалузевих методів ідентифікації кластерів: експертна оцінка; аналіз коефіцієнтів локалізації; аналіз матриць міжгалузевих балансу (продуктовий обмін); аналіз матриць міжгалузевих балансу (інноваційний обмін); мережевий аналіз. В свою чергу, інструментарій, що використовується цими підходами, започатковується на методах: 1) головних компонент і факторного аналізу; 2) багатомірного статистичного кластерного аналізу; 3) теорії графів. Останнім часом все частіше використовують показники бенчмаркінгу для оцінки кластеру, зокрема: *ключові показники*: кількість компаній у кластері; сукупний грошовий обіг компаній у кластері; сукупна кількість працівників у компаніях в кластері; *кваліфікація*: кількість організованих заходів за ініціативою кластеру; кількість учасників у цих заходах; *спільні проекти*: кількість спільних проектів у кластері, кількість компаній, що приймають участь у цих спільних проектах; леверидж кластеру (грант порівняно до вкладених коштів)

Найбільш розповсюдженим у методичному плані є кластерний аналіз, що проявляється як різновид економічного аналізу, проте з одного боку, він не повинен фокусуватися на системних проблемах макроекономічного рівня, де взаємозв'язок між змінами в економіці в цілому й діяльністю окремих бізнесів не завжди зрозуміла. З іншого боку, кластерний аналіз не спрямований на вивчення окремих компаній. Компанії не розглядаються як окремі одиниці, взаємодіючі з недиференційованим економічним оточенням, вони розглядаються в контексті їхніх ринків постачальників і споживачів як складова виробничого (технологічного) ланцюжка вартості, що не обмежується однією галуззю.

З методичної точки зору важливим є вибір кількісних показників і параметрів, необхідних для здійснення статистичного й економічного аналізу, зокрема, таких як стандартні класифікації видів економічної діяльності, показники економічної агломерації й транзакційних потоків. Зазначене вимагає

використання традиційних методів аналізу економічного розвитку і регіональних досліджень, таких як географічна концентрація зайнятості й виробництва, коефіцієнти локалізації (для порівняння даного рівня спеціалізації із середнім по країні), міжгалузевий аналіз (для оцінки локальних потоків виробництва й споживання). Окрім того, за умови формування кластера в сфері охорони здоров'я обов'язково необхідні форсайт-дослідження із застосуванням методики технологічного прогнозування і послідовної розробки технологічних дорожніх карт. Можливим також вбачається й інший підхід, характерний для різних бізнес-шкіл, коли розбудова, наприклад, регіональних кластерних моделей започатковується на порівняльних конкурентних перевагах на глобальних ринках, що обумовлені такими факторами, як рівень конкурентоспроможності, характер підприємницьких угод, спеціалізована інфраструктура, розвинутий локальний споживчий попит. Останнім часом особлива увага приділяється проблемі кластерного аналізу, тобто «розробці й апробації критеріїв, за якими можна виявити наявність кластерів підприємств в економічному середовищі і методам визначення параметрів кластерів» [1].

Для реалізації представлених напрямків необхідно сформувати мережеві галузеві моделі ключових компетенцій підприємств, що володіють конкурентними перевагами у порівнянні із закордонними виробниками. Основою формування таких моделей може стати система ідентифікації ключових компетенцій підприємств, що дозволить, з одного боку, визначити порівняльні конкурентні переваги компаній з іншими виробниками, а з іншого боку, створити нову якість на основі об'єднання ключових компетенцій конкурентоспроможних компаній [2].

Організацію виробництва продукції на території країн, де планується реалізація інноваційно орієнтованої продукції, у міжнародній практиці прийнято називати локалізацією. На даний момент у кластерно-мережевих моделях українського ринку медичної та фармацевтичної промисловості превалюють іноземні підприємства, які поставляють деталі й комплектуючі для виробництва продукції. Одним із пріоритетних напрямків розвитку інноваційно орієнтованих промислових кластерів є поглиблення локалізації виробництва шляхом залучення вітчизняних виробників, у тому числі суб'єктів приватного підприємництва, малого й середнього бізнесу. Стратегічним орієнтиром для оцінки ефективності локалізації кластера повинна стати переважаюча частка вартості вітчизняних комплектуючих у виробництві продукції кластера у співвідношенні із часткою вартості імпортних комплектуючих у вартості кінцевої продукції. Звідси, ефективність локалізації кластера буде визначатися за формулою:

$$K_{л.к} = \frac{C_{np} - C_{и.к}}{C_{np}} > 0,5,$$

де $K_{л.к}$ – коефіцієнт локалізації кластера;

C_{np} – ціна кінцевої продукції кластера;

$C_{и.к}$ – ціна імпортних комплектуючих для виробництва продукції кластера.

Розглянемо фактори, на яких може започатковуватися модель кластера у сфері охорони здоров'я:

- у моделі враховується продукція підприємств, пов'язаних одне з одним, як виробничими зв'язками, так і спільністю сировини, технологій, взаємозамінності персоналу та ін.;
- при встановленні набору підприємств враховуються як існуючі конкурентоспроможні виробництва, так і потенційні учасники кластера;
- передбачається використання різних типів зв'язків між підприємствами кластера, включаючи, відносини постачальник – покупець, конкурент – конкурент, постачальник – потенційний покупець;
- виявляються лідери кластера – підприємства, що володіють високою конкурентоспроможністю, підприємства, що володіють потенціалом підвищення конкурентоспроможності, і неконкурентоспроможні компанії;
- ключовим положенням при встановленні учасників кластера є наявність потенційної конкурентоспроможності й здатність працювати за принципами самоорганізації і синергії.

Стосовно української дійсності в рамках розбудови регіональної інноваційної системи, в якій кластери індустрії здоров'я повинні посідати одне із провідних місць, доцільно спрямувати необхідні зусилля державних і регіональних структур на розв'язання наступного комплексу проблем, що ускладнюють, перш за все, трансфер вітчизняних технологій: 1) відсутність інфраструктури, що забезпечує функціональний набір послуг із трансферу високотехнологічної продукції; 2) відсутність інформаційного середовища для потенційних учасників, інвесторів і споживачів інноваційних проектів; 3) нестача кваліфікованих інноваційних менеджерів; 4) складність із виходом і завоюванням ринків; 5) відсутність стратегічних партнерів.

Для вирішення проблем та підвищення ефективності виконання технологічних робіт і заходів, що виконуються організаціями, у частині скорочення строків виконання завдань, підвищення їх якості необхідним вбачається введення в практику механізму колективного використання спеціального й технологічно дорогого устаткування, що передбачає створення спеціалізованих галузевих центрів трансферу, у тому числі, при організації виробництва нових виробів на незавантажених виробничих потужностях підприємств і організацій регіону. Зокрема, необхідно розвивати наявні або сформувати нові

послуги для майбутніх партнерів стосовно організації виробництва нових виробів на незавантажених виробничих потужностях підприємств і організацій ОПК, розташованих на території відповідних регіонів: експертиза технологічних пропозицій і запитів у сфері наукомістких технологій; інформаційно-аналітичні послуги; послуги з питань трансферу технологій; технологічний аудит; аудит і інвентаризація інтелектуальної власності; технологічний маркетинг; освітні послуги.

Однак для запуску процесу формування кластерів у сфері охорони здоров'я необхідний відповідний імпульс, який спрямує учасників науково-виробничої діяльності на реалізацію єдиної інноваційної стратегії. Під єдиною інноваційною стратегією в контексті представлених вище цілей застосування кластерного підходу слід розуміти комплекс заходів, що забезпечують досягнення стійких конкурентних переваг і зростання масштабів виробництва затребуваної ринком продукції медичного призначення для забезпечення ефективності розвитку індустрії здоров'я в Україні і, таким чином, поліпшення якості життя населення. На розробку такої стратегії будуть спрямовані наші подальші дослідження.

Висновки. Формування системи кластерів для розвитку індустрії здоров'я в Україні варто розглядати не лише як спосіб активізації малого і середнього бізнесу, а як найважливіший елемент загальної економічної політики держави, що дозволяє консолідувати сильні сторони великого, середнього і малого бізнесу, наукових та освітніх установ і некомерційних організацій, для того щоб використовувати отриманий у результаті синергетичний ефект для посилення міжнародних позицій національних компаній у медичній та фармацевтичній галузях, що мають вирішальне значення для конкурентоспроможності національної економіки. Виявлення і моніторинг ситуації щодо можливостей формування та розвитку кластерів в сфері охорони здоров'я, у тому числі, й на регіональному рівні повинні здійснюватися на основі спеціально розробленого методичного інструментарію, що передбачає виявлення структури кластера, територіальної локалізації його окремих ланок, перспектив розвитку кластера на зовнішньому ринку, оцінку впливу кластера на територію і соціальну сферу та ін.

Література

1. Владимиров Ю.Л. Кластеры высокотехнологичных предприятий – инновации как ключевая активность / Ю.Л. Владимиров // Пределы государственного регулирования отраслевых рынков: Сборник материалов конференции. – М. : Парад, 2005. – С. 18.
2. Уварова А.Я. Создание региональных глобально конкурентных кластеров нового типа в рамках перспективных технологических платформ / А.Я. Уварова // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 6 (285). – С. 7–14.

References

1. Vladimirov Yu.L. Klasteriy vyisokotekhnologichnyih predpriyatiy – innovatsii kak klyuchevaya aktivnost / Yu.L. Vladimirov // Predelyi gosudarstvennogo regulirovaniya otraslevyih ryinkov: Sbornik materialov konferentsii. – M. : Parad, 2005. – S. 18.
2. Uvarova A.Ya. Sozdanie regionalnyih globalno konkurentnyih klasterov novogo tipa v ramkah perspektivnyih tehnologicheskikh platform / A.Ya. Uvarova // Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika. – 2013. – N. 6 (285). – S. 7–14.

Надійшла 14.04.2013; рецензент: д. е. н. Федулова Л. І.

ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТРАНСФОРМАЦИОННОГО ПЕРИОДА ПЕРЕХОДА К ЭКОНОМИКЕ ЗНАНИЙ

Предложена система защиты субъектов предпринимательской деятельности от рисков путем управления составляющими факторами эндогенной компоненты производственной деятельности и нивелирования деструктивных факторов экзогенного характера за счет гармонизации экономических интересов субъектов внешнего окружения.

Ключевые слова: эффективное развитие производства, стратегии, трансформационный период перехода к экономике знаний.

Y. V. PANCHENKO

Kherson national technical university

THE REGULARITIES AND FEATURES OF DEVELOPMENT OF THE TRANSFORMATIONAL PERIOD OF TRANSITION TO ECONOMY OF KNOWLEDGE

Proposed system of protection of the subjects of entrepreneurial activities from risk by management of the components of the endogenous components of the production activities and neutralization of destructive factors exogenous nature due to the harmonization of economic interests of subjects of external environment. Conceptual principles of management and development of transformation period of passing are resulted to the economy of knowledge's. Thus, conceptual principles of creation of mechanism of strategic management effective development of enterprises in a transformation period of passing to the economy of knowledge's show up in character of investing, forming of technological structure, perfection of the system of prognostication, technical monitoring, concentration of resources. Conception of strategic management reflects the clear keeping of enterprises, presented in the system of principles and aims of functioning and variants of harmonization of co-operations of subjects and management objects, character of mutual relations between the elements of economic and organizational structure, forms of adaptation to the changing terms of external environment.

Keywords: effective development of production, strategies, transformation period of passing to the economy of knowledge's.

Введение. На данном этапе развития промышленности, перед Украиной возникает проблема активизации высокотехнологических направлений развития, вызванных как специфическим состоянием экономики, так и рядом ресурсных ограничений, вытекающих из требований к перспективной динамике экономического развития. Ограниченность финансовых ресурсов, устаревшая технологическая база, энерго- и материалоемкие технологии производства с одной стороны, необходимость соответствовать требованиям современного экономического окружения, а так же изменчивость характера производства и увеличения конкуренции на рынках – с другой, сопутствуют созданию новых, нетрадиционных систем экономического развития.

Анализ публикаций по проблеме эффективного развития производства [1-8] показывает, что эффективность управленческой деятельности определяется усиливающейся ролью интеллекта и компетенций, которые персонифицированы в личности. Результативная составляющая определяется такими составляющими процесса управления как генерация знаний и идей, ресурсное обеспечения и организационное управление инновационной деятельностью, которые взаимодействуют между собой. Система показателей инновационно-активных предприятий создает формализованную базу для обоснования и принятия управленческих решений, отображающих стратегические направления деятельности предприятия, и мотивирует персонал к активной работе.

Целью работы является гармонизация факторов эндогенной компоненты производственной деятельности и нивелирование деструктивных факторов экзогенного характера.

Изложение основного материала. Спрос на высококачественную продукцию не может быть реализован без широкого доступа к результатам научных исследований, который характеризуется двумя компонентами – информационной и финансовой. Затруднения в формализации, неопределенность в оценке состояния объекта, вызванная воздействием на него различных факторов, нарушения в системе управления, динамичность изменений внешней среды приводят к возникновению различных непредвиденных ситуаций. Неопределенность является отличительной особенностью моделирования задач управления и фактором риска при принятии управленческих решений, поэтому ее необходимо учитывать для более адекватного отражения действительности. Принятие решений по стратегическому управлению производственными объектами в условиях неопределенности требует преобразования информации состояния в информацию управления.

Стратегия устойчивого экономического развития предприятий заключается в создании организационно-экономических условий для эффективного внедрения и развития передовых достижений

техники и технологий за счет повышения инновационной активности производства и внедрения высокотехнологических направлений развития.

Наблюдается устойчивая тенденция сокращения количества предприятий, осуществляющих инновационную деятельность. Падение инновационной деятельности не коррелирует с динамикой инвестиционных процессов. Это характеризует слабую инновационную направленность инвестиций и является индикатором физически и морально изношенного оборудования и связанную с этим низкую производительность и невозможность повышения качества и конкурентоспособности продукции.

Алгоритм методического обеспечения инновационной деятельности должен включать:

- диагностику текущего состояния и приоритетных направлений развития производства;
- анализ возможных трансформационных изменений процессов, вызванных инновациями;
- выбор форм и моделей инновационного развития производства;
- определение и оценку эффективности инновационной деятельности;
- расчет финансовых средств и потребностей в инвестициях для осуществления инновационной деятельности и их окупаемости;
- мониторинг рынка инновационной продукции;
- определение маркетинговых стратегий сбыта продукции.

Особенностями развития трансформационного периода перехода к экономике знаний является разработка стратегий интеграции, под которыми следует понимать стремление предприятий-партнеров к реализации возможностей роста путем создания производственных объединений и придания им средств для достижения целей, поставленных в рамках стратегического планирования. С этих позиций возможные стратегии роста могут подразделяться на внутренние эндогенные компоненты производственной деятельности и внешние экзогенные компоненты развития, которые могут быть как конструктивными, так и деструктивными.

Изучение закономерностей и особенностей развития трансформационного периода перехода к экономике знаний показывает, что внутренний рост может быть реализован путем освоения новых высококачественных продуктов, пользующихся у потребителей повышенным спросом. Рост за счет влияния внешних факторов экзогенной природы может быть обусловлен и реализован путем объединения производств. Привлекательным моментом при этом является приобретение необходимых компетенций, которых нет у предприятия, но которые необходимо развивать. С юридической точки зрения процесс слияния приводит к образованию нового предприятия и ликвидации одного из них за счет продажи его другому. Покупка конкурентоспособных преимуществ обходится дорого и как правило требует большого объема капитала и зачастую превышает его реальную стратегическую стоимость для покупателя.

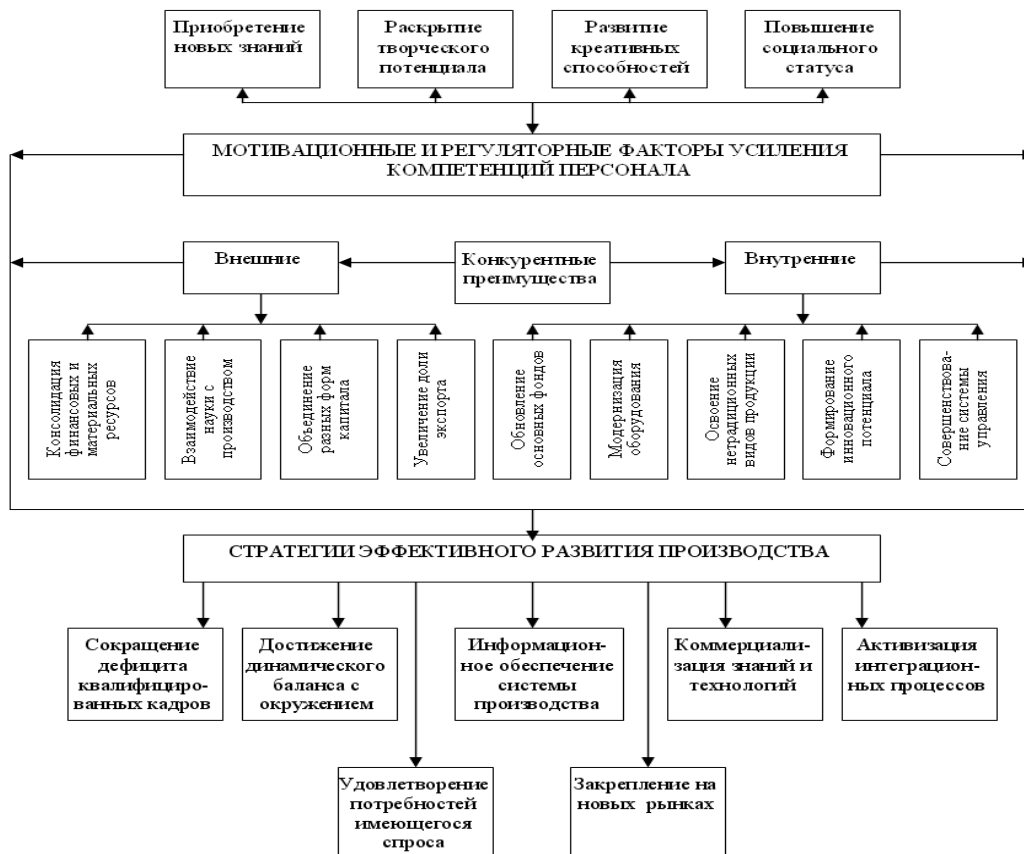


Рис. 1. Концептуальные принципы управления и развития трансформационного периода перехода к экономике знаний

Внешние факторы являются нерегулируемыми, так как они обусловлены причинами, не связанными непосредственно с самим процессом промышленного производства, и если для прогнозирования развития производства на практике в основном используются регрессионные модели отдельных производственных факторов, то для прогнозирования поведения внешней среды на базе причинно-следственных связей должны быть учтены нелинейные функции экзогенных переменных (концептуальные принципы управления и развития трансформационного периода перехода к экономике знаний представлены на рис. 1).

Основной компонентой организационного этапа механизма стратегического управления является формирование структуры управления. Проблема выбора централизованного и децентрализованного управления многогранна и сложна. Централизованное управление оправдывает себя в случае концентрации большей части капитала в одних руках, на предприятиях, где труд можно легко формализовать и нормировать в массовых и серийных производствах. Децентрализованное управление оправдывает себя при приватизации и разгосударствлении предприятий, в случае экономических кризисов и спадов производства.

Выводы. Концептуальные принципы создания механизма стратегического управления эффективным развитием предприятий в трансформационный период перехода к экономике знаний проявляются в характере инвестирования, формировании технологической структуры, совершенствовании системы прогнозирования, техническом мониторинге, концентрации ресурсов.

Концепция стратегического управления отражает четкое позиционирование предприятий, представленное в системе принципов и целей функционирования и вариантов гармонизации взаимодействий субъектов и объектов управления, характере взаимоотношений между элементами хозяйственной и организационной структуры, форм адаптации к изменяющимся условиям внешней среды.

Литература

1. Гесць В. Характер перехідних процесів до економіки знань / В. Гесць // Економіка України. – 2004. – № 5. – С. 4-13.
2. Чухно А. Нова економічна політика: Теоретико-методологічні засади / А. Чухно // Економіка України. – 2005. – №6. – С. 4-10.
3. Чухно А. Актуальні проблеми стратегії економічного і соціального розвитку на сучасному етапі / А. Чухно // Економіка України. – 2004. – № 4. – С. 15-23.
4. Управління персоналом промислових виробництв: мотиваційні впливи / [В.Н. Парсяк, В.Я. Тацура, О.В. Погорелова, та ін.]. – Миколаїв : Вид-во Торубари О.С., 2011. – 240 с.
5. Амоша О.І. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення : монографія / О.І. Амоша, В.П. Антонюк, А.І. Землянкін та ін. // Ін-т економіки промисловості НАН України. – Донецьк, 2007. – 328 с.
6. Федулова Л. Технологічна готовність політики України до нових викликів в умовах відсутності технологічної політики / Л. Федулова // Економіка України. – 2010. – № 9. – С. 12-26.
7. Higgins J.M. Organizational Policy and strategic Management: Text and Cases, 2nd ed. / J.M. Higgins. – Chicago: The Dryden Press, 1983. – 513 p.
8. Fisher B. Globalization and Competitiveness of Regional Blocks. – B. Fisher // Inter economics. – 2001. – v. 38, №4. – P. 166-178.

References

1. Heiets V. Kharakter perekhidnykh protsesiv do ekonomiky znan, Ekonomika Ukrainy, 2004, No. 5, pp. 4-13.
2. Chukhno A. Nova ekonomichna polityka: Teoretyko-metodolohichni zasady, Ekonomika Ukrainy, 2005, No 6, pp. 4-10.
3. Chukhno A. Aktualni problemy stratehii ekonomichnoho i sotsialnoho rozvytku na suchasnomu etapi, Ekonomika Ukrainy, 2004, No 4, pp. 15-23.
4. Upravlinnia personalom promyslovykh vyrobnytstv: motyvatsiini vplyvy. Ed. By V.N. Parsiak, V.Ya. Tatsura, O.V. Pohorielova, N.M. Ryshniak, I.S. Tytova. Mykolaiv, Vydavnytstvo Torubary O.S., 2011, 240 p.
5. Amosha O.I., Antoniuk V.P., Zemliankin A.I. ta in. Aktyvizatsiia innovatsiinoi diialnosti: orhanizatsiino-pravove ta sotsialno-ekonomichne zabezpechennia: monohrafiia. Donetsk, In-t ekonomiky promyslovosti NAN Ukrainy, 2007, 328 p.
6. Fedulova L. Tekhnolohichna hotovnist polityky Ukrainy do novykh vyklykiv v umovakh vidsutnosti tekhnolohichnoi polityky, Ekonomika Ukrainy, 2010, No 9, pp. 12-26.
7. Higgins J.M. Organizational Policy and strategic Management: Text and Cases, 2nd ed. / J.M. Higgins. – Chicago: The Dryden Press, 1983. – 513 p.
8. Fisher B. Globalization and Competitiveness of Regional Blocks. – B. Fisher // Inter economics. – 2001. – v. 38, №4. – P. 166-178.

Надійшла 20.04.2013; рецензент: д. е. н. Шарко М. В.

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ЯКОСТІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

На підставі результатів аналізу дуальності товару, визначено економічний зміст якості, наслідки її покращення, у тому числі щодо такого специфічного товару як освітні послуги.

Ключові слова: товар, споживча вартість, вартість, цінність товару, якість, освітні послуги.

K. V. PARSYAK

National University of shipbuilding named after admiral Makarov

ECONOMIC CONTENT OF EDUCATIONAL SERVICES QUALITY

People's environment, in a considerable degree, includes goods which, according to the intension of their producers, must meet the buyer's requirements. In spite of all the variety, any goods have both value and use value. As is generally known, use value is a base of quality. It is a conclusive proof that success of a producer in the market depends on continuous increase of goods quality. In that case not only business is advantageous but society and a state as whole too. The same situation is in the market of educational services. Buying these services a consumer invests in his own future: his profession, career growth and material welfare. In this context it's important to form system of quality management in higher educational institutions, which have analogy with the same system, presented themselves in a good light, in the enterprises of a real section of economy, including Ukrainian ones. In spite of the fact, that this problem has been in the focus of attention of experts who are interested in the topic and is a subject of creative discussion, some issues are urgent. That is why the author of article presents her standpoint on the essence of the educational services quality in the light of corresponding standards. On the bases of the analysis results of goods duality, economic content of quality, consequences of it's improvement including such specific goods as educational services were determined.

Keywords: goods, consumer value, value, goods value, quality, educational services.

Вступ

Хочемо ми цього чи ні, світ навколо нас швидко змінюється. Разом з ним змінюється наше ставлення до метаморфоз, які відбуваються, та ми самі. Ще не так давно, звичайні «жигулі» виглядали предметом розкоші, а сьогодні пересічний споживач не намандрюється автосалонами у пошуках «залізного коня», який здатен задовольнити його уподобання. Пам'ятаємо часи, коли профспілкова «база відпочинку», на березі сільського ставка здавалася першокласним курортом. Нині ж Шарм-аль-Шейх, чи Коста Брава – бачені й кортить нових вражень та відчуттів. Було, що диплом столичного вищого навчального закладу сприймався як ознака вишуканості. Нова ж генерація абітурієнтів усе частіше вивчає пропозиції закордонних університетів.

Говоримо нібито про речі, які порівняти складно, але, якщо уважно проаналізувати мотиви їхніх споживачів, стає зрозумілим: усі вони прагнуть стати власником якісного товару. Суспільство споживання, створене зусиллями маркетологів, поступається місцем суспільству, якому не достатньо різноманіття та доступної ціни. Якість перетворюється у тотальну спокусу, оскільки заощаджує кошти (у довготривалій перспективі), забезпечує справжній комфорт, зберігає здоров'я, створює можливості насолоджуватися життям. Якщо погодитися з тим, що ця гіпотеза має право на існування, виникає природне бажання з'ясувати економічну природу якості (з акцентом на освітні послуги). У цьому, власне, полягає мета статті.

Основний розділ

Фундаментальною категорією, яка складає методологічну базу для осмислення багатьох важливих політ- та конкретноекономічних проблем, є товар. У цьому, певні, не має нічого дивного, оскільки вона – логічний попередник низки загальних понять, що складають квінтесенцію сучасного буття: грошей, капіталу, інвестицій, найманої праці, заробітної плати, мотивації персоналу, маркетингу, доходу, прибутку, податків, бюджету тощо. Різноманітні джерела містять чисельні пропозиції щодо визначення товару. Так, за Котлером Ф., він – «усе, що може задовольнити нестаток або потребу і пропонується ринкові з метою залучення уваги, придбання, використання або споживання» [1, с. 284]. Чинне багатство дефініцій узагальнено у наступний спосіб: товар – продукт праці, який має, по-перше, властивості задовольняти певні потреби та, по-друге, здатний обмінюватись на інші блага в пропорціях, узгоджених зацікавленими сторонами (зазвичай, покупцем та продавцем) [наприклад, 2, с. 121, 668]. Дехто додає ще одну – відносну рідкість. Прихильники цієї думки [3, с. 35 та інші] переконують: якби усі блага не були відносно рідкісними, їх отримували б безкоштовно або за дуже невисоку ціну. Як, скажімо, ультрафіолетове випромінювання сонця – соларій задарма. Чи не з цих причин так багато в літку «червоношкірих» відпочивальників на вітчизняних чорноморських курортах?

Якщо абстрагуватися від конкретних економічних форм продуктів праці, стає очевидним: маєтність особи, підприємства, країни, складається, зокрема, із нагромадженої кількості споживних вартостей. Вона ж становить основу якості. Життя (а сучасне – особливо переконливо) доводить, що споживна вартість речей

обумовлена прогресом науки і техніки. Він розкриває все нові властивості та способи використання природних і штучних матеріалів. Через це світ споживних вартостей урізноманітнюється (чи йдеться про предмети особистого споживання, чи про засоби виробництва). Присутні вони і у сфері надання послуг. У тому числі, – освітніх. Характерна інновація – запрошення до навчання у віртуальних ВНЗ за технологією "e-learning".

Очевидною формою прояву вартості є мінова вартість – кількісне співвідношення, в якому одні споживні вартості обмінюються на інші за результатами домовленостей зацікавлених сторін. Воно постійно змінюється залежно від особливостей ринкового сегменту й часу, коли зустрічаються покупець з продавцем. Приклад: діапазон, у якому коливається середня річна вартість навчання студентів. Так, у 2012 р. набуття фаху за спеціальністю «Міжнародна економіка» к Київському національному університету імені Тараса Шевченка обходилося у 23 тис. грн., а Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова пропонував «Технологічну освіту» за 6,5 тис. грн. Інколи з подібних причин з'являється викривлене уявлення про відсутність ендогенного усталеного фундаменту мінової вартості. Однак, у реальності, хоч би як відрізнялись мінові вартості одного й того самого товару (у нашому випадку – освітньої послуги), вони завжди містять у собі те, що їх інтегрує. Йдеться про вартість, яка відбивається у їхньому міновому співвідношенні на ринку.

З наведених міркувань випливає лише одна аксіома: кількісні характеристики праці, вкладеної у створення товару, знаходять відображення у розмірах його вартості. Якщо це насправді так, то маємо визнати: перебуваючи на посаді (робочому місці), найманий працівник, впродовж дії укладеного контракту створює вартість товару і, одночасно, – споживну вартість. Це твердження безапеляційно засвідчує дуальну природу праці: з одного боку, вона є витратою людської робочої сили взагалі, (чи то читання лекцій у студентській аудиторії, чи виготовлення тістечок, яким ласують відвідувачі університетського кафе); з іншого, – виготовляє все те, що задовольняє нестачі й потреби людей. Частина з них, якщо говоримо про вищу освіту, прагне набути фах економіста, інші бачать себе майбутніми кораблебудівниками, юристами або філологами. Очевидно, обидві властивості товару – споживна вартість і вартість – тісно сполучені й, більш того, впливають одна на іншу. Ця взаємопов'язаність знаходить вияв у ще одній ознаці товару – її цінності. Вона визначається, з одного боку, суспільно необхідними витратами на виробництво товару (об'єктивна складова), а з іншого – індивідуальним сприйняттям кожним покупцем споживної вартості, запропонованої йому продавцем (суб'єктивна складова).

До середини ХХ-го сторіччя вважалося, що для успіху виробнику достатньо, аби продукції було багато, на усі смаки, легко доступної. Згодом навіть у СРСР – країні, де панували адміністративно-командні методи управління економікою – зрозуміли: якість понад усе! З цього часу з'являються відповідні організаційно-інженерні рішення: Саратовська система бездефектного виготовлення продукції – «БІП» (1955 р.), Горьківська «КАНАРСПИ – Качество, Надёжность, Ресурс С Первого Изделия» (1958 р.); Ярославська система «Научной организации работ по повышению моторесурса двигателей – НОРМ» (1964 р.), Львівська «Система бездефектного труда – СБТ» (1967 р.) та «Комплексная система управления качеством продукции на базе стандартизации – КС УКП» (1975 р.).

За цим вектором рухалася і та частина світу, яка незмінно будувала економіку на ринкових засадах. Тут почався розвиток системних, комплексних принципів контролю за якістю (Total Quality Control). На їх підґрунті вибудувалася концепція, за якою боротьба за якість – завдання не лише менеджменту, але усіх співробітників організації, що прагне довготривалого успіху серед споживачів. На перетині сторіч продекларували підходи до вирішення проблеми – Universal Quality Management. З'явилися відповідні стандарти, узагальнені International Organization for Standardization. «Визначальною умовою довготривалого завоювання ринків збуту, – підкреслював Пітерс Т.Дж., – не говорячи вже про доходи від продажів, акціонерний капітал та інвестиції, є більш висока відносна якість з урахуванням запитів споживачів, а не більш низькі ціни» [4, с. 17]. Спостереження підтверджують це твердження: 80 % покупців приймають рішення придбати товар після вивчення властивостей продукції, їхньої відповідності потребам. Шістдесят-сімдесят років тому їхня частка не перебільшувала і 30 %. У виграші й національне господарство, оскільки підвищується експортний потенціал країни, дохідна частина бюджетів усіх рівнів, авторитет держави у світовому співтоваристві (а ми ж прагнемо опинитися хоча б у його першій двадцятці). Зростання якості впливає й на темпи впровадження нововведень корпораціями, зростання рентабельності їх виробництва, в тому числі через заощадження ресурсів, які використовуються. Діалектика, про яку йдеться відбита на рисунку 1.

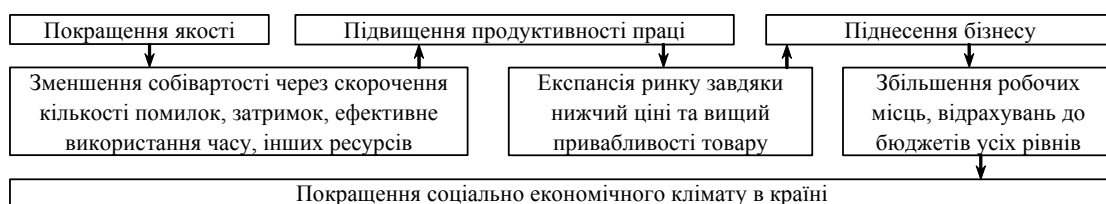


Рис. 1. Наслідки покращення якості [5]

Очевидно, що за своїми результатами покращення якості навряд чи має аналоги. Головний з них, як на нас, полягає у тому, що фундаментальні зміни відбуваються у світогляді людей, їхньому ставленні до життя, започаткованої власної справи, виконуваної роботи. Поступово вони не лише прагнуть створювати найкраще, але й починають робити це в найефективніший спосіб. Блискучий приклад – Німеччина. Її частка на світовому ринку високотехнологічних товарів складає більше 14 %. За цим показником вона поступається лише США та Японії. Обсяги ж продажів техніки високої якості – найбільші (біля 17 %). В країні безупинно виконуються дослідження та розробки. Серед великих підприємств їх всіяко заохочують більше 70 %, серед середніх – біля 50 % і, нарешті, серед малих – трохи менше 20 % [6, с. 9-14]. Зовсім інакше, вимушені з прикрістю констатувати, виглядає наша країна. Аби переконатися у цьому достатньо переглянути звіти Державної служби статистики щодо інноваційної активності промислових підприємств за останні роки.

У цьому контексті виникає цілком природним питання щодо ролі вищої освіти у прискоренні або, навпаки, гальмуванні (як це не парадоксально виглядає) економічного зростання тих чи інших країн. Чи не мають окреслені вище розбіжності своїми витокami саме погіршення якісних параметрів діяльності вітчизняних ВНЗ? У пошуках відповіді на них звернемо увагу на результати дослідження, проведеного Світовим банком: у країнах з перехідним типом економіки, 16 % економічного піднесення забезпечують матеріальні чинники; 10 % – наявні природні ресурси, а 64 % – залучені до реформ людські ресурси. Більш того, на 2/5 процес економічного зростання зумовлений підвищенням освітнього рівня громадян [7, с. 21]. Підтвердження цьому висновку знаходимо й у заяві президента компанії «Ейвон»: «Ми витратили біля 300 тис. дол. на підготовку кадрів та підвищення якості й продуктивності праці і саме завдяки цьому заощадили в цілому більш ніж 10 млн. дол.» [4, с. 21]. Мимоволі пригадується східна мудрість: поганий хазяїн вирощує бур'яни, ощадливий – рис, а далекоглядний – робітника. Якщо так, то треба оптимістично наголосити: резерви позитивних трансформацій далеко не вичерпані, оскільки за результатами останнього перепису населення, [30, с. 4], тільки 12,9 % українців мають вищу освіту, в той час як у Європі, за даними статистичного відомства ЄС, таких майже 40 %.

У друкованих та електронних джерелах інформації знаходимо чисельні роздуми, погляди та пропозиції щодо формування якості. Так, скажімо, Новицький Н.І., Олексюк В.М., Кривенко А.В., Пушовський Є.В. цілком справедливо, як на нас, підкреслюють її зв'язок із споживчою вартістю: «Якість продукції як економічна категорія і об'єкт економічної науки тісно пов'язана з категорією споживної вартості, що виявляється лише в процесі використання товару» [8, с. 76]. Іванілов О.С. наголошує на тому, що «якість – це суспільна оцінка, що характеризує ступінь задоволення потреб у конкретних умовах споживання тієї сукупності властивостей, які явно виражені або потенційно закладені в товар» [9]. Ідея виглядає слушною, якщо додати, що оцінка якості відбувається ще й на особистісному рівні кожного окремого споживача. За таких обставин отримуємо, особливо щодо освітніх послуг, системне визначення рівнів, на яких відбувається формування відповідних вимог, норм, запитів: суспільство, потенційний роботодавець, особа, що навчається.

Аналітичний огляд цих та багатьох інших міркувань засвідчує, що переважна більшість з них тією чи іншою мірою співвідноситься з дефініцією, яку містить Державний стандарт України «Системи управління якістю. Основні положення та словник». Якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги (ДСТУ ISO 9000-2001) [10]. Спираючись на текст цього ключового документу, придивимось до етимології наведеного визначення, аби зрозуміти природу поняття, що перебуває у підґрунті нашого дослідження. Отже, «власний» (на відміну від «наданий у тимчасове використання» або «запозичений») означає присутність у товарі чогось як відносно постійної характеристики. У свою чергу, характеристика (фізична, органолептична, етична, часова, ергономічна, фізіологічна, функціональна) – відмітна властивість.

«Вимоги» – це сформульовані потреби або очікування, зрозумілі чи обов'язкові для зацікавлених сторін. Для позначення конкретного типу вимоги вживають означальні слова: вимога щодо продукту (лекції, семінару, кейсу), вимога щодо управління якістю (модульного та підсумкового контролю знань), вимога замовника (через участь у формуванні варіативної частини індивідуального навчального плану), вимога органу ліцензування та акредитації (освітньо-кваліфікаційна характеристика тощо). Виглядає природним, що за панування товарно-грошових відносин більшість із згаданих суб'єктів проявляє свою зацікавленість головним чином в одному місці – на ринку та у виключний спосіб – купуючи виріб або послугу. Тож якість і ринок є поняттями невід'ємними. Навіть коли йдеться про послуги вищих навчальних закладів, хоча декому й до тепер це здається дивним і навіть неймовірним – небезпечна ілюзія, як на нас.

З повсякдення відомо, що термін «якість» вживають з такими прикметниками, як погана, посередня, добра або відмінна. Це означає ієрархічність у розміщенні споживчих вартостей за їхньою здатністю вдовольняти ті чи інші потреби. Задоволення замовника – це сприйняття ним ступеня виконання вимог або очікуваних сподівань. Рекламациї (претензії, нарікання) – особливо, якщо вони продекларовані у певний спосіб – навпаки, несуть у собі свідчення низького рівня задоволеності. Опрацьовуючи ofertу для майбутніх студентів, продуцент має визначитися із рівнем якості, який підтримуватиме позиції освітніх послуг на цільовому сегменті. Не менш важливо оцінити зусилля, які він здатен докласти аби його

досягнути та поновлювати у подальшому. А те, що без них не обійтися, переконливо доводить досвід найуспішніших у боротьбі за тривалу прихильність споживача. Високі міжнародні рейтинги – не приємні подарунки долі, але результат наполегливої наукової та навчальної роботи. За цих умов якість стає тотожною здатності товару виконувати притаманні йому функції. Вона абсолютна та невід’ємна від свого носія.

Використання у визначенні якості поняття «ступінь» наголошує на мінливості будь-яких процесів, що з нею пов’язані. Особливо під впливом нестабільних чинників зовнішнього середовища (бюджетного фінансування закладів освіти, інституціональних засад їхнього функціонування) та подій, які відбуваються на ендogenous рівні (наприклад, природна ротація професорсько-викладацького складу). До того ж вона піддається вимірюванню за допомогою певних показників, порівнюється з якістю іншого продукту, що вкотре підтверджує її спроможність бути інструментом конкурентної боротьби. Якість не тільки може, але й повинна оцінюватися, особливо коли йдеться про знання предмету, професійну компетентність студентів, інших узагальнюючих результатів освітньої послуги, отриманої від ВНЗ.

Висновки

1. Специфічною реалією ринкового простору, який сформувався внаслідок трансформаційних перетворень у нашій країні, стала поява у ньому такого специфічного товару як освітні послуги. Вони відрізняються одна від одної через різноманіття надавачів, умови отримання, включаючи ціни пропозиції.

2. Освітня послуга має універсальні властивості, характерні для будь-якого товару: вартість, мінову вартість, споживну вартість. Остання визначає якість освітньої послуги, рівень якої виявляється впродовж ринкових обмінів між ВНЗ та їхніми замовниками: державою, роботодавцями, безпосередніми отримувачами (студентами, магістрантами, аспірантами тощо).

3. В умовах, коли ринок освітніх послуг стає все більш конкурентним, серед ключових завдань менеджменту співробітників ВНЗ найголовнішим стає забезпечення належної якості освітніх послуг. Зволікання з його вирішенням може призвести до втрати привабливості, а згодом й до банкрутства, оскільки сподівання на державну підтримку, як це було у минулому, – безпідставні.

Література

1. Котлер Ф. Основи маркетинга / Котлер Ф.– М. : Прогрес, 1990. – 736 с.
2. Політична економія : навч. посіб. / За ред. В.О Рибалкін, В.Н Бодрова. – К. : Академвидав, 2007. – 672 с.
3. Самуельсон П. Економіка. Вводный курс / П. Самуельсон. – [пер. с англ.]. – М. : Прогресс, 1964. – 430 с.
4. Харрингтон Дж.Х. Управление качеством в американских корпорациях / Дж. Х. Харрингтон. – [пер. с англ.]. – М. : Экономика. – 1990. – 272 с.
5. Деминг Э. Выход из кризиса: новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Э. Деминг. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 370 с.
6. Парсяк В. Інноваційний розвиток під різними кутами зору / В. Парсяк. – 2011. – № 2. – С. 8-14.
7. Балюбаш Я.Я. Вища освіта України [Електронний ресурс] / Я.Я. Балюбаш. – Режим доступу : <http://www.mon.gov.ua/education/higher>.
8. Управління якістю продукції / [Н.І. Новицький, В.М. Олексюк, А.В. Кривенко, Є.В. Пуровський]. – К. : Знання, 2002. – 367 с.
9. Іванілов О.С. Економіка підприємства / О.С. Іванілов. – К. : Центр навчальної літератури. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/15980223/ekonomika/yakist_produktsiyi_poslug-ekonomichna_kategoriya#545
10. ДСТУ ISO 9000:2007. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/sistemi-upravlinnja-jakistyu-osnovni-polozhennj-ta-slovník-nor14237.html>

References

1. Kotler F. Osnovy marketynha: per. s anhl. / Kotler F. – M. Prohres, 1990. – 736 s.
2. Politychna ekonomiya. Navch. posib. / Za red. V.O. Rybalkina, V.H. Bodrova. – K.: Akademvydav, 2007. – 672 s.
3. Samuel'son P. Ekonomyka. Vvodnij kurs: Per. s anhl. / P. Samuyel'son. – M.: Prohress, 1964. – 430 s.
4. Harraynhton Dzh.X. Upravlenye kachestvom v amerykanskyh korporaciyah: Sokr. per. s anhl. / Dzh.X. Harraynhton. – M.: Ekonomika. – 1990. – 272 s.
5. Demynh E. Vychod iz krizisa: novaya paradyhma upravleniya lyud'mi, systemami i processami / E. Demynh. – Moskva: Al'pyna Biznes Buks, 2007. – 370 s.
6. Parsyak V. Innovacijnyj rozvytok pid riznymy kutamy zoru / V. Parsyak. – Ekonomist. – 2011. – № 2. – S. 8-14.
7. Balyubash Y. Vyshha osvita Ukrayiny / Y. Balyubash. – 2007. – Rezhym dostupu:

<http://www.mon.gov.ua/education/higher>.

8. Novyc'kyj N. Upravlinnya yakystyu produkciji / N. Novyc'kyj, V. Oleksyuk, A. Kryvenko, Ye. Purovskyj. – K.: Znannya, 2002. – 367 s.

9. Ivanilov O. Ekonomika pidpryyemstva / O. Ivanilov. – K.: Centr navchal'noyi literatury. [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://pidruchniki.ws/15980223/ekonomika/yakist_produktsiyi_poslug_ekonomichna_kategoriya#545

10. DSTU ISO 9000:2007. Systemy upravlinnya yakystyu. Osnovni polozhennya ta slovnyk terminiv. [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://document.ua/sistemi-upravlinnja-jakystyu.-osnovni-polozhennja-ta-slovník-nor14237.html>

Надійшла 20.04.2013; рецензент: д. е. н. Іртищева І. О.

УДК 621: 339.92 (477)

Н. О. ПЕРЕВОЗЧИКОВА, О. О. ЛУКАШОВА
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ: СТАН В ПЕРІОД АКТИВІЗАЦІЇ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ВІДНОСИН ДЕРЖАВИ

Проведений аналіз стану зовнішньої торгівлі машинобудівної галузі, на підставі якого визначено основні її тенденції та проблеми розвитку. В якості часового інтервалу аналізу обрано період активізації інтеграційних відносин України, що припадає на 2001-2012 рр.

Ключові слова: машинобудування, експорт, імпорт, баланс зовнішньої торгівлі, інтеграція, тенденції розвитку, показники зовнішньої торгівлі

N. PEREVOZCHIKOVA, E. LUKASHOVA
Donetsk National Technical University

UKRAINIAN MACHINE-BUILDING INDUSTRY: SITUATION DURING ACTIVIZATION OF STATE INTEGRATION RELATIONS

The aim of the article is to analyze the situation in Ukrainian machine-building industry during activization of state integration relations. The intensification of the integrating relations in Ukraine which consisted in joining the WTO and the initiation of the European Union membership fell on the first decade of the 21st century. In this regard, the foreign trade of Ukraine got its intensive development, the main role in which the leading industries, particularly machine-building industry, played. However, the analysis showed a deterioration of foreign trade indexes in this period, which allowed the authors to come to the conclusion about the negative impact of Ukraine's participation in international trade unions on the foreign trade balance, as well as about inability of engineering products to compete on the foreign markets. Thus, the study identified the need to implement a number of activities to adapt the export strategy of machine-building industry to the requirements of the WTO and the EU.

Keywords: machine-building industry, integration, foreign trade, foreign trade balance, competition, foreign markets, export strategy, WTO, EU.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Під впливом глобалізації відбулося поглиблення та розширення світогосподарських зв'язків, яке призвело до динамічного розвитку міжнародної торгівлі із залученням багатьох країн світу. Україна також приєдналася до цього процесу, однак, це викликало необхідність впровадження низки заходів трансформаційного (адаптаційного) характеру, спрямованих на формування ринкової економіки та встановлення взаємовідносин із зовнішнім світом на якісно новому рівні, що знайшло своє відображення у посиленні впливу зовнішньоекономічної компоненти в організації виробничо-збутової діяльності суб'єктів господарювання (під час формування їх експортних стратегій).

Курс на інтеграцію Україна обрала одразу із набуттям незалежності, але його активна фаза припала на перше десятиріччя нового століття та має своє продовження і в наш час. На сьогодні, висока частка експорту у структурі ВВП (більш ніж 50%) свідчить про експортоорієнтованість, відкритість економіки та зростаючий ступінь залучення країни до процесів розвитку світових зовнішньоторговельних зв'язків.

Зумовленість структури зовнішньої торгівлі України спеціалізацією її економіки та домінуванням товарного експорту висуває на перший план необхідність аналізу стану галузей промисловості, які чинять значний вплив на економічний розвиток держави. Структура української економіки склалася таким чином, що машинобудування виступає однією із пріоритетних галузей промисловості, «визначає економічний, промисловий і науковий рівень країни, її експортні позиції» [1, с.194] та «забезпечує перехід суспільства від традиційно індустріальної в постіндустріальну фазу розвитку» [2, с.181]. Але сьогодні рівень розвитку українського машинобудування не відповідає світовим технологічним вимогам, а, отже, не здатен конкурувати із американо-євро-азіатськими лідерами ринку, особливо в умовах зростаючої нестабільності та динамізму зовнішнього середовища.

Виходячи з вищезазначеного, вважається актуальним дослідження стану машинобудівної галузі

України в період активізації інтеграційних відносин держави, а саме після приєднання до СОТ та при ініціюванні залучення до зони вільної торгівлі з ЄС, з метою визначення основних напрямів формування експортного потенціалу країни та його впливу на ефективність експортних стратегій суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження тенденцій розвитку та стану зовнішньої торгівлі України знаходить своє відображення у публікаціях таких науковців як В. Васюренко, Д. Головань, С. Дідура, А. Касича, О. Крамаревої, О. Чернеги [3]. Питанням розвитку зовнішньоекономічної політики та формуванню інтеграційних відносин України присвячені праці дослідників В. Горника, І. Івашук, С. Тігіпка, В. Третяка, Е. Трещенкова [4]. Фахівці В. Занора, Л. Дмитренко, Т. Кузь, І. Маркович, А. Півень, В. Соколов, Н. Ткачова та ін. в своїх наукових працях проводять аналіз стану машинобудівної галузі як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках, визначаючи проблеми та перспективи її розвитку.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. У дослідженнях зазначених вище науковців аналіз стану машинобудування проводився переважно без урахування інтеграційного поступу України, але при формуванні експортної стратегії сучасних машинобудівних підприємств, вважається за необхідне дослідити стан зовнішньої торгівлі галузі із урахуванням впливу інтеграції на її результати.

Метою статті є проведення аналізу стану зазначеної галузі в період активізації інтеграційних відносин держави та визначити їх вплив на результати зовнішньої торгівлі машинобудівною продукцією.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як найбільш багатопрофільна, диференційована та складна галузь промисловості, включаючи в себе значну кількість підгалузей й виробництв, машинобудування характеризується широким товарним асортиментом, при цьому навіть при одному цільовому призначенні продукції, що випускається, розміри, склад, технологічні процеси та форма організації виробництва сильно відрізняються [5, с. 44].

Виходячи з того, що підприємства машинобудівної галузі беруть активну участь у галузевому, територіальному та міжнародному розподілі праці, для аналізу стану її зовнішньої торгівлі пропонується використати наступні показники: загального товарообігу, обсягів експорту-імпорту, сальдо торгового балансу, коефіцієнта покриття експортом імпорту, структури експорту-імпорту та провести їх порівняння із аналогічними загальнодержавними показниками.

Отже, показники, що характеризують загальні тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України товарами, зокрема продукцією машинобудування в період активізації інтеграційних відносин, наведені у таблиці 1. Варто зазначити, що поряд із щорічним зростанням зовнішнього товарообігу країни відбувається збільшення негативного сальдо торгового балансу, спричинене зниженням конкурентоспроможності експорту, посиленням імпортного тиску на внутрішньому ринку та нездатністю вітчизняних імпортозаміщуючих виробництв задовольнити внутрішній попит. Схожа ситуація має місце і в машинобудуванні, однак, якщо у 2001-2004 рр. зовнішня торгівля України товарами характеризувалася позитивним сальдо, то вже в той час вітчизняне машинобудування нарощувало негативні зовнішньоторговельні тенденції. Причиною такого погіршення може слугувати, на думку авторів, повільна модернізація виробництва та поява нових гравців на світовому ринку машинобудування із продукцією, наділеною потужними конкурентними перевагами.

Активність країни в цілому або окремої її галузі на світовому ринку додатково оцінюється коефіцієнтом покриття імпорту експортом, значення якого для машинобудівної галузі у порівнянні з відповідним значенням в цілому для вітчизняної промисловості за період, що аналізується, значно відрізняються: упродовж перших чотирьох років аналізованого періоду спостерігається переважно зростання експорту країни та зростання імпорту продукції машинобудування, наступні ж роки характеризуються знижувальним трендом як у зовнішній торгівлі всіма товарами, так і у торгівлі продукцією машинобудування.

Таблиця 1

**Зовнішня торгівля України товарами та продукцією машинобудування у продовж 2001-2012 рр.,
млн. дол. США***

Роки	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Зовнішня торгівля товарами												
Експорт	16264,7	17957,1	23066,8	32666,1	34228,4	38368,0	49296,1	66967,3	39695,7	51405,2	68394,2	68809,8
Імпорт	15775,1	16976,8	23020,1	28996,8	36136,3	45038,6	60618,0	85535,3	45433,1	60742,2	82608,2	84658,1
Товарообіг	32039,8	34933,9	46086,9	61662,9	70364,7	83406,6	109914,1	152502,6	85128,8	112147,4	151002,4	153467,9
Сальдо	+489,6	+980,3	+46,7	+3669,3	-1907,9	-6670,6	-11321,9	-18568,0	-5737,4	-9337,0	-14214,0	-15848,2
К. покр-тя	1,031	1,058	1,002	1,127	0,947	0,852	0,813	0,783	0,874	0,846	0,828	0,813
Машинобудування												
Експорт	2340,4	2630,8	3638,2	5660,6	4639,6	5563,9	8483,6	10905,2	6889,5	9185,2	11895,2	13286,6
Імпорт	3384,2	3790,8	5722,7	7793,9	10069,4	13716,6	19796,7	26693,7	9091,7	12717,6	20046,4	22464,6
Товарообіг	5724,6	6421,6	9360,9	13454,5	14709,0	19280,5	28280,3	37599,1	15981,1	21902,8	31941,6	35751,2
Сальдо	-1043,7	-1159,9	-2084,5	-2133,3	-5429,8	-8152,7	-11313,2	-15788,7	-2202,2	-3532,5	-8151,1	-9178,0
К. покр-тя	0,692	0,694	0,636	0,726	0,461	0,406	0,429	0,409	0,758	0,722	0,593	0,591

*тут і далі складено та розраховано авторами за даними Державної служби статистики України [6]

Наступний показник, який пропонується розглянути - питома вага продукції машинобудівних підприємств у загальному обсязі реалізованої вітчизняної промислової продукції. Згідно із власними розрахунками, у зазначений період динаміка цього показника мала нестабільний характер та коливалася в межах 10–14%. Для країни, яка позиціонує себе як індустріально розвинута, цей показник занадто низький, адже в державах із розвинутою та індустріально спрямованою економікою, частка машинобудування сягає 30-50% загального обсягу промислової продукції [7]. Здійснивши аналіз стану українського машинобудування за 2001-2012 рр., можна зробити висновок, що тенденція зростання частки машинобудування у 2001-2004 рр. з 10,2% до 13,4% переривається її спадним трендом, який мав місце у продовж 2004-2006 рр. та становив 13,4-12,5%. Короткострокове поживлення до 13,7% відбулося 2007 року, але нівелювалося падінням обсягів виробництва з 13,3% до 10,6%, спричиненим світовими кризовими явищами 2008-2009 рр. В наступні роки (2010-2012 рр.) спостерігається тенденція до зростання частки продукції машинобудування у загальному обсязі промислового виробництва з 10,9% до 12,6%. Але, водночас із цим, доля експорту вітчизняної продукції машинобудування в загальному обсязі її виробництва в той же період складала 62–87%, що свідчить про значну експортну спрямованість збутової діяльності галузі. У 2012 році доля експорту машинобудування склала понад 75% загального обсягу її виробництва, в той же час, як показано на рис. 1, у структурі товарного експорту України продукція машинобудування становить майже 19,5%, а в структурі товарного імпорту - понад 26,5%, тоді як в економічно розвинених країнах світу машинобудування визначає їхній експортний потенціал і забезпечує 32-40% усього експорту [8, с.144]. На думку авторів, причиною ситуації, що склалася, є переважання у структурі товарного експорту держави сировинної продукції із низькою часткою доданої вартості.

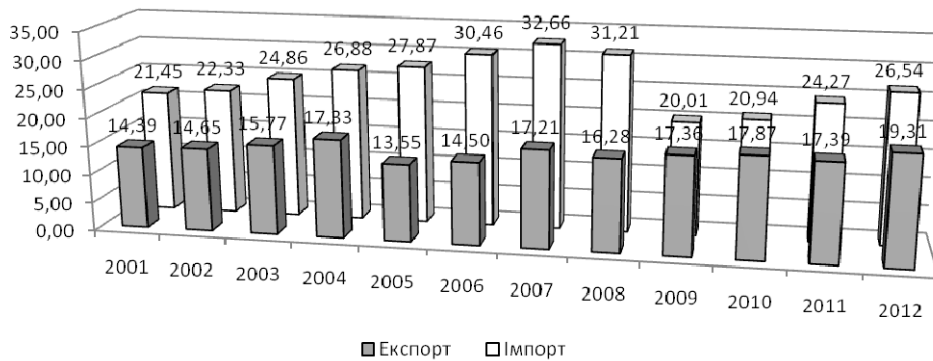


Рис. 1. Частка продукції машинобудування у товарному експорті-імпорті України у 2001-2012 рр., %

Динаміка темпів приросту обсягів експорту-імпорту продукції машинобудування у продовж 2002-2012 рр., як видно з рис. 2, характеризується значними коливаннями та зростанням розриву між ними. Середній приріст обсягів експорту та імпорту склав 20,6% та 26,1% відповідно.



Рис. 2. Приріст обсягів експорту-імпорту продукції машинобудування (у % до попереднього року)

Згідно із графіком, на відміну від різких коливань темпів приросту експорту, що спостерігалися в цей час, темпи приросту імпорту мали відносно «плавний» характер та практично завжди випереджали зростання експорту. І лише у 2009 році описана вище ситуація змінилася одночасним різким уповільненням, причому темпи зростання експорту випередили темпи зростання імпорту майже на 30%. Посткризове відновлення зовнішньої торгівлі у 2010 році сприяло частковій стабілізації галузі, прискорило темпи зростання її експорту. У продовж 2011-2012 рр. спостерігається уповільнення темпів зростання експорту продукції машинобудування у зв'язку із виникненням несприятливої цінової кон'юнктури на світових ринках та очікуванням поглиблення кризових явищ у світовій економіці.

Стосовно географічної структури зовнішньої торгівлі, слід зазначити, що продукція українського машинобудування представлена на ринках багатьох країн світу, однак значну частку займають ринки країн

СНД. Незважаючи на те, що останнім часом спостерігається підвищення попиту на вітчизняну продукцію з боку ринків Латинської Америки, Близького Сходу, Південно-Східної Азії та Африки [9, с.72], обсяги експорту на ці ринки залишаються незначними та не мають позитивної динаміки зростання. Також слід зазначити, що відкриття зовнішніх ринків збуту для продукції українського машинобудування у зв'язку із приєднанням до СОТ не дістало очікуваного результату через невідповідність вітчизняної продукції світовим вимогам технологічності, якості та енергоефективності. Одним із ринків, що зберігає своє стратегічне значення для експорту української машинобудівної продукції, залишається ринок Російської Федерації. Серед номенклатури експорту переважають: машини, механізми, прилади, механічне обладнання та транспортні засоби.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Як технологічна основа промисловості України, машинобудування має потенційну можливість зайняти міцні позиції на світовому ринку. Однак несприятлива ринкова кон'юнктура зовнішньої торгівлі, яка склалася внаслідок приєднання країни до міжнародних інтеграційних спілок, зумовлена посиленням імпортного тиску з боку провідних світових виробників машинобудівної продукції на внутрішньому ринку України, нездатністю вітчизняного виробництва конкурувати за якістю, технологічністю та вартістю, а також переважно одностороння експортна орієнтація на ринки СНД та сировинна спрямованість вітчизняного експорту, негативно впливають на процес позиціонування машинобудівних підприємств на зовнішніх ринках. Із зазначеного вище випливає необхідність трансформування та адаптації експортних стратегій машинобудівних підприємств - основних суб'єктів зовнішньої торгівлі продукцією галузі - до умов інтеграційного простору, що активно розширюється. Отже, в якості подальшого напрямку дослідження вважається доцільним розглянути основи формування адаптаційного потенціалу машинобудівних підприємств при реалізації їх експортної стратегії із урахуванням інтеграційної складової розвитку зовнішньої торгівлі країни.

Література

1. Промисловість України: тенденції, проблеми, перспективи : монографія / [Н.В. Тарасова, Л.П. Клименко, В.М. Ємельянов та ін.]. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2011. – 320 с.
2. Маркович І.Б. Аналіз тенденцій, перспектив та ризиків розвитку світового ринку машинобудування / І.Б.Маркович // *Економіка Крима*. – 2011. – № 2. – С. 181-184.
3. Чернега О.Б. Зовнішня торгівля України: основні параметри, структурні особливості та географічні вектори розвитку / О.Б. Чернега, В.С. Білозубенко // *Торгівля і ринок України*. – 2008. – № 25. – С. 120-129.
4. Трещенков Е. Динамика и факторы европейской интеграции Украины / Е. Трещенков // *Мировая экономика и международные отношения*. – 2013. – № 2. – С. 63-74.
5. Дмитренко Л. Машинобудівна галузь України в умовах світової фінансової кризи: стан та перспективи / Л. Дмитренко // *Вісник Київського національного університету ім. Т.Шевченка*. – 2010. – № 117. – С.44-46.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>
7. Панченко В.П. Соціально-економічні проблеми розвитку машинобудівної галузі України [Електронний ресурс] / В.П.Панченко // *Ефективна економіка*. – 2012. – № 3. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1037>
8. Ткачова Н.П. Машинобудування України: сучасний стан та перспективи розвитку конкурентних переваг / Н.П. Ткачова // *Вісник національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. – Сер. Технічний прогрес і ефективність виробництва. – 2011. – № 25. – С. 138-150.
9. Селезньова К.В. Аналіз використання експортного потенціалу машинобудівного комплексу України в контексті світових інтеграційних процесів / К.В.Селезньова // *Економічний часопис*. – 2010. – № 11-12. – С. 68-73.

References

1. N.V. Tarasova, L.P.Klymenko, V.M. Yemel'yanov ta in. Promyslovist' Ukrayiny: tendentsiyi, problemy, perspektyvy: monohrafiya. Mykolayiv, ChDU im. Petra Mohyly, 2011, 320p. [in Ukrainian]
2. Markovych I.B. Analiz tendentsiy, perspektyv ta ryzykiv rozvytku svitovoho rynku mashynobuduvannya, Ekonomyka Kryma, 2011, No.2, pp.181-184. [in Ukrainian]
3. Cherneha O.B. . Bilozubenko V.S. Zovnishnya torhivlya Ukrayiny: osnovni parametry, strukturni osoblyvosti ta heohrafichni vektory rozvytku, Torhivlya i rynek Ukrayiny, 2008, No.25, pp.120-129. [in Ukrainian]
4. Treshhenkov E. Dinamika i faktory evropejskoj integracii Ukrainy, Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija, 2013, No.2, pp. 63-74. [in Russian]
5. Dmytrenko L. Mashynobudivna haluz' Ukrayiny v umovakh svitovoyi finansovoyi kryzy: stan ta perspektyvy, Visnyk Kyyivs'koho natsional'noho universytetu im. T.Shevchenka, 2010, No.117, pp.44-46. [in Ukrainian]

6. Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky [Elektronnyy resurs] , Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, Rezhym dostupu: <http://ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian]

7. Panchenko V.P. Sotsial'no-ekonomichni problemy rozvytku mashynobudivnoyi haluzi Ukrainy [Elektronnyy resurs], Efektyvna ekonomika, 2012, No.3, Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1037>[in Ukrainian]

8. Tkachova N.P. Mashynobudivnannya Ukrainy: suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku konkurentnykh perevah, Visnyk natsional'noho tekhnichnoho universytetu «Kharkivs'kyu politekhnichnyy instytut», Tekhnichnyy prohres i efektyvnist' vyrobnytstva, 2011, No.25, pp.138-150. [in Ukrainian]

9. Selezn'ova K.V. Analiz vykorystannya eksportnoho potentsialu mashynobudivnoho kompleksu Ukrainy v konteksti svitovykh intehratsiynykh protsesiv, Ekonomichnyy chasopys, 2010, No.11-12, pp.68-73. [in Ukrainian]

Надійшла 14.04.2013; рецензент: д. е. н. Захарова О. В.

УДК 336.02

Н. В. ПЕРЛОВСЬКА

Східноукраїнський національний університет імені В. Даля

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ

В статті розглянуто питання залучення малого бізнесу до інноваційної діяльності, досліджено сучасний стан інноваційності економіки країни, форми здійснення інноваційної діяльності суб'єктами малого підприємництва, визначено стан державної фінансової підтримки інновацій та запропоновано диференційовані засоби державного стимулювання інноваційного розвитку.

Ключові слова: малий бізнес, суб'єкти малого підприємництва, інновації, прикладні наукові і науково-технічні розробки, інноваційний процес, інноваційна діяльність, венчурні фонди, фінансування інновацій, інформаційна підтримка інновацій.

N. V. PERLOVSKA

Volodymyr Dal East Ukrainian National University

INNOVATIVE ACTIVITY OF SMALL ENTERPRISES IN UKRAINE: CURRENT STATUS AND WAYS TO ENHANCE

The article considers the issue of attracting small businesses to innovate. Small businesses using small capital, can ensure efficiency and introduce innovations in the production and delivery of services. In general, only 13.5% of enterprises carry innovation in Luhansk region. Preferred directions are the acquisition of machinery and equipment (42%) and the acquisition of new technologies (12%). Small enterprises engaged in innovation activity in Ukraine can be divided into three types: scientific, industrial and mixed (research and production type). Venture or scientific enterprise established to testing, refinement and reduction to industrial implementation of the "risk" innovation. However, in the absence of mechanisms to commercialize developments, the domestic venture capital used for conventional financing of enterprises and minimize tax. In Ukraine, the share of public funding of innovation decreases, despite an increase in conceptual and legal support. Only 1.1% of innovations in 2011 were financed by the state budget resources. With limited budget investment resources the government should use differentiated means of stimulation of innovation, including: system of state orders for innovative products and services, providing tax incentives, support small business innovation, development research infrastructure.

Keywords: small business, small businesses, innovation, applied scientific research and development, innovation process, venture capital funds, innovation funding, information support.

Вступ. Одним з актуальних завдань сьогодення є підтримка інноваційного шляху розвитку економіки України. Станом на кінець 2012 року в структурі експорту продукції частка оптичних пристроїв складала 0,4%, машин та обладнання – 10,2%, засобів транспорту – 8,7%. Натомість сукупна частка експорту необроблених металів та продукції рослинного походження дорівнювала 40,9% [1]. Прискорення структурної перебудови економіки України у напрямку забезпечення виробництва та експорту високотехнологічної продукції, активізації інноваційної діяльності в усіх сферах, у тому числі й в малому підприємстві – є, з одного боку, визначальними чинниками підтримки зайнятості населення та внутрішньої стабільності, а з іншого передумовою забезпечення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку, досягнення позитивного платіжного балансу країни та підвищення рівня економічної безпеки країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній думці поки що не розроблені теоретичні основи інноваційної моделі розвитку економіки України як бази становлення і функціонування інноваційної діяльності малих підприємств. Дослідження проблем розвитку інноваційної діяльності підприємств виконано в роботах зарубіжних та вітчизняних учених О. Андросової, А. Череп, І. Ганечко, А.Гуржій, Ю. Каракай, З. Петренко, Н. Вавіліної, С. Ілляшенко, А. Стельмашука, І. Шумпетера та інших [1-

3, 7, 9]. Разом із тим, необхідно зазначити, що подальшого комплексного аналізу потребують чинники впливу на інноваційну активність малих підприємств в Україні та розробка заходів щодо її підтримки та розвитку.

Метою статті є дослідження рівня інноваційності малого бізнесу в Україні, систематизація проблем, пов'язаних із забезпеченням інноваційного шляху розвитку та розробка рекомендацій щодо державної підтримки інноваційної діяльності малих підприємств в Україні.

Виклад основного матеріалу. Малий бізнес є вихідним, найбільш чисельним, а тому і найбільш поширеним сектором економіки. За даними Держкомстату України, кількість малих підприємств станом на кінець 2011 року складала 93,7% загальної кількості підприємств в Україні, у тому числі в операціях з нерухомістю 96,5%, у будівництві та освіті 95,8%, у торгівлі 95,2, у діяльності транспорту та зв'язку 92,4%, у сільському господарстві – 91,8% [8].

Малий бізнес в розвинених країнах в даний час являє собою середній клас, який служить базою для стабільного розвитку економіки. Варто порівняти рівень зайнятості у малому бізнесу в Україні та Європі. За даними Держкомстату на кінець 2011 року в Україні в малому бізнесі задіяні 2070,8 тис. осіб, що складає 452 особи на 10 тис. жителів України, або 7,1% працездатного населення України [4]. Але якщо врахувати тіньову економіку, то ми можемо сказати, що порядку 30% населення зайнято в малому бізнесі [6].

Незважаючи на велику кількість підприємств, результативність їх діяльності значно нижче, ніж у світі. В Україні обсяг реалізованої продукції малих підприємств становить 13,1% реалізованої продукції [4]. У Франції та Німеччині частка малого й середнього бізнесу у ВВП цих країн майже 50%. У США на малі підприємства доводиться майже 30% усього експорту, у Японії малий бізнес створює майже 57% всієї продукції в обробній промисловості; в Італії на нього доводиться приблизно 95% національного доходу [6].

Малі підприємства, використовуючи малий основний капітал, здатні забезпечувати ефективність та впроваджувати новачки в виробництві продукції та наданні послуг. У розвинених країнах малий інноваційний бізнес, споживаючи від 2 до 5% загального обсягу затрачуваних на НДДКР коштів, забезпечує приблизно половину всіх найбільших технологічних нововведень. В США і в Західній Європі малий бізнес є ліцензіаром майже 50% нововведень на світовому ринку [6].

В Україні відсутність статистичних даних щодо здійснення інноваційної діяльності малими підприємствами не дозволяє визначити їх реальний внесок в створення наукоємної продукції та нових технологій. В цілому за даними Держкомстату України в Луганській області, інноваційну діяльність здійснюють лише 13,5% підприємств. Переважними напрямками її реалізації є придбання машин та обладнання пов'язані з упровадженням інновацій (42%) та придбання нових технологій (12%) [4].

Згідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», під інноваціями слід розуміти новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Таке визначення не дозволяє провести розмежування створених нових технологій, готових до комерційного використання та існуючих, які вперше застосовуються на конкретному промисловому об'єкті, що не дозволяє визначити реальний внесок підприємств у розробку інноваційної продукції. З іншого боку надане визначення не містить наголосу на обов'язковості комерціалізації новостворених технологій, передбачено що інноваційною може бути будь-яке рішення, що має очікуваний ефект. На думку багатьох дослідників, що інновація – це не просто нововведення, це – продане нововведення. Інноваційний процес полягає у поєднанні об'єктів інтелектуальної власності з реальним ринковим попитом [2].

За даними Українського інституту промислової власності в 2012 році зареєстровано 30366 об'єктів промислової власності, з них майже 51% це знаки для товарів та послуг, та лише 5% промислові зразки та 11% винаходи [5]. Тобто, якщо оцінювати реальну інноваційність економіки України, фактичний рівень забезпечення економічного росту за рахунок технологічних нововведень української економіки коливається в діапазоні лише 5-10%.

Велика кількість малих підприємств в Україні та особливості організації їх діяльності, створюють перспективи для активізації інноваційної діяльності в країні саме через механізм підтримки малих інноваційних підприємств.

Мале підприємство, як організаційно-структурна форма, має низку переваг при освоєнні нововведень. Малий бізнес має найнижчі інвестиційні потреби, характеризується найшвидшим обігом капіталу. Світовий досвід показує, що він забезпечує у два-три рази більшу ефективність виробничих капіталовкладень і за обсягом коштів, і за терміном віддачі. Характерним для малих підприємств є скорочення тривалості інноваційного циклу завдяки низькому рівню накладних витрат, відсутності бюрократизму, прагненню до комерціалізації нових розробок та підвищення статусу за рахунок апробації нововведень на великих підприємствах [6, 9].

Основними сферами діяльності малих інноваційних підприємств в Україні є розробка програмних продуктів, маркетингові дослідження, діяльність по проектуванню обладнання, організація виробничих процесів з врахуванням їх функціонального призначення, безпеки і економічності.

Малі підприємства, що здійснюють інноваційну діяльність в Україні можна поділити на три типи:

наукові (розробка нових виробів і технологій), виробничі (освоєння нових виробів і технологій) і змішані (науково-виробничого). Залежно від цього визначають три основні форми організації малих підприємств для здійснення інноваційної діяльності – венчурні, інжинірингові та впроваджувальні підприємства [9].

Венчурні або ризикові підприємства створюються з метою апробації, доопрацювання і доведення до промислової реалізації “ризикових” інновацій. В розвинених країнах механізм венчурного фінансування досить відпрацьований, фінансування надається інноваційним компаніям на строк до 5-7 років, капітал не може бути вилучений до завершення життєвого циклу проекту, передбачений вихід з інвестиції шляхом продажу пакета акцій на фондовій біржі або шляхом продажу всього підприємства іншій компанії. Завдяки венчурному фінансуванню виникли такі компанії як DEC, Apple, Compaq, Sun, Microsoft, Intel, Silicon Graphics, Google, Skype [2].

В Україні зареєстровано понад 600 венчурних фондів, із них діє більше 100, проте сфера їх діяльності – це переважно будівництво, торгівля енергоресурсами, фінансуванням невеликих продуктових інновацій [6]. За умов відсутності механізмів комерціалізації розробок та податкових стимулів щодо інвестування ризикових проектів, вітчизняний венчурний капітал переважно використовується для звичайного фінансування роботи підприємств та мінімізації оподаткування, адже податок на прибуток від активності венчурного фонду не сплачується до закриття його роботи і розподілу прибутку між учасниками. На думку експертів, венчурні фонди в Україні залишаються найбільш непрозорими гравцями ринку – 38,12% їхньої структури вкладень невідомі [6].

Інжинірингові підприємства виконують технічне прогнозування інноваційної ідеї, нової технології, корисної моделі, винаходу; доробку нововведення до промислової реалізації; надають послуги і консультації в процесі впровадження об’єкта розробки [9].

Впроваджувальні підприємства спеціалізуються на впровадженні невикористаних патентовласниками технологій, на просування на ринок ліцензій перспективних винаходів, які розроблені окремими винахідниками, на доводці винаходів до промислової стадії, на виробництві невеликих дослідних партій об’єктів промислової власності з наступним продажем ліцензій.

Особливістю інноваційної діяльності малих підприємств в Україні є невизначеність шляхів досягнення мети, неможливість детального планування та підвищений ризик діяльності; необхідність втручання держави в регулювання та стимулювання [2]. Врахування цих особливостей, вплинуло на розробку Програми економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» [10] декларовано активізацію інноваційних процесів, повноцінне використання потенціалу науки в процесі технологічної модернізації економіки. Індикаторами досягнення мети в період 2010-2014 рр. визначено збільшення частки інноваційно-активних промислових підприємств з 10,7 % до 25 %, підвищення наукоємності ВВП з 0,95% до 1,5% [10].

Однак ключовим питанням державної підтримки інноваційної діяльності є створення та впорядкування відповідних механізмів реалізації державних інноваційних програм. Проведений аналіз дозволяє стверджувати що сьогодні підтримка має лише регулятивний, інформаційний та організаційний характер. Основними заходами є удосконалення ресурсної та інформаційної підтримки суб’єктів малого підприємництва; пошук нових форм фінансової та матеріально-технічної підтримки; підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницького сектору економіки; створення сприятливого інвестиційного клімату.

Недосконалість законодавчої бази, відсутність комплексної інформаційної підтримки, труднощі з одержанням банківських кредитів, висока орендна плата за приміщення, недостатній рівень інтеграції з крупним бізнесом та відсутність цільових замовлень на проведення розробок є найбільш несприятливими чинниками впливу на розвиток інноваційної діяльності малих підприємств.

Проведене дослідження фінансування інновацій в Україні дозволяє визначити, що на сьогодні основним джерелом фінансування є власні кошти підприємств (59,4% обсягу), кошти іноземних інвесторів складають 29,9% ресурсів на придбання інновацій. Держава, як найбільш зацікавлений учасник реалізації цільових інноваційних програм в Україні, мала б створювати умови для безпосереднього фінансування інновацій. Але ж частка державного фінансування за рахунок коштів державного бюджету невинно зменшується, незважаючи на зростання концептуальної та нормативно-правової підтримки. З 2,8% у загальному обсязі фінансування інновацій у 2008 році частка ресурсів державного бюджету зменшилась до 1,1% у 2011 році [4].

В Законі України «Про державний бюджет України на 2013 рік» передбачено надання 107454,1 тис. грн. на дослідження, прикладні наукові і науково-технічні розробки, виконання робіт за державними цільовими програмами та державним замовленням. Це складає лише 0,08% від ВВП України 2011 року, що значно менш за обсяги прямого фінансування у розвинених країнах. Так, у Швеції загальні обсяги фінансування дослідницької та інноваційної діяльності складають 4 % від щорічного ВВП, у США доля фінансування з федерального бюджету у загальних витратах на наукові дослідження складає близько 28%. В Японії суму витрат на інноваційну діяльність за рахунок бюджету складає 1% ВВП, а майже 75% витрат фінансують корпорації – замовники інноваційного продукту[6].

Обмежені економічні можливості держави в короткостроковій і середньостроковій перспективі не в

зможі забезпечити стійкий розвиток науково-технічної сфери. Це означає, що перспективи розвитку науки й технологій в майбутньому будуть визначатися попитом на дослідження й розробки з боку недержавного сектора економіки.

В умовах обмеженості бюджетних інвестиційних ресурсів держави варто використовувати диференційовані засоби державного стимулювання інновацій, які охоплюють: систему державних замовлень на інноваційні товари та послуги; контрактну систему відносин між суб'єктами інноваційної діяльності та державою; надання податкових пільг та стимулювання прискореної амортизації; віднесення витрат на НДДКР до собівартості продукції; підтримку дрібного інноваційного бізнесу; розвиток інфраструктури досліджень і розробок; надання інформаційної підтримки в пошуку партнерів, продуктів, продажу ліцензій, проведення технічної експертизи, дослідження ринків збуту.

Висновки. Розвиток інноваційної діяльності малих підприємств та зокрема створення і підтримка діяльності науково-виробничих підприємств в Україні потребують перш за все впорядкування правової підтримки інноваційної діяльності, захисту інтелектуальної власності розробників нових технологій, законодавче впровадження пільг, пов'язаних з проведенням НДДКР. Другою складовою є фінансова підтримка діяльності малих підприємств, створення умов для вигідної співпраці великих підприємств-замовників та малих підприємств-власників інноваційного продукту. І, нарешті, обов'язковою складовою є інформаційна підтримка, яка передбачає створення державної інформаційної служби для надання інформації про зміни чинного законодавства, останні науково-технічні досягнення та технологічні новинки, правову охорону перспективних технологій. Забезпечення інноваційного розвитку малих підприємств в Україні – питання складне, але дуже важливе, враховуючи кількість малих підприємств та рівень економічної активності населення.

Література

1. Андросова О.Ф. Трансфер технологій як інструмент реалізації інноваційної діяльності : монографія / О.Ф. Андросова, А.В. Череп – К. : Кондор, 2007. – 356 с.
2. Ганечко І. Проблеми розвитку інновацій в Україні [Електронний ресурс] Ганечко І. – Режим доступу : http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=90772
3. Інноваційна діяльність в Україні : монографія / [А.М. Гуржій., Ю.В.Каракай, З.О.Петренко та ін.]. – К. : УкрІНЕІ, 2007. – 144 с.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. ДП «Український інститут промислової власності». Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uipv.org.ua/stat2012>
6. Кузнєцова І.С. Інститут венчурних інвестицій: стан та перспективи розвитку в Україні / І.С. Кузнєцова // Наука та інновації, 2008.– Т 4. – № 1. – С. 87-95
7. Малай и средный бизнес в Украине и мире [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://health-island.net/ukraine/business_ukraine/
8. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку / [ред. С. М. Ілляшенко]. – Суми : Унів. кн., 2006. – 728 с.
9. Міністерство економічного розвитку та торгівлі України. Товарна структура зовнішньої торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrexport.gov.ua/rus/economy/trade//7052.html>
10. Стельмащук А.М. Розвиток малих інноваційних підприємств - ефективна форма позитивних технологічних змін / А.М. Стельмащук // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/soc...3/11.pdf
11. Щодо першочергових заходів з активізації інноваційної діяльності в Україні. Аналітична записка [Електронний ресурс] // Національний інститут стратегічних досліджень при президентові України. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/654/>

References

1. Androsova O., Cherep A. Transfer of technology as a tool of innovation. Monograph. – K. : Condor, 2007. – 356 p.
2. Ganechko I. Problems of Innovation in Ukraine. - [Electronic resource] - http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=90772
3. Gurzhiy A., Karakai Y., Petrenko Z., Vavilin N., Kuranda T. Innovation Activity in Ukraine: Monograph. – K.: UkrEISI, 2007. – 144 p.
4. State Statistics Committee of Ukraine. - [Electronic resource] -<http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. State Enterprise «Ukrainian Institute of Industrial Property." Official Site. - [Electronic resource] - <http://www.uipv.org.ua/stat2012>
6. Small and average business in Ukraine and world - [Electronic resource] - http://health-island.net/ukraine/business_ukraine/

7. Marketing and Management Innovation Development / [Ed. S. Ilyashenko]. - Sumy: Univ. book., 2006. - 728 p.
8. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. Commodity structure of foreign trade in Ukraine. [Electronic resource] - <http://ukrexport.gov.ua/rus/economy/trade//7052.html>
9. Stelmashchuk A. The development of small innovative enterprises - an effective form of positive technological change // Innovative Economy. Ukrainian Scientific-production magazine. - [Electronic resource] - www.nbu.gov.ua/portal/soc...3/11.pdf
10. For immediate measures to enhance innovation activity in Ukraine. Issues paper [Electronic resource] // National Institute for Strategic Studies under the President of Ukraine. - <http://www.niss.gov.ua/articles/654/>

Надійшла 18.04.2013; рецензент д. е. н. Максимов В. В.

УДК 336.228

С. В. ПЕТРУХА, Н. М. ПЕТРУХА

Державна навчально-наукова установа "Академія фінансового управління"

МІКРОІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ЯК КВІНТЕСЕНЦІЯ СУЧАСНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ РОЗРОБКИ ТА ОЦІНЮВАННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ

Мікроімітаційне моделювання є потужним складовим елементом сучасного інструментарію аналізу, оцінки та проектування різних аспектів державної політики, у тому числі й податкової. Очевидною перевагою даного виду моделювання є можливість прогнозування наслідків прийняття рішень у сфері податкової політики щодо змін у соціальній та фінансових сферах на рівні як окремого громадянина, так і національному рівні в цілому.

Ключові слова: податки, податкова політика, моделювання, мікроімітаційне моделювання, податкове навантаження, наслідки.

S. V. PETRUHA, N. M. PETRUHA

State Educational-Scientific Establishment "The Academy of Financial Management"

MICROSIMULATION MODELING AS A QUINTESSENCE OF MODERN TOOLS OF DEVELOPMENT AND EVALUATION OF TAX POLICY

In the short term methods of microsimulation modeling should become a central basis for the development of effective tools for information support on various stages of designing and implementation of tax policy in Ukraine. The main objective of such tools is to improve the effectiveness of policy measures by assessing and informing of all actors about the after-effects of tax policy, the implementation of which is scheduled for different economic groups - from the individual to the industrial-financial group. This is achieved by corroboration of policy measures with empirical data on their expected impact on standards of living (especially vulnerable), inequality, income distribution, etc., identification of alternative ways of the tax system reforming, determination of the risk level in implementation of fiscal policy, initiation of broad public debate on policy measures and available alternatives.

Keywords: tax, tax policy, modeling, microsimulation modeling, tax burden, after-effects.

Соціально-економічні процеси у значній мірі детермінують розвиток суспільства, що відображається, у достатніх рівнях основних показників якості життя населення: доходах, структурі споживання, зайнятості тощо. Характер економічних відносин, що опосередковує формування та розподіл доходів домогосподарств, визначає і фискальну їх складову. Податкові зобов'язання покладені на фізичних осіб у своїй сукупності виступають податковою базою за одним з найбільш важливих фискальних інструментів – податку на доходи фізичних осіб. Істотне розшарування українського суспільства за рівнем доходів, де заможні домогосподарства, представлені у суттєвій меншості, мають в рази більший рівень доходів порівняно з відносно бідною більшістю суспільства, вимагають ґрунтовного аналізу рівня податкового навантаження для всіх верст населення України. Зважаючи на досвід розвинутих країни, де здійснення більшої частини податкових внесків до бюджетів перекладено на плечі найзаможніших верств населення, актуальним стає питання дослідження ефективності розподілу податкового навантаження на домогосподарства України, розробка пропозицій його вдосконалення та, на цій основі, використання сучасного методологічного інструментарію для аналізу запропонованих змін.

Дослідження впливу фискальної політики, моделювання податкових доходів бюджету й аналіз особливостей податку на доходи фізичних осіб у світовій і вітчизняній практиці проводили такі вчені, як М. Азаров, О. Амоша, О. Бланшар, В. Вишневський, Я. Дропа, П. Еггервал, Т. Кізіма, О. Ковалюк, Н. Левченко, Р. Масгрейв, Дж. Сарджент, Дж. Стігліц, І. Чабан. Ці науковці зробили значний внесок у пояснення механізмів функціонування податку на доходи фізичних осіб. Проте стагнація економіки України, яка окрім цього перебуває також на перехідній стадії, яка, в свою чергу, посилюється очікуванням другої хвилі світової фінансово-економічної кризи, потребує приведення структури податкової системи у відповідність до економічних умов. Тому виникає потреба пошуку оптимальної фискальної політики, зокрема щодо оподаткування доходів фізичних осіб, яка відповідала б рівню розвитку економічної системи,

етапу накопичення капіталу в домогосподарствах та його розподілу між економічними агентами.

Використання мікроімітаційного моделювання для оцінки альтернативних варіантів реформування фіскальної політики є відносно новим методологічним підходом. Переваги мікроімітаційних підходів при аналізі державної політики полягають в тому, що вони забезпечують можливість адекватного урахування неоднорідності економічних агентів. Використання підходу “типового агента” мікрорівня (типове домогосподарство, особа або підприємство) є поширеним при оцінці фіскальної та соціальної політик. Даний підхід дає загальне уявлення щодо наслідків реформування, що аналізується, але може приховати неочікувані ефекти від поєднання індивідуальних характеристик, що не можуть бути враховані. Крім того, навіть за умови розгляду різних “типових агентів”, важко оцінити, наскільки вони є репрезентативними. Зазначених недоліків уникають при застосуванні мікроімітаційних підходів шляхом використання тисяч реальних економічних агентів, а не декількох гіпотетичних. За таких умов точно визначають, хто “виграє” чи “втрачає” від проваджуваної реформи. Дана інформація є вирішальною при оцінці як ефекту загального добробуту від реалізації реформи, так і політичних факторів, що можуть завадити її імплементації.

Мікроімітаційне моделювання також забезпечує можливість надійного оцінювання ефективності політики або реформ. Результати, отримані на рівні агентів можуть бути агреговані до мезо – або макрорівнів та узгоджені з іншими даними на цих рівнях, що дає можливість оцінити вплив реформи політики на державний бюджет. Очевидно, що ортодоксальний (традиційний) підхід не дає можливості подібної точності оцінки бюджетних надходжень або витрат при різних сценаріях реформування політики.

Ключовими складовими інструментарію мікроімітаційного моделювання соціальних явищ та процесів є [6]: масив даних макрорівня, які характеризують репрезентативну сукупність осіб, сімей або домогосподарств (отримуються за результатами перепису населення, вибіркових обстежень та на основі використання методів об'єднання даних з різних джерел); набір (система) нормативних правил; теоретичні моделі поведінки одиниць мікрорівня.

Мікроімітаційні моделі суттєво розрізняються за способом урахування поведінки одиниць: від простіших варіантів прямих реакцій на зміни політики до найскладніших моделей штучного інтелекту.

Основними видами сучасних мікроімітаційних моделей, які застосовуються на практиці, є статистичні та динамічні моделі.

В статистичних мікроімітаційних моделях одиниці макрорівня (елементи сукупності) виступають головним чином як пасивні одиниці обліку. Системи “податки-виплати” є типовою сферою впровадження методів статистичного мікроімітаційного моделювання. При цьому особи чи домогосподарства (представлені в базі мікроданих) використовуються лише як одиниці обліку з необхідними характеристиками для розрахунку податків, доходів, витрат тощо.

Спільною рисою всіх методів динамічного мікроімітаційного моделювання є те, що вони описують поведінку систем через використання характеристик одиниць макрорівня, що змінюються відповідно до певних поведінкових моделей. Динамічне мікроімітаційне моделювання включає значну різноманітність як моделей, так і підходів моделювання, починаючи від емпіричних динамічних мікроімітаційних моделей, оснований на масивах даних, закінчуючи агентськими мікроімітаційними моделями, оснований на методології штучного інтелекту.

Динамічне мікроімітаційне моделювання використовує набір поведінкових взаємовідносин (подій), які можуть значно варіюватись залежно від задач дослідження. При цьому основними групами таких взаємовідносин є події, що відбуваються за певними закономірностями у часі (зокрема демографічні та соціальні події: одруження, розлучення, смерті, захворювання, отримання вищої або спеціальної освіти тощо; економічні події: втрата або отримання роботи, підвищення заробітної плати та ін.) та події, які є реакцією на зовнішні умови, зокрема на зміни в політиці.

Доцільно розглянути переваги та недоліки методів мікроімітаційного моделювання.

Важливою перевагою застосування мікроімітаційного моделювання при розробці політики або проведенні досліджень у порівнянні з іншими методами є можливість включення до аналізу значної кількості різноманітних даних, що характеризують досліджувані одиниці. Це має особливе значення при розв'язанні проблем оцінки впливу політики. Наприклад, при оцінці потенційного попиту населення на соціальну допомогу використовуються прогностичні значення чисельності населення та його доходів. Але можливість використання при цьому основних характеристик домогосподарств (розміру, складу, характеристик їх членів та ін.) забезпечує багатовекторність аналізу та отримання оцінок необхідного рівня деталізації. Можливість використання широкого набору поведінкових моделей будь-якого рівня деталізації та складності, забезпечує гнучкість аналізу та сприяє врахуванню взаємозалежності змінних, взаємодії різних одиниць сукупності.

При застосуванні методів мікроімітаційного моделювання з'являється можливість проведення аналізу або оцінок для будь-якого рівня агрегації даних (території, сукупності населення) і при цьому не відбувається втрата інформації: будь-яка оцінка може бути розкладена до складових макрорівня, які її обумовили.

Особливо важливим для обґрунтування політики є придатність мікроімітаційних моделей для проведення експериментів на різних наборах параметрів, які визначають вірогідні сценарії політики або стан

зовнішнього середовища. При цьому отримання результатів моделювання на макрорівні забезпечує високу точність визначення потенційних наслідків реалізації політики для окремих груп населення чи домогосподарств.

Використання репрезентативних даних макрорівня при моделюванні забезпечує можливість ефективного об'єднання або урахування даних з різних рівнів агрегації, у тому числі і з використанням відповідних статистичних процедур. Це забезпечує можливість комплексного аналізу багатьох актуальних проблем у статистиці або динаміці навіть уникаючи необхідності побудови складних ієрархічних систем моделей і зі збереженням зазначеної раніше можливості аналізу багатьох змінних одночасно.

Мікроімітаційне моделювання забезпечує можливість врахування взаємодії між одиницями макрорівня – особами, сім'ями і домогосподарствами. Це є дуже корисним при аналізі багатьох процесів, які мають “мережевий” характер (трудова міграція, допомога родичам, тривала бідність, безробіття тощо), особливостей передачі ряду хвороб та ін.

До основних недоліків мікроімітаційного підходу, які мають загальний характер, слід віднести:

1) відносно високу вартість, яка обумовлена необхідністю залучення фахівців достатньо високого рівня кваліфікації, особливо на етапі розробки та впровадження або удосконалення відповідних інструментів, необхідністю використання потужних технічних засобів та програмного забезпечення, жорсткими вимогами до підготовки даних;

2) необхідність постійного оновлення даних, що може обумовити доцільність доопрацювання окремих елементів інструментарію особливо за умов доступності принципово нових даних;

3) при використанні методів мікромоделювання доцільно врахувати, що мікромоделювання здійснюється на основі фактично тих же мікроданих, які використовуються для реалізації ортодоксального (традиційного) аналізу, але цільові зміни при цьому моделюються на основі встановлених правил (а не інформації, отриманої від респондентів) з урахуванням, наприклад, відповідних нормативних документів. Це призводить до того, що зміщення оцінок ряду показників при ортодоксальному підході і при мікромоделюванні можуть мати різну спрямованість. Наприклад, доходи від продажу товарів на ринку будуть недооціненні за обома підходами. Розмір сплачених податків переоцінюється при мікромоделюванні, оскільки особи не завжди діють за правилами і мають схильність до приховування частини доходів саме з метою ухилення від сплати податків. Особливо це характерно для заможних верств населення. Так при мікромоделюванні можуть бути переоцінені доходи від соціальних трансферів, оскільки, як правило, на практиці не спостерігається ситуація, коли 100 % тих, хто має право на певний вид соціальної допомоги, реалізують це право. Таким чином, по окремих типах інформації результати традиційного оцінювання на основі мікроданих та результати імітаційного мікромоделювання можуть розглядатись як взаємодоповнюючі. Це може дати можливість уточнення відповідних оцінок на основі сучасних методів об'єднання даних і технології триангуляції, коли оцінка показника отримується на основі декількох незалежних його оцінок з урахуванням рівня їх надійності.

Слід зазначити, що перші два недоліки мають відносний характер і демонструють тенденцію до зниження важливості у часі зі зростанням досвіду застосування інструментарію мікроімітаційного моделювання.

Яскравим прикладом для цільового застосування мікроімітаційного моделювання для оцінки ефективності реформування податкової політики є моделі “податки-видатки” це комп'ютерні програми, які дозволяють розрахувати податки та виплати (наприклад, соціальну допомогу) для окремих осіб або домогосподарств базуючись на національній репрезентативній вибірці (мікроданих) та можуть бути використані Урядом та широким колом науковців для вивчення існуючої соціальної та податкової політик, а також для їх реформування. В якості основи ці моделі використовують дані макрорівня, тобто дані по окремих особах чи домогосподарствах. Моделі детально імітують податки і виплати з урахуванням діючого законодавства і, таким чином, дають можливість оцінити існуючу політику щодо податків та виплат, а отже можуть бути корисними при розробці нових схем, заходів або цілих систем. За допомогою мікроімітаційних моделей обчислюються відповідні суми коштів для кожного елемента системи “податки-виплати” відповідно до законодавства таким чином, щоб повністю врахувати взаємозв'язок між різними елементами системи. Оскільки мікроданні про осіб або домогосподарства, що використовуються у моделях, є репрезентативними, то результати моделювання щодо податків, виплат та доходів можуть бути поширені на все населення на основі відповідної системи статистичних ваг. Об'єднання різних елементів системи “податки-виплати” з різноманітними характеристиками населення, дає можливість проводити детальний аналіз розподілу доходів населення та відстежувати вплив окремих інструментів політики і системи в цілому на рівень життя населення. Зокрема, мікроімітаційні моделі є потужним засобом для виконання “що буде, якщо...” аналізу, дозволяючи аналітикам змінювати основні параметри системи, такі як ставки податків, концепції доходів, тощо [8].

Мікроімітаційні моделі “податки-виплати” орієнтовані на систему доходів від податків та соціального забезпечення: імітують основні податкові надходження та видатки, пов'язані з соціальними виплатами (пенсії, соціальні допомоги і т.п.); відображають наслідки можливих змін в політиці; дають можливість: визначити доходи і видатки державних та місцевих бюджетів; визначити “переможців” і

“переможених” від реалізації конкретних заходів політики; оцінювати вплив заходів по боротьбі з бідністю; визначити ефективну податкову ставку; прогнозувати зміни у бюджетних витратах для національного та регіонального рівнів; оцінювати зміни рівня життя окремих категорій населення за різними розрізами (рівень доходів, стать, вік, місце проживання та пільгова категорія); простежувати наслідки реформування, порівнювати різні сценарії, виявляти слабкі місця реформи (регіони, групи населення і т.п.), що вимагають додаткових заходів підтримки; аналізувати відповідність впроваджених змін поставленим фіскальним та соціальним задачам.

Вимоги, що висуваються до сучасних мікроімітаційних моделей [8]: гнучкість; легкість використання; надійність; прозорість і послідовність структури та понять; актуальність; економія ресурсів.

Метою створення моделей “податки-виплат” є забезпечення аналізу існуючих та альтернативних сценаріїв політик. Залежно від цілей аналізу, розроблені сценарії мають задовольняти низку вимог: нейтральність (об’єктивність), скорочення бідності, вдосконалення стимулювання робочої сили на ринку праці тощо. Відповідно, дизайн моделей “податки-виплати” має бути гнучким, легко адаптованим до сценаріїв політик різного характеру та легко переключатись між ними.

Розробка мікроімітаційних моделей включає побудову програмного середовища для управління великими обсягами даних, алгоритмів моделювання, вхідних/вихідних процедур й інтерфейсу користувача. Ефективність витрат полягає в можливості використання тих самих стандартів елементів моделі та системи при побудові мікроімітаційних моделей іншого типу.

Таким чином, мікроімітаційні моделі є сучасним необхідним інструментом аналізу, оцінки та прийняття рішень в галузі розробки альтернатив політик, зокрема, фіскальної на національному та регіональному рівнях, але їх поширення стримує недосконалість інформаційного забезпечення: національні обстеження економічних агентів, зокрема, домогосподарств більшості країн або не деталізують проблемні питання, або ж кількість спостережень в них є недостатньою для реалізації поставлених завдань.

Література

1. Амоша О. До питання про оцінку рівня податків в Україні / О. Амоша, В. Вишневський // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 11-19.
2. Дропа Я. Податкове навантаження та його вплив на економіку України / Я. Дропа, І. Чабан // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – Вип. 19. – С. 213-218.
3. Кізіма Т.О. Податкове навантаження на домогосподарства: теоретичні підходи та методика визначення / Т.О. Кізіма // Вісник Донецького національного університету, Сер. В: Економіка і право – 2009. – Вип. 2. – С. 248-253.
4. Масгрейв Р.А. Государственные финансы: теория и практика / Р.А. Масгрейв, П.Б. Масгрейв – [пер. англ.]. – М. : Бизнес Атлас, 2009. – 716 с.
5. Blanchard Olivier. Macroeconomics. Third Edition. Pearson Education Inc.; Prentice Hall, 2003.
6. Bourguignon F. Microsimulation as a Tool for Evaluating Redistribution Policies / F. Bourguignon, A. Spadaro // Journal of Economic Inequality. – 2006. – № 4(1). P. 77-106.
7. Freefall: America, Free Markets, and the Sinking of the World Economy, WW Norton, January 2010.
8. Immervoll H., O’Donoghue C. Towards a Multi-purpose Framework for Tax-Benefit Microsimulation: a discussion by reference to MMEANS, a software system used for constructing EUOMOD, a tax-benefit model for the European Union. – EUROMOD Working Paper. – No. EM2/01. – December 2001. – 33 p.

References

1. Amosha O., Vyshnevskij V. On the assessment of taxation level in Ukraine // Economy of Ukraine. – 2007. – № 6. – P. 11-19.
2. Dropa J., Chaban I. Tax burden and its impact on the economy of Ukraine // Formation of a market economy in Ukraine. – 2009. – Issue 19. – P. 213-218.
3. Kizyma T. Tax burden on households: theoretical approaches and methods of determination // Bulletin of Donetsk National University, Ser. B: Economics and Law – 2009. – Issue 2. – P. 248-253.
4. Masgrejv R., Masgrejv P. Public finance: theory and practice / tran. from the 5th eng. ed. [1989]. – M.: Business Atlas, 2009. – 716 p.
5. Blanchard Olivier. Macroeconomics. Third Edition. Pearson Education Inc.; Prentice Hall, 2003.
6. Bourguignon F. Microsimulation as a Tool for Evaluating Redistribution Policies / F. Bourguignon, A. Spadaro // Journal of Economic Inequality. – 2006. – № 4(1). P. 77-106.
7. Freefall: America, Free Markets, and the Sinking of the World Economy, WW Norton, January 2010.
8. Immervoll H., O’Donoghue C. Towards a Multi-purpose Framework for Tax-Benefit Microsimulation: a discussion by reference to MMEANS, a software system used for constructing EUOMOD, a tax-benefit model for the European Union. – EUROMOD Working Paper. – No. EM2/01. – December 2001. – 33 p.

Надійшла 18.04.2013; рецензент д. е. н. Ястремський О. І.

Ю. С. ПОГОРЕЛОВ

Східноукраїнський національний університет імені В.Дала

С. М. РУДНІЧЕНКО

Хмельницький національний університет

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ФІСКАЛЬНОЇ ФУНКЦІЇ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

У статті проведено аналіз трансформаційних змін у системі державного управління, особливо тих, що стосуються фіскальної функції держави. Розглянуто основні поняття національної безпеки та виділено її складові. Особливу увагу приділено економічній безпеці держави та теоретичним напрацюванням у даному напрямку. Підкреслено, що економічну безпеку досліджують на трьох основних рівнях. Також зазначено особливе місце фіскальних органів, які забезпечують основну масу надходжень до державного бюджету за рахунок податків і обов'язкових платежів. Виділено поняття суб'єкт реалізації фіскальної функції, під якими розуміють державний орган, головним завданням якого є наповнення бюджетів різних рівнів шляхом вилучення та перерозподілу частини доходу суб'єктів господарювання (у вигляді сплачуваних податків, зборів, будь-яких платежів, які суб'єкт господарювання здійснює на користь держави в межах існуючого правового поля). Розглянуто досвід трансформації митної і податкової служб у різних країнах світу. Підкреслено недостатню кількість досліджень присвячених митній сфері і запропоновано поглибити існуючі надбання за рахунок комплексних наукових досліджень, особливо у ракурсі гармонізації відносин суб'єктів реалізації фіскальної функції та інших суб'єктів національної економіки.

Ключові слова: національна безпека, економічна безпека держави, фіскальні органи, суб'єкт реалізації фіскальної функції.

Y. S. POHORELOV

East Ukrainian National University named after Volodymyr Dahl

E. M. RUDNICHENKO

Khmelnitsky National University

ANALYSIS OF INFLUENCE OF TRANSFORMATIONAL PROCESSES IN ACTIVITY OF FISCAL FUNCTION SUBJECTS ON ECONOMIC SAFETY OF THE STATE

The article analyzes the transformational changes in governance, particularly those relating to the fiscal functions of the state. The basic concept of national security and highlighted its components. Particular attention is paid to the economic security of the state and theoretical work in this direction. Emphasized that economic security tested on three levels. Also referred to a special place fiscal authorities, which provide the bulk of government revenue from taxes and duties. Highlight the concept of an implementation of fiscal functions by which to understand public body whose main task is filling the budgets of different levels by extraction and redistribution of income entities (in the form of paid taxes, any payments that are subject entity provides to the state within the existing legal framework). Considers the experience of transformation of customs and tax services worldwide. Emphasized the lack of research devoted to the field of customs and offered to deepen the existing heritage through integrated scientific research, especially in the perspective of harmonization of fiscal relationships between business functions and other entities of the national economy.

Keywords: national security, economic security, fiscal authorities, the subject of fiscal functions.

Вступ. В останні роки у сфері державного управління відбуваються суттєві трансформаційні процеси. Це обумовлено проведенням реформ, які торкаються практично усіх сфер суспільного життя. Не виключенням є і фіскальні органи, які забезпечують надходження грошових потоків до державного бюджету і забезпечують реалізацію державних програм на макро-, мезо- та мікрорівні. Ефективне управління грошовими потоками а також доходами та видатками державного бюджету є обов'язковим і надзвичайно важливим елементом національної безпеки. Взагалі існування та розвиток держави передбачає формування дієвої системи національної безпеки. Складність та чисельність функціональних сфер, в яких відбувається розвиток параметрів безпеки, а також наявність системи взаємозв'язків між ними обумовлює розвиток цілісної системи національної безпеки, що констатується і забезпечується державою як координатором соціально-економічних процесів і явищ у суспільстві, її економічним центром [1, с. 28].

Питанню національної безпеки та окремих її складових присвячено праці таких науковців як: Абалкін Л., Барановський О., Білько І., Бурбело О., Геєць В., Жаліло Я., Кизим М., Клебанова Т., Козаченко, Крутов В., Мартинюк В., Мунтян Г., Сенчагов В., Черняк О.І., Шлемко В. та інші, причому актуальність їх на сучасному етапі розвитку держави не зменшується.

Виклад основного матеріалу. Згідно Закону України "Про основи національної безпеки України" під національною безпекою розуміють захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечуються сталий розвиток суспільства, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам у сферах правоохоронної діяльності, боротьби з корупцією, прикордонної діяльності та оборони, міграційної політики, охорони здоров'я, освіти та науки, науково-технічної та інноваційної політики, культурного

розвитку населення, забезпечення свободи слова та інформаційної безпеки, соціальної політики та пенсійного забезпечення, житлово-комунального господарства, ринку фінансових послуг, захисту прав власності, фондових ринків і обігу цінних паперів, податково-бюджетної та митної політики, торгівлі та підприємницької діяльності, ринку банківських послуг, інвестиційної політики, ревізійної діяльності, монетарної та валютної політики, захисту інформації, ліцензування, промисловості та сільського господарства, транспорту та зв'язку, інформаційних технологій, енергетики та енергозбереження, функціонування природних монополій, використання надр, земельних та водних ресурсів, корисних копалин, захисту екології і навколишнього природного середовища та інших сферах державного управління при виникненні негативних тенденцій до створення потенційних або реальних загроз національним інтересам [2].

Виходячи з вищенаведеного визначення стає очевидним, що вихідними категоріями при визначенні безпеки є інтереси та загрози інтересам. Згідно Закону України "Про основи національної безпеки України" під національними інтересами розуміють життєво важливі матеріальні, інтелектуальні і духовні цінності Українського народу як носія суверенітету і єдиного джерела влади в Україні, визначальні потреби суспільства і держави, реалізація яких гарантує державний суверенітет України та її прогресивний розвиток. А під загрозами національним інтересам – наявні та потенційно можливі явища і чинники, що створюють небезпеку життєво важливим національним інтересам України. В Законі виділено основні сфери національної безпеки, до яких належать: зовнішньополітична, державна, воєнна сфера та сфера безпеки державного кордону, внутрішньополітична, економічна, соціальна та гуманітарна, науково-технологічна, екологічна та інформаційна [2].

Однією з ключових сфер національної безпеки є економічна безпека держави. Необхідність поглибленого дослідження проблем економічної безпеки держави безпосередньо витікає із характеру практичних завдань, які вирішує країна в умовах транзитивної економіки, коли ринкові відносини формуються в умовах підвищення внутрішніх та зовнішніх ризиків, швидкого зростання дестабілізуючих чинників, деіндустріалізації економіки, згортання інвестиційної діяльності, поширення тіньової економіки і т.д. [1, с.29].

Дослідження економічної безпеки, як економічної категорії відбувається у більшості підходів за трьома основними напрямками – макро, мезо та мікрорівень. Найбільша кількість ґрунтовних праць присвячена формуванню системи економічної безпеки держави. Такі науковці як В.Геєць, Я.Жаліло, В.Мунтіян, О. Поважний, З.Варналій розробили цілу низку рекомендацій у тому числі і нормативно-правового характеру, що стали фундаментом подальших досліджень у даному напрямку. Однак мезо та мікрорівень не настільки детально досліджувався до недавнього часу.

Слід зазначити, що практично у всіх наукових працях дослідники підкреслювали важливість фінансової складової у системі економічної безпеки. А на рівні держави окрема увага зверталася на фіскальний вплив та наявні або потенційні трансформації у сфері взаємовідносин між державою та суб'єктами господарювання.

Дійсно, однією з життєзабезпечуючих функцій держави є фіскальна. Майже в усіх країнах основними інститутами, які реалізують зазначену функцію, є податкова та митна служби. Але для оцінки впливу державних інститутів на економічну безпеку підприємства, та з урахуванням організаційних змін, що відбулися у діяльності податкової та митної служби України (об'єднання таких структур у Міністерство доходів і зборів України), доцільним постає подальше використання терміну «суб'єкт фіскальної функції держави». Під суб'єктом фіскальної функції держави запропоновано розуміти державний орган, головним завданням якого є наповнення бюджетів різних рівнів шляхом вилучення та перерозподілу частини доходу суб'єктів господарювання (у вигляді сплачуваних податків, зборів, будь-яких платежів, які суб'єкт господарювання здійснює на користь держави в межах існуючого правового поля). Такий державний орган може мати різну назву (наприклад, історично використовувалися назви «Державна податкова адміністрація», «Державна податкова служба», «Державна митна служба», «Державний митний комітет» тощо), але незалежно від назви його функція – наповнення бюджетів різних рівнів – не змінюється.

Історично склалося, що в країнах пострадянського простору фіскальну функцію крім податкової служби виконують також митні органи. В деяких країнах дальшого зарубіжжя діяльність митних органів (особливо у зв'язку з протидією світовому тероризму) в першу чергу орієнтується на вирішення питань національної безпеки, хоча фіскальна функція, але як другорядна, теж їм притаманна. Але в Україні саме митна служба, як самостійний державний інститут, або як складова Міністерства доходів та зборів значною мірою сприяє наповненню державного бюджету країни. Щодо об'єднання податкової та митної служби, необхідно зазначити, що це практика не нова і досліджуючи ієрархію підпорядкованості органів виконавчої влади та реформи податкової та митної служби у різних країнах, переважно виділяють чотири групи країн щодо підпорядкованості та місця вищезазначених служб у структурі державного управління, а саме:

1. Країни у яких митні служби, підпорядковані Уряду країни (Данія, Об'єднані Арабські Емірати, Республіка Азербайджан, Гонг-Конг, Російська Федерація, Республіка Вірменія, Турецька Республіка, Хорватія, Республіка Узбекистан, Ісламська Республіка Пакистан, Білорусь, Молдова, Таджикистан, Киргизія, КНР);

2. Країни у яких митні служби, підпорядковані Міністерству фінансів країни (Мексика, Сінгапур, Тайланд, Єгипет, Саудівська Аравія, Філіппіни, Нігерія, Південно-Африканська Республіка, Ізраїль, Італія, Болгарія, Бангладеш, Японія, Катар, Португалія, Грецька Республіка, Республіка Кіпр, Королівство Бельгія, Австралія, В'єтнам, Австрія Польща, Чехія, Швейцарія, Німеччина, Словаччина, Молдова, Латвія, Литва, Швеція, Франція, Фінляндія, Республіка Словенія, Ісландія, Соціалістична Республіка В'єтнам);

3. Митні служби об'єднані з податковою службою (Великобританія, Аргентина, Нідерланди, Норвегія, Естонія, Індія);

4. Митні служби, підпорядковані іншим органам державної влади (США, Канада, Грузія, Бразилія, Республіка Сербія, Австралія, Чилі, Перу).

З метою здійснення обґрунтованого розмежування специфіки підпорядкованості митних служб вищезазначених країн, було проаналізовано певні характеристики, що прямо або опосередковано впливають на особливості державного управління, а саме: обсяг ВВП, обсяги імпорту та експорту, площа країни та чисельність населення.

Аналіз цих показників дозволяє констатувати відсутність залежності підпорядкування митної служби певної країни від конкретних об'єктивних факторів. Підпорядкованість радше обумовлюється історичними, політичними та іншими причинами. Результативність реформ у фіскальній сфері теж є неоднозначною, оскільки існує як позитивний (Латвія, Естонія), так і негативний (Казахстан, Киргизстан) досвід об'єднання митної та податкової служб (або суб'єктів реалізації фіскальної функції).

Об'єктивна необхідність існування суб'єкту фіскальної функції держави створює негативний вплив на суб'єктів господарювання через вимушене вилучення в них частини доходу. Тому важливим завданням постає пошук збалансованої взаємодії між суб'єктом фіскальної функції держави та суб'єктами господарювання, яка б, з одного боку, забезпечувала виконання фіскальної функції як передумови існування держави, а, з іншого боку, не надто негативно впливала на економічну безпеку підприємств.

Аналізуючи вітчизняний досвід розвитку суб'єктів фіскальної функції [4,8-10], необхідно відмітити, що, незважаючи на трансформації, реформи та кризи, стабільна і чітка робота вищезазначених суб'єктів дозволяє державі виконувати свої соціально важливі функції. Об'єднання податкової та митної служби у Міністерство доходів і зборів України вимагає децю нових підходів до самої організації роботи з суб'єктами господарювання, хоча функції податкових та митних органів будуть реалізовуватись відповідно до поставлених стратегічних цілей. Детінізація доходів, зменшення рівня корупції, встановлення прозорих "правил гри" для суб'єктів господарювання буде зміщувати акцент у взаємовідносинах суб'єктів фіскальної функції держави і бізнесу. Незважаючи на орієнтацію суб'єктів фіскальної функції на розширення переліку послуг для суб'єктів господарювання і перехід до сервісного підходу у реалізації своїх завдань, наповнення бюджету держави вимагає чіткої реалізації основних положень їх діяльності.

Водночас, заслуговує на увагу питання впливу суб'єктів фіскальної функції на економічну безпеку саме на мікрорівні. Основну увагу пропонується сконцентрувати на реалізації фіскальної функції митниць, оскільки залишається надзвичайно багато проблемних моментів і дискусійних питань саме у цій сфері. Податкова складова досліджувалася доволі ретельно, про що свідчить велика кількість досліджень з цього приводу, наприклад [3-10], присвячених зазначеній проблематиці. Серед дослідників, які працюють у цій сфері слід виділити Андрущенко В.Л., Барановського О.І., Варналія З.С., Вишневського В.П., Десятнюк О.М., Іванова Ю.Б., Крисоватого А.І., Кізіма А.Я., Карпова В.В., Калінеску Т.В., Мельника П.В., Єфименко Т.І., Федосов В.М. У зазначеному напрямку сформувалися наукові школи, і проводяться дослідження не одне десятиліття, що не можна сказати про наукові дослідження у митній справі.

Питання зв'язку митної справи та економічної безпеки комплексно досліджувалися у працях Бережнюка І.Г., Пашка П.В., Петруні Ю.С., Мартинюка В.В., Івашук І.О., однак з прийняттям нової редакції Митного кодексу України відбулися суттєві зміни як у методології, так і у практиці функціонування митних органів. А, зважаючи на активізацію інтеграційних процесів та зростання обсягів зовнішньоекономічних операцій, успішна взаємодія суб'єктів господарювання із органами митної служби (митницями) як суб'єктами фіскальної функції є і будуть залишатися актуальними на даному етапі розвитку економічних відносин, оскільки суттєво впливають на стан економічної безпеки держави та підприємств, особливо тих, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю.

Також у контексті трансформаційних процесів буде виникати потреба у розробці та реалізації нових або удосконалених інструментів співпраці суб'єктів реалізації фіскальної функції та суб'єктів господарювання. На нашу думку, створення Міністерства доходів і зборів України дозволить поєднати найкращий досвід та практичні напрацювання податкової та митної служб, розширити перелік сервісних функцій, а також більш якісно виконувати фіскальну функцію. Дозволить відслідковувати товари від моменту їх випуску на митну територію країни до їх реалізації кінцевому споживачу, що значно зменшить тіньові потоки товарів та грошей і збільшить обсяги надходжень у державний бюджет.

Тому перспективним напрямом розвитку суб'єктів фіскальної функції держави ми вважаємо розробку комплексної системи гармонізованої взаємодії держави і бізнесу у фіскальній сфері. Стосовно митної системи, то певні напрацювання вже почали реалізовуватися з прийняттям нової редакції Митного кодексу. Необхідно і надалі розвивати найкращі пропозиції (уповноважений економічний оператор, митний

аудит, електронна митниця і т.д.), при цьому використовувати позитивні елементи реалізовані у податковій системі.

Висновки. Отже, вплив митниці на економічну безпеку, як суб'єкту фіскальної функції незалежно від назви такого суб'єкту та його організаційної підпорядкованості на державному рівні є доволі вагомим й заслуговує на подальше вивчення для балансування такого впливу з метою забезпечення як виконання фіскальної функції держави, так і зменшення негативного впливу на економічну безпеку на мікрорівні. Які б трансформаційні процеси не відбувалися, основні функції митної та податкової системи повинні виконуватися, оскільки без якісної реалізації зазначених функцій надзвичайно складно формувати систему національної безпеки. Тому гармонізація відносин у системі національної безпеки дозволить відчутно істотно результати від узгодженості дій та рішень всіх суб'єктів такої системи.

Література

1. Кириленко В.І. Інвестиційна складова економічної безпеки. Монографія/ В.І.Кириленко. – К.: КНЕУ, 2005. – 226с.
2. "Про основи національної безпеки України" Закон України від 19.06.2003 № 964-IV. Електронний ресурс [режим доступу]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/964-15>
3. Тарангул Л.Л. Оподаткування та регіональний розвиток: Монографія. – Ірпінь: Академія ДПС України, 2003. – 255 с.
4. Вишневський В.П. Оподаткування в емерджентній економіці: теоретичні засади і напрями політики: моногр. / В.П. Вишневський; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2012. – 128 с.
5. Калінеску Т. В. Формування механізму податкової самодостатності регіону / Т. В. Калінеску, Г. С. Ліхоносова // Податкове регулювання в умовах депресивних регіонів: монографія / [Колектив авторів], [За наук. ред. Т. В. Калінеску]. — Луганськ: вид-во СЛУ ім. В.Даля, 2011. — С. 195—202.
6. Єфіменко Т.І. Механізм перерозподілу фінансових ресурсів як важіль визначення податкового потенціалу [монографія] / Т.І.Єфіменко. – Дніпропетровськ, ДУЕП, 2002. – 272 с.
7. Іванов Ю.Б. Податковий менеджмент [підручник] / Ю.Б.Іванов, А.І.Крисоватий, А.Я.Кізіма, В.В.Карпова. – К.: Знання, 2008. – 328 с.
8. Мельник П.В. Розвиток податкової системи в перехідній економіці [монографія] / П.В.Мельник. – Ірпінь, Академія державної податкової служби України, 2001. – 362 с.
9. Податкова політика України: стан, проблеми та перспективи [монографія] / П.В.Мельник, Л.Л.Тарангул, З.С.Варналій та ін. / за ред. З.С.Варналія. – К.: Знання України, 2008. – 675 с.
10. Федосов В. Фінансова реструктуризація в Україні: проблеми і напрями / В. Федоров, В. Опарін, С. Львовчкін. - К.: КНЕУ, 2002. - 387 с.

References

1. Kyrylenko V.I. Investytsiyna skladova ekonomichnoyi bezpeky. Monohrafiya/ V.I.Kyrylenko. – K.: KNEU, 2005. – 226s.
2. "Pro osnovy natsional'noyi bezpeky Ukrayiny" Zakon Ukrayiny vid 19.06.2003 # 964-IV. Elektronnyy resurs [rezhym dostupu]: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/964-15>
3. Taranhul L.L. Opodatkuвання ta rehional'nyy rozvytok: Monohrafiya. – Irpin': Akademiya DPS Ukrayiny, 2003. – 255 s.
4. Vyshnevs'kyu V.P. Opodatkuвання v emerdzhentniy ekonomitsi: teoretychni zasady i napryamy polityky: monohr. / V.P. Vyshnevs'kyu; NAN Ukrayiny, In-t ekonomiky prom-sti. – Donets'k, 2012. – 128 s.
5. Kalinesku T. V. Formuvannya mekhanizmu podatkovoyi samodostatnosti rehionu / T. V. Kalinesku, H. S. Likhonosova // Podatkove rehulyuvannya v umovakh depresyvykh rehioniv: monohrafiya / [Kolektyv avtoriv], [Za nauk. red. T. V. Kalinesku]. — Luhans'k: vyd-vo SNU im. V.Dalya, 2011. — S. 195—202.
6. Yefimenko T.I. Mekhanizm pererозpodilu finansovykh resursiv yak vazhil' vyznachennya podatkovoho potentsialu [monohrafiya] / T.I.Yefymenko. – Dnipropetrovs'k, DUEP, 2002. – 272 s.
7. Ivanov Yu.B. Podatkovyyu menedzhment [pidruchnyk] / Yu.B.Ivanov, A.I.Krysovaty, A.Ya.Kizyma, V.V.Karpova. – K.: Znannya, 2008. – 328 s.
8. Mel'nyk P.V. Rozvytok podatkovoyi systemy v perekhidniy ekonomitsi [monohrafiya] / P.V.Mel'nyk. – Irpin', Akademiya derzhavnoyi podatkovoyi sluzhby Ukrayiny, 2001. – 362 s.
9. Podatkova polityka Ukrayiny: stan, problemy ta perspektyvy [monohrafiya] / P.V.Mel'nyk, L.L.Taranhul, Z.S.Varnaliy ta in. / za red. Z.S.Varnaliya. – K.: Znannya Ukrayiny, 2008. – 675 s.
10. Fedosov V. Finansova restrukturyzatsiya v Ukrayini: problemy i napryamy / V. Fedorov, V. Oparin, S. L'ovochkin. - K.: KNEU, 2002. - 387 s.

Надійшла 20.04.2013; статтю представляє д. е. н. Погорелов Ю. С.

ДИНАМІЧНИЙ ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ДЕМОГРАФІЧНИХ ФАКТОРІВ НА ЯКІСНІ ЗМІНИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Розглянуто сучасний стан туристичної галузі України. Проаналізовано ситуацію, що склалася на ринку туристичних послуг України. Визначені фактори впливу на туристичні послуги.

Ключові слова: туризм, ринок туристичних послуг, туристичні послуги, чинники впливу.

O. E. VOSKRESENSKA, O. A. SAVCHUK
Kherson National Technical University

DYNAMIC INFLUENCE OF SOCIO-DEMOGRAPHIC FACTORS ON QUALITATIVE CHANGE TRAVEL SERVICES

The current status of tourism industry in Ukraine. Analyzed the situation of the tourist market of Ukraine. The factors impact on tourism services, both on the internal and external environment. Courtesy rank assesses attractiveness major countries for outbound and inbound tourism. Using mathematical and statistical methods for analysis of the relationship between the volumes of tourist flows citizens who went abroad on socio-demographic factors. The analysis showed that the relationship between the volumes of tourist flows away there. Nature of connection can be stated as a direct weak. This article also noted the growing interest of the population to tourism, due to the growth of the cultural level of the population and the emergence of new types of tourism, such as gastronomic tourism, wine-tasting tours, shopping tours and event tourism.

Key words: tourism, market for travel services, travel services, factors of influence.

Вступ. Туризм посідає все більш помітне місце у світовій економіці за показником швидкості обігу капіталу, кількістю зайнятих, обсягом експорту послуг, є джерелом доходів для національних бюджетів. Розвиток туристичної сфери України є пріоритетним напрямом національної економіки і культури, важливим фактором підвищення міжнародного престижу країни.

На теперішній час туристичний ринок є галуззю, що розвивається дуже динамічно. Зовнішнє середовище пов'язане з політичною та економічною ситуацією в країні, є визначальним для розвитку туристичного ринку. Туристична галузь пов'язана майже з усіма державними управліннями та службами. Має зв'язки з правовою, фінансово-економічною та кадровою структурами.

Аналіз останніх наукових досліджень і публікацій. Проблемі виявлення чинників впливу на туристичні послуги присвятили свої роботи такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Азарян О.М., Жукова Н.Л., Дядечко Л.П., Зоріна І.В., Кифяк В.Ф., Кирилова О.

Проведений аналіз останніх наукових досліджень та публікацій дозволив дійти висновку, що туристичний ринок знаходиться у стані прискореного розвитку, який викликає невідкладне рішення цілого ряду завдань, які потребують більш детального дослідження впливу якості туристичної послуги на розвиток окремих цільових сегментів туристичного ринку. Тому ця проблема є актуальною, а метою роботи може бути статистичне дослідження впливу соціально-демографічних факторів

Виклад основного матеріалу. Сучасний стан туризму в Україні розцінюється як кризовий з одного боку, але з іншого боку, відмічаються високі темпи будівництва туристичних об'єктів, що відповідають найвищим світовим стандартам, значно зростає кількість числа туристичних організацій по всій території України.

Туризм, за умови його належної організації, є ефективним соціальним інститутом, який може продуктивно розв'язувати невідкладні соціальні та моральні проблеми сучасного світового співтовариства.

Туризм є стимулюючим чинником вдосконалення суспільних відносин, становлення неформальних соціальних інститутів, котрі конститууються як суттєві складові громадянського суспільства. Ринок туристичних послуг має являти собою відкриту соціально-економічну систему з високим рівнем саморегуляції, основу якої складають високолокалізовані взаємовідносини.

Туристична політика є практикою впровадження науково обґрунтованої концепції розвитку туризму в країні. Подолання негативних тенденцій розвитку, піднесення туристичної та курортної інфраструктури країни до рівня розвинених туристичних держав світу та забезпечення сталого розвитку туризму і курортів є процесом тривалим і складним і має ґрунтуватися на засадах дотримання Конституції та Закону України «Про туризм», «Про курорти», інших законодавчих актах.

Так як туризм є складною соціально-економічною системою, то він має схильність до впливу багатьох факторів. Фактори впливу поділяються на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів належать: економічні, політико-правові, соціальні, демографічні, екологічні, природно-географічні, культурно-історичні, технологічні, також сюди треба віднести політичні відносини між країнами, рівень цін на міжнародному ринку тощо. До внутрішніх факторів належать: природно-географічні особливості та

кліматичні умови країни, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політичні та фінансова стабільність, рівень добробуту населення, розвиток туристичної інфраструктури, транспортних мереж, освітній та культурний рівень населення.

Чинники, що мають вплив на розвиток туристичної галузі дуже різноманітні. Вплив цих чинників може мати як позитивні так і негативні наслідки.

Тому є певна необхідність проведення аналізу з виявлення чинників впливу на туристичні послуги. Виникає питання, чому незважаючи на надзвичайно вигідне географічне та геополітичне розташування, привабливі та пізнавальні природно-рекреаційні та історико-культурні ресурси, туристична галузь недостатньо рентабельна та ефективна для вкладання інвестицій. Для того, щоб забезпечити належну віддачу від цього потужного потенціалу та використати його в інтересах активного відпочинку та оздоровлення необхідно проводити чітку організацію туристичної діяльності, зміцнення існуючої та створення нової матеріально-технічної бази, залучення досвідчених і кваліфікованих кадрів, тобто за умови правильної організації та ефективного управління туризмом.

Туристична політика України на ринку міжнародного туризму передбачає використання активної маркетингової стратегії, спрямованої на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного туристичного іміджу країни як країни безпечної та комфортної відпочинку. З цією метою вводиться спрощення візових формальностей, розбудовується індустрія туризму та підвищується відповідно до європейських стандартів якість обслуговування, що, безумовно, відноситься до позитивних чинників впливу на розвиток туристичної галузі країни.

У цілому в міжнародному туризмі ситуація залишається нестабільною: похвалення туристичної активності межують зі спадами, відтворюючи в цих коливаннях не тільки стан внутрішнього ринкового середовища, але й коливання світової ринкової кон'юнктури, де імідж України залишається невизначеним. На структуру туристичних потоків значний вплив мають, перш за все, зміни у візовій політиці, як України, так і інших держав (табл. 1).

Таблиця 1

Рангова оцінка привабливості України для іноземних туристів за чинниками впливу

Країни, з яких приїжджають іноземні туристи	Кількість іноземних туристів, чол.		Відхилення, %	Рангова оцінка з розрахунку від 1 до 10 балів	
	2007	2011		2007	2011
I. Вплив міграційних процесів					
Росія	7258222	9018487	24,25	1	1
Молдова	3998674	4071785	1,83	2	2
Узбекистан	78074	141163	80,81	3	3
II. Вплив глобальної економічної кризи					
Польща	4430140	1720104	-61,17	1	2
Білорусь	2918694	2643988	-9,41	2	1
Угорщина	1251724	862051	-31,13	3	3
Румунія	1010065	735233	-27,21	4	4
Словаччина	664605	564337	-15,09	5	5
Німеччина	235479	231718	-1,59	6	6
США	132376	127924	-3,36	7	7

Примітка. Країна, з якої приїжджає найбільша кількість іноземних туристів оцінюється в 1 бал.

За 2011 рік спостерігались наступні зміни у структурі в'їзного турпотoku по відношення до 2007 року.

Зменшення в'їзного турпотoku з країн ЄС відбулося в основному за рахунок зменшення кількості подорожуючих з країн: Польща (на 61,17% або на 2710 тис. осіб), Угорщина (на 31,13% або на 389,67 тис. осіб), Румунія (на 27,21% або на 274,83 тис. осіб), Словаччина (на 15,09% або на 100,27 тис. осіб), Білорусь (на 9,47% або на 274,71 тис. осіб), США (на 3,36% або на 4,45 тис. осіб), Німеччина (на 1,59% або на 3,76 тис. осіб). Зростання в'їзного турпотoku з країн ЄС відбулося в основному за рахунок збільшення кількості подорожуючих з Італії (на 0,71% або на 219 осіб). Зростання в'їзного турпотoku з країн СНД відбулося в основному за рахунок збільшення кількості подорожуючих з країн: Узбекистан (на 80,81% або на 63,09 тис. осіб), Росія (на 24,25% або на 1760,27 тис. осіб), Молдова (на 1,83% або на 73,11 тис. осіб) (табл. 1).

Аналізуючи ситуацію, що склалась на українському ринку туристичних послуг за останні роки, можна визначити, що найбільш вагомим чинником негативного впливу стала глобальна економічна криза, яка значно скоротила потік в'їзного туризму, а чинником позитивного впливу стали імміграційні процеси.

Імміграцію можуть викликати такі причини:

Економічні: залучення робочої сили; в'їзд в країни, з більш сприятливими соціально-економічними умовами; несприятлива економічна обстановка в країні (інфляцію, масове безробіття); розрив у рівнях життя розвинених і країн, що розвиваються (населення з країн, що розвиваються шукає більш комфортні умови для життя, поліпшення економічного добробуту, більш високооплачувану роботу та ін.).

Політичні: втеча від переслідувань за політичною, національною, расовою або релігійною ознакою -

так звані політ іммігранти; біженці; обмін національними меншинами між державами; переїзд в країну з більш стабільною політичною ситуацією; приховування терористів; внутрішні і зовнішні конфлікти в ряді країн; правова нестабільність.

В Україну в'їжджає з цілєю імміграції вдвічі більше людей ніж виїжджає. Найбільш популярні серед іноземців – Київ, Одеська та Донецька області, а також АР Крим.

На міграційні процеси Узбекистану вплинули ринкові реформування економіки та загострені міжнародні та міжетнічні відносини. Також до основних факторів трудових міграційних процесів Узбекистану можна віднести напруженість ринку праці та низький рівень ціни робочої сили. За рівнем життя Узбекистан займає 107 місце з 175 країн світу.

Таблиця 2

Рангова оцінка привабливості окремих країн для українських туристів

Країна, яка приймає українських туристів	Кількість українських туристів, чол.		Відхилення, %	Рангова оцінка з розрахунку від 1 до 10 балів	
	2007	2011		2007	2011
1. Росія	5784814	5475455	-5,35	1	1
2. Польща	4380264	5102885	16,61	2	2
3. Молдова	1504752	2221379	47,62	3	3
4. Білорусь	1506199	1581128	4,97	4	5
5. Угорщина	1367642	1726957	26,27	5	4
6. Румунія	559261	556792	-0,44	6	7
7. Туреччина	476062	605592	27,21	7	6
8. Словаччина	374118	425585	13,76	8	8
9. Єгипет	287167	299927	4,44	9	10
10. Німеччина	166022	361689	117,86	10	9

Примітка. Країна, яка приймає найбільшу кількість українських туристів оцінюється в 1 бал.

Зростання виїзного турпотуку з країн ЄС відбулося в основному за рахунок збільшення кількості виїжджаючих українських туристів до: Туреччини (на 27,21 % або на 129,53 тис. осіб), Польщі (на 16,61 % або на 722,62 тис. осіб), Єгипту (на 4,44 % або на 12,76 тис. осіб), Німеччини (на 117,86 % або на 195,67 тис. осіб), Словаччини (на 13,76% або на 51,47 тис. осіб), Угорщини (на 26,27% або на 359,32 тис. осіб). Збільшення туристичного потоку відбулося за рахунок туристів, що виїхали до таких країн СНД, як: Білорусь (на 4,97% або на 74,93 тис. осіб), Молдова (на 47,62% або на 716,63 тис. осіб). Зменшення виїзного турпотуку відбулося за рахунок зменшення кількості виїжджаючих українських туристів до країн СНД: Росії (на 5,35 % або на 309,36 тис. осіб), Румунії (на 0,44 % або на 2,47 тис. осіб) (табл. 2).

Для того щоб виявити чинники впливу на туристичні потоки виїзного туризму проведемо регресійно-кореляційний аналіз деяких з факторів та визначимо між ними залежність.

Відповідне графічне відтворення впливу чинників на попит туристичних послуг розглянемо на рис.

1-4.

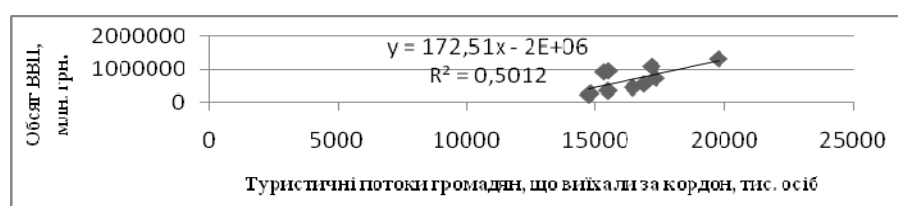


Рис. 1. Залежність туристичних потоків громадян, що виїхали за кордон від обсягу ВВП

Оцінку результатів графічного дослідження впливу чинників на попит туристичних послуг наведено у таблиці 3.

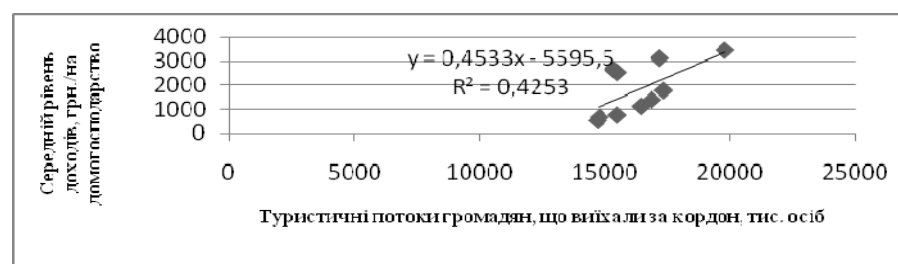


Рис. 2. Залежність туристичних потоків громадян, що виїхали за кордон від середнього рівня доходів населення

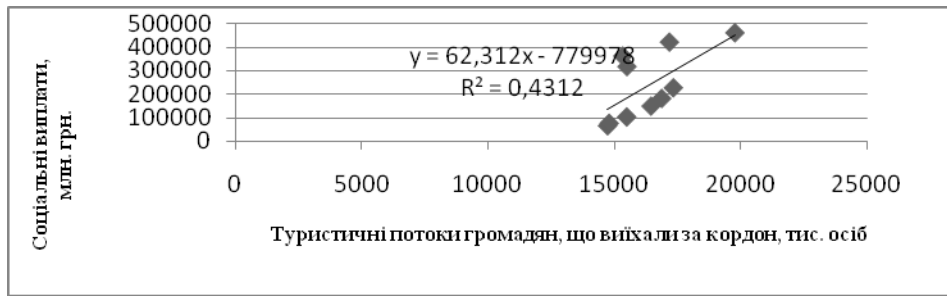


Рис. 3. Залежність туристичних потоків громадян, що виїхали за кордон від рівня соціальних виплат

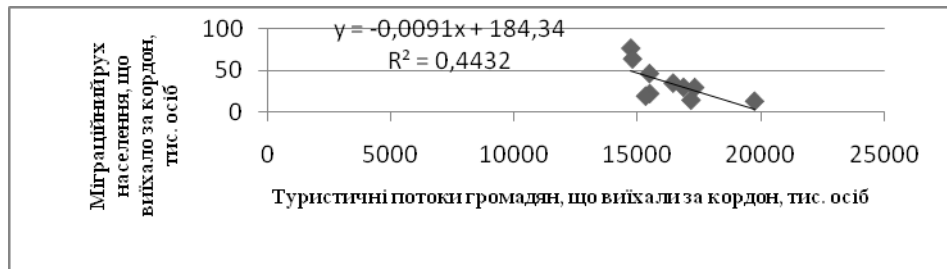


Рис. 4. Залежність туристичних потоків громадян, що виїхали за кордон від міграційного руху населення

Таблиця 3

Оцінка взаємозалежності парних факторів регресійного аналізу

Рівняння, які отримано в результаті дослідження	Коефіцієнт детермінації (R^2)
Залежність туристичних потоків громадян, що виїхали за кордон від обсягу ВВП	
$y = 172,51x - 2E+06$	$R^2 = 0,5012$
Залежність туристичних потоків громадян, що виїхали за кордон від середнього рівня доходів населення	
$y = 0,4533x - 5595,5$	$R^2 = 0,4253$
Залежність туристичних потоків громадян, що виїхали за кордон від рівня соціальних виплат	
$y = 62,312x - 779978$	$R^2 = 0,4312$
Залежність туристичних потоків громадян, що виїхали за кордон від міграційного руху населення	
$y = -0,0091x + 184,34$	$R^2 = 0,4432$

Проведений аналіз підтвердив наявність залежності між обсягом туристичних потоків виїжджаючого населення за кордон та такими чинниками внутрішнього впливу, як обсяг ВВП, середній рівень доходів населення, рівень соціальних виплат, рівень міграційного руху. Залежність між цими чинниками склала від 40 до 50 відсотків. На першому місці серед чинників, що мають вплив на туристичні потоки знаходиться обсяг ВВП (50,12%), далі, на другому та третьому місці виступають міграційний рух населення за кордон (44,32%) та рівень соціальних виплат (44,32%), на останньому місці знаходиться чинник середнього рівня доходів населення (42,53%). Умови стабілізації економіко-політичної ситуації в країні та покращення демографічних і соціальних показників, збільшення рівня доходів дають змогу людям більше подорожувати. Зростання культурного рівня населення зумовлює прагнення людей до ознайомлення з культурою, звичаями та традиціями народів інших країн, що дозволяє розширити світогляд та отримати позитивні емоції, відновити свої фізичні та життєві сили, змінити свої життєві орієнтації відносно особистих цінностей.

Створення нових видів туризму, які з'явилися останнім часом є умовою необхідності сегментування ринку туристичних послуг для визначення якісних і конкурентоспроможних особливостей споживацького сприйняття туристичної послуги, ось деякі з них: гастрономічний туризм, дегустаційні тури, шопінг-тури. Зростає увага до екстремальних подорожей та до видовищного туризму - фестивалі, концерти, конкурси, спортивні чемпіонати та інші. В структурі попиту відбувається перерозподіл від стандартних турів на користь екскурсійних турів та спеціальних турів (програм).

Висновки. Туристична діяльність в Україні має певні особливості, пов'язані з характером праці в туристичній індустрії, видом послуг, структурою продукту, співвідношенням попиту і пропозиції, формами продажу і т.д. Сьогодні індустрія туризму як сукупність підприємств сфери обслуговування та інших організацій, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, відвойовуючи як національний, так і міжнародний ринки.

Отже, з вище сказаного можна зробити висновок, що покращення показників якості та конкурентоспроможності туристичних послуг країни залежить від цілого ряду чинників впливу пов'язаних між собою. Тому виявлення чинників позитивного впливу потребує подальшого вивчення з метою

використання як статистичних так і тактичних підходів для удосконалення ситуаційних, методичних та організаційних підходів.

Література

1. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг: моніторинг і розвиток комплексу маркетингу : монографія / О.М. Азарян, Н.Л.Жукова. – Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2002. – 241 с.
2. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник/ Л.П. Дядечко. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации / М.А.Жукова. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 200 с.
4. Про туризм : Закон України від 15.09.1995р., №325/95-ВР // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1995. – № 31. – С.241.
5. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы : учебник/ [И.В. Зорин, А.И. Зорин, Т.А. Ирисова и др.]. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 272 с.
6. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В.Ф. – Чернівці : Книги – XXI, 2003. – 300 с.
7. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг / О. Кирилова // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 3. – С. 57-59.

References

1. Azaryan AM The market of tourist services: monitoring and development of the marketing mix: Monograph / O. Azaryan, N.L.Zhukova. - Donetsk: Type of DonMU, 2002. – 241 p.
2. Dydechko LP Business tourism: a manual / LP Uncle. – K. : Center of Literature, 2007. – 224 p.
3. Zhukov MA INDUSTRIYA tourism: management organization / M.A.Zhukova. – Moscow: Finance and Statistics, 2006. – 200 p.
4. The Law of Ukraine "On tourism" from 15.09.1995r. Number 325/95-VR // VVR (BD). – 1995. – № 31. – P. 241.
5. Tourism Management: Tourism and Systems of industry: Tutorial / [IV Zorin, AI Zorin, TA Yrysova and others]. – Moscow: Finance and Statistics, 2002. – 272 p.
6. Kyfyak VF The organization of tourism in Ukraine. – Literary Books – XXI, 2003. – 300 p.
7. A. Kirillov Marketing of the tourist market // Marketing in Ukraine.– 2009. – № 3. – P. 57-59.

Надійшла 14.04.2013; рецензент д. е. н. Ушкаренко Ю. В.

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ПОБУТОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ЇХ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

У статті розглянуті сучасні фактори впливу на розвиток підприємств побутового обслуговування та надання послуг для задоволення потреб і прагнень кожної людини. Успішність розвитку підприємств залежить від здатності організації поповнювати кадровий потенціал висококваліфікованим персоналом і саме це сприяє підвищенню культури обслуговування, а також збільшуються обсяги і види надання побутових послуг.

Ключові слова: сфера послуг, розвиток, підприємства, побутове обслуговування, кадровий потенціал, формування, система, ефективність, персонал, цілі, управління.

DEVELOPMENT OF ENTERPRISE CONSUMER SERVICES AND THEIR HUMAN POTENTIAL

The article describes the main factors influencing the development enterprise of consumer services and services to meet the needs and aspirations of each person. The success of enterprise depends on the ability of the organization to have and maintain personnel potential and replenish its highly knowledgeable staff and this promotes increased service culture as well as increasing volumes and types of household services. Consumption of consumer services largely depends on the objective law of growth needs which manifests in increase needs of people in relation to social development. Improving living and cultural level the population, rise of social activity of the population leads to the further development of their needs. Some needs for consumer services encountered in the development of production, others arise when the market appears this or that product. The ever increasing demand for consumer services contributes to the development of existing consumer services and the opening of new. The forms services to the population can be very different.

Keywords: the services sector, development, enterprise, household services, human resources, formation, system, efficiency, staff, goals, management.

Постановка проблеми. На сьогодні, у зв'язку з швидким розвитком сфери послуг, як у світі в цілому, так і в Україні зокрема, виникла гостра потреба у дослідженні та розробці теоретичних засад і практичного інструментарію управління саме для підприємств, які функціонують у сфері побутового обслуговування. Сфера побутового обслуговування стає більш привабливою для суб'єктів господарювання, і як наслідок підвищується якість послуг, культура обслуговування, а також збільшуються обсяги та види побутових послуг.

Невирішені частини загальної проблеми. Одним із основним факторів розвитку економіки є зростання сфери послуг. Однак в той же час сфера послуг в Україні залишається в економічному та організаційному сенсі багато в чому дисфункціональною, стосовно великої кількості суспільних потреб. Багато видів сервісу генерують послуги високоприбуткового характеру, тобто націлені на забезпечення людей. В той же час ніша побутового обслуговування, яка націлена на людину з середнім рівнем доходу є не заповненою, а тому вимагає подальшого дослідження процесів формування та задоволення потреб населення саме в цьому виді послуг.

Цілі дослідження. Метою статті є обґрунтування умов ефективного розвитку підприємств побутового обслуговування та аналіз використання кадрового потенціалу та його впливу на зростання конкурентоспроможності підприємства.

Основні результати дослідження. Впровадження ринкових відносин у практику господарювання вимагає принципової зміни методів управління на всіх етапах управлінської ієрархії. Відповідно до закону зростання потреб у сучасних умовах формуються високі вимоги до якості життя, де сфера сервісу пронизує всю ієрархію потреб, зосереджується вже не на матеріальному боці життя та побутовій повсякденності, а на духовних і соціальних потребах людини.

Зміни відносно важливості сфери послуг призвели до того, що і у теоретичних розробках, і в масовій свідомості поширюється усвідомлення сервісу, як позитивної соціальної технології, яка має людинозберігаючі властивості, а сутність соціального простору є пошук ефективних шляхів реалізації та задоволення потреб і прагнень кожної людини.

Вимогами до розвитку кадрового складу підприємств побутового обслуговування є: активна життєва позиція; креативність мислення; максимальна ініціативність в створенні та реалізації нових проектів; направленість ділової активності на досягнення мети організації; самоорганізація; ефективний самоконтроль в професійній діяльності.

Основними факторами впливу зовнішнього середовища є: конкурентоспроможність підприємства

на ринку; вагова частка підприємства на ринку; конкурентоспроможність продукції в галузі; репутація та імідж підприємства; географічне розташування; зростання кваліфікованих спеціалістів; попити на продукцію; менталітет споживача; політична ситуація; стадія розвитку галузевої кон'юнктури; інноваційні технології в галузі; законодавча база [2, 3].

Основними факторами впливу внутрішнього середовища є: освітньо-кваліфікаційний рівень; вікова структура кадрового складу; ефективність використання робочого часу; фінансування професійно-кваліфікаційного розвитку; оптимізація чисельності працівників кадрового складу; творчий потенціал працівника; показники руху кадрового складу; адаптивність кадрового складу; умови праці та організація робочого місця; трудова дисципліна; рівень оплати праці; участь працівників у прибутках підприємства; перспектива кар'єрного зростання; стимулювання вільним часом; виплата транспортних витрат працівників.

Головна мета розвитку кадрового потенціалу підприємства визначає під цілі та принципи системи управління персоналом. Останні являють собою правила, основні положення й норми, якими повинні оперувати керівники та фахівці в процесі управління кадрами. Розвиток кадрового потенціалу передбачає реалізацію стратегічних аспектів управління підприємством, такі, наприклад, як розробка і здійснення кадрової політики, в межах якої принципи управління персоналом відображають об'єктивні тенденції, соціальні й економічні закони, враховують наукові рекомендації суспільної психології, теорії менеджменту й організації, тобто увесь арсенал наукового знання, який і вивчає можливості ефективного регулювання та координацію людської діяльності [4].

Слід відмітити, що тенденція збільшення кількості підприємств побутового обслуговування спостерігається протягом останніх десяти років. Споживання побутових послуг багато в чому залежить від об'єктивного закону зростання потреб, який проявляється у зростанні запитів людей у зв'язку із суспільним розвитком. Підвищення життєвого і культурного рівня населення, підйом соціальної активності населення веде до подальшого розвитку їх потреб. Деякі потреби в побутових послугах виникають у ході розвитку виробництва, інші виникають тоді, коли на ринку з'являється той або інший продукт.

Однією з проблем розвитку підприємств побутового обслуговування є відсутність державного регулювання цін та тарифів на побутові послуги, які визначаються конкретним підприємством, виходячи із собівартості, співвідношення між попитом і пропозицією та норми прибутку. Це перешкоджає реалізації соціальної функції підприємствами, що надають побутові послуги.

За даними Державного комітету статистики України, щодо обсягів реалізованих послуг вітчизняними підприємствами сфери побутового обслуговування складено узагальнюючу таблицю показників їх діяльності за 2009 – 2011 рр. (табл. 1).

Таблиця 1

Показники роботи підприємств сфери послуг [5, 6, 7]

Види послуг	Обсяги реалізованих послуг (у ринкових цінах), млн. грн.			Динаміка (2009 – 2011 %)
	2009	2010	2011	
Всього	186101,6	185951,0	203228,5	109,2
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	1700,1	1333,2	1349,4	79,37
Діяльність готелів та ресторанів	3636,5	3196,5	3760,7	103,42
Діяльність транспорту та зв'язку	109833,5	113334,0	122295,6	111,35
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємствам	52767,9	50693,8	56684,8	107,45
Освіта	2322,9	2458,6	2719,6	117,1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	4595,8	5329,9	6122,6	133,22
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	11244,9	9605,0	10295,8	91,56

Провівши аналіз показників роботи підприємств сфери послуг (табл. 1), бачимо що загальний обсяг реалізованих послуг за 2009 – 2011 рр. зріс майже на 10%. Розглядаючи динаміку збільшення обсягу реалізованих послуг за 2009 – 2011 рр., можна побачити, що найстрімкіше виросли обсяги у сфері охорони здоров'я та надання соціальної допомоги у сфері освіти, відповідно на 133,22% та 117,1%. Але також спостерігаються негативні тенденції й зменшення обсягу реалізованих послуг у сфері торгівлі – на 20,63% та сфері надання комунальних та індивідуальних послуг – на 8,44%.

Обсяги реалізованих послуг підприємствами побутового обслуговування щороку мають тенденцію до збільшення, хоч кількість підприємств, які надають послуги та чисельність працівників на них мають тенденцію до зниження. Скорочення кількості підприємств та відсутність їх у деяких районах або неефективне функціонування призводить до незадоволення попиту населення у послугах підприємств

побутового обслуговування.

Дослідження особливостей розвитку сфери побутового обслуговування населення дало можливість узагальнити фактори впливу на цей процес:

1) зростаючі потреби в послугах (поява нових послуг, наприклад, обслуговування комп'ютерів, завантаження додаткового мультимедійного та програмного забезпечення в мобільні телефони, викликала появу попиту на них);

2) дезінтеграція дій обслуговування (завдяки зростанню темпів життя з'являються ті потреби у виконанні тих робіт, які раніше виконувалися самостійно);

3) приватизація державних послуг;

4) прогресу комп'ютерних і телекомунікаційних технологій.

Для розвитку підприємств побутового обслуговування великий вплив має визначення та формування попиту на їх послуги. Встановлено, що найбільший вплив на формування загального попиту на побутові послуги мають фактори технічного обслуговування та ремонту автомобілів і мотоциклів. Значний вплив на споживання побутових послуг здійснюють практично на всі види побутового обслуговування якісні характеристики послуг та якість використання і обслуговування власником предметів побутового вжитку.

Постійно зростаючий попит на побутові послуги сприяє розвитку існуючих підприємств побутового обслуговування та відкриттю нових. Форми обслуговування населення можуть бути самими різними, але всі вони спрямовані на найбільш повне задоволення запитів людей, що потребують обслуговування. Так спеціально для зайнятих клієнтів, у яких немає часу на відвідини підприємств побутового обслуговування (салон краси, майстерні з ремонту радіоапаратури та інших), практикується виїзд фахівців додому. Більш того, деякі види робіт виконуються тільки вдома у клієнта (прибирання квартири, дрібний ремонт, чистка штор).

Варто також відзначити, що між попитом населення на послуги підприємств побутового обслуговування та потребами у них існує певна відмінність. Така відмінність прослідковується у тому, що в залежності від наявності грошових засобів у населення, потреби у послугах підприємств побутового обслуговування можуть набувати або не набувати форму попиту.

Потреби у послугах підприємств побутового обслуговування, які набувають форму попиту поділяють на:

- реалізований попит;
- незадоволений попит.

Реалізований попит на послуги підприємств побутового обслуговування формується на основі платоспроможних задоволених потреб. Незадоволений попит визначається як представлений, але не реалізований населенням попит через обмеженість пропозиції або його невідповідність вимогам населення.

Багато експертів вважають, що попит на побутове обслуговування залишається стабільним і з року в рік останнім часом збільшується. Це обумовлено, в першу чергу, прагненням людей, які мають високий рівень достатку, до поліпшення якості життя і економії часу на те, що називається «повсякденними справами».

В останні роки в сфері побутового обслуговування відкриваються підприємства, діяльність яких не вимагає значних капіталовкладень (перукарні, автостоянки тощо). Капіталомістке виробництво через моральний та фізичний знос основних фондів стає нерентабельним і перестає ефективно функціонувати. Велика кількість підприємств побутового обслуговування незареєстрована, майже 50% обсягів побутових послуг надаються в умовах нерегламентованої діяльності.

Відповідно до визначеної стратегії розвитку підприємства побутового обслуговування розробляється стратегічна програма розвитку персоналу, завданням якої є забезпечення безперервного підвищення кваліфікації працівників, здійснення їх професійної перепідготовки відповідно до змін цілей та структури підприємства.

Висновки. У сучасних умовах підприємства побутового обслуговування знаходяться під впливом багатьох факторів як зовнішнього так і внутрішнього середовища, вплив яких вимагає також формування нових організаційних структур на кожному підприємстві. Проте досягнутий рівень розвитку побутового обслуговування не забезпечує задоволення зростаючих запитів людей, що впливають з безперервного зростання матеріального добробуту населення.

Але у будь-якому випадку підприємства побутового обслуговування населення при належних зусиллях з боку їх власників можуть приносити хороший дохід і бути невід'ємною частиною повсякденного життя величезної кількості людей. Отже, сфера побутового обслуговування є важливою складовою у задоволенні потреб населення.

Література

1. Савіна Г.Г. Розроблення системи управління розвитком трудового потенціалу регіонів України в контексті світових інтеграційних процесів : монографія / Савіна Г.Г. – Херсон : ХНТУ, 2010.
2. Самоукина Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах /

Самоукина Н.В. – М. : Вершина, 2006. – С. 165 – 181.

3. Головкова Л.С. Лукашов О.О. Методи оцінки ефективності використання кадрового потенціалу підприємства / Л.С. Головкова О.О. Лукашов // Науково-виробничий журнал "Держава та регіони" Серія: Економіка та підприємництво. – 2008. – № 6. – С. 76-79.

4. Басько Г.М. Структура компонентів кадрового потенціалу підприємства / Г.М. Басько // Економіка & держава. – 2007. – № 5.

5. Діяльність підприємств сфери послуг у грудні 2009 р. // Основні тенденції: експрес-випуск. – К. : Держкомстат України, 2010. – № 185.

6. Діяльність підприємств сфери послуг у грудні 2010 р. // Основні тенденції: експрес-випуск. – К. : Держкомстат України, 2011. – № 17.

7. Діяльність підприємств сфери послуг за 2011р. // Статистичний бюллетень. – К. : Держкомстат України, 2012. – 183 с.

References

1. Savina G.G. Developing a system of labor management development potential of the regions of Ukraine in the context of global integration processes // Monograph – Kherson: KNTU, 2010.

2. Samoukina N.V. Effective motivation at minimal cost. – M. Summit, 2006. – p. 165 – 181.

3. Golovkova L.S. Lukashov O.O. Methods for assessing the effectiveness of human resources enterprise. Scientific production of "State and regions" Series: Economics and Business. – 2008. – № 6, p.76-79.

4. G.M. Basque Structure components of human resources enterprise / GM Basque // Economy & state-2007-№ 5.

5. Activity enterprise consumer services in December 2009. Key trends: express-edition. – State Statistics Committee of Ukraine, 2010. – № 185.

6. Activity enterprise consumer services in December 2010. Key trends: express edition – State Statistics Committee of Ukraine, 2011. – № 17.

7. Activity enterprise consumer services in 2011: statistical bulletin - State Statistics Committee of Ukraine, 2012. – p. 183

Надійшла 20.04.2013; рецензент д. е. н. Ігнат'єва І. А.

МОБІЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ІНТЕГРОВАНИМИ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

У статті висвітлено питання ефективного управління мобільним маркетингом у рамках програм інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК). Детально розглянуто програмні продукти та інформаційні технології, що застосовуються підприємствами на етапах планування, реалізації та контролю кожного окремого елемента мобільної комунікації зі споживачем.

Ключові слова: інформаційні технології, інтегровані маркетингові комунікації, мобільні технології, QR-код, геолокаційні сервіси, таргетинг.

V. V. SOVA

Kyiv National University of Trade and Economics

MOBILE TECHNOLOGIES IN MANAGEMENT OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS OF TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE

The article highlights the question of effective management of mobile marketing within integrated marketing communications (IMC) programs. The software and information technology used by enterprises in the stages of planning, implementation and control of each individual element of mobile communication with the consumer considered in detail. For a deeper understanding of mobile technology in the management of integrated marketing communications, classification of mobile technologies used in the communications programs is given; mobile marketing tools are considered and information technologies that enable their effective management are researched; the opportunities of information technology of mobile marketing, used in integrated marketing communications programs of enterprises are highlighted. Particular attention is paid to the management of SMS-mailings in the framework of direct marketing activities, the use of QR-codes and local-base services in the integrated marketing communications programs of enterprises.

Keywords: information technology, integrated marketing communications, mobile technology, QR-code, local-base services, targeting.

Постановка проблеми. В умовах конкуренції, що посилюється, глобалізації економічних процесів повсякденна діяльність власників та менеджменту компаній повинна бути спрямована на всебічне вивчення потреб ринку, встановлення довгострокових відносин з клієнтами, підвищення ефективності бізнес-процесів.

Інформаційні технології (ІТ) в сучасних умовах стають найважливішим інструментом науково-технічного та соціально-економічного розвитку суспільства. Відіграючи значну роль у прискоренні процесів отримання, розповсюдження і використання інформації, вони докорінно змінюють підходи до ведення бізнесу, у тому числі і до управління інтегрованими маркетинговими комунікаціями (ІМК).

Розробник концепції інтегрованих маркетингових комунікацій Д. Шульц виказав таку думку: «Технологія – це саме те, що робить ІМК можливим, і чим скоріше розповсюджуються технологічні новинки, тим більш інтенсивно розвиваються ІМК. Оскільки технологія приводить ІМК у дію та здійснює її підтримку, то ІМК – це майбутнє всіх маркетингових комунікацій» [1].

З розвитком комп'ютерних та інформаційних технологій перелік інструментів ІМК буде неухильно збільшуватись. Найновіші інформаційні технології (інтерактивні комунікації, використання баз даних у встановленні зв'язку з адресатом, застосування комп'ютерних технологій, в першу чергу Internet, та ін.) сприяють росту ефективності застосування інтегрованих маркетингових комунікацій.

Останнім часом під інформаційними технологіями найчастіше розуміють комп'ютерні технології. Зокрема, ІТ ототожнюють з використанням комп'ютерів і програмного забезпечення для зберігання, перетворення, захисту, обробки, передачі та отримання інформації.

Проте, сьогодні маркетинг підприємств знаходиться на межі революційних перетворень, першопричиною яких є розвиток технологій мобільного зв'язку та наближення показника проникнення стільникового зв'язку в Україні до європейських показників, що породжує нове явище – мобільний маркетинг. Його відмінна риса – досягнення цілі, що раніше вважалась неможливою, а саме – абсолютна персоналізація комунікації зі споживачем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку інформаційних технологій маркетингу є актуальною як для зарубіжних, так і для вітчизняних науковців. Окремі питання інформаційної діяльності, пов'язаної з мобільним маркетингом, розглянуті у працях Кр. Баммеля, С. Крума [2], А. Майкла [3], Ч. Мартіна [4], А. Пірсона [5], Б. Солтера, Г. Холланда [6].

У цій галузі існує чимало спеціалізованих інтернет-ресурсів, що висвітлюють найактуальніші статистичні дослідження, численні експертні оцінки стану та розвитку ринку, приклади успішних реалізованих проектів з використанням інструментів мобільного маркетингу. До таких інструментів

належить мобільна реклама.

За результатами останніх досліджень, у 2012 році обсяг ринку мобільної реклами в Україні становив близько 25,3 млн. дол. США. У порівнянні з даними за 2011 рік (11,9 млн. дол. США) - це двократне зростання (за даними мобільного оператора зв'язку «Київстар»). З цього обороту коштів близько 70% припадає на SMS-розсилки, вони продовжують залишатися найпопулярнішим інструментом мобільної реклами, 25% - на інтернет-маркетинг (банерна, контекстна реклама в додатках, на сайтах) і 5% - на нестандартні мобільні рішення (додатки, доповнена реальність, QR-коди і т.д.) [7]. Подібні інноваційні канали поки не отримали широкого розповсюдження, через все ще низький рівень проникнення смартфонів в Україну.

Проте, за прогнозами, вже до 2015 року ринок подвоїть свій обсяг і виросте до 52,5 млн. дол. США. Ця оцінка здійснювалася як з боку мобільних операторів, так і з урахуванням цифр від рекламодавців, рекламних агентств, партнерів, які надають послуги мобільної реклами та розробляють інструменти для неї [7].

Як свідчить практика, середній рівень відгуку споживачів на заходи з використанням мобільного маркетингу варіюється від 3 до 10%, а успішний ріст продажу товарів повсякденного попиту (англ. Fast Moving Consumer Goods, FMCG) за допомогою інструментів мобільного маркетингу досягає 70-80% [8].

Зростання ринку мобільної реклами обумовлене підвищенням інтересу українських споживачів до мобільного каналу комунікації. Загальна кількість абонентів стільникового зв'язку в Україні станом на січень 2013 року становила 57,495 млн. користувачів, кількість яких вже фактично зрівнялася з ТВ-аудиторією. Таким чином, загальна кількість абонентів за 2012 рік збільшилася на 3,767 млн. абонентів (6,7%). Як підраховали в компанії iKS Consulting, проникнення мобільного зв'язку в країні до кінця грудня 2012 року становило 126% [9].

Варто зазначити, що більше 12 млн. абонентів регулярно виходять в Інтернет за допомогою мобільних пристроїв, при чому 50% користувачів соціальних мереж перевіряє свої акаунти саме через мобільні пристрої. Все більше часу користувачі витрачають не на дзвінки та SMS, а на інтернет-браузинг, програми та ігри, інтернет-навігацію і відвідування соціальних мереж.

Іншою тенденцією, що свідчить на користь зростання популярності мобільного маркетингу серед вітчизняних підприємств є те, що: за минулий рік в країні стало на 5% більше власників мобільних апаратів і їх кількість тепер складає 89% населення України (за даними дослідження компанії Research & Branding Group) [10].

А найголовніше те, що в 2012 році в Україні вперше продажі смартфонів перевищили продажі звичайних персональних комп'ютерів (ПК). Це зростання спричинило розширення можливостей мобільного маркетингу: не тільки SMS, але і мобільних додатків, геотаргетинга, онлайн відео, ігор та доповненої реальності [8].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Викладені вище тенденції, безумовно, спонукають вітчизняні підприємства до залучення переваг мобільного зв'язку до комунікаційних програм, проте зарано говорити, що маркетинг з використанням мобільних технологій набув широкого впровадження у діяльності підприємств в Україні. Однак ринок досить швидко наповнюється різними моделями смартфонів, що використовують сучасні операційні системи, і вже в 2013-2014 році в Україні можлива буде реалізація маркетингових ідей з використання сучасних мобільних технологій [11].

Проте, постає питання про ефективне управління мобільними комунікаціями при розробці і реалізації програм інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств. У зв'язку з цим детального розгляду потребують програмні продукти та інформаційні технології, що застосовуються підприємствами на етапах планування, реалізації та контролю кожного окремого елемента мобільної комунікації зі споживачем.

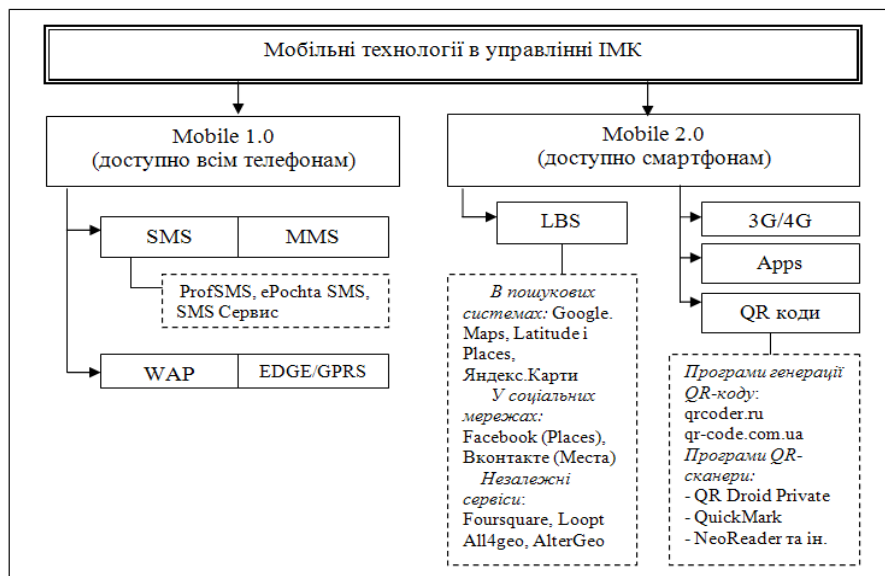
Формулювання цілей статті (постановка завдання). Для більш глибокого розуміння сутності мобільних технологій в управлінні ІМК, які дозволять застосовувати дану концепцію на практиці більш ефективно, у даній статті поставлено за мету:

- надати класифікацію мобільних технологій, що реалізуються в рамках комунікаційних програм;
- розглянути інструменти мобільного маркетингу та дослідити інформаційні технології, що дозволяють здійснювати їх ефективне управління;
- висвітлити можливості інформаційних технологій мобільного маркетингу, що застосовуються в управлінні інтегрованими маркетинговими комунікаціями підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній теорії маркетингу мобільні технології поділяють на Mobile 1.0 - ті, що доступні всім мобільним пристроям, та Mobile 2.0 - це технології, що можуть використовуватись мобільними телефонами нового покоління - смартфонами, яким доступне використання мобільного Інтернету (рис.1).

Інструменти мобільного маркетингу включають сучасні формати і технології передачі інформації в мережі стільникового зв'язку: голосову інформацію (IVP - Interactive Voice Response), текстову інформацію (SMS-повідомлення), графічну інформацію (EMS - SmartMessaging), фото- та відеоінформацію (MMS), технології, що дозволяють реалізовувати неголосові інтерактивні комунікації (WAP, Java), контент (теми, зображення, мелодії, слайд-шоу), ігри та програми, Bluetooth-маркетинг та рекламу під час дзвінка,

зчитування QR-кодів, використання геолокаційних сервісів та інше. Щоправда, в Україні синонімом мобільного маркетингу поки що є SMS технологія.



Примітка: ІМК – інтегровані маркетингові комунікації; LBS (local base services) – геолокаційні сервіси; Apps (Application) - програми для смартфонів; QR-код (quick response - швидкий відгук) - двомірний штрих-код.

Рис. 1. Мобільні технології в управлінні інтегрованими маркетинговими комунікаціями

У реалізації кампаній прямого маркетингу маркетологам вітчизняних підприємств торгівлі допомагають сервіси розсилки SMS (наприклад, ProfSMS, ePochta SMS, SMS СЕРВИС). До функцій сервісу SMS-розсилки відносяться наступні опції:

- диспетчер відправки - можливість визначати час відправлення. Сервіс SMS-розсилки дозволяє відправляти як поодинокі SMS в режимі реально часу, так і планувати персональні SMS-повідомлення або масові розсилки на конкретні час і дату, а також встановити поступову відправку протягом обраного часу. Сервіс забезпечує високу швидкість відправки повідомлень - до 3000 SMS на хвилину;

- динамічне ім'я відправника SMS. Сервіс дозволяє використовувати динамічне альфанумеричне ім'я відправника SMS без попередньої реєстрації (якщо оператором не встановлено обмеження на дану можливість). Це означає, що ви можете вказати будь-яке ім'я або назву компанії (альфа ім'я), телефон (нумеричне ім'я) чи інше поєднання букв і цифр (альфанумеричне ім'я) в якості імені відправника SMS. Це ім'я може бути кожен раз нове, тобто змінюватися динамічно;

- персоналізація SMS при масових розсилках - сервіси SMS-розсилки надають можливість вказувати в SMS-повідомленні персональну інформацію, призначену конкретному абоненту. Так, в кожному повідомленні ви можете звернутися до клієнта по імені або вказати розмір індивідуальної знижки, номер купона або будь-яку іншу персональну інформацію;

- сервіс SMS-розсилки дозволяє відправляти повідомлення необмеженого розміру, а також забезпечує підтримку відправки повідомлень на будь-якій мові світу;

- сервіс SMS-розсилки дозволяє відслідковувати статистику відправки повідомлень;

- вартість розсилки повідомлень по Україні коливаються від 0,11 до 0,16 грн. за повідомлення в залежності від придбаної кількості повідомлень.

Зі збільшенням доступності мобільних комунікаційних пристроїв - планшетів, смартфонів, і появи можливості виходити в Інтернет практично з будь-якого місця, де б людина не перебувала, на ринку інтернет-сервісів з'явився новий тренд - соціальні геолокаційні сервіси (Location-based services, LBS). Пік появи і масового розповсюдження геосервісів на Заході припав на 2010 рік, тоді як в Україні геосервіси лише набирають оберти [12].

Можна виділити кілька рівнів використання геолокації:

1. Інформаційний - надання користувачу інформації про найближчі до нього об'єкти або об'єкти певної локації.

2. Соціальний - можливість дізнатися місцезнаходження інших користувачів.

3. Комунікаційний - можливість зареєструвати місце на мапі, яке стане доступним всім користувачам, залишити відгук про відвідування місця або прочитати відгуки інших, прив'язати власний контент до певного місця на карті (наприклад, фото або текстове повідомлення).

Зважаючи на зростаючу популярності геолокаційних сервісів серед користувачів Інтернет можна говорити і про ще один рівень - маркетинговий. Геолокація стала інструментом таргетування стимулюючих маркетингових акцій та основою для розробок нових механізмів взаємодії зі споживачем [13].

Геосервіси дозволяють користувачам відмічатися у певних географічних точках і повідомляти про своє місце дислокації друзям та іншим користувачам сервісу. Користувачі добровільно повідомляють про своє місце знаходження, шляхом реєстрації на сервісах, дозволяючи доступ до своїх даних, а також відзначаючи свою присутність на інтерактивній карті - так званий «check in» (від англ. – реєстрація).

На найпростішому (і затребуваному) рівні орієнтування на місцевості геолокація відома за сервісами Google.Maps і Яндекс.Карти. Найвідоміші сервіси геолокації, що пов'язані з соціальними мережами, - FourSquare, All4geo, AlterGeo, Loopt. Крім цього, опції геолокації інтегруються у вже існуючі продукти, наприклад, в Facebook (Places), Google (Latitude і Places), Twitter, ВКонтакте.

Успіх геолокаційних сервісів можна пояснити тим, що вони фактично заповнили незайняту нішу: якщо раніше всі демонстрували свій статус брендами-продуктами, то тепер з'явилася можливість додати до цього часом більш показові бренди сфери обслуговування (магазини, ресторани, розважальні заклади, курорти та ін.). Добре продумана механіка даної комунікації забезпечує високий рівень залучення користувачів у процес рекомендацій, оцінок - користувачі реєструються і створюють нові мітки, щоб отримати ексклюзивний статус, набрати більше балів, ніж інші, щоб мати можливість бути знайденими своїми друзями в певному місці. Це механізм з дуже потужним потенціалом вірусної реклами, який наразі не повністю реалізований.

Український бізнес ще тільки опановує інструменти SMM для налагодження комунікації зі своїми реальними і потенційними клієнтами, і лише деякі компанії представлені у геосервісах та проводять регулярну роботу з ними. Проте, очевидно, що ця технологічна новинка є реальною можливістю укріпити свої конкурентні позиції [12].

Враховуючи статистику використання геолокаційних сервісів, в найближчі роки цю технологію очікує лавиноподібне зростання. Тому з метою отримання конкурентних переваг представникам українського торговельного бізнесу потрібно вже зараз включати роботу з аудиторією LBS-сервісів у маркетинговий план.

Оскільки геосервіси - це логічне продовження інтеграції Інтернет у повсякденне життя споживачів, то вони, так само як і соціальні мережі, активно реалізуються в рамках кампаній у соціальних медіа. Існують наступні варіанти використання геосервісів як інструменту просування товарів та послуг:

1. Комунікаційний ефект.

Перевага LBS-сервісів для пересічного споживача - це можливість отримати рекомендації, поради, підказки від інших користувачів, які вже скористалися тією чи іншою точкою обслуговування. Ця перевага частково пов'язано з високим ступенем довіри до персоналізованих рекомендацій, які характеризуються невисоким ступенем їх комерційного, «сплаченого» розміщення.

2. Стимулювання збуту.

Популярні дисконтні агрегатори (такі як Groupon, Pokupon) рухаються в напрямку «локалізації» своїх користувачів. У Росії, наприклад, функціонує сервіс Lokata, який позиціонує себе як рекламний майданчик для ритейлерів, які будуть мати можливість розміщувати інформацію про товари, акції і знижки у прив'язці до місця розташування на карті. Таким чином, LBS-сервіси розширюють сферу свого впливу: від простого інформування до цінового стимулювання збуту.

3. Реклама.

Системи геоконтекстної реклами (LBA - local-based advertising), по суті, є симбіозом LBS-сервісів і контекстної реклами. Система автоматично визначає місце розташування людини по GPS-координатами і використовує цей параметр для таргетування рекламних оголошень. Майданчики для такої реклами - автомобільні навігатори, карти в мобільних телефонах і на веб-сайтах.

Геоконтекстна реклама може бути реалізована і у вигляді push-повідомлень від мобільних додатків - потенційний споживач отримує повідомлення про те, що в магазині поруч йде розпродаж товарів або в кафе через дорогу діє знижка на бізнес-ланчі.

4. Маркетингові дослідження.

Наступна можливість, яку бізнес повинен (і буде) використовувати - це обробка інформації про користувача, яку він вже залишив про себе в Мережі.

Реєструючись в певних місцях, у визначений час, користувач характеризує свій стиль життя. Кожне місце транслює певне повідомлення зовні, які різними соціальними групами декодується по-своєму. Поєднуючи характеристики з різних місць, які регулярно відвідує користувач, можна з великим ступенем ймовірності визначити сферу його інтересів і коло спілкування. Аналіз маршрутів може допомогти більш правильно зорієнтувати спрямовану на цільову аудиторію рекламу і, навіть, змінювати її зміст [13].

5. Підвищення лояльності клієнтів.

Для цього клієнтам магазинів, розважальних закладів та ресторанів, які регулярно відмічають свою присутність на інтерактивній карті у даних місцях, видають картки постійних покупців. Представники брендів заохочують своїх клієнтів, які найчастіше з'являються і відзначаються у закладах-учасниках акції,

подарунками, (наприклад, кав'ярня Starbucks пригощає безкоштовною кавою, магазин одягу Gap дарує другу пару джинсів після придбання першої пари за відмітку у Facebook Places), а користувачі геосервісів бачать інформацію про найбільш відвідувані місця та відгуки про них.

Технології мобільного Інтернету вдосконалюються з кожним днем і власники смартфонів здобувають нові можливості комунікації з брендом. Перспективним напрямом мобільного маркетингу сьогодні є QR-код [14].

QR-код (з англ. quick response - швидкий відгук) - це двовимірний штрих-код (бар-код), що надає інформацію для швидкого розпізнавання за допомогою камери мобільного телефону. За допомогою такого коду можна закодувати до 4300 символів, наприклад: текст, номер телефону, посилання на сайт або візитну картку та ін. QR-коди, які є вдосконаленою версією одновимірних штрих-кодів, що розміщують на товарних упаковках, відкрили для маркетингу, реклами та торгівлі нові можливості (табл. 1) [15].

Таблиця 1

Можливості застосування QR-кодів у програмах інтегрованих маркетингових комунікацій підприємств торгівлі [14]

Місця використовувати QR-код	Можливості застосування QR-коду
1. При проведенні маркетингових та PR-акцій	1. Трансляція мультимедійного контенту.
2. При проведенні нестандартних outdoor-кампаній (інтегрувати QR-код в стаціонарні рекламні проспекти, буклети, рекламні щити)	2. Розміщення в журналах та ін. друкованій продукції.
3. У торговельних, розважальних і офісних центрах	3. Розміщення посилань на сайти з інформацією про товари, знижки, розпродажі.
4. У супермаркетах і магазинах	4. Розсилка знижок і бонусів у магазинах.
5. В кінотеатрах	5. Відправлення рекламних повідомлень в метро та громадському транспорті.
6. У кафе, барах і ресторанах	6. Організація мобільних опитувань і залучення покупців під час маркетингових та PR акцій.
7. На виставках, конференціях, круглих столах, майстер-класах та презентаціях	
8. В метро та іншому громадському транспорті	
9. У переходах, на площах і на вулицях	
10. У концертних залах і на стадіонах	
11. В учбових закладах	

З точки зору маркетингу підприємству цікава відповідь або реакція споживачів на маркетингове повідомлення. При створенні (генерації) QR-коду можна закласти в цей код чимало варіантів дій, які відбудуться при зчитуванні коду мобільним телефоном, наприклад:

- перейти за посиланням на веб-сайт;
- надіслати e-mail;
- підключитися до wi-fi;
- відобразити будь-який текст, наприклад з кодом або купоном знижки, спеціальною пропозицією;
- додати веб-сайт в закладки;
- подзвонити за заданим номером телефону;
- відправити SMS;
- додати картку контактів у записну книжку мобільного телефону;
- створити нагадування в календарі мобільного телефону;
- зробити посилання на карти (наприклад, Google Map);
- зробити посилання на карті геолокаційного сервісу (наприклад, BING);
- зробити посилання для пошуку товарів у пошукових сервісах у мережі Інтернет (наприклад,

Яндекс);

- зробити спеціальне відео посилання (наприклад, через You Tube);
- показати профайл у соціальній мережі (наприклад, Facebooke, Твіттер та ін.) [16].

Ця проста розробка в останні роки широко застосовується у сфері реклами та маркетингу на Заході, а в Японії активно використовується протягом останніх десяти років і стала буденною справою. В Україні QR-коди вже знайшли своє застосування в зовнішній рекламі та друкованих засобах масової інформації (ЗМІ). Тепер на зовнішній рекламі відділень «Приватбанку» елемент логотипу - чорний квадрат - замінений QR-кодом. Якщо просканувати цей код, користувач потрапляє на сайт банку. Таким чином оформлені вивіски вже з'явилися у відділеннях Києва, Донецька, Харкова та Одеси, і в майбутньому можуть з'явитися в інших містах. Восени минулого року «Приватбанк» запровадив послугу зняття готівки за допомогою QR-коду. Для того, щоб користуватися такою послугою, потрібно встановити на смартфоні додаток «Кошелек24» (працює для Android). Послуга оплати по QR-коду взагалі стала одним з технологічних трендів минулого року в Україні. Так, можливість такої оплати квитків анонсували «Укрзалізниця» та «Аеросвіт». Підприємства торгівлі також почали використовувати двовимірне кодування, надаючи своїм покупцям можливість за лічені секунди отримати детальну інформацію про товар не вдаючись до допомоги продавців [15].

Варто зазначити, що ефективному впровадженню мобільного маркетингу сприяють такі бездротові засоби передачі даних, як WAP, EDGE, GPRS, 3G та 4G.

Висновки. Підводячи підсумки, можна сказати, що мобільний маркетинг, стає одним з найбільш

дієвих елементів маркетингових комунікацій підприємств. Завдяки високій швидкості з'єднання і передачі даних за допомогою мобільного Інтернету, спрощеному доступу до товарів і послуг, зниженню цін на мобільні пристрої мобільний маркетинг здобуває належне місце у комунікаційних програмах вітчизняних підприємств. Ця тенденція все більше стимулюється зростаючим трафіком мобільного Інтернету, підвищенням кількості підключених користувачів, а також власників смартфонів і планшетів, що створює всі передумови для повільного, але стабільного розвитку даного ринку [17].

Поряд з телебаченням, радіомовленням та пресою тепер виділяють ще такий ЗМІ як мобільний телефон. Окрім того, що даний ресурс доступний цілодобово, значно суттєвішою перевагою застосування даного інструменту комунікації у торгівлі є те, що він наділений здатністю оплати (електронні гроші - web money).

Мобільний маркетинг значно доповнює комунікаційні програми підприємств, оскільки поєднує у собі багато форматів комунікацій: надання персональних знижок через використання SMS-сервісів у рамках кампаній стимулювання збуту, інформування покупців та спрямування їх до магазинів за допомогою геолокаційних сервісів, здійснення посилання на сайт компанії через QR-коди, розміщення каталогу товарів у мобільних додатках та можливість їх придбання за рахунок електронних грошей. Таким чином, мобільний маркетинг дозволяє реалізувати CRM-концепцію маркетингових комунікацій підприємств.

Однак, застосування інструментів мобільного маркетингу вимагає від маркетингових служб вітчизняних підприємств ефективну організацію праці людей, зайнятих обробкою і зберіганням інформації, потужну обчислювальну техніку, професійну підготовку кадрів щодо можливостей інформаційних технологій передачі та обробки даних, пов'язаних з їх управлінням та ін.

Література

1. Шульц Д. Новая парадигма маркетинга: интегрированные маркетинговые коммуникации / Д.Е. Шульц, С.Н. Танненбаум, Р.Ф. Лаутерборн. – М. : ИНФРА-М, 2004. 286 с.
2. Крум С. Мобильный маркетинг / С. Крум – М. : Кью, 2010. – 360 с.
3. Майкл А. Мобильный маркетинг. Создание конкурентного преимущества с помощью беспроводных технологий / А. Майкл, Б. Солтер. – М. : Группа ИДТ, 2007. – 400 с.
4. Мартин Ч. Третий экран / Ч. Мартин. – М. : Николас Брели Паблицинг, 2011. – 256 с.
5. Пирсон А. Мобильная революция / А. Пирсон. – М. : Куолекс Паблицинг, 2010. – 178 с.
6. Холланд Г. Мобильный маркетинг / Г. Холланд, Кр. Баммель – М. : Вершина, 2006. – 208 с.
7. Украинский рынок мобильной рекламы превысил \$25 млн – «Киевстар» [Електронний ресурс] / Мобільний маркетинг в Україні. – Режим доступу : <http://www.mobilemarketing.com.ua/2013/02/07/ukrainskij-gynok-mobilnoj-reklamu-prevysil-25-mln-kievstar/#more-12479>.
8. LEAD9 подвел итоги 2012 года в мобильном маркетинге [Електронний ресурс] / Мобільний маркетинг в Україні. – Режим доступу : <http://www.mobilemarketing.com.ua/2012/12/25/lead9-podvel-itogi-2012-goda-v-mobilnom-marketinge/#more-12243>.
9. Количество мобильных абонентов превысило число украинцев [Електронний ресурс] / Мобільний маркетинг в Україні. – Режим доступу : <http://www.mobilemarketing.com.ua/2013/02/18/kolichestvo-mobilnyx-abonentov-prevysilo-chislo-ukraincev/#more-12547>.
10. Украинцы становятся мобильнее и любят клавиатуру – исследование [Електронний ресурс] / Мобільний маркетинг в Україні. – Режим доступу : <http://www.mobilemarketing.com.ua/2013/02/21/ukraincy-stanovyatsya-mobilnee-i-lyubyat-klaviaturu---issledovanie/#more-12568>.
11. Тенденции цифрового маркетинга в Украине [Електронний ресурс] / AdReport – все инсайды медиабизнеса. – Режим доступу : [Http:// adreport.com.ua/internet-marketing/24009.html](http://adreport.com.ua/internet-marketing/24009.html).
12. Майорова А. Социальные геолокационные сервисы как инструмент продвижения товаров и услуг [Електронний ресурс] / А. Майорова // Green – блог маркетингового агентства з маркетингу у соціальних медіа. – Режим доступу : <http://blog.greensmm.ru/?p=571/>.
13. Кириенко Ю. Геолокационные сервисы как маркетинговый инструмент [Електронний ресурс] / Ю. Кириенко // Cossa.ru – информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. – Режим доступу : <http://cossa.ru/articles/155/18042/>.
14. Маркетинг с QR-код. Quick response – часть маркетинговой стратегии [Електронний ресурс] / Contenton. Информационный иллюстрированный Интернет журнал. – Режим доступу : <http://www.contenton.ru/web-qr-code/qr-code-marketing.html>.
15. QR коды или новое слово в маркетинге [Електронний ресурс] / Весь рекламный рынок России. Ресурс № 1 по подбору рекламного агентства. – Режим доступу : http://www.alladvertising.ru/info/qr_code.html.
16. Для каких функций предназначен QR-код в Мобильном маркетинге? [Електронний ресурс] / Портал I.UA. Блоги. Ozonair. – Режим доступу : <http://blog.i.ua/user/4019859/866835/>.
17. Украина, одна из самых перспективных стран развития мобильного интернета [Електронний ресурс] / Gemius – международное исследовательское агентство. – Режим доступу : <http://www.gemius.com.ua/ua/aktualnosci/2012-02-09/01>.

References

1. Shults D. Novaya paradigma marketinga: integrirovannyye marketingovyye kommunikatsii. Moscow, INFRA-M, 2004, 489 p.
2. Krum S. Mobilnyy marketing. Kyu, 2010, 360 p.
3. Maykl A. Mobilnyy marketing. Sozdaniye konkurentnogo preimushchestva s pomoshchyu besprovodnykh tekhnologiy. Moscow, Gruppya IDT, 2007, 400 p.
4. Martin Ch. Tretiy ekran. Nikolas Breli Pablising, 2011, 256 p.
5. Pirson A. Mobilnaya revolyutsiya. Kuoleks Pablising, 2010, 178 p.
6. Kholand G. Mobilnyy marketing. Moscow, Vershina, 2006, 208 p.
7. Ukrainskiy rynek mobilnoy reklamy prevysil \$25 mln – «Kiyevstar» from Mobilnyi marketynh v Ukraini Web Resource. URL <http://www.mobilemarketing.com.ua/2013/02/07/ukrainskiy-rynek-mobilnoj-reklamy-prevysil-25-mln-kiyevstar/#more-12479>. Date of access: 03.27.2013.
8. LEAD9 podvel itogi 2012 goda v mobilnom marketinge from Mobilnyi marketynh v Ukraini Web Resource. URL <http://www.mobilemarketing.com.ua/2012/12/25/lead9-podvel-itogi-2012-goda-v-mobilnom-marketinge/#more-12243>. Date of access: 03.27.2013.
9. Kolichestvo mobilnykh abonentov prevysilo chislo ukraintsev from Mobilnyi marketynh v Ukraini Web Resource. URL <http://www.mobilemarketing.com.ua/2013/02/18/kolichestvo-mobilnyx-abonentov-prevysilo-chislo-ukraintsev/#more-12547>. Date of access: 03.27.2013.
10. Ukraintsy stanovyatsya mobilneye i lyubyat klaviaturu – issledovaniye from Mobilnyi marketynh v Ukraini Web Resource. URL <http://www.mobilemarketing.com.ua/2013/02/21/ukraincy-stanovyatsya-mobilnee-i-lyubyat-klaviaturu---issledovanie/#more-12568>. Date of access: 03.27.2013.
11. Tendentsii tsifrovogo marketinga v Ukraine from AdReport – vse insaydi mediabiznesa Web Resource. URL <http://adreport.com.ua/internet-marketing/24009.html>. Date of access: 03.27.2013.
12. Mayorova Alina. Sotsialnyye geolokatsionnyye servisy kak instrument prodvizheniya tovarov i uslug from Green – blog marketingovogo agentstva z marketingu u sotsialnikh media Web Resource. URL <http://blog.greensmm.ru/?p=571/>. Date of access: 03.27.2013.
13. Kiriyyenko Yuriy. Geolokatsionnyye servisy kak marketingovyy instrument from Cossa.ru – informatsionnyy portal o marketinge i kommunikatsiyakh v tsifrovoy srede Web Resource. URL <http://cossa.ru/articles/155/18042/>. Date of access: 03.27.2013.
14. Marketing s QR-kod. Quick response – chast marketingovoy strategii from Sontenton. Informatsionnyy illyustrirovaniy Internet zhurnal Web Resource. URL <http://www.contenton.ru/web-qr-code/qr-code-marketing.html>. Date of access: 03.27.2013.
15. QR kody ili novoye slovo v marketinge from Ves reklamnyy rynek Rossii. Resurs №1 po podboru reklamnogo agentstva Web Resource. URL http://www.alladvertising.ru/info/qr_code.html. Date of access: 03.27.2013.
16. Dlya kakikh funktsiy prednaznacheni QR-kod v Mobilnom marketinge? from Portal I.UA. Blogi. Ozonair Web Resource. URL <http://blog.i.ua/user/4019859/866835/>. Date of access: 03.27.2013.
17. Ukraina, odna iz samykh perspektivnykh stran razvitiya mobilnogo interneta from Gemius – mezhdunarodnoye issledovatel'skoye agentstvo Web Resource. URL <http://www.gemius.com.ua/ua/aktualnosc/2012-02-09/01>. Date of access: 03.27.2013.

Надійшла 02.04.2013; рецензент: д. е. н. Мельникович О. М.

ВИЗНАЧЕННЯ СПЕЦИФІЧНИХ ОЗНАК СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Стаття присвячена дослідженню конкурентного стану регіонального ринку туристичних послуг та визначення основних ознак його розвитку в порівнянні із загальнонаціональними ознаками ринку туристичних послуг. Маркетинг відносин це специфічна концепція маркетингу в туризмі, яка може забезпечити конкурентоспроможність турфірм. Запропоновано трактувати туристичний продукт (послугу) як специфічний товар, який можна назвати «комплексна туристична послуга» з класифікацією на певні типи.

Ключові слова: маркетинг туризму, туроператор, турагент, комплексна туристична послуга, маркетинг відносин.

A. V. SOFIENCO

Kherson Technical National University

DETERMINATION OF SPECIFIC FEATURES AND FORMATION OF COMPETITIVE ENVIRONMENT TOURIST MARKET

Purpose of the study is to ascertain whether confirmed the above signs of tourism industry as an example of regional tourism market. The dynamics of the factors and the impact of their marketing tourism services are ambiguous and are in constant motion. Investigation of competitive regional tourism market and identify the main features of its development in comparison with nationwide featured tourist market. Often tour operator buys some services from which then forms a complex tourism product (service) with their pricing mechanisms. Travel Agent in turn makes the promotion and implementation of the established tour operator tourism product. Relationship marketing as a specific marketing concept in tourism, which can provide competitive travel agencies. A treat tourism product (service) as a specific product that can be called "a comprehensive travel service" to the classification of certain types.

Keywords: marketing of tourism, tour operator, travel agent, integrated travel services, relationship marketing.

Вступ

Дослідники проблеми не простого, специфічного але динамічного розвитку ринку туристичних послуг погоджуються з тим, що:

– динамічний розвиток туристичної галузі сприяє активізації діяльності у більш ніж 30 інших (супутніх) галузях національної економіки [1,2] і тому держава визначає туристичну галузь як один з пріоритетів національної економіки;

– розвиток туристичної галузі характеризується позитивною динамікою [2] і тому вкрай необхідно, щоб турпродукт надалі ставав більш конкурентоспроможним в нашій країні і за кордоном і відбувався цей процес в умовах формування конкурентного середовища з підприємств малого і середнього бізнесу [1,2].

Виконання вищезазначеної умови, тобто формування конкурентного середовища з малих підприємств (7736 підприємств за 2009 рік, в т.ч. 2500- туроператорів) [3], як стверджують вітчизняні та зарубіжні дослідження не підтверджується сучасним досвідом, а саме:

– європейські країни давно пройшли етап формування ринкових умов в галузі туризму і сьогодні вони мають олігополії декількох туроператорів, консолідуючих 60-80 відсотків ринку та реалізують турпродукти через роздрібні мережі [3, с. 11];

– туристична галузь є стимулюючим чинником вдосконалення суспільних відносин, для цього необхідне урізноманітнення турпродукту; розробка національної концепції туристичної галузі, в якій буде встановлено рівний пріоритет внутрішньому туризму і послуг іноземним туристам, не відповідає сучасному стану туристичного ринку як по інфраструктурі, так і по організаційно-економічним і правовим складовим [4, с.58].

Маркетинг в галузі туризму має своєрідну концепцію, яка називається маркетингом відносин. Туризм як частина економічної та соціальної політики держави може і повинен бути спрямований на досягнення загальнонаціональних цілей щодо розвитку.

Необхідно визначити, що в умовах ринкових відносин, які формуються у сфері туризму, динаміка розвитку факторів і ступінь впливу їх на маркетинг туристичних послуг неоднозначні і знаходяться у постійному русі [1]. Маркетинг туристичних послуг є найважливішою складовою частиною споживчого маркетингу, що представляє в той же час самостійну систему зі своїми особливостями, які необхідно вивчати. Тому метою дослідження є з'ясування того, чи підтверджуються вищезазначені ознаки розвитку туристичної галузі на прикладі регіонального ринку туристичних послуг.

Основний розділ

Маркетинг туристичних послуг має свою специфіку, у відповідності до якої пропонується трактувати туристичний продукт (послугу) як специфічний товар, який можна назвати «комплексна туристична послуга». Класифікаційні ознаки такої послуги можна визначити у такий спосіб:

тип А – комплексна туристична послуга, до складу якої включаються послуги, надані іноземним туристам та туристам – громадянам України, які виїжджають за кордон, а також послуги внутрішнього туризму (по території України);

тип В – комплексна туристична послуга, до складу якої включаються послуги, надані іноземним туристам та послуги внутрішнього туризму;

тип С – комплексна туристична послуга, до складу якої включаються послуги надані туристам – громадянам України, які виїжджають за кордон та послуги внутрішнього туризму.

У цей перелік типів комплексної туристичної послуги не включено на регіональному ринку Херсонського регіону тип Д та тип Е, які для даного дослідження не представляють інтересу, тому що – це фірми – агенти, які обслуговують туроператорів інших регіонів.

Використання такого принципу класифікації послуг для сегментування ринку за ознакою відмінності «споживачів за рівнем доходів» дозволяє визначити, по-перше, яких клієнтів більше приваблює перший, другий чи третій тип комплексної туристичної послуги, а по-друге, для якого типу послуги вкрай необхідно в сучасних умовах використовувати маркетинг відносин і чому саме він зможе цю послугу зробити більш якісною та конкурентоспроможною.

Організації, які займаються формуванням і реалізацією туристичних послуг називають туристично-екскурсійними. На практиці вони можуть називатися по-різному: туристичні фірми, туристичні бюро або агентства, бюро подорожей, екскурсійні бюро та ін. Але щодо Закону про підприємницьку діяльність в галузі туризму на туристичному ринку їх поділено на туроператорів та турагентів. Туристичне підприємство може бути одночасно і туроператором і турагентом. Це в першу чергу є причиною (фактором) впливу на рівень бізнесу і ще в більшій мірі на рентабельність туристичної послуги. Дуже часто туроператор купує окремі послуги, з яких потім формує комплексний туристичний продукт (послугу) зі своїм механізмом ціноутворення. Турагент в свою чергу здійснює просування і реалізацію сформованого туроператором туристичного продукту (див. рис. 1).

Турагент діє як роздрібний торговець і його прибуток формується з комісійних від продажу чужого туристичного продукту. Головним завданням як турагента, так і туроператора є зміцнення своїх позицій на туристичному ринку, і отримання стабільного прибутку. На ринку туристичних послуг з великою щільністю конкуренції, як було виявлено в процесі аналізу конкурентного середовища Херсонського регіону і за станом реєстрації на 01.01.2011 року нараховувалось 98 турфірм. Враховуючи значення одного з головних показників конкурентоспроможності (частку вартості обсягу наданих послуг), було розглянуто тільки 20 турфірм, які активно обслуговували ринок і за обсягом наданих послуг займали 19,13 – 0,4 відсотки відповідно від загального обсягу (ємності регіонального туристичного ринку).

Серед учасників регіонального ринку є тільки 2 туроператори та їх агенти, які в сукупності надають комплексну туристичну послугу типу В, інші учасники – (16 одиниць) – це турагенти, які на нашому регіональному ринку просувають турпослуги (турпакети), які сформовані туроператорами інших регіонів.

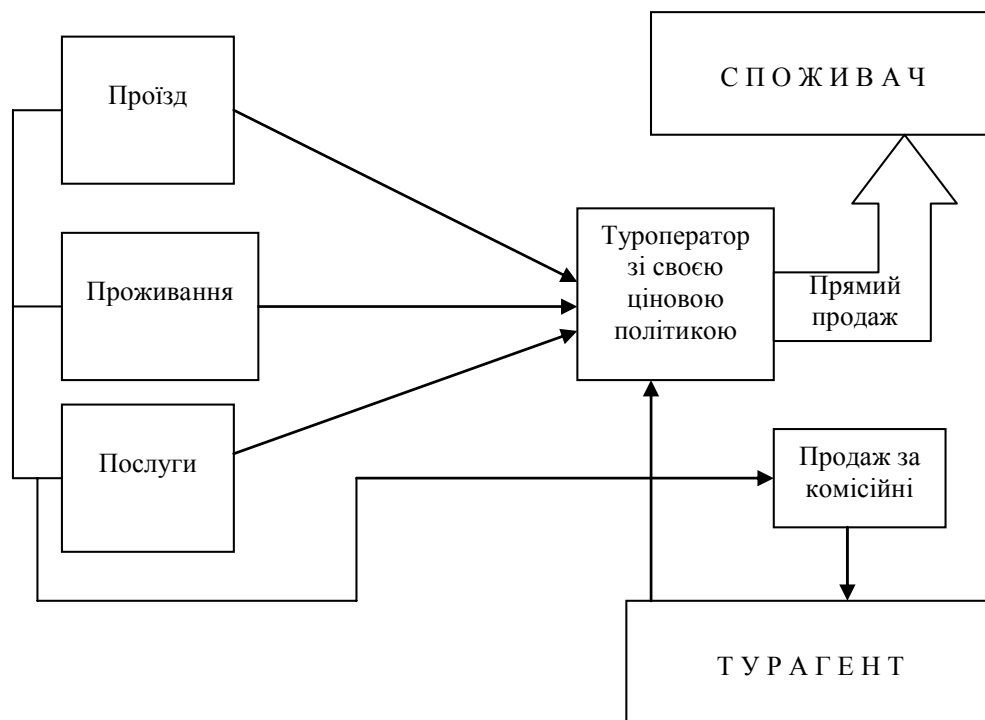


Рис. 1. Процес просування комплексної туристичної послуги

Це вказує на те, що Херсонський регіон має потенціал клієнтів, які сьогодні користуються послугами туроператорів інших регіонів, тобто конкуренція серед туроператорів створюється за рахунок турагентів, які представляють інтереси інших регіонів.

Маркетинг відносин передбачає, що якість послуги зростає, коли клієнт та фірма, яка надає послугу, мають безпосередній та тісний контакт, чого не можна спостерігати на Херсонському ринку туристичних послуг.

За 2009-2010 роки відмічено деякі особливості динамічних змін ринкової ситуації: по-перше, частка двох найбільших турфірм в обсязі наданих послуг зменшилася на 5,43% (з 38,18 % до 32,75%); по-друге, зменшилася кількість фірм з часткою від одного до двох відсотків; по-третє, дев'ять фірм припинили своє існування.

У цілому ринкове середовище змінюється у напрямку підвищення сконцентрованості ринку, а динамічні зміни вказують на те, що регіональний ринок тільки формується, але вплив ступеня сконцентрованості дуже впливає на фінансові показники їх діяльності.

Фірми – оператори ПАТ ТК «Фрегат» та ПБП «Паритет» продемонстрували покращення фінансових показників (див. табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика фінансових показників лідируючих фірм за 2009-2010 р.р.

Показники туроператорів	2009 р.		2010 р.		Відхилення,%	
	ПАТ ТК «Фрегат»	ПБП «Паритет»	ПАТ ТК «Фрегат»	ПБП «Паритет»	ПАТ ТК «Фрегат»	ПБП «Паритет»
Обсяг наданих послуг, тис. грн..	4531,0	5904,9	3874,0	5444,0	-14,5	-7,8
Витрати на послуги, тис. грн..	4674,0	5786,4	2988,0	5171,1	-36,1	-10,6
Балансовий прибуток, тис. грн..	-143,0	118,5	89,0	251,3	в 1,6 раз	в 1,12 раз
Рентабельність тур послуги, %	-3,15	2,0	2,3	4,62	5,45	2,62
Рентабельність бізнесу,%	-3,05	2,05	3,0	4,86	5,1	2,81

Представники туристичного бізнесу – це малі підприємства. Головна мета розвитку малого підприємства визначається об'єктивними тенденціями, закономірностями і законами розвитку ринкової економіки:

- продукція малого підприємства є конкурентоспроможною;
- обсяг, асортимент та якість продукції забезпечують відповідні потреби секторів економіки і задовольняє соціальні потреби населення;
- малі підприємства створюють конкурентне середовище, яке здатне впливати на зниження цін і на більш ефективне використання домінуючих ресурсів;
- малі підприємства створюють додаткові робочі місця і знижують напруженість на ринку праці.

Активні дії підприємств щодо їх цінової політики проводяться з використанням ринкових можливостей та своєчасного реагування на зміни цін конкурентів. За допомогою саме такої складової маркетингової політики підприємство завойовує ту чи іншу частку ринку у конкурента та отримує більший прибуток. Цього не можна стверджувати відносно ринку туристичних послуг Херсонського регіону та ринку України в цілому, тому що ціни постійно зростають, а ринок стає більш концентрованим.

Висновки

Наведений аналіз підкреслює, що недоліки характерні для регіонального ринку, мають загальнонаціональні ознаки. Зростання цін робить туристичні послуги ще більш недоступними для малозабезпечених верств населення, дітей, молоді, осіб похилого віку. Регіональна віддаленість туроператора від турагента робить національний турпродукт ще більш неякісним, тому що тільки інструменти маркетингу відносин дозволяють складати стандарти обслуговування клієнтів, дотримання яких з боку туроператора дозволяє виконувати вимоги регіонального клієнта щодо якості обслуговування. Недосконалість організаційно-економічного механізму реалізації державної політики у сфері туризму та різне відомче підпорядкування туристичних фірм уможливають ще на стадії формування ринкових відносин на ринку туристичних послуг прояв зростання монопольної сили в руках окремих учасників, в результаті чого обсяг наданих послуг зменшується, а прибутки зростають.

Література

1. Про туризм : Закон України від 18.11.2003, № 1282-IV у поточній редакції [Електронний ресурс]. – Режим доступу : режим доступу: www.gov.ua
2. Travel & Tourism economic impact [Електронний ресурс] /World travel & tourism council. – Режим

доступу : [http://www.wttc.org/eng/Tourism Research / Tourism_ Economic _ Research/ Country Reports/ Ukraine_](http://www.wttc.org/eng/Tourism%20Research/Tourism_Economic_Research/Country%20Reports/Ukraine_).

3. Пахля А. Національний турпродукт: якісний, отже конкурентний / А. Пахля, Е. Самарцев // Урядовий кур'єр. – 2009. – № 177. – С. 11.

4. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг / О. Кирилова // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 3. – С. 57–59.

References

1. Zakon Ukrainy «Pro turyzm » yid 18.11.2003 № 1282-IV u potochnij redakcziyi [Elektronnyi resurs] – rezhyim dostupu: www.gov.ua –zagolovok z yekranu.

2. Travel & Tourism economic impact [Електронний ресурс] /World travel & tourism council. – Режим доступу : [http://www.wttc.org/eng/Tourism Research / Tourism_ Economic _ Research/ Country Reports/ Ukraine_](http://www.wttc.org/eng/Tourism%20Research/Tourism_Economic_Research/Country%20Reports/Ukraine_).

3. Pakhlya A. Samartsev E. Natsionalnyi turprodukt : yakisnyi, otze konkurentnyi// Uriadovy kurer. – 2009. - № 177. – S. 11.

4. Kirilova O. Marketinh na rinku turystychnykh poslug// Marketeng v Ukrainy. – 2009. – № 3. – S. 57-59.

Надійшла 14.04.2013; рецензент д. е. н. Миколайчук Н. С.

УДК 338.439.5

Н. С. ТАНКЛЕВСЬКА, В. В. МАЙН
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ГЕНЕЗИС НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ НА СУТНІСТЬ АГРАРНОГО РИНКУ

У статті досліджено низку наукових праць щодо узагальнення теоретичних основ визначення сутності аграрного ринку та його функцій. Розглянута класифікація видів аграрного ринку.

Ключові слова: ринок, аграрний ринок, виробництво, ціна, пропозиція, попит, генезис, функції ринку.

N. S. TANKLEVS'KA, V. V. MAIN
Kherson state agricultural university

GENESIS OF SCIENTIFIC LOOKS IS TO ESSENCE OF AGRARIAN MARKET

In the article investigational row of scientific labours in relation to generalization of theoretical bases of determination of essence of agrarian market. But, not because of the protracted term of researches of this concept, until now there is not synonymous interpretation of this definiciei. Based on scientific achievements of leading scientists authors consider that an agrarian market is the system of establishments, relations and principles of functioning, which provides exchange processes between the producers of agricultural produce and its users (by processing enterprises or population). For complex determination of essence of agrarian market were found out him basic functions, namely: social, exposure of market prices, stimulant, selective, co-ordinating administrative. Considered classification of types of agrarian market on certain signs, in particular after: by the scales of distribution; by responsibility a legislation; by the volume of sale; by character of direction of agrarian resources; by the types of products. This classification of types of agrarian market specifies on his mashtabnist', complication, high variety of his subspecieses.

Keywords: market, agrarian market, production, price, suggestion, demand, genesis, market functions.

Вступ

Аграрний ринок України має свою вікову історію і є однією з головних галузей народного господарства вітчизняної економіки. Від якості його функціонування залежить рівень добробуту країни та її продовольча безпека. Сприятливі природно-кліматичні умови, вигідне географічне положення України дає широкі можливості для розвитку національного аграрного ринку, але висока конкурентна боротьба всередині країни та за її межами обмежують існуючі можливості. Незважаючи на численні спільні риси з іншими ринками, аграрний ринок має свої, притаманні тільки йому, особливості. Саме аграрний ринок виступає головним постачальником продуктів харчування. І, незважаючи на глобальну конкуренцію на світовому продовольчому ринку, аграрний ринок України має величезний потенціал, реалізація якого дозволить підвищити конкурентоспроможність країни та забезпечить її продовольчу безпеку. Тому питання систематизації наукових поглядів на сутність аграрного ринку є актуальним.

Стан вивчення проблеми. Виникнення та розвиток аграрного ринку пов'язані з тривалим історичним процесом. При цьому його сутність по різному тлумачиться у наукових працях як вітчизняних так і зарубіжних вчених. Дані питання всебічно досліджували у своїх роботах А. Сміт, Д. Рікардо, А. Курно, А. Маршалл, Ф. Котлер, К. Маконелл, С. Брюс, А. Пезенті, П. Хейне, Е. Далан, Д. Ліндсей, С. Мочерний та ін. Особливостям аграрного ринку присвячені праці П. Саблук [15], В. Андрійчука [14], П. Гайдуцького, Ю. Коваленко [1], Л. Левківської [16], Т. Дудар [23] та ін. Проте окремі сторони даного наукового питання

потребують подальшого системного дослідження.

Метою роботи є узагальнення теоретичних основ щодо визначення сутності аграрного ринку, його основних функцій та видів.

Результати дослідження. Перші спроби дати визначення категорії «ринок» були зроблені ще в стародавніх Єгипті та Ассирії. У Стародавній Греції він носив назву агора (лат. *agora*), а у древніх римлян форум (лат. *forum*) [1, с.4-5]. Проте перше наукове визначення поняття «ринок» зробив французький економіст Антуан-Огюстен Курно, який писав, що: ринок – це будь-який район, на якому взаємовідносини покупців і продавців вільні, тому ціни на одні й ті самі товари мають тенденцію легко вирівнюватися [2].

Огляд літературних джерел засвідчує про відсутність єдиного підходу до визначення сутності поняття ринку, в тому числі аграрного. Так, в енциклопедичному словнику дається декілька трактувань сутності ринку:

- місце купівлі-продажу товарів і послуг, укладання торгових угод; економічні відносини, пов'язані з обміном товарів і послуг, в результаті яких формуються попит, пропозиції та ціни [3];
- відносини між людьми, що проявляються через обмін, який функціонує на ґрунті законів товарного виробництва і обігу[4];
- організація господарських зв'язків, за допомогою якої взаємодіють покупці та продавці товарів, щоб визначити ціни та кількість необхідних суспільству продуктів та послуг [5].

У працях А. Сміта і Д. Рікардо поняття «ринок» не мало чіткого політично-економічного визначення і використовувалося передусім для характеристики ринкового попиту [6]. Певною мірою співзвучними з цим є погляди на ринок англійського вченого А. Маршалла, який вважав, що «чим досконалішим є ринок, тим сильнішою є тенденція у всіх його пунктах у той самий момент платити за той самий предмет однакову ціну» [7]. У цих тлумаченнях, як критерій ринку, виступає воля обміну і встановлення цін.

Американські вчені К. Макконелл і С. Брюс вважають, що ринок – це інститут або механізм, що зводить до купи покупців (пред'явників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг [8]. Економіст П. Хейне стверджує, що ринок є набором взаємозв'язків, або процесом конкурентних торгів [9]. Але, вважаємо, що такі важливі властивості ринку, як відносини між людьми і сутнісні ознаки цього інституту упущені в обох дефініціях.

За словами італійського професора А. Пезенті, ринок – це те уявне місце, куди сходяться виробники товарів, які пропонують свій товар покупцям, та споживачі, що пред'являють попит на товар. Узагальнюючи уявлення багатьох економістів про ринок, він називає його центральним явищем економіки [10]. Майже ідентичне тлумачення у російського економіста В. Железнова, який розуміє ринок як місце, де здійснюється продаж або купівля товару [11]. Більш лаконічним як за формою, так і за змістом є визначення, які пропонуються західними вченими Е. Далан та Д. Ліндсей, які стверджують, що «ринок – це будь-яка взаємодія, у яку вступають люди для товарів одне з одним [10].

З самого моменту виникнення і до сьогодні ринок був у товарній формі й тому аграрний ринок є одним із найдавніших явищ економічного життя, а відтак і людської цивілізації взагалі. Серед інших товарних ринків як окремий виділяють ринки сільськогосподарський (аграрний, продовольчий, агропродовольчий), оскільки предметом купівлі-продажу на ньому виступає сільськогосподарська продукція та продовольство. Аграрний ринок залишається дуже простим за формою і надійно служить задоволенню потреб кожного жителя як покупця, продавця чи споживача продуктів харчування.

Аграрний (сільськогосподарський) ринок – це відносини, які складаються між сільським господарством і промисловими підприємствами та іншими споживачами його продукції, а також із сукупності обмінних операцій між самими сільськогосподарськими товаровиробниками. Визначення сільськогосподарського ринку містять лише одну ознаку – вид продукції, що виступає предметом купівлі-продажу [1].

Тлумачення поняття «аграрний ринок» наведене в Законі України «Про державну підтримку сільського господарства України» в якому дається таке визначення: «Аграрний ринок – сукупність правовідносин, пов'язаних з укладанням та виконанням цивільно-правових договорів щодо сільськогосподарської продукції» [12]. На нашу думку, таке тлумачення є обмеженим, воно відображає лише правову, а не економічну сторону досліджуваної категорії.

Андрійчук В. вважає, що «ринок сільськогосподарської продукції – це ринок продавців і покупців та структурізоване за окремим його підсистемами явище, що характеризується своєю ринковою інфраструктурою, специфічністю домінуючого на продуктовому ринку (сегменті) виду продукції, різним співвідношенням між продавцями і покупцями та особливістю впливу важелів державного регулювання» [13].

За визначенням П. Саблука, аграрний ринок – це сфера взаємодії суб'єктів ринку щодо забезпечення виробництва і вільного руху сільськогосподарської продукції, продовольчих товарів, технологій, засобів виробництва та послуг для агропромислового комплексу, аграрної науково-технічної продукції [14]. На нашу думку, до аграрного ринку не можна відносити ринки засобів виробництва і послуг для агропромислового комплексу, адже вони належать до ринку промислової продукції та ринку послуг

безвідносно до того, хто їх споживач.

На думку Л. Левківської, аграрний ринок – це сукупність відокремлених товарних ринків, що функціонують для забезпечення виробництва та вільного руху сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки [15]. Обґрунтованість даного поняття є суперечливим, оскільки на перший погляд визначення здається найбільш широким, але воно найменшою мірою характеризує аграрний ринок функціонально.

Коваленко Ю. зазначає, що «аграрний ринок – це система установ, методів та ресурсів здійснення обмінних процесів, головним завданням якої є координація та управління агропромисловим виробництвом країни з метою задоволення споживчих потреб її громадян» [16,с.21]. Аналогічно описує аграрний ринок Ю. Ліпський: «система установ, методів і ресурсів, головним завданням якої є координація та управління агропромисловим виробництвом країни на основі обмінних процесів з метою задоволення споживчих потреб її громадян» [17]. На нашу думку, наведені визначення ототожнює поняття «аграрний» і «агропромисловий», що, як було обґрунтовано вище, не є абсолютно вірним.

Російський учений С. Злобін сформулював поняття аграрного ринку, як «систему товарно-денежних отношений, направленных на обеспечение воспроизводства в аграрном секторе экономике, на реализацию сельскохозяйственной продукции и необходимым сельскому хозяйству средств производства и других ресурсов, работ и услуг» [18]. Аналогічне трактування дає Т. Дудар, на його думку аграрний ринок – це відповідно організована система товарно-грошових відносин, ціллю діяльності якої є відтворення в секторі сільського господарства, збільшення обсягів продажу продукції, яка в ньому виробляється, та забезпечення відновлення і поповнення потрібних у цій сфері факторів і засобів виробництва [19].

Для комплексного визначення суті аграрного ринку необхідно з'ясувати його основні функції. Погоджуємося з думкою Т. Дудара, що основними функціями аграрного ринку є соціальна, виявлення ринкових цін, стимулююча, селективна і координаційно-управлінська функція. Так, соціальна функція передбачає забезпечення населення продовольством на рівні науково обґрунтованих норм харчування за доступними цінами. Функція виявлення ринкових цін забезпечує генерацію і підтримку врівноважених ринкових цін як результату взаємодії операторів продуктових ринків. Стимулююча функція передбачає мотивацію працівників щодо повного задоволення потреб споживачів у якісних товарах. Селективна функція забезпечує відбір найбільш перспективних операторів аграрного ринку з боку пропозиції. А координаційно-управлінська функція передбачає координацію та управління обсягами виробництва та збуту, гармонізацію міжгалузевих відносин [20]

В наукових працях вітчизняних вчених існує багато класифікацій видів ринку і продовольчого ринку. Проте з урахуванням трансформаційних перетворень в економіці країни виникає потреба в удосконаленні класифікації аграрних ринків. Так, аграрні ринки можна класифікувати за певними критеріями:

- за масштабами поширення: регіональні (локальні), внутрішньодержавний (національний), міждержавний (світовий);
- за відповідальністю законодавству: легальний, тіньовий;
- за обсягом продажу: роздрібний, дрібно-оптовий, оптовий;
- за характером спрямування аграрних ресурсів: безпосередньо для харчування, для виробництва інших видів продовольства, для забезпечення нехарчових потреб (наприклад, виробництво медичних препаратів із продовольчої сировини тощо);
- за видами продуктів: ринок овочів, фруктів, баштанних культур тощо; ринок цукру; ринок зернових і зернобобових продуктів.

Дана класифікація видів аграрного ринку вказує на його масштабність, складність, високу різноманітність його підвидів.

Висновки

Отже, визначення сутності аграрного ринку є предметом дослідження багатьох вчених-економістів. Але, не зважаючи на тривалий термін досліджень даного поняття, досі не існує однозначного тлумачення даної дефініції. Грунтуючись на наукових здобутках провідних вчених ми вважаємо, що аграрний ринок – це система установ, відносин та принципів функціонування, яка забезпечує обмінні процеси між виробниками сільськогосподарської продукції та її споживачами (переробними підприємствами або населенням). Сутність та специфічні ознаки функціонування якого розкриваються через його функції та види.

Література

1. Коваленко Ю.С. Аграрний ринок України: організація та управління / Ю.С. Коваленко. – К. : ІАЕ УААН, 1998. – 108 с.
2. Макеев В. Визначення понять «ринок» і «ринкові відносини» / В. Макеев // Економіка України. – 1997. №2. – С. 67–70.
3. Современный экономический словарь. – М. : ИНФРА - М, 1996. – 496 с.
4. Дзюбик С. Основи економічної теорії / С. Дзюбик, О. Рівак. – К. : Основи, 1994. – 336 с.
5. Прусова Г.В. Основи ринкової економіки / Г.В. Прусова. – К. : РПО “Поліграфкнига”, 1993. – 304 с.

6. Супіханов Б.К. Розвиток ринків аграрної продукції : монографія / Б.К. Супіханов. – К. : ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2009. – 538 с.
7. Павленчик Н.Ф. Формування та функціонування ринку сільськогосподарської продукції : монографія / Н.Ф. Павленчик, А.О. Павленчик. – Львів, 2009. – 171 с.
8. Макконелл К.Р. Экономика: принципы, проблемы / К.Р. Макконелл, С.Л. Брюс. – М. : 1992. – Т.1 С. 81.
9. Хейне Пол. Экономический образ мышления / Хейне Пол. – М. : Новости, 1991. – С. 204.
10. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – пер. с англ. – М. : 1990. – 736 с.
11. Чухно А.А. Ринок / А.А. Чухно. – К. : Украина, 1995. – 448 с.
12. Про державну підтримку сільського господарства України : Закон України від 24 вересня 2004 року, №1877-IV.
13. Андрійчук В.Г. Внутрішня будова ринку сільськогосподарської продукції теоретико-методологічний аспект / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 29–35.
14. Саблук П.Т. Формування та розвиток підприємств агропромислового виробництва : посіб. у питаннях і відповідях / за ред. П.Т. Саблука. – К. : ІАЕ УААН, 1999. – С. 6.
15. Левківська Л.М. Теоретичні засади формування інфраструктури аграрного ринку / Л.М. Левківська // Вісн. Львівського держ. аграр. ун-ту. Економіка АПК. – 2002. – № 9. – С. 415-420.
16. Коваленко Ю.С. Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринку в Україні / Ю.С. Коваленко. – 2004. – № 3.– С. 19–29.
17. Ліпський Ю.В. Економічний механізм формування і функціонування ринку льнопродукції: дис.кандидата економічних наук : 08.07.02 / Юрій Володимирович Ліпський. – К., 2006. – 175 с.
18. Злобин Е.Ф. Рыночные субъекты региональных АПК и их взаимодействие / Е.Ф. Злобин // АПК: Экономика управления. – 1995. – № 12. – С. 34-38.
19. Рудік Н.І. Формування ефективного ринку сільськогосподарської продукції / Н.І. Рудік; М-во освіти і науки України. Волин. нац. ун-т ім. Лесі Укр. – Луцьк : РВВ. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Укр. 2010. – 211 с.
20. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи : монографія / Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар : Терноп. нац. екон. Ун-т. – Тернопіль : Економічна думка, 2009. – 245 с.

References

1. Kovalenko Yu.S. Ahrarnyi rynek Ukrainy: orhanizatsiia ta upravlinnia – K.: ІАЕ УААН, 1998. – 108 p.
2. Makieiev V. Vyznachennia poniat «rynok» i «rynkovi vidnosyny» // Ekonomika Ukrainy. – 1997. No.2. – P. 67–70. [in Ukrainian]
3. Sovremennyy ekonomicheskiy slovar. – M.: YNFRA - M, 1996. – 496 p.
4. Dziubyk S. Osnovy ekonomichnoi teorii. – K. : Osnovy, 1994. – 336 p. [in Ukrainian]
5. Prusova H.V. Osnovy rynkovoї ekonomiky. – K. : RPO “Polihrafknyha”, 1993. – 304 p. [in Ukrainian]
6. Supikhanov B.K. Rozvytok rynkiv ahrarnoi produktsii. Monohrafiia. – K.: NNTs «Іnstytut ahrarnoi ekonomiky», 2009. – 538 p. [in Ukrainian]
7. Pavlenchuk N.F, Pavlenchuk A. O. Formuvannia ta funktsionuvannia rynku silskohospodarskoi produktsii: monohrafiia – Lviv, 2009. – 171 p. [in Ukrainian]
8. Makkonell K.R., Brius S.L. Экономыка: прынтыры, проблемы. Т.1 – М.: 1992. – P. 81.
9. Kheine Pol. Экономыческыи образ мышлениа.- М.: Novosty, 1991. – P. 204.
10. Kotler F. Osnovy marketynha: per. s anh. – М. : 1990. – 736 p.
11. Chukhno A.A. Rynok – K.: Ukrayna, 1995. – 448 p. [in Ukrainian]
12. Zakon Ukrainy «Pro derzhavnu pidtrymku silskoho hospodarstva Ukrainy» vid 24 veresnia 2004 roku №1877-IV. [in Ukrainian]
13. Andriichuk V.H. Vnutrishnia budova rynku silskohospodarskoi produktsii teoretyko-metodolohichni aspekt // Ekonomika APK. – 2004. – №3. – P. 29–35. [in Ukrainian]
14. Sabluk P.T. Formuvannia ta rozvytok pidpriumstv ahropromyslovoho vyrobnytstva: posib. u pytanniakh i vidpovidiakh – K.: ІАЕ УААН, 1999. – P. 6. [in Ukrainian]
15. Levkivska L.M. Teoretychni zasady formuvannia infrastruktury ahrarnoho rynku / Visn. Lvivskoho derzh. ahrar. un-tu // Ekonomika APK. – 2002. №9– P. 415-420. [in Ukrainian]
16. Kovalenko Yu.S. Naukovi zasady ta osnovni tendentsii formuvannia ahrarnoho rynku v Ukraini // Ekonomika APK. – 2004. – №3.– P. 19–29. [in Ukrainian]
17. Lipskyi Yu.V. Ekonomichnyi mekhanizm formuvannia i funktsionuvannia rynku lonoproduktsii: dys.kandydata ekonomichnykh nauk: 08.07.02 / Yurii Volodymyrovych Lipskyi. – K., 2006. – 175 p. [in Ukrainian]
18. Zlobyn E.F. Рыночные субъекты rehyonalnykh APK y ykh vzaymodeistvye // APK: Экономыка upravlenyia. – 1995. – №12. – P. 34-38. [in Russian]
19. Rudik N.I. Formuvannia efektyvnoho rynku silskohospodarskoi produktsii / M-vo osvity i nauky

Ukrainy. Volyn. nats. un-t im. Lesi Ukr. – Lutsk: RVV. Volyn. nats. un-tu im. Lesi Ukr. 2010. – 211 p. [in Ukrainian]

20. Dudar T.H., Dudar V.T. Formuvannia rynku konkurentospromozhnoi ahroprodovolchoi produktsii: teoriia, metodyka, perspektyvy. [Tekst] Monohrafiia: Ternop. nats. ekon. Un-t. – Ternopil: Ekonomichna dumka, 2009. – 245 p. [in Ukrainian]

Надійшла 14.04.2013; рецензент д. е. н. Соловійов І. О.

УДК 330.341.1:316.334.2(477)

Н. Є. ТЕРЬОШКІНА

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАНУ»

СОЦІАЛЬНО-ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ МЕХАНІЗМІВ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано основні аспекти формування і реалізації стратегії інноваційного розвитку України та механізмів державного управління, які повинні бути її основою. Визначено та охарактеризовано соціально-організаційні аспекти механізмів реалізації стратегічних рішень у напрямі забезпечення інноваційного розвитку економіки країни.

Ключові слова: механізм управління, інноваційний розвиток, інноваційна стратегія, соціально-економічний розвиток.

N. Y. TERYOSHKINA

Organization «Institute for Economics and Forecasting, Ukrainian National Academy of Sciences»

SOCIAL AND ORGANIZATIONAL ASPECT OF MECHANISMS OF STRATEGY IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE

In article the main aspects of forming and strategy implementation of innovative development of Ukraine and mechanisms of public administration which shall be its basis are analysed. Social and organizational aspects of mechanisms of implementation of strategic decisions in the direction of ensuring innovative development of economy of the state at the expense of forming and consolidation of new elite, the solution of the main social problems, open process of production of scientific and technical priorities, obligatory inclusion of the person in model of innovative development and gradual transition to the seventh technological way are determined and characterized. It is proved that the social and organizational aspect of mechanisms of strategy implementation of management innovative development requires development of multi-level structure of social impact: from a purposeful state policy to effective management of each specific innovative project.

Keywords: controlling mechanism, innovative development, innovative strategy, social and economic development.

Постановка проблеми. Сучасний етап глобалізації суспільного й економічного розвитку загострює цілий ряд проблем, серед яких нерівномірність зростання, демографічні дисбаланси, старіння населення розвинutoї частини світу, що породжують потужні міграційні потоки, створюють і загострюють цивілізаційні протиріччя, посилюють невизначеність світового розвитку. Окрім того, зростає швидкість змін ключових світогосподарських тенденцій, обумовлена активізацією інноваційної діяльності.

Непередбачуваність і багатовекторність світового розвитку, підвищення ризиків реалізації великих довгострокових проєктів у всіх галузях соціально-економічного розвитку, що особливо посилилися в період глобальної фінансово-економічної кризи 2008-2009 рр. й до цього часу не усунені, ускладнюють завдання довгострокового прогнозування і стратегічного планування та вимагають пошуку нових механізмів їх реалізації.

У цьому контексті доповідь американського економіста, лауреата Нобелівської премії з економіки 2001 р. «за аналіз ринків з асиметричною інформацією» М. Спенса відображає більш широке інтелектуальне обґрунтування подій серед тих, хто працює над питаннями розвитку, зачіпає не тільки стратегії зростання, але й політики в сфері охорони здоров'я, освіти та інших видів соціальної політики. Традиційна система вироблення економічного курсу, на зміну якої поступово приходять нове мислення, заснована на припущеннях, а не діагностиці.

Враховуючи наявність специфічних для України економічних і соціальних проблем розвитку, не можна ігнорувати механізми переходу до інноваційної моделі розвитку. Окрім того, підкреслюючи важливу роль держави в «запуску» процесу інноваційного розвитку, не може обмежуватися лише інструментами макрорегулювання, державного фінансування або співфінансування інноваційних проєктів. Необхідним вбачається розширення повноважень і відповідальності регіональних органів влади у формуванні передумов для переходу до інноваційної економіки. Для цього найбільш актуальним є питання розробки та впровадження механізму управління процесами взаємодії учасників інноваційної діяльності для використання як органами влади державного й регіонального рівня, так і керівниками окремих господарюючих суб'єктів при реалізації стратегічних програмних документів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні у документах і публікаціях останніх десяти

років позначені не тільки цілі й завдання інноваційного розвитку національної економіки, але й запропоновано деякі механізми їхнього вирішення. Зокрема, усвідомлюється, що для досягнення поставленої мети потрібно створення національної інноваційної системи [1], заснованої на розгорнутих фундаментальні й прикладних наукових дослідженнях і дослідно-конструкторських розробках, створенні системи комерціалізації їхніх результатів ринку такої продукції усередині країни й виведення її на зовнішній ринок.

Проблемам стратегічного вибору на макроекономічному рівні присвячено чимало ґрунтовних досліджень. Так, наприклад, питання стратегічного розвитку інноваційної діяльності держави викладено у працях О. Анчишкіна, В. Гейця, П. Завліна, Б. Кузика, Д. Львова, Б. Малицького, В. Семиноженка, В. Соловійова, Р. Фатхутдінова, Л. Федулової, Ю. Яковця та інших. Розробці теоретичних засад механізмів управління інноваціями присвячені роботи І. Грузнова, О. Дагаєва, В. Колоколова, Д. Новикова та інших.

Виділення невирішених раніше частин проблеми. Однак, і до цього часу, в українській економічній думці й практиці державного управління соціально-економічним розвитком відсутня наукова постановка питання про систему механізмів, що дозволяють реалізувати інноваційну складову, не визначено взаємозв'язок елементів національної інноваційної системи, включаючи соціально-організаційний аспект. Зокрема, поза увагою більшості вчених залишаються теоретико-методичні підходи щодо ідентифікації і обґрунтування механізмів формування та реалізації стратегії інноваційного розвитку країни та визначення соціально-організаційних важелів їх впливу на результативність інноваційних процесів.

Мета статті – визначити та охарактеризувати соціально-організаційні аспекти механізмів реалізації стратегічних рішень у напрямі забезпечення інноваційного розвитку економіки України.

Виклад основного матеріалу. Найбільш складне питання при виборі механізмів формування й реалізації стратегії інноваційного розвитку України – роль суб'єктів історичної дії, готових взяти на себе тягар і відповідальність за здійснення намічених цілей і завдань. Маємо на увазі наявність і реальний стан тих суспільних та політичних суб'єктів, які виражають не тільки бажання, але й мають волю, щоб здійснити проєкт на практиці. В Україні труднощі цього питання пов'язані з тим, що не конкретизовано роль основних учасників модернізаційного процесу (держави, суспільні й політичні співтовариства, інститути). Багатьма експертами і аналітиками досліджені й позначені механізми, що гальмують стратегічний процес в країні. Зокрема, це – зовнішнє перехоплення ініціатив у реформуванні вітчизняної економіки шляхом некритичного використання західних моделей (неадекватних українським умовам), затягування країни в кредитну залежність, домінантні сировинної орієнтації; нав'язування ліберального імперативу “невтручання” держави в соціальне будівництво та інші.

Нажаль, доводиться констатувати, що за увесь період існування України як самостійної держави нових діючих механізмів управління країною, багатокладного суспільного господарства створено не було. Але таке положення не може тривати вічно. Воно небезпечно не тільки для суспільства, але й для самої держави.

Хто ж об'єктивно і суб'єктивно може бути зацікавлений в успіху проєкту українського інноваційного розвитку? За соціологічними мірками, середній клас уже сьогодні представляє непоганий потенціал для зміцнення суспільної стабільності. Однак, він так і до цього часу не показав себе як соціально й економічно активна сила суспільства. Проте, в умовах переходу країни до правового типу порядку його прагнення й готовність жити за легальними юридичними правилами і нормами може зіграти консолідуючу роль, а його самого можна перетворити в дїєздатного суб'єкта прискореного й стійкого розвитку країни. Саме середній клас налаштований на інноваційну стратегію розвитку, здатний зламати сформовану корупційну модель і запропонувати альтернативу, у якій приватний інтерес з'єднується із суспільним, а особисте благо – із благом країни.

Наукові та культурні еліти в країні нині роз'єднані й подавлені своєю незатребуваністю. Навіть у сфері науки, що завжди задавала еталонні механізми формування різного роду співтовариств, серйозно підірвані сили консолідації. Але якщо вживати кроки й заходи щодо виправлення цієї стратегічної помилки реформаторів-неолібералів зазначені еліти одержать більш інтенсивний розвиток, їхній суб'єктний потенціал і ресурс розвитку помітно і якісно підвищаться.

Що стосується населення в цілому, точніше, переважаючої частини суспільства, у масі своєї “декласованого” і “деполітизованого”, то й тут спостерігаються серйозні зрушення і зміни суб'єктного характеру. Вони утворюють складний і досить суперечливий сплав якостей та рис “середньостатистичного” індивіда. Однак, очікувати в найближчі роки його перетворення в потужну соціальну силу, здатну зробити серйозний вплив на перебіг подій і хід розвитку, навряд чи потрібно.

Таке розміщення сил з врахуванням їхнього суб'єктного потенціалу дозволяють відповісти на запитання: настільки глибокі зміни можливі в тому випадку, якщо будуть відбуватися серйозні зрушення в самосвідомості соціальних груп, у формах і ступені їхньої самоорганізації, якщо зміниться моральний клімат у країні й будуть створені сприятливі умови для становлення розвиненого громадянського суспільства. Безумовно, створення таких умов і формування відповідного політичного курсу є прерогативою держави і влади. Але особлива відповідальність падає на інтелектуальну еліту, яка явно програє сьогодні державній бюрократії в змаганні за розуми громадян.

Отже, усе більш актуальним постає завдання формування й консолідації нової еліти, ядро якої можуть скласти представники українських еліт, що не відірвалися від країни і народу, що не втратили своєї державної, громадянської, культурної й етнічної ідентичності. В основному це представники наукових, культурних і політичних співтовариств, малого й середнього бізнесу. В той же час, реалізованість і ефективність пропонуваніх інститутів громадянського суспільства пов'язана з можливостями створення в умовах сьгоднішніх реалій України механізмів вбудовування їх у структуру всіх галузей влади, забезпечення їхньої підтримки і безпеки. Необхідна організація всіх творчих сил суспільства, готових прийняти активну й конструктивну участь у здійсненні проекту створення демократичної, багатой України.

Багато сьгоднішніх проблем виходять за межі державних кордонів, тому їхнє вирішення буде ґрунтуватися на інноваціях і нових формах міжнародного співробітництва. Відбулися істотні рухи в поширенні благ, зроблених завдяки інноваціям. Сьгодні люди можуть одержати доступ, зробити обмін і значно розширити свої знання за допомогою мережі Інтернет. Крім того, знання генеруються й поширюються зовсім новими способами, наприклад, самими користувачами інноваційних продуктів.

Серйозною проблемою в галузі державного управління для більшості країн є адаптація інноваційної політики до змін у характері інноваційної діяльності, що проявляється головним чином у її транснаціональному контексті (у тому числі до способів і швидкості появи інновацій, потреби в нових інструментах управління ризиками та ін.). Сьгодні організації, що активно упроваджують інновації, усе більш тісно співробітничать із зовнішніми нетрадиційними акторами (постачальниками, клієнтами, дослідницькими університетами та ін.) для одержання нових знань, розширення аудиторії й поділу ризиків і видатків. Державні структури можуть сприяти налагодженню такої взаємодії на національному й міжнародному рівнях, наприклад, через зниження адміністративних (візових, митних та ін.) бар'єрів і стимулювання обміну знаннями.

Дослідження показують, що у країнах-членах і за межами ОЕСР громадянське суспільство й громадські організації також відіграють усе більш важливу роль, і державні службовці враховують зростаючий запит з боку суспільства на демократизацію сфери науки й інновацій, а також сфер їхнього застосування. Цей аспект створення інновацій держав називають «інновації, засновані на попиті» (demand-driven innovation), або, у більш вузькому розумінні, «інновації, створювані користувачами» (user-driven innovation). Зокрема, більшість основних принципів Інноваційної стратегії ОЕСР прямо стосуються соціальної проблематики – поліпшення якості життя і привнесення відповідних змін в інноваційну політику: громадяни покладають все більш очікування на уряди щодо забезпечення свого добробуту і якості життя. У той же час суспільства зіштовхнулися з рядом безпрецедентних викликів, включаючи економічний спад 2008-2009 рр. Саме тому, наприклад, в Стратегії Європа-2020 необхідною визнано ефективну політику розвитку інновацій на благо прогресу в інтересах людини.

Суспільство, включаючи бізнес, очікує від урядів створення політичних механізмів, які б стимулювали інновації, але в той же час забезпечували соціальний захист у випадку економічних невдач. У цьому контексті, інноваційна політика повинна орієнтувати інновації на підвищення якості життя громадян, поліпшення умов роботи бізнесу й на благо суспільства в цілому. Серед країн, у яких актори активно впроваджують інновації, створювані користувачами, можна назвати Данію й Фінляндію. Заходи стимулювання інновацій, створюваних користувачами, включають залучення споживачів в інноваційний процес, вивчення потреб споживачів (наприклад, через «живі лабораторії»), підвищення поінформованості громадян про інновації, створюваних користувачами, підтримку відкритих інноваційних мереж і пошук спеціальних рішень питань інтелектуальної власності. Інноваційна стратегія ОЕСР урахує всі основні тенденції інноваційного розвитку: орієнтацію на попит, залучення споживачів і відкритий процес вироблення науково-технічних пріоритетів [2].

Для наслідування прикладу передових європейських країн, перед українськими вченими постає актуальним завдання розробки соціально-гуманітарних наукових основ системно-синергетичної теорії інноваційної економіки в аспектах ключових понять: еволюція, інформаційно-інноваційне суспільство, системно-синергетичний підхід, стратегії суспільного розвитку, глобалізація, інноватика, національна інноваційна система, національна безпека, інноваційна економіка, соціально-гуманітарна методологія, психологія інноваційної діяльності, акмеологія професіонала. Цікавою для опрацювання може бути ідея створення конвергованого суспільства, розвиток якого визначається не партійними програмами, а закономірностями суспільного розвитку як нашої країни, так і світу в цілому [3]. Ідея конвергенції передбачає взаємопроникнення окремих елементів (а не механічне встановлення) різних суспільно-політичних систем, веде до взаємної зміни характеру систем і до їх сутнісного, змістовного зближення. З позицій постнеокласичної раціональності базовим підходом при динамічному моделюванні соціальних систем стає обов'язкове включення людини в моделі інноваційного розвитку.

Цілком зрозуміло, що Україні наздогнати розвинені країни на технократичному шляху розвитку безнадійно, більше того до теперішнього часу розрив тільки збільшується. Успіх у цій гонці, очевидно, варто шукати на інших шляхах. Треба не наздоганяти, а випередити і стати лідером технологій наступного покоління – сьмого соціогуманітарного технологічного укладу. Соціогуманітарні технології сьмого укладу орієнтовані на вирішення «зовнішніх завдань» стосовно всіх технологічних укладів, у тому числі й

шостого укладу. Ці завдання принципово нові як за масштабами, так і за необхідним методологічним і методичним забезпеченням. На думку більшості науковців, принциповою відмінністю сьомого технологічного укладу від усіх попередніх буде включення у виробництво людської свідомості. Тобто, прогнозується, що людська свідомість стане такою ж продуктивною силою, якою у свій час стала наука. Такі технології називають когнітивними (англійське conscious – свідомість). Звідси висувається думка, що сьомий уклад – когнітивний уклад, де головним виробничим фактором виступає креативний інтелект, який змінює виробничу функцію, а відповідно багато положень в економічній теорії й практиці господарювання. Зокрема, у складі й структурі виробничих фондів і факторів виробництва продукції на перше місце вийде людський капітал і наукоємність продукції замість матеріалоємності й фондоємності [4].

Висновки. Таким чином, соціально-організаційний аспект механізмів реалізації стратегії управління інноваційними розвитком вимагає розбудови багаторівневої структури соціального впливу: від цілеспрямованої державної політики до ефективного менеджменту кожного конкретного інноваційного проекту. При цьому державний рівень повинен бути тісно пов'язаний із практикою управління в організаціях.

При виробленні механізмів управління соціально-економічним розвитком на інноваційній основі політики повинні мислити стратегічно, а не комплексно. Вони повинні домагатися кращих результатів, використовуючи те, що мають, ніж бажати великомасштабних перетворень у своїх країнах. Їм варто визначити пріоритети, виявити можливості й працювати над їхньою реалізацією. Вони повинні прагнути до послідовних, кумулятивних змін, а не до одного комплексного прориву.

Ключова теза про соціальну стабільність, що висувається керівництвом країни як найважливіший пріоритет, повинна забезпечуватися за рахунок ефективного економічного зростання. Інших джерел немає. А економічне зростання не може бути досягнуте сьогодні в плані довгострокової стабільності та довгострокової конкурентоспроможності без переходу до інноваційної моделі економіки. Звідси – механізм управління взаємодією інноваційно-орієнтованих економічних суб'єктів при реалізації стратегії інноваційного розвитку визначається як сукупність принципів, методів, засобів і способів управлінських впливів, що застосовуються як органами державної влади і регіонального рівня, так і керівниками окремих господарюючих одиниць та спрямованих на стимулювання, координацію, регулювання інноваційних процесів у господарській діяльності суб'єктів.

Література

1. Концепція розвитку національної інноваційної системи. – Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 червня 2009 р., № 680-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-p>.
2. The OECD Innovation Strategy: Draft Policy 2. Principles. 30 September. Paris: OECD, 2009.
3. Лепский В. Исходные посылки к становлению социогуманитарной эргономики стратегического проектирования / В. Лепский [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.intelros.ru>.
4. Федуллова Л.І. Сьомий технологічний уклад: міфи, реальність та перспективи / Л.І. Федуллова // Вісник Національного університету "Юридична академія України імені Ярослава Мудрого". Серія: Економічна теорія та право. – 2012. – № 1 (8). – С. 7-12.

References

1. Konceptsiya rozvitku nacional'noi innovacijnoi sistemi. – Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukraїni vid 17 chervnja 2009 r. N 680-r. – [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-r>.
2. The OECD Innovation Strategy: Draft Policy 2. Principles. 30 September. Paris: OECD, 2009.
3. Lepskij V. Ishodnye posylki k stanovleniju sociogumanitarnoj jergonomiki strategicheskogo proektirovanija // [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.intelros.ru>.
4. Fedulova L.I. S'omij tehnologichnij uklad: mifi, real'nist' ta perspektivi // Visnik Nacional'nogo universitetu "Juridichna akademija Ukraїni imeni Jaroslava Mudrogo". Serija: Ekonomichna teorija ta право. – 2012. – №1(8). – S. 7-12.

Надійшла 19.04.2013; рецензент д. е. н. Федуллова Л. І.

РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В КОНТЕКСТІ ПРОЦЕСІВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Визначено теоретичні основи формування регіональної політики транскордонного співробітництва в контексті процесів європейської інтеграції. Обґрунтовано необхідність розробки регіональної політики транскордонного співробітництва в контексті процесів європейської інтеграції.

Ключові слова: регіон, транскордонне співробітництво, державна політика, регіональна політика, інтеграція, конкурентоспроможність регіонів, політика транскордонного співробітництва.

V. V. TRETyak, O. V. KUDRYAVCEVA

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

REGIONAL POLICY OF TRANSBOUNDARY COOPERATION IN THE CONTEXT OF EUROPEAN INTEGRATION PROCESSES

Policy of transboundary cooperation is presented as total sum of mutually coordinated activities, measures of central and local autonomous bodies concerning the realization of juridical, methodological, informational, organizational, financial and other conditions for the realization of projects and programs of transboundary cooperation. The realization levels of transboundary cooperation were substantiated as interregional, state, regional and local levels. It was mentioned, that the transboundary cooperation policy expects two dimensions – regional state policy concerning transboundary cooperation, which is a fragment of macroeconomic policy, and regional policy of transboundary collaboration, which is carried out by the means of local government. In the basis of state regional policy formation in the sphere of transboundary cooperation underlies the approach to the strengthening of the regions' roles in activation of integration processes of Ukraine and transboundary cooperation development, rising the competitiveness of certain regions of a state and strengthening the economic potential of the state. The purpose, tasks, objects and basic principles of transboundary policy cooperation were defined. On the basis of defined factors, which are holding the transboundary cooperation, was grounded the necessity of regional policy development of transboundary cooperation in the context of European integration processes.

Key words: region, transboundary cooperation, state policy, regional policy, integration, competitiveness of region, transboundary cooperation.

Вступ

За сучасних умов світових процесів регіоналізації та інтеграції набуває особливого значення таке явище, як транскордонне співробітництво, яке сприяє інтенсифікації політичних, економічних та соціокультурних зв'язків між регіонами держав. Транскордонні відносини, що розглядаються безпосередньо в контексті процесу регіоналізації, вимагають їх детального дослідження та аналізу, але, зважаючи на новітність цього поняття, існує певний інформаційний та аналітичний дефіцит у даному питанні, що істотно ускладнює процес розвитку транскордонного співробітництва та вдосконалення моделей його функціонування як в європейському, так і в національному форматі. Тому виключно всебічний комплексний підхід до вивчення сутності транскордонного співробітництва з точки зору сучасної політичної науки дозволить максимально повно уявити реалії цього явища, його динаміку у процесі створення транскордонних зв'язків в Україні та країнах Європи і встановити проблемні зони цього феномену з метою вироблення найбільш дієвих рішень щодо їх вдосконалення.

Окремі аспекти розвитку транскордонного співробітництва досліджено в працях вітчизняних та російських вчених: С. Андреева [12], О. Баули [4], П. Бельногого [2, 7], К. Васківської [14], Н. Добревої [8], Н. Ільченка [1], О. Кацевич [4], О. Кожала [4], Г. Кушнірука [14], Н. Мікули [6, 9, 11], В. Різника [10], Сторонянської [13], Т. Терещенка [5], В. Толкованова [11], А. Чепеленка [3], В. Шамраєвої [12]. Однак, незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених даним проблемам, питання відносно формування регіональної політики транскордонного співробітництва, потребують більш детального дослідження. У зв'язку з цим мета статті полягає у визначенні теоретичних основ формування регіональної політики транскордонного співробітництва у контексті процесів європейської інтеграції.

Основна частина

За сучасних умов розширення процесів глобалізації зростає роль транскордонного співробітництва регіонів, що відкриває нові можливості для активізації господарської діяльності на периферійних територіях і підвищення їх конкурентоспроможності. Наприкінці минулого століття регіональна політика Європейського Союзу перейшла до нової парадигми – від застосування механізмів ліквідації диспропорцій регіонального розвитку шляхом міжрегіонального перерозподілу ресурсів до мобілізації природно-ресурсного потенціалу територій і застосування принципу субсидіарності. Цей підхід був використаний суміжними прикордонними регіонами Європи, які налагодили взаємні контакти між державними регіональними органами влади, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями,

суб'єктами господарювання територій, об'єднуючи зусилля для вирішення спільних проблем, і від співробітництва за окремими транскордонними угодами перейшли до співробітництва в рамках єврорегіонів [1].

В економічній літературі виокремлюється чотири рівні реалізації політики транскордонного співробітництва [2,3]: міжнародний, державний, регіональний та місцевий (табл.1).

Таблиця 1

Рівні реалізації політики транскордонного співробітництва [2, 3]

Рівень	Характеристика рівня
міжнародний рівень	- реалізується політика загальноєвропейських інтересів; - здійснюється координація національних регіональних політик для збалансованого розвитку європейського простору
державний рівень	- виробляється національна політика транскордонного співробітництва та узгоджуються національні інтереси з загальноєвропейськими; - здійснюється гармонізація національних та регіональних цілей
регіональний рівень	- реалізується регіональна політика транскордонного співробітництва з врахуванням інтересів держави та місцевих органів влади; - здійснюється координація між регіонами сусідніх країн
місцевий рівень	- здійснюється координація планів розвитку місцевої влади, з істотною увагою до регіональних та національних інтересів; - відбувається конкретна співпраця між суб'єктами прикордонних територій

Оптимальна координація даних рівнів щодо транскордонного співробітництва досягається лише тоді, коли їх дії враховують будь-які заходи, представлені чи заплановані на рівні, що знаходиться вище чи нижче їх власного. І ще одна вимога, що пропагується у Європі – будь-яка політика регіонального розвитку на будь-якому рівні повинна базуватися на активній участі громадян [4].

На цій підставі політику транскордонного співробітництва можливо розглядати як сукупність взаємоузгоджених дій, заходів центральних і місцевих органів місцевого самоврядування щодо забезпечення правових, методичних, інформаційних, організаційних, фінансових та інших умов для реалізації проєктів і програм транскордонного співробітництва. Вона повинна бути направлена на налагодження добросусідських взаємовідносин між територіальними громадами прикордонних регіонів суміжних держав, задоволення їх інтересів і долання спільних проблем у різних сферах життєдіяльності [5].

З моменту прийняття в 2006 р. Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів» транскордонне співробітництво починає розглядатися здебільшого через призму регіональної політики. Регіональна політика розвитку транскордонного співробітництва розглядається як інтегральна частина суспільно-економічної політики, засіб свідомого впливу влади на поглиблення співпраці. При цьому політика транскордонного співробітництва передбачає два виміри – регіональну політику держави щодо транскордонного співробітництва, що є фрагментом макроекономічної політики, та регіональну політику транскордонного співробітництва, яку проводять органи місцевого самоврядування [6].

Згідно Закону України «Про транскордонне співробітництво» (2004 р.) метою державної політики у сфері транскордонного співробітництва є створення сприятливих умов для ефективного та взаємовигідної співпраці суб'єктів та учасників транскордонного співробітництва України, підвищення соціально-економічного розвитку регіонів України та рівня життя населення.

В основу формування державної політики у сфері транскордонного співробітництва повинен бути закладений підхід, направлений на посилення ролі регіонів у активізації інтеграційних процесів України та розвитку транскордонного співробітництва, підвищення конкурентоспроможності окремих регіонів країни та зміцнення економічного потенціалу держави [7]. На цій підставі вже регіональна політика транскордонного співробітництва визначає стратегію розвитку транскордонних регіонів та транскордонного співробітництва по всьому периметру кордонів держави. Регіональна політика транскордонного співробітництва включає розробку програми використання можливостей транскордонного співробітництва для підвищення якості життя населення прикордоння та прискорення інтеграційних процесів України [8].

Враховуючи, що загальною метою транскордонного співробітництва є забезпечення якісних умов проживання населення по обидва боки кордону [9], основним завданням політики транскордонного співробітництва є нівелювання негативного впливу кордонів на життя громадян [10].

Регіональна політика транскордонного співробітництва, відповідно до Закону України «Про транскордонне співробітництво», ґрунтується на принципах: конституційності і законності; чіткого розподілу завдань, повноважень та відповідальності між суб'єктами транскордонного співробітництва; гармонізації загальнодержавних, регіональних та місцевих інтересів; забезпечення рівних можливостей для регіонів України щодо співпраці з територіальними громадами або органами влади сусідніх держав в рамках транскордонного співробітництва; розмежування відповідальності та повноважень між центральними та місцевими органами виконавчої влади з метою найбільш ефективного вирішення проблем та завдань; забезпечення здатності суб'єктів транскордонного співробітництва в межах, визначених законодавством, самостійно вирішувати питання розвитку територій та створення ефективних механізмів забезпечення їхньої участі у транскордонному співробітництві; підвищення ролі та відповідальності суб'єктів і учасників

транскордонного співробітництва.

Слід зазначити, що забезпечення швидкого та найбільш результативного залучення прикордонного регіону до транскордонного співробітництва можливо лише при наявності організаційно-економічного механізму його регулювання, дія якого можлива в рамках регіональної політики транскордонного співробітництва і чіткого визначення об'єктів її впливу [11].

До основних об'єктів політики транскордонного співробітництва належать [10; 12]:

1. Кордон та рівень його пропускної здатності. Реалізація даної мети конкретизується до наступних цілей: збільшення кількості пропускних пунктів через кордон і підвищення рівня технічного облаштування, існуючих для забезпечення необхідної пропускної здатності; розвиток шляхів, які перетинають кордон, та придорожньої інфраструктури; розвиток залізничних шляхів та послуг залізниць між двома країнами; розвиток сервісної інфраструктури (страхові фірми, перевізники тощо)

2. Природні ресурси, їх спільне використання повинно бути екологічно безпечним для обох держав.

3. Прикордонна торгівля транскордонного регіону, яка повинна відповідати інтересам населення і держави.

4. Заходи, що спрямовані на розвиток людських ресурсів, громадянської ініціативи та впровадження загальноєвропейських цінностей.

Регіональна політика транскордонного співробітництва, її організаційно-економічний механізм державного регулювання охоплюють сукупність правових, організаційно-управлінських та фінансово-економічних форм, методів, прийомів, інструментів і важелів впливу на суб'єкти економічної системи регіону з метою якнайширшого їх залучення до співробітництва та реалізації ними потенціалу транскордонного регіону для забезпечення системи цілей та завдань [13].

Слід зазначити, що транскордонне співробітництво України, незважаючи на відносно високий рівень розвитку, має на сьогодні ряд стримуючих чинників, основними серед яких є [14]:

– недооцінка з боку центральної влади транскордонного співробітництва як інструменту регіонального розвитку і покращення якості життя людей, які проживають у прикордонних територіях України;

– обмеженість стратегічного бачення завдань та перспектив розвитку транскордонного співробітництва як з боку уряду, так і з боку місцевих органів влади України, а також відсутність навичок спільного планування розвитку прикордонних територій;

– низький рівень фінансової підтримки спільних транскордонних проектів як з боку уряду, так із боку місцевих органів влади;

– слабкість інституційної бази регіонального розвитку, яка у прикордонних територіях має відігравати роль одного з рушіїв транскордонного співробітництва;

– до впровадження проектів транскордонного співробітництва залучається надто мало підприємців та неурядових організацій;

– надмірна амбіційність і, водночас, нечіткість місії функціонування євро регіонів на кордонах України та держав Центральної Європи, які декларують прагнення вирішити спільні проблеми у всіх сферах суспільного життя;

– низький рівень соціально-економічного розвитку територій, які є учасниками транскордонного співробітництва, порівняно із середніми національними показниками.

Висновки

Таким чином, сьогодні дедалі все більше актуалізується потреба системного дослідження політики транскордонного співробітництва, направленої на створення дієвих правових, інституційних і фінансових інструментів, які здатні забезпечити мобілізацію та ефективне використання існуючого потенціалу прикордонних регіонів, оптимальне поєднання їх можливостей та ресурсів з метою розв'язання спільних проблем та вирішення завдань просторового розвитку в межах регіонів.

Література

1. Ільченко Н.М. Трансдордонне співробітництво в Україні: перспективи розвитку євро регіонів [Електронний ресурс] / Н.М. Ільченко // Державне будівництво. – 2012. – № 2. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/2/21.pdf>.

2. Беленький П. Методологічні аспекти міжрегіонального та трансдордонного співробітництва / П. Беленький // Зовнішньоекономічний кур'єр. – 2001. – № 1 – 2. – С. 9 – 13.

3. Чепеленко А.М. Трансдордонне співробітництво в процесі європейської інтеграції України [Електронний ресурс] / А.М.Чепеленко // Ефективна економіка. – №2. – 2011. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com>.

4. Баула О.В. Трансдордонне співробітництво як спосіб реалізації євроінтеграційних прагнень України [Електронний ресурс] / О.В. Баула, О.В. Кацевич, О.С. Кожало // Режим доступу : http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68953.doc.htm.

5. Терещенко Т.В. Організація та розвиток трансдордонного співробітництва в контексті

інтеграційної політики України / Т.В. Терещенко // Університетські наукові записки. – 2007. – № 1 (21). – С. 308 – 314.

6. Мікула Н.А. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво: монографія / Н.Мікула // Львів: ІРД НАН України, 2004. – 395 с.

7. Беленький П. Ю. Методологічні аспекти міжрегіонального та транскордонного співробітництва / П. Ю.Беленький, Н.А.Мікула // Зовнішньоекономічний кур'єр. – 2001. – № 1. – С. 9–13.

8. Добрева Н.Ф. Регіональна політика розвитку транскордонного співробітництва [Електронний ресурс] / Н.Ф.Добрева // Демократичне врядування. – 2012. – Вип. 10. – Режим доступу : <http://www.lvivacademy.com/visnik10/fail/Dobrjeva.pdf>.

9. Мікула Н.А. Сучасні тенденції розвитку транскордонного співробітництва / Н.А.Мікула // Транскордонне співробітництво на нових східних кордонах ЄС: матеріали міжнародної конференції [Ужгород, 15-16.04.2009 р.]. – Ужгород : Ліра, 2009. – С. 113-121.

10. Різник В.В. Роль транскордонного співробітництва в системі регіонального розвитку [Електронний ресурс] / В.В. Різник. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2012_19_1/Riznyk.pdf.

11. Мікула Н.А. Сучасний стан та перспективи розвитку транскордонного співробітництва в Україні / Н.А. Мікула, В.В. Толкованов // Регіональна економіка – 2010. – № 3. – С. 7–19.

12. Шамраєва В.М. Роль і місце транскордонного співробітництва в політиці регіонального розвитку в умовах євроінтеграційних процесів України [Електронний ресурс] / В.М. Шамраєва, С.С. Андрєєв // Державне будівництво [Електронний журнал]. – 2010. – № 1. – Режим доступу : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/ebook/db/2010-1/doc/5/05.pdf>.

13. Сторонянська І. Механізм державного регулювання транскордонного співробітництва / І. Сторонянська // Регіональна політика та механізми її реалізації / за ред. акад. НАНУ М.І. Долішнього. – К. : Наук. думка, 2003. – С. 339–345.

14. Васківська К.В. Транскордонне співробітництво України в умовах євроінтеграції / К.В. Васківська, Г.В. Кушнірук // Вісник Львівської державної фінансової академії. – 2010. – № 18. – С. 33–41.

References

1. P'chenko N.M. Transkordonne spivrobotnictvo v Ukraïni: perspektivi rozvitku evroregioniv, Derzhavne budivnictvo, 2012, № 2. – URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2012-2/doc/2/21.pdf>.

2. Belen'kij P. Metodologichni aspekti mizhregional'nogo ta transkordonnogo spivrobotnictva, Zovnishn'oekonomichnij kur'єr, 2001, № 1–2, pp. 9–13.

3. Chepelenko A.M. Transkordonne spivrobotnictvo v procesi evropejs'koï integracii Ukraïni, Efektivna ekonomika, №2, 2011. – URL: <http://www.economy.nayka.com>.

4. O.V.Baula, O.V.Kacevich, O.S.Kozhalo Transkordonne spivrobotnictvo jak sposib realizacii evrointegracijnih pragnen' Ukraïni. – URL: http://www.rusnauka.com/17_AND_2010/Economics/68953.doc.htm.

5. Tereshhenko T.V. Organizacija ta rozvitok transkordonnogo spivrobotnictva v konteksti integracijnoï politiki Ukraïni, Universitets'ki naukovі zapiski, 2007, № 1(21), pp. 308 – 314.

6. Mikula N.A. Mizhteritorial'ne ta transkordonne spivrobotnictvo: monografija, L'viv: IRD NAN Ukraïni, 2004, 395 p.

7. Belen'kij P. Ju., Mikula N.A. Metodologichni aspekti mizhregional'nogo ta transkordonnogo spivrobotnictva, Zovnishn'oekonomichnij kur'єr, 2001, № 1, pp. 9 – 13.

8. Dobreva N.F. Regional'na politika rozvitku transkordonnogo spivrobotnictva, Demokratiche vryaduvannja, 2012, Vip. 10. – URL: <http://www.lvivacademy.com/visnik10/fail/Dobrjeva.pdf>.

9. Mikula N.A. Suchasni tendencii rozvitku transkordonnogo spivrobotnictva, Transkordonne spivrobotnictvo na novih shidnih kordonah ЄS: materialy mizhnarodnoï konferencii [Uzhgorod, 15-16.04.2009 r.], Uzhgorod: Lira, 2009, pp. 113-121.

10. Riznik V.V. Rol' transkordonnogo spivrobotnictva v sistemi regional'nogo rozvitku. – URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2012_19_1/Riznyk.pdf.

11. Mikula N.A. Suchasnij stan ta perspektivi rozvitku transkordonnogo spivrobotnictva v Ukraïni, Regional'na ekonomika, 2010, № 3, pp. 7 – 19.

12. Shamraeva V. M. Rol' i misce transkordonnogo spivrobotnictva v politiki regional'nogo rozvitku v umovah evrointegracijnih procesiv Ukraïni, Derzhavne budivnictvo, 2010, №1. – URL: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/ebook/db/2010-1/doc/5/05.pdf>.

13. Storonjans'ka I. Mehanizm derzhavnogo reguljuvannja transkordonnogo spivrobotnictva, Regional'na politika ta mehanizmi її realizacii. K.: Nauk. dumka, 2003, pp. 339 – 345.

14. Vas'kivs'ka K.V. Transkordonne spivrobotnictvo Ukraïni v umovah evrointegracii, Visnik L'vivs'koï derzhavnoï finansovoï akademii, 2010, № 18, pp. 33 – 41.

Надійшла 19.04.2013; рецензент д. е. н. Максимов В. В.

ОЦІНКА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті побудовано комплексну оцінку інтелектуального капіталу промислового підприємства, що ґрунтується на використанні методів нечіткої логіки та дозволяє врахувати кількісні та якісні показники та синергетичні ефекти. Об'єднання показників в окремі, ієрархічно розташовані, блоки дозволяє визначати їх кількісний вплив на загальну оцінку інтелектуального капіталу, а також полегшує процес визначення проблемних місць. Модель реалізовано засобами Fuzzy Logic Toolbox системи Matlab.

Ключові слова: нечітка модель, інтелектуальний капітал, комплексна оцінка, функція належності, нечітка база знань.

І. І. CHAIKOVSKA

Khmelnitsky National University, Ukraine

ASSESSMENT OF ENTERPRISE'S INTELLECTUAL CAPITAL

The aim of the research – creation of complex evaluation of enterprise's intellectual capital. Apply for a comprehensive evaluation of enterprise intellectual capital fuzzy technologies give the opportunity to obtain adequate results (evaluation) and to form appropriate conclusions regarding management decisions in the absence of reliable data, incomplete and fuzzy statistics, complex functional relationships between components of intellectual capital and consider uncertainty studied process. A model evaluation of intellectual capital includes the following steps: determination of effects on intellectual capital and shaping wood inference description of linguistic variables determining membership functions of linguistic terms, forming a knowledge base of fuzzy conclusion, the construction of fuzzy evaluation model by means of intellectual capital Fuzzy Logic Toolbox and analysis of the results. Thus, application of fuzzy logic to evaluate intellectual capital eliminates uncertainty into account both qualitative and quantitative indicators, synergistic effects and to obtain a quantitative assessment of the level of formation of intellectual capital.

Keywords: fuzzy model, intellectual capital, integrated assessment, membership function, fuzzy knowledge base.

Вступ

В умовах швидких технологічних змін та динамічної конкуренції головним ресурсом підвищення конкурентоспроможності підприємства стає його інтелектуальний капітал (ІК). Тенденції зростання впливу ІК на економічні результати діяльності підприємства свідчать про актуальність розбудови стратегічного менеджменту ІК. Обов'язковою складовою механізму управління ІК є його оцінка. Повна, всеохоплююча та достовірна оцінка ІК дозволяє знайти сильні та слабкі місця у формуванні, розвитку та використанні ІК підприємства, що значно полегшує процес управління ІК для досягнення бажаних економічних результатів.

Питаннями нечіткої логіки та реалізації її апарату засобами Matlab займалися Зайченко Ю.П. [1], Леоненков А.В. [2], Ротштейн А.П. [3], Штовба С.Д. [4]. Теоретичні аспекти використання апарату нечіткої логіки у питаннях ІК знаходимо в роботах Воловника А.Д. і Ляліна В.Є. [5], а також у Журавльової І.В. [6].

Вчені демонструють хорошу ідею застосування нечіткої логіки для оцінки ІК, проте у їхніх роботах відсутня практична реалізація моделі оцінки ІК підприємства із врахуванням інвестицій.

Метою дослідження є побудова комплексної оцінки ІК промислового підприємства.

Експериментальна частина

Основними особливостями побудови моделі оцінювання ІК підприємства повинне бути врахування кількісних та якісних показників ІК та врахування синергетичного ефекту при різних значеннях складових ІК. Застосування для комплексної оцінки ІК підприємства нечітких технологій, які позбавлені багатьох недоліків економічного підходу, дають змогу отримувати адекватні результати (оцінку) і формувати відповідні висновки стосовно прийняття управлінських рішень за відсутності достовірних даних, неповної і нечіткої статистичної інформації, складних функціональних залежностей між складовими ІК та врахувати невизначеності досліджуваного процесу. Модель пристосована для використання експертної інформації про об'єкт дослідження (ІК) у вигляді логічних правил.

Перейдемо до етапів формування комплексної оцінки ІК на основі нечіткого логічного висновку та на їх основі визначимо бальний рівень ІК підприємства машинобудування.

Етап 1. Визначення показників впливу на ІК та формування дерева логічного висновку. Оскільки в науковій літературі на сьогодні відсутня єдина думка стосовно загальноприйнятої структури ІК, його наявність та величина можуть бути виміряні за допомогою апроксимуючих показників. У дослідженні була використана трикомпонентна структура ІК та показники, які характеризують кожен з її елементів, враховуючи і інвестиції на їх формування. Вибір показників здійснювався на основі аналізу досліджень, посвячених ІК, специфікації машинобудівних підприємств, особливостей їх діяльності, доступу до інформації, а також на основі логічного аналізу та думок експертів.

Ієрархічний зв'язок показників ІК та комплексної оцінки ІК підприємства машинобудування представимо деревом логічного висновку (рис. 1), яке визначає структуру моделі оцінки.

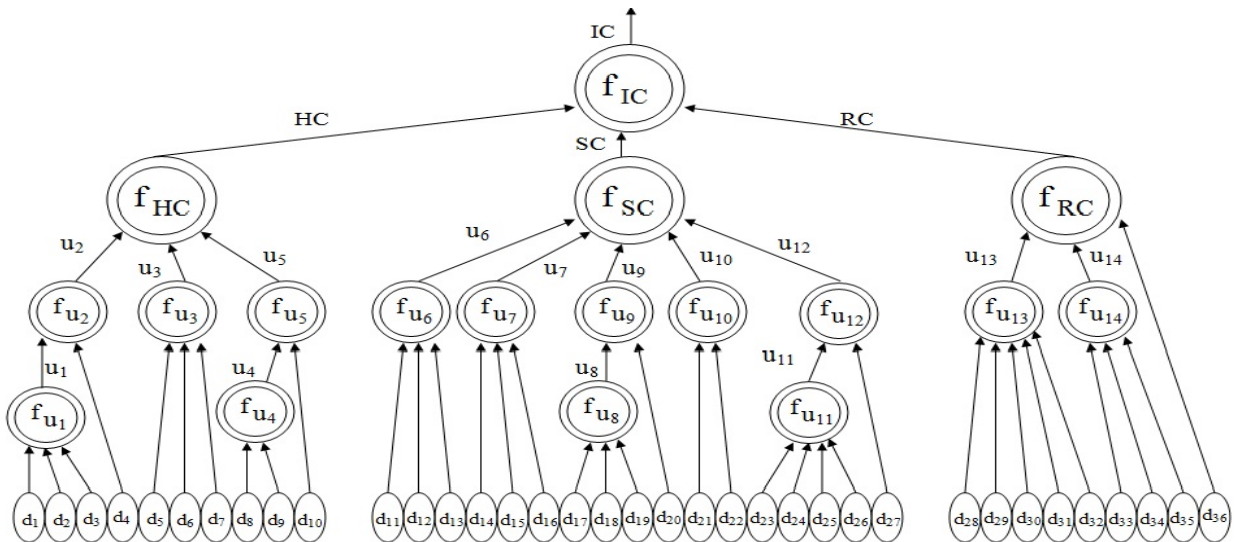


Рис. 1. Ієрархічне дерево логічного висновку для комплексної оцінки ІК на рівні підприємства

Наведеному дереву логічного висновку відповідає така система співвідношень:

$$IC = f_{IC}(HC, SC, RC), \quad (1)$$

де IC – інтелектуальний капітал;
 $f(\bullet)$ – функціональний зв'язок між вхідними та вихідними змінними;
 HC – людський капітал;
 SC – організаційний капітал;
 RC – споживчий капітал.

$$HC = f_{HC}(u_2, u_3, u_5), \quad (2)$$

де u_2 – взаємозалежність основних показників кваліфікації та рівня мотивації;
 u_3 – структура і рух персоналу;
 u_5 – рівень навчання персоналу.

$$u_2 = f_{u_2}(u_1, d_4), \quad (3)$$

де u_1 – основні показники кваліфікації;
 d_4 – середній рівень заробітної плати штатних працівників.

$$u_1 = f_{u_1}(d_1, d_2, d_3), \quad (4)$$

де d_1 – середній освітній рівень;
 d_2 – середній стаж по спеціальності на підприємстві;
 d_3 – середній віковий рівень.

$$u_3 = f_{u_3}(d_5, d_6, d_7), \quad (5)$$

де d_5 – середньооблікова чисельність штатних працівників;
 d_6 – коефіцієнт плинності кадрів;
 d_7 – частка працівників, що досягли пенсійного віку.

$$u_5 = f_{u_5}(u_4, d_{10}), \quad (6)$$

де u_4 – показники навчання;
 d_{10} – витрати на навчання та підвищення кваліфікації.

$$u_4 = f_{u_4}(d_8, d_9), \quad (7)$$

де d_8 – частка працівників з вищою освітою серед керівників та фахівців;

d_9 – відсоток працівників, навчених новим професіям й підвищили кваліфікацію.

$$SC = f_{SC}(u_6, u_7, u_9, u_{10}, u_{12}), \quad (8)$$

де u_6 – вік підприємства та вид діяльності;

u_7 – об'єкти інтелектуальної власності;

u_9 – інформаційна система;

u_{10} – високі технології;

u_{12} – інноваційний рівень.

$$u_6 = f_{u_6}(d_{11}, d_{12}, d_{13}), \quad (9)$$

d_{11} – вік підприємства;

d_{12} – вид продукції;

d_{13} – перехід в іншу виробничу площину.

$$u_7 = f_{u_7}(d_{14}, d_{15}, d_{16}), \quad (10)$$

де d_{14} – патенти на винаходи;

d_{15} – кількість ліцензій;

d_{16} – кількість товарних марок.

$$u_9 = f_{u_9}(u_8, d_{20}), \quad (11)$$

де u_8 – комп'ютеризація;

d_{20} – витрати на інформатизацію.

$$u_8 = f_{u_8}(d_{17}, d_{18}, d_{19}), \quad (12)$$

d_{17} – кількість ПК із розрахунку на одного працівника серед керівників та фахівців;

d_{18} – частка ПК із доступом до Internet;

d_{19} – наявність локальної мережі.

$$u_{10} = f_{u_{10}}(d_{21}, d_{22}), \quad (13)$$

де d_{21} – створення високих технологій, що використовуються у виробництві;

d_{22} – використання високих технологій у виробництві.

$$u_{12} = f_{u_{12}}(u_{11}, d_{27}), \quad (14)$$

де u_{11} – інновації;

d_{27} – витрати на інновації.

$$u_{11} = f_{u_{11}}(d_{23}, d_{24}, d_{25}, d_{26}), \quad (15)$$

де d_{23} – впровадження нових прогресивних технологічних процесів;

d_{24} – впровадження маркетингових та організаційних інновацій;

d_{25} – кількість упроваджених інноваційних видів продукції;

d_{26} – питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової.

$$RC = f_{RC}(u_{13}, u_{14}, d_{36}), \quad (16)$$

де u_{13} – зв'язки з клієнтами;

u_{14} – ринок збуту;

d_{36} – витрати на маркетинг та рекламу.

$$u_{13} = f_{u_{13}}(d_{28}, d_{29}, d_{30}, d_{31}, d_{32}), \quad (17)$$

де d_{28} – кількість філій;

d_{29} – Web-сайт;

d_{30} – мережа сервісних центрів;

d_{31} – кількість фірмових магазинів;
 d_{32} – участь у виставках.

$$u_{14} = f_{u_{14}}(d_{33}, d_{34}, d_{35}), \quad (18)$$

де d_{33} – кількість країн-клієнтів;
 d_{34} – кількість областей-споживачів;
 d_{35} – частка підприємства в регіональному ринку.

Етап 2. Опис лінгвістичних змінних. Рівень ІК було визначено упорядкованою терм-множиною значень, яка складається з п'яти термів: низький (Low), нижче середнього (Low Medium), середній (Medium), вище середнього (High Medium) та високий (High). Терми наведені в порядку від найбільш негативного до найбільш позитивного. Така терм-множина значень є однією з найпоширеніших. Значною мірою це обумовлено тим, що вона ділить відповідну універсальну множину на дев'ять рівнів. П'ять рівнів характеризуються абсолютною належністю значень вхідного критерію одному з термів лінгвістичної змінної, а чотири описують проміжні стани. Сьогодні дев'ятирівневий розподіл якісних оцінок вважається одним з найкращих з точки зору ступеня їх деталізації та сприйняття людиною [7; 8, с. 72].

Формалізація частинних та узагальнених показників оцінки ІК у вигляді лінгвістичних змінних наведено в табл. 1.

Вихідна змінна – ІК підприємства набуватиме значення: низький (Low), нижче середнього (Low Medium), середній (Medium), вище середнього (High Medium), високий (High) на універсальній множині (0-100 балів). Нами запропоновано використання саме отриманих балів для оцінки ІК та його складових.

Таблиця 1

**Значення лінгвістичних змінних нечіткої моделі комплексної оцінки ІК
на рівні підприємства (фрагмент)**

Параметр	Назва лінгвістичної змінної (x)	Універсальна множина (U)	Лінгвістичні терми (T)
d_1	Середній освітній рівень (education)	(1 - 5) балів	Low (L), Low Medium (LM), Medium (M), High Medium (HM), High (H)
		1 – (1-1,5) балів	
		2 – (1,5-2,5) балів	
		3 - (2,5-3,5) балів	
		4 - (3,5-4,5) балів	
d_2	Середній стаж по спеціальності на підприємстві (experience in the enterprise)	(1 - 5) балів	Low (L), Low Medium (LM), Medium (M), High Medium (HM), High (H)
		1 – до 1 року	
		[1,5; 2,5] – від 1 до 3 років	
		[2,5; 3,5] - від 3 до 7 років	
		[3,5; 4,5] - від 8 до 12 років	
d_3	Середній віковий рівень (age)	(1-4) балів	Low (L), Low Medium (LM), Medium (M), High (H)
		[1; 1,5] – (16-24) років	
		2 – після 59 років	
		[2,5; 3,5] – (45-59) років – зворотній відлік	
u_1	Головні показники (main)	(0-100) балів	Low (L), Low Medium (LM), Medium (M), High Medium (HM), High (H)
d_4	Рівень заробітної плати (salary)	(1-3) балів	Low (L), Medium (M), High (H)
		[1; 1,5] - (1073-1134) грн	
		[1,5; 2,5] – (1134-2572) грн	
		3 - більше 2572 грн	

Можливий інтервал зміни кожного параметра був заданий нами від двох до п'яти лінгвістичними термами. Це дає змогу детальніше розглянути та проаналізувати дію більш важливих факторів та врахувати менш важливі, а також врахувати якісні та бінарні величини, що допоможе уникнути при формуванні баз знань невиправдано великої кількості навчальних правил, що ускладнює всю системну модель вже на початковому етапі, а також додасть моделі універсальності.

Етап 3. Визначення функцій належності лінгвістичних термів. Традиційно для визначення параметрів функцій належності використовують такі методи [8, с. 74]:

- статистичний, який є малоефективним в умовах обмеженої і досить неоднорідної інформаційної бази [9];

- експертний, який полягає у тому, що функція задається одним чи групою експертів інтуїтивно, з огляду на рівень їх компетентності [10], а також апріорні знання про предмет досліджень.

Для представлення термів в формі нечітких множин було використано трикутну (для частинних показників у вигляді балів, адже вибір даної функції належності пояснюється тим, що досить часто використовуються точки вершин при присвоєнні відповідних балів та їх проміжні значення) та гаусову (для узагальнених показників). Використання трапецієвидних функцій приналежності для проміжних та результуючого комплексного показника є недоцільним, адже максимальній приналежності до певного терму має відповідати лише одне значення.

Вигляд функцій належності термів вхідних показників наведено на рис. 2.

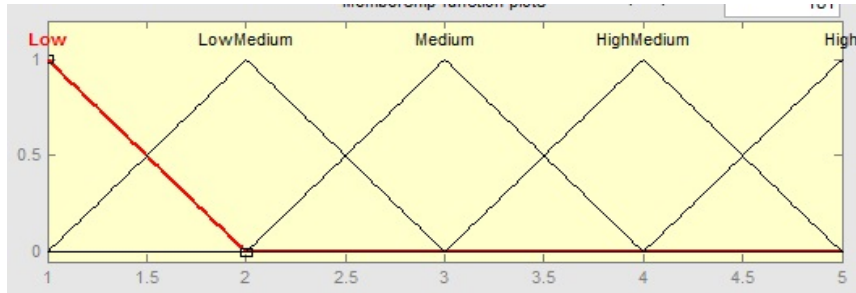


Рис.2. Функції належності нечітких термів (фрагмент) для вхідних показників ІК

Вигляд функцій належності термів проміжних та результуючого комплексного наведено на рис. 3.

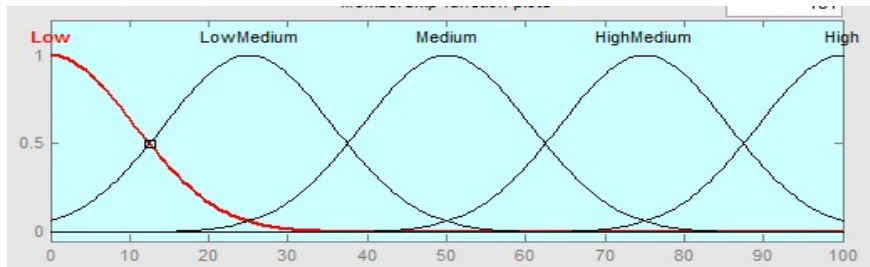


Рис.3. Функції належності нечітких термів (фрагмент) для проміжних комплексних та результуючого показників ІК

Етап 4. Формування бази знань системи нечіткого висновку. Побудовано нечіткі бази знань, що відповідають формулам (1) – (18). У табл. 2 наведено фрагмент нечіткої бази знань (формула 1).

Таблиця 2

Фрагмент нечіткої бази знань (ІС)

Номер правила	HC	SC	RC	IC
1	L	L	L	L
2	LM	L	LM	L
3	LM	L	L	L
4	M	M	LM	LM
5	M	M	L	LM
6	M	L	M	LM
7	LM	M	LM	LM
8	HM	M	HM	M
9	M	HM	HM	M
10	M	M	M	M
11	H	HM	H	HM
12	HM	H	H	HM
13	HM	HM	H	HM
14	HM	HM	HM	HM
15	HM	HM	M	HM
16	H	H	H	H
17	H	H	HM	H

Кожний рядок цих таблиць відповідає одному правилу типу <Якщо - тоді>. Зв'язок між лінгвістичними змінними всередині одного правила здійснюється із залученням логічної операції ТА. В межах однієї бази знань лінгвістичні правила-рядки пов'язані логічною операцією АБО. Загальна кількість правил в запропонованих базах знань дорівнює 212. Вагові коефіцієнти всіх правил прийняті рівними одиниці. Для назви термів використовуються їх перші літери.

При формуванні правил нечіткої бази знань для здійснення оцінки ІК підприємства використовувалася інформація з наукової літератури та використовувались знання експертів досліджуваних підприємств.

Математичною моделлю оцінки ІК підприємства є система нечітких логічних рівнянь. Перед формуванням системи нечітких логічних рівнянь для комплексної оцінки ІК підприємства необхідно врахувати такі особливості баз знань: наявність правил у «неповному» форматі та рівність одиниці вагових коефіцієнтів усіх правил. По базі знань з табл. 2 запишемо нечіткі логічні рівняння для визначення комплексної оцінки ІК підприємства, що відповідають формулі (1).

$$\begin{aligned}
 \mu^L(IC) &= \mu^L(HC) \wedge \mu^L(SC) \wedge \mu^L(RC) \vee \\
 &\vee \mu^{LM}(HC) \wedge \mu^L(SC) \wedge \mu^{LM}(RC) \vee \\
 &\vee \mu^{LM}(HC) \wedge \mu^L(SC) \wedge \mu^L(RC); \\
 \mu^{LM}(IC) &= \mu^M(HC) \wedge \mu^M(SC) \wedge \mu^{LM}(RC) \vee \\
 &\vee \mu^M(HC) \wedge \mu^M(SC) \wedge \mu^M(RC) \vee \\
 &\vee \mu^M(HC) \wedge \mu^L(SC) \wedge \mu^M(RC) \vee \\
 &\vee \mu^{ML}(HC) \wedge \mu^M(SC) \wedge \mu^{LM}(RC); \\
 \mu^M(IC) &= \mu^{HM}(HC) \wedge \mu^M(SC) \wedge \mu^{HM}(RC) \vee \\
 &\vee \mu^M(HC) \wedge \mu^{HM}(SC) \wedge \mu^{HM}(RC) \vee \\
 &\vee \mu^M(HC) \wedge \mu^M(SC) \wedge \mu^M(RC); \\
 \mu^{HM}(IC) &= \mu^H(HC) \wedge \mu^{HM}(SC) \wedge \mu^H(RC) \vee \\
 &\vee \mu^{HM}(HC) \wedge \mu^H(SC) \wedge \mu^H(RC) \vee \\
 &\vee \mu^{HM}(HC) \wedge \mu^{HM}(SC) \wedge \mu^H(RC) \vee \\
 &\vee \mu^{HM}(HC) \wedge \mu^{HM}(SC) \wedge \mu^{HM}(RC) \vee \\
 &\vee \mu^{HM}(HC) \wedge \mu^{HM}(SC) \wedge \mu^M(RC); \\
 \mu^H(IC) &= \mu^H(HC) \wedge \mu^H(SC) \wedge \mu^H(RC) \vee \\
 &\vee \mu^H(HC) \wedge \mu^H(SC) \wedge \mu^{HM}(RC).
 \end{aligned}
 \tag{19}$$

Етап 5. Побудова нечіткої моделі оцінки ІК засобами Fuzzy Logic Toolbox та аналіз отриманих результатів. Для автоматизації розрахунків оцінки ІК на всіх рівнях використаємо пакет Fuzzy Logic Toolbox обчислювальної системи Matlab, який призначений для проектування та дослідження систем на основі нечіткої логіки. У результаті опрацювання правил та проведення операцій над нечіткими множинами отримуємо інтегральну оцінку ІК на рівні підприємства, виражену чітким числом. На основі результатів нечіткого логічного висновку оцінки ІК (рис. 4) робиться висновок стосовно рівня сформованості, мотивації та створення умов для розвитку ІК на рівні підприємства.

Нечітка модель комплексної оцінки ІК підприємства реалізована такими fis-структурами: u1 - u14, HC, SC, RC, IC. Дефазифікація здійснювалася центроїдним методом.

На основі вказаних етапів була розроблена комплексна модель оцінки ІК підприємства. Згідно цієї моделі здійснювалася оцінка ІК підприємств машинобудування. Результати для одного з досліджуваних підприємств представлені у табл. 3.

Таблиця 3

Оцінка ІК досліджуваного підприємства машинобудування у 2006 – 2011 роках

Рік	2006	2007	2008	2009	2010	2011
IC, бали	50	57	51	57,5	49	48,4

Просліджуємо динаміку зміни запропонованого нами показника рівня формування ІК підприємства на рис. 5.

Отже, найвищого значення рівень сформованості ІК на досліджуваному підприємстві досягнув у 2007 та 2009 роках. У інші роки рівень значно нижчий.

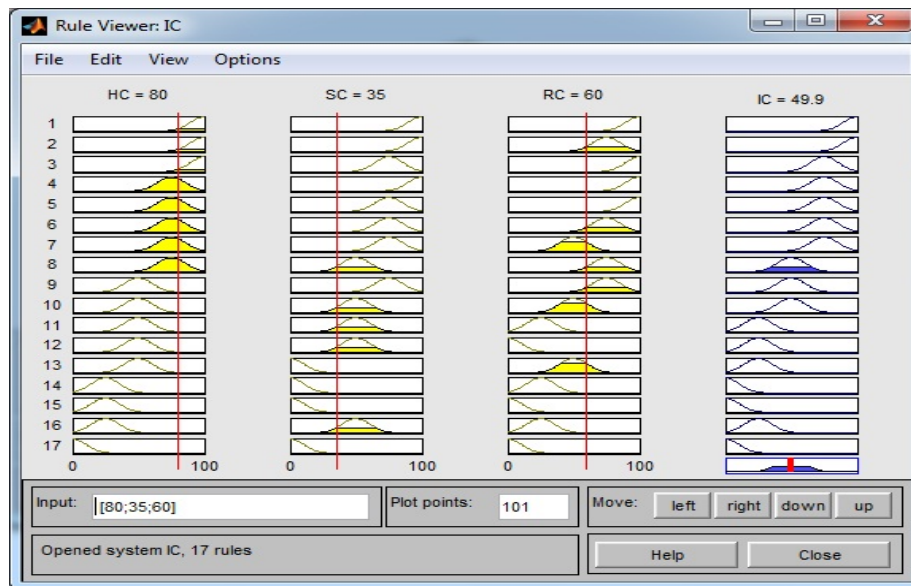


Рис.4. Графічне представлення результатів нечіткого логічного висновку оцінки ІК в середовищі Matlab

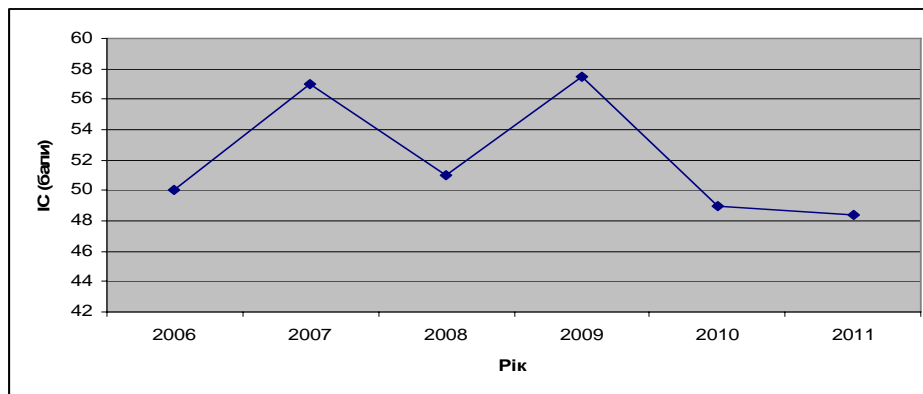


Рис.5. Динаміка показника рівня ІК досліджуваного підприємства у 2006 – 2011 роках

Висновки

Оцінка ІК є важливою складовою механізму управління ІК підприємства.

Відсутність статистичної інформації за тривалий період, відсутність чіткості взаємозв'язку між якісними та кількісними характеристиками та відносність у розумінні ІК вимагають застосування нечіткої логіки, теорії нечітких множин та нечіткого логічного висновку для комплексної оцінки ІК підприємства.

Застосування для комплексної оцінки ІК підприємства нечітких технологій дають змогу отримувати адекватні результати і формувати відповідні висновки стосовно прийняття управлінських рішень.

Література

1. Зайченко Ю. П. Нечеткие модели и методы в интеллектуальных системах : учебное пособие для студентов высших учебных заведений / Ю. П. Зайченко. – К. : Слово, 2008. – 344 с.
2. Леоненков А. В. Нечеткое моделирование в среде MATLAB и fuzzyTECH / А. В. Леоненков. – СПб. : БХВ-Петербург, 2005. – 736 с.
3. Ротштейн А. П. Интеллектуальные технологии идентификации: нечеткая логика, генетические алгоритмы, нейронные сети / А. П. Ротштейн. – Винница : Універсум-Вінниця, 1999. – 320 с.
4. Штовба С. Д. Проектирование нечетких систем средствами MATLAB / С. Д. Штовба. – М. : Горячая линия – Телеком, 2007. – 288 с.
5. Лялин В. Е. Нечеткий и дифференциальный подходы к моделированию интеллектуального капитала организации / В. Е. Лялин, А. Д. Воловник // Искусственный интеллект. – Донецк : Наука і освіта, 2006.- № 3. - С. 429-435.
6. Журавльова І. В. Застосування теорії нечітких множин до задач управління інтелектуальним споживчим капіталом / І. В. Журавльова // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Економічна. – Донецьк : ДонНТУ, 2008. – Вип. 33-2. - С. 126-131.

7. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати ; пер. с англ. Р. Г. Варчнадзе. – М. : Радио и связь, 1993. – 278 с.
8. Великоіваненко Г. І. Комплекс економіко-математичних моделей оцінювання інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання / Г. І. Великоіваненко, К. М. Мамонова // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. – 2012. - № 1. – С. 65-96.
9. Недосекин А. О. Нечетко-множественный анализ риска фондовых инвестиций / А. О. Недосекин. – СПб. : Сезам, 2002. – 181 с.
10. Бешелев С. Д. Математико-статистические методы экспертных оценок / С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич. – М. : Статистика, 1980. – 263 с.

References

1. Zaichenko Y. P. Nechyotkie modeli i metody` v intellektual`ny`h sistemah : uchebnoe posobie dlya studentov vy`sshy`h uchebny`h zavedenij / Y. P. Zaichenko. – K.: Slovo, 2008. – 344 s.
2. Leonenkov A. V. Nechyotkoe modelirovanie v srede MATLAB i fuzzyTECH / A. V. Leonenkov. – Spb.: BVV-Peterburg, 2005. – 736 s.
3. Rotshtejn A. P. Intellektual`ny`e tehnologii identifikacii: nechyotkaya logika, geneticheskie algoritmy`, nejronny`e seti / A. P. Rotshtejn. – Vinnicza : Universum-Vinnicza, 1999. – 320 s.
4. Shtovba S. D. Proektirovanie nechyotkix system sredstvami MATLAB / S. D. Shtovba. – M.: Goryachaya liniya – Telekom, 2007. – 288 s.
5. Lyalin V. E. Nechyotkij i differencial`ny`j podxody` k modelirovaniyu intellektual`nogo kapitala organizacii / V. E. Lyalin, A. D. Volovnik // Iskusstvenny`j intellect. – Doneczk : Nauka I osvita, 2006. - № 3. – С. 429-435.
6. Zhuravlyova I. V. Zastosuvannya teorii nechitkyh mnozhyn do zadach upravlinnya intelektual`num spozhyvchym kapitalom / I. V. Zhuravlyova // Naykovi praci Donetskoho nacional`noho tekhnichnogo universitetu. Seriya : Ekonomichna. – Donetsk ; DonNTU, 2008. – Vyp. 33-2. – S. 126-131.
7. Saati T. Prinyatie reshenij. Metod analiza ierarxij / T. Saati ; per. s angl. R. G. Varchnadze. – M.; Radio I svyaz`, 1993. – 278 s.
8. Velykoivanenko H. I. Kompleks ekonomiko-matematichnykh modeley ocinuvannya investiciynoi pryvablyvosti cybyektiv hospodaryuvannya / H. I. Velykoivanenko, K. M. Mamonova // Neyro-nechitki tehnologii modelyuvannya v ekonomici. – 2012. - № 1. – S. 65-96.
9. Nedosekin A. O. Nechyotko-mnozhestvenny`j analiz riska fondovy`x investicij / A. O. Nedosekin. – Spb.: Sezam, 2002. – 181 с.
10. Beshelev S. D. Matematiko-statisticheskie metody` e`kspertny`x ocenok / S. D. Beshelev, F. G. Gurvich. – M.: Statistika,, 1980. – 263 s.

Надійшла 19.04.2013; рецензент: д. е. н. Завгородня Т. П.

К ВОПРОСУ ОСНОВНОЙ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Статья посвящена выработке основного принципа институциональной экономической теории. В отличие от попыток решить данную проблему в рамках поведенческой концепции в статье обосновывается решение в контексте воспроизводственной концепции с позиций общесистемного отношения, которым является форма присвоения, а не форма собственности.

Ключевые слова: институты, институционализация, социальный строй, социальная система, форма присвоения, форма собственности, власть.

E. V. SHERGELASHVILY

Donetsk National Technical University

ON THE QUESTION OF THE MAIN PROBLEM OF INSTITUTIONAL ECONOMIC THEORY DEVELOPMENT

The article is devoted to the development of the main principle of institutional economic theory. Unlike attempts to solve this problem by thought definition the area of the institutionalism its main decision is substantiated in the context of reproduction from positions of common system relation which is an assignment form featured from ownership form. The assignment form is defined as inside form of relation system according to producing of common human life, as nature of this system. The ownership form is the function of this relation system and its outside form. As result the relation of appropriate reveals itself like relation of ownership. In the frame of this approach several trends of the institutionalism are presented as mutually complemented. The social trend of the institutionalism investigates the development of institutes framing social formation of common production. The economic trend researches the development of institutes attending this trend. The determined form of appropriation supposes the determined form of the power. Therefore the institutionalization of power is essential prerequisite of the corresponding appropriation form. The modern stage of social development requires a directly social form of appropriation, so the logic of power, as well as the logic of the institutionalization of economic development should be subordinated to the logic of directly social form of appropriation. Just because of it the appropriation form should be considered as the main methodological and gnosiological principle of producing theoretical system of institutionalism in the whole.

Keywords: institutions, institutionalization, social formation, social system, form of appropriation, form of ownership, power.

Введение

Одной из актуальных проблем экономической теории и практики является развитие экономических институтов. В современной научной литературе проблема развития экономических институтов активно разрабатывается представителями, как институциональной теории, так и представителями институциональной экономики. С обеих точек зрения институциональный предприниматель признает абсолютность институтов для создания новых институциональных механизмов, а также участие в различных стратегиях по реализации институциональных изменений [1]. Согласно данному подходу институциональные предприниматели не зацикливаются на институциональном статус-кво, но готовы: а) бросить вызов существующим правилам и способам реализации; б) к институционализации альтернативных правил, их дальнейшей реализации и соблюдению [2].

Различия между рассматриваемыми линиями институциональных исследований заключаются в том, что в одном случае приоритет отдаётся ценностным аспектам жизнедеятельности (институциональная теория), а в другом случае приоритет отдаётся экономическим аспектам жизнедеятельности (институциональная экономика). В первом случае социальное переходит в экономическое, во втором случае, экономическое переходит в социальное. Институциональная теория исследует эволюцию институтов, характеризующих социальный строй, ставящий себе на службу те или иные экономические институты, а институциональная экономика исследует эволюцию экономических институтов в рамках определенного социального строя. Первое направление в своём нормативном аспекте связано с совершенствованием и развитием социального строя, определяющего сущностные аспекты экономики, второе направление связано с совершенствованием и развитием экономических отношений данного социального строя.

Институциональная теория так же, как и институциональная экономика, исходит из саморазвивающегося общества, базирующегося на автономии личности и общественном договоре и, в этом смысле, отражают западную модель общества. Данные направления развития экономических институтов должны рассматриваться не как конкурирующие, а как взаимодополняющие направления современного институционализма. Это утверждение несколько иначе сформулировал Р. Хейлбронер через разграничения понятий «социальный порядок» и «социальная система», и утверждения обсуживающей роли социальной системы по отношению к социальному порядку [3].

Определенный аспект данной идеи развивается В. Самуэльсом: «Эволюция организации и контроля экономики как целого, а не только аллокация ресурсов, распределение доходов, определение агрегатных условий дохода, выпуска, занятости и цен внутри данной системы»- это то, что составляет предмет институциональной экономики. «Экономика - по мнению У. Самуэльса - это институты, которые формируют рынок, и посредством которых, он действует, что в конечном итоге порождает рыночные результаты. Рынок, таким образом, подчинен силам, которые управляют организацией и контролируют экономику» [4].

Приведенные выше положения Р. Хейлбронера и У. Самуэльса существенно продвигают теоретико-методологическую позицию институционализма в целом, делают её более системной, но еще не выводят институционализм на уровень, когда он может иметь единый принцип, на котором базируется вся теоретическая конструкция, вбирающая в себя неоклассику, старый и новый институционализм и трансформирует их в соответствии с основным своим принципом. Попыткой определить принцип, на котором зиждется вся теоретическая конструкция и является предлагаемая статья.

Принцип конструирования институциональной теории

Сознательно осуществляемый процесс трансформации общества через реформирование его общественных систем предполагает системное его видение. Системность предполагает выделение социально-системного отношения. Таким отношением, на наш взгляд, есть форма присвоения, которую мы не отождествляем ни с формой собственности, ни с системой производственных отношений. И то, и другое являются формами её осуществления, движения и развития. Применительно к современному развитию объективно-необходимой формой присвоения является сознательно осуществляемый процесс подчинения производства всестороннему развитию человека, созданию материально-технических и институциональных предпосылок присвоения каждым членом общества родовых сил человека, производительной силы человечества, «чувственное присвоение человеком и для человека человеческой сущности» и которую можно обозначить как непосредственно-общественную форму присвоения, при этом, не отождествляя её с всеобщей директивностью и огосударствлением в советском духе. Речь здесь идет о взятии под контроль общества производственных отношений посредством деятельности по проектированию, созданию и поддержанию общественного контроля над сложным комплексом производственных отношений, знаменует собой становление новой, непосредственно-общественной формы присвоения, преодоление частного присвоения, но с сохранением рынка и частной собственности.

Содержание формы присвоения многоаспектно. Каждый аспект имеет свою функцию. Поэтому институционализация отношений присвоения должна быть проведена так, чтобы обеспечить максимальную функциональность каждого аспекта присвоения. Первый аспект присвоения выражается принципами распределения произведенного продукта. Следовательно, институционализация данного аспекта присвоения есть институционализация распределительных отношений. Второй аспект присвоения - это аспект принадлежности, который касается как условий производства, так и доли продукта, который достается участникам общественного производства. Институционализация данного аспекта означает установление исключительного права соответствующего субъекта производства, охрану и защиту этого права. Третий аспект собственности - это структурный аспект, означающий расщепление прав собственности и обмен правами собственности, который отражает структуру производства и обмена.

Корни ошибок реформирования общественных систем лежат, во-первых, в не различении формы собственности и формы присвоения, в непонимании того, что социально-системным отношением является форма присвоения, а не форма собственности. Во-вторых, в непонимании различения социально-системного отношения, которым является форма присвоения и системообразующего отношения, которым является форма власти. От того, кто является носителем власти, зависит форма присвоения. В этой связи обратимся к работе профессора В.В. Деметьева «Экономика как система власти» [5], в которой исследуется проблема власти и в которой приводятся высказывания выдающихся ученых о роли власти в общественном развитии: «Власть, - как считает Э.Тоффлер, - неизбежная часть процесса производства, и это - истина для всех экономических систем, капиталистических, социалистических и вообще каких бы то ни было» [6]. ... Б.Расселл отмечал, что власть является фундаментальным понятием в общественных науках в том же смысле, в каком энергия является фундаментальным понятием в физике [7]. ... По мнению В.Самуэльса, для институционалистов центральной экономической проблемой являются организация и контроль над экономикой, которые есть результат ее структуры власти [8]. По мнению М. Олсона, «власть - и не только власть государства- есть способность вызывать принудительное подчинение и, следовательно, влечет за собой принудительный авторитет и способность принуждать. Поэтому для объяснения власти «недостаточно понять теорию добровольного обмена: мы должны также понять логику силы». [9]. Дополним этот ряд, высказываниями философов: «Всякий центр силы...- отмечал Ф. Ницше - из себя конструирует весь остальной мир» (конечно, в меру наличных предпосылок-добавлено автором)...Ценности и их изменения стоят в связи с возрастанием силы лица, устанавливающего ценности» [10]. По Хайдеггеру: «Ценность мыслится как условие самоутверждения воли.... Здесь же и только здесь достигает чистого господства подлежащий метафизическому осмыслению “эгоизм”, который не имеет отношения к наивному «солипсизму»... Еще нет понимания единого необходимого и захваченности им. Само наше присутствие

достигается через сдвиг человеческого бытия в целом и, значит, исходя из осмысления нужды бытия как такового и в его истине» [11]. Развивая выше означенные мысли великих мыслителей, отметим, что истина современного бытия - это нужда этого бытия в непосредственно-общественной форме присвоения, а логика власти (силы), подчинена логике присвоения в рамках ценностных определенностей субъекта власти.

Логика развития власти всегда подчинена присвоению, поэтому институты власти должны быть произведены таким образом, чтобы агенты носителя власти действовали в интересах носителя власти. Современный этап развития общества характеризуется тем, что носителем власти является народ, поэтому и представительная власть и все её ветви должны быть определены так, чтобы представительная власть своей деятельностью и институциональным производством обеспечивала интерес носителя власти, т.е. народа, который заключается в присвоении каждым членом общества производительной силы общества (это совместный интерес). Одним словом, институционализация властных отношений означает такую спецификацию правомочий субъектов власти, при которой совместный интерес народа и частные интересы, в том числе интересы представительной власти, были бы солидарными. В солидарной системе совместный интерес, т.е. возможность присвоения родовых сил человека, производительной силы общества каждым членом общества, не противостоит частному интересу, поскольку последний в этом же и заключается. Совместный интерес, институализированный соответствующим образом, не отрицает частный интерес, а лишь ограничивает подчинение частным лицом или группой лиц других частных лиц и групп, т.е. речь идёт об исключении отношений господства и подчинения человека человеком и это касается отношений всех сфер общественной жизни человека: экономической, политико-правовой и социо-культурной. Становление непосредственно-общественной формы присвоения начинается с упразднения отношений господства и подчинения между людьми путем соответствующей институционализации.

Основное, базисное противоречие, т.е. противоречия между потребностями и возможностями, в условиях солидарности не проявляется в виде антагонистического противоречия между людьми по поводу присвоения производительной силы общества. Снятие отчуждения в данном аспекте есть предпосылка сознательной деятельности общества по преодолению иных форм отчуждения. Иначе говоря, преодоление форм отчуждения начинается в порядке обратном их возникновению.

При таком подходе гуманизм из абстрактно морально-этического императива превращается постепенно в реальную практику жизни, диктуемой как сложившейся институциональной системой, причем, не только формальной, но и не формальной, так и внутренней определенностью человека, общества (т.е. под воздействием достигнутого уровня производительных сил и соответствующей институциональной системы формируется так называемое экзистенциально-личное начало, которое по существу совпадает с регулятивными ценностями формулируемыми обществом, в том смысле, что это начало не противостоит ценностям, формируемым обществом, и рассматривается им как условие своей реализации). В силу этого формируется такая институциональная система, в которой личный интерес и совместный интерес постепенно солидаризируются, но не заменяют друг друга.

Завершая статью, обратимся ещё раз к приведенным выше теоретико-методологическим посылкам Р. Хейлбронера и В. Самуэlsa об обслуживающей роли социальной системы в отношении социального порядка и определения предмета институциональной экономической теории как эволюции организации и контроля экономики как целого, а не только аллокация ресурсов, распределение доходов, определение агрегатных условий дохода, выпуска, занятости и цен внутри данной системы, роли власти, определения рынка как обслуживающей социальный порядок системы, определения экономики как системы институтов санкционирующих отношения по производству, распределению, обмену и потреблению благ и которые есть в тоже время и отношения, стимулирующие эффективное использование ограниченных ресурсов, т.е. соответствующее поведение участников общественного производства. Из данной посылки следует, что институционализм вплотную приблизился к позиции К. Маркса, развил многие положения его учения, преодолев в его учении экономический и политический радикализм по преобразованию общества периода второй половины XIX столетия, проявленного в его некоторых поздних статьях, характеризующих политическую платформу рабочего класса того периода, но не обратил в теоретико-методологическом наследии Маркса на сформулированное в неявном виде положение о форме присвоения как общесистемном отношении, играющем чрезвычайно важную методологическую и гносеологическую роль в конструировании теоретической системы преобразования общества.

Следует также отметить, что политический и экономический радикализм Маркса вытекает не столько из теоретического анализа Маркса, сколько из социально-экономической и политической атмосферы того периода. Результаты теоретического анализа Маркса адекватны изучаемому Марксом периоду, но они недостаточны, чтобы избежать ошибочных суждений по конструированию экономических и политических институтов преобразующих общество в соответствии с сутью его концепции общественного развития. Определенную недостаточность теоретического анализа, мы видим в том, что неявно сформулированное положение о форме присвоения как общесистемном отношении не доведено Марксом до явного разграничения понятий «форма присвоения» и «форма собственности», результатом чего произошла абсолютизация формы собственности при формировании концепции будущего общества, и что взял на вооружение в дальнейшем официальный марксизм.

Выводы

Необходимо разграничение понятий «форма присвоения» и «форма собственности», а так же понятий «социально-системное отношение» и «системообразующее отношение». Форма присвоения есть внутренняя форма системы отношений по производству общественной жизни человека, социально-системное отношение этой системы, а форма собственности является внешней формой этой системы. Форма присвоения выражает суть способа производства общественной жизни, его социального строя, социально-экономических отношений. Форма собственности есть функция системы отношений данной формы присвоения. Системообразующим отношением является власть. Власть является обратной стороной присвоения. Логика власти подчиняется логике развития присвоения определенной формы. Определенная форма присвоения предполагает и определенной формы власти. Поэтому соответствующая институционализация власти - необходимая предпосылка соответствующей формы присвоения. Современный этап развития общества требует непосредственно-общественной формы присвоения, поэтому и логика развития власти, а также логика развития институционализации самой власти и экономического развития должны быть подчинены логике развития непосредственно-общественной формы присвоения. Именно поэтому форму присвоения следует рассматривать и как основной методологический и гносеологический принцип конструирования теоретической системы институционализма в целом. Впрочем, в этом направлении, современный институционализм и эволюционирует, становясь как институциональная политическая экономия.

Литература

1. DiMaggio, P. Interest and agency in institutional theory. / P. DiMaggio. In L. Zucker (Ed.), *Institutional patterns and organizations*: Cambridge, MA: Ballinger, 1988, 3-22.
2. Garud, R. Bricolage versus breakthrough / Garud, R., Karnoe, P. *Distributed and embedded agency in technology entrepreneurship*. *Research Policy*, 32: 2003. 277-300.
3. Heilbroner R. *Behind the Veil of Economics*. / R. Heilbroner : New York :Norton, 1989- 302 p.
4. Samuels W. *Institutional Economics* / W. Samuels // *Companion to Contemporary Economic Thought*. 1991. – Vol. – P. 107
5. Дементьев В.В. Экономика как система власти / В.В. Дементьев. – Донецк : Каштан, 2003. – 403 с.
6. Тоффлер Э. *Метаморфозы власти* /Э. Тоффлер. – М. : ООО «Изд-во АСТ», 2001. – 669 с.
7. Russell B. *Power*. / B. Russell. – London and New York : Routledge, 2000. – 207 p.
8. Greenaway D. *Companion to Contemporary Economic Thought*. / Ed. By D. Greenaway, M. Bleaney, I. Stewart. – London and New York : Routledge, 1991. – 654 p.
9. Олсон М. Рассредоточение власти и общество в переходный период. Лекарства от коррупции, распада и замедления темпов экономического роста / М. Олсон // *Экономика и математические методы*. – 1995. – Т. 31. – Вып. 4. – С. 5–81.
10. Ницше Ф. *Воля к власти. Опыт переоценки всех ценностей* / Ф. Ницше. – [Пер. с нем. Е. Герцык и др.]. – М. : Культурная революция, 2005. – 880 с.
11. Хайдеггер М. *Время и бытие: Статьи и выступления* / Хайдеггер М. – [Пер. с нем. В. В. Бибихина. – М. : Республика, 1993. – 447 с.

References

1. DiMaggio P., Zucker L. *Interest and agency in institutional theory*. Cambridge, MA: Ballinger, 1988, pp. 3-22.
2. Garud R., Karnoe P. *Bricolage versus breakthrough: Distributed and embedded agency in technology entrepreneurship*. *Research Policy*, 2003, Vol. 32, pp. 277-300.
3. Heilbroner R. *Behind the Veil of Economics*, New York, Norton, 1989, 302 p.
4. Samuels W. *Institutional Economics, Companion to Contemporary Economic Thought*, 1991. – Vol. 5, 107 p.
5. Dement'ev V.V. *Ekonomika kak sistema vlasti*. Doneck, Kashtan, 2003, 403 p.
6. Toffler Je. *Metamorfozy vlasti*, Moskva, ООО «Izdatel'stvo AST», 2001, 669 p.
7. Russell B. *Power*. London and New York, Routledge, 2000, 207 p.
8. Greenaway D., Bleaney M., Stewart I. *Companion to Contemporary Economic Thought*, London and New York, Routledge, 1991, 654 p.
9. Olson M. *Rassredotochenie vlasti i obshhestvo v perehodnyj period. Lekarstva ot korrupcii, raspada i zamedlenija tempov jekonomicheskogo rosta*, *Jekonomika i matematicheskie metody*, 1995, Vol. 31. No. 4, pp. 53-81.
10. Nicshe F. *Volja k vlasti. Opyt pereocenki vseh cennostej*, Ed by. E. Gercyk , Moskva, Kul'turnaja revoljucija, 2005, 880 p.

11. Hajdegger M. Vremja i bytie: Stat'i i vystuplenija, Ed by V. Bibihina, Moskva, Respublika, 1993, 447 p.

Надійшла 14.04.2013; рецензент: д. е. н. Хоменко Я. В.

УДК 631.1.017.3:334.722(477)

Л. В. ШОВКУН, О. М. САВЕЛЬЄВА

Харківський національний аграрний університет ім. В.В. Докучаєва

ОСНОВНІ ЧИННИКИ ГАЛЬМУВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Основні чинники гальмування розвитку малого бізнесу в Україні. Стаття присвячена теоретичному обґрунтуванню та розробці методичних підходів і практичних рекомендацій спрямованих на покращення розвитку малого бізнесу в Україні, визначення та усунення чинників його гальмування. Розкрито сутність і зміст поняття «мале підприємство». Досліджено історію виникнення чинників гальмування розвитку малого бізнесу, обґрунтовано доцільність застосування методики їх усунення.

Ключові слова: економічна система, малі підприємства, ринкові відносини, малий бізнес, економіка, держава, механізм, законодавство, регіональна програма.

L. V. SHOVKUN, O. M. SAVEL'eva

Kharkiv national agrarian university the name of V.V. Dokuchaeva

BASIC FACTORS OF BRAKING OF DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN UKRAINE

Basic factors of braking of development of small business are in Ukraine. The article is devoted a theoretical ground and development of methodical approaches and practical recommendations of directed on the improvement of development of small business in Ukraine, determination and removal of factors of his braking. Essence and maintenance of concept «small enterprise is exposed». Investigational history of origin of factors of braking of development of small business, grounded expedience of application of method of their removal.

Keywords: economic system, small enterprises, market relations, small business, economy, state, mechanism, legislation, regional program.

Постановка проблеми

Процвітання будь-якої країни потребує максимальної зайнятості працездатного населення і стабільного економічного розвитку, сприяючи розвитку соціальної сфери та економіки безпосередньо. Розвиток малого та середнього бізнесу є одним із найпріоритетніших напрямів розвитку економіки провідних країн світу. В економічно - розвинених державах саме малі підприємства є основним «стовпом» економіки. Недаремно фахівці запевняють, що без них існування великих підприємств опинилося би під великим питанням. Понад 20 млн. підприємств малого і середнього бізнесу діють на території Європейського Союзу, частка яких у загальній доданій вартості складає близько 50%. До того ж, вони забезпечують майже чверть експорту [1].

Країною найбільшої концентрації підприємств малого бізнесу вважають Італію, називаючи її політику «економікою малого бізнесу». Тут діє близько 3,5 млн. малих та середніх підприємств, де працюють четверо з п'яти найманих працівників. Малі та середні підприємці Італії забезпечують 52% ВВП та 18% експорту продукції [2].

Економічна система України, яка знаходиться у стані трансформування від командно-адміністративних до ринкових відносин, характеризується значними специфічними рисами. Вони обумовлені тимчасовим вакуумом економічної координації, який виникає після руйнування командних важелів впливу на економіку та до утворення дієвих механізмів ринкового саморегулювання та відповідних їм технологій нової державної економічної політики.

Метою економічної стратегії держави в перехідній економіці на першому етапі має бути побудова розвинутої стійкої ринкової економіки - механізму, котрий здатен замінити державне адміністрування в економіці. Вбудовані регулятори економічної системи за своєю формою є діями економічних суб'єктів із переслідування власних економічних інтересів. Тільки із становленням у країні відносно розвинутої ринкової системи, господарські суб'єкти починають адекватно реагувати на сигнали ринку, формувати ефективні приватні економічні стратегії, і з'являється можливість застосовувати традиційні регулятори економічної стабілізації [3].

Малі підприємства є невід'ємною частиною соціально - економічної країни. По-перше, вони сприяють підтримці стабільності ринкових відносин, оскільки значна частина населення втягується в цю систему відносин (на думку зарубіжних учених, стабільність системи забезпечується за умови, що 20-30% громадян країни мають власну справу). По-друге, вони забезпечують необхідну мобільність виробництва в

умовах ринку, поглиблення спеціалізації та широкий розвиток кооперації виробництва, без яких неможлива його висока ефективність. Зрештою це веде до динамічності господарського розвитку й зростання національної економіки. По-третє, роль малих підприємств у діяльності великих і середніх підприємств постійно зростає. Велике значення має здатність малих підприємств розширювати сферу доповнення праці, створювати нові можливості не тільки для працевлаштування, а насамперед, для підприємницької діяльності населення і використання вільних виробничих можливостей. Єдиного міжнародного стандарту класифікації підприємств, їх розподілу на малі, середні й великі немає. Це залежить від специфіки галузей, рівня розвитку й структури економіки кожної країни.

Аналіз останніх досліджень

Вагомий внесок у дослідження проблеми розвитку малого бізнесу зробили такі відомі вчені як Б. Едвард, Т.Ю. Богомолова, Ю.Є Губені., В.К. Збарський, В.В. Зіновчук, М.М. Ільчук, А.М. Кандиба, А.П. Кисельов та ін. Поряд з цим проблема розвитку малого бізнесу залишається і потребує подальшого вирішення.

Формування цілей статті

Головною метою проведеного дослідження було вивчення основних чинників гальмування розвитку малого бізнесу в Україні, стану малих підприємств на фоні розвинення ринкової економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження

Розвиток поняття «сектору малого та середнього бізнесу» в Україні розпочався з терміну «мале підприємство», який вперше був введений в обіг Законом колишнього СРСР від 4.06.1990 «Про підприємства в СРСР», де зазначалося (п. 2 ст. 3), що підприємство може належати до числа малих, незалежно від форми власності, відповідно до чисельності його працівників і обсягу господарського обороту [4]. Згідно з Господарським кодексом України, малими (незалежно від форми власності) визнаються підприємства, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний, (фінансовий) рік не перевищує п'ятдесяти осіб, а обсяг валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за цей період не перевищує 70 млн. грн. [5].

Згідно зі статистикою, у сфері малого бізнесу в Україні станом на 1 січня 2011 р. було зареєстровано 151,4 тис. підприємств, які забезпечували 7% ВВП. Тоді як у Чехії, Словаччині та Угорщині частка малих підприємств у ВВП знаходиться на рівні 30-40%. В Україні найбільша кількість малих підприємств знаходиться в Києві, на другому місці - Автономна республіка Крим. По областях України статистика виглядала так: найвищі показники концентрації малого бізнесу в Київській, Дніпропетровській та Донецькій областях, найнижчі в Рівненській, Чернівецькій та Волинській областях [6].

До основних причин гальмування розвитку малого підприємництва в Україні відносять:

- 1) неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;
 - 2) високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку;
 - 3) недостатня державна фінансова-кредитна і майнова підтримка малих підприємств;
- відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
 - обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
 - недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності [7].

Формування ринкової економіки в Україні пов'язане із зростанням підприємницької активності в усіх галузях. Розвиток саме малого бізнесу є одним із найперспективніших засобів створення конкурентної ринкової системи. Малий і середній бізнес вважається найбільш динамічним елементом у структурі господарської діяльності. Кризові явища, котрі нині відбуваються у світовій та вітчизняній економіці, не залишили осторонь і банківський сектор економіки, який безпосередньо впливає на функціонування малого і середнього бізнесу в Україні [8].

Заснування власного підприємства стримується головним чином складнощами безпосередньо відкриття власної справи. Варто відмітити, що за останні декілька років розвитку малого бізнесу в Україні ця проблема стала менш гострою. Велика кількість початківців, які розпочинають власний бізнес, що не мають достатньої кількості необхідної інформації щодо процесу реєстрації нового підприємства, мають змогу отримати її в державних органах реєстрації. Також нині існує значний ряд спеціальних консалтингових фірм, які надають інформацію, поради і зразки необхідних документів. В цілому ж, величезним мінусом у процесі реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності в Україні є значні витрати часу, грошей і зусиль, тому ця операція наразі залишається трудомісткою і складною, особливо у порівнянні з тим, як це відбувається в економічно розвинених країнах.

Досвід початківців і підприємців, що вже діють, показав, що 75% їх на перше місце серед інших проблем ставлять дефіцит фінансів. Власних капіталів більшість не має, банківські кредити дають на 2-3 місяці з високою процентною ставкою, а інших доступних джерел фінансової підтримки малого бізнесу в Україні не існує [8].

Таким чином, шляхи вирішення проблем малого бізнесу в Україні можна покращити за рахунок:

1) створення раціональної нормативно-правової бази:

- розробка і прийняття нової спрощеної системи бухгалтерського і податкового обліку та звітності малих підприємств;

- прийняття закону «Про малий бізнес», який регулюватиме всі економічні та правові аспекти забезпечення розвитку малого підприємництва;

- внесення змін до вже діючих законів, що визначають межі регулювання малим бізнесом: закони «Про підприємництво», «Про підприємства в Україні» тощо.

2) організація фінансової підтримки і допомоги малому бізнесу:

- створення спеціальних установ для кредитування малих підприємств;

- використання Фонду сприяння зайнятості населення на розвиток малих підприємств;

- спрощення податкового законодавства і зменшення кількості зборів і відрахувань;

- віднесення на собівартість витрат, що пов'язані з формуванням страхового фонду в процесі кредитування;

- надання малим підприємствам державних гарантій у вигляді державних боргових зобов'язань.

3) організаційне забезпечення малого бізнесу:

- впровадження регіональних програм підтримки і розвитку малих підприємств;

- створення незалежної системи реєстрації та ліквідації малих підприємств;

- організація роботи окремої ланки виконавчої влади, яка би займалася виключно питаннями малого бізнесу.

4) створення забезпеченості інформацією та кадрами:

- створення спеціалізованих консультативних центрів з надання інформації підприємцям;

- покращення освітніх програм напрямків підприємництва і бізнесу;

- організація програм підготовки і перепідготовки кадрів за державний рахунок.

Вже багато кроків було зроблено в бік розвитку малого бізнесу. В грудні 2010 р. було створено Координаційну раду з питань розвитку малого та середнього підприємництва. Також за ініціативою Уряду Верховною Радою України прийнято Пакет законодавчих актів, які направлені на спрощення та удешевлення започаткування і припинення підприємницької діяльності. Зокрема, Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців" (щодо проведення електронної реєстрації)", Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо скасування свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи та фізичної особи-підприємця", Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення процедури започаткування підприємництва", Закон України "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення процедур припинення юридичних осіб та підприємницької діяльності фізичних осіб-підприємців за їх рішенням".

Ще одним важливим кроком стало прийняття Верховною Радою України Закону "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України" (щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва)", який є результатом компромісу між бізнесом та владою. Цим законом, зокрема, підвищено граничний обсяг доходу, при якому можливе застосування спрощеної системи оподаткування (для фізичних осіб - з 500 тис. грн до 3 млн. грн для юридичних осіб - з 1 млн. до 5 млн. грн); скасовано обмеження відносити на витрати платника податку на прибуток витрати на придбання товарів (робіт, послуг) у фізичних осіб - платників єдиного податку; надано фізичним особам - платникам єдиного податку право реєструватись платниками ПДВ; скасовано 50% надбавку, що застосовується до фіксованих ставок єдиного податку за кожного найманого працівника. Уряд запевняє, що продовжуватиме і надалі на основі компромісних рішень між суспільством і владою створювати оптимальні умови для розвитку малого бізнесу [9]. Проте час покаже.

Також в подальшому має відбутися круглий стіл «Зелена книга малого бізнесу України: оцінка та перспективи шляхів розвитку». Організатори заходу - Комітет Верховної Ради України з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва та Інститут власності і свободи. До обговорення під час круглого столу винесено такі питання: державна політика щодо розвитку малого бізнесу: наскільки реалістична, якою мірою ефективна, внесення яких змін потребує; можливі акценти і напрями на майбутнє; спрощена система оподаткування, обліку та звітності; участь в системі державних закупівель; саморегулювання: переваги і ризики, як забезпечити досягнення балансу; малий бізнес і система пенсійного забезпечення [10].

На сьогодні малий бізнес в Україні займає 5-6% ВВП, але якщо враховувати тіньову економіку, то близько 30% населення зайняті в малому бізнесі. Влада не шанує своєю увагою і турботою малий бізнес, оскільки вбачає в ньому лише злісних неплатників податків і соціальних внесків. Основний аргумент чиновників - навіщо підтримувати те, що складає малу частку ВВП країни. При цьому у нас сьогодні зроблено все для того, щоб прибрати легальний малий бізнес. Одним із інструментів є норма Податкового кодексу, яка забороняє юридичним особам відносити до валових витрат придбання товарів і послуг малих підприємств, що працюють на основі спрощеної системи оподаткування. Це все робиться для того, щоб

створювати великі виробничі комплекси, а це повертає нас до радянського типу розвитку економіки. Уряд не хоче співпрацювати з малим бізнесом, незважаючи на позитивний світовий досвід. Варто наголосити на Податковому кодексі, який був прийнятий наприкінці 2010 року і вступив в силу з 1 січня 2011 року. Цей документ передбачає тимчасове спрощення системи оподаткування за єдиним податком, до моменту прийняття законодавчо-нормативного документа, що буде регулювати оподаткування малого бізнесу, більш того, ним створюється більше податкове навантаження на малий бізнес, ніж раніше, а можливості співпраці малих підприємств з середніми та великими значно скорочуються внаслідок низки нововведень Податкового кодексу.

Висновки

Отже, ситуація щодо розвитку малого підприємництва в Україні залишається на такому ж незадовільному рівні. Законодавчі органи і надалі намагаються усувати основні недоліки, проте поки що не досить ефективно. Таким чином, основними шляхами покращення стану розвитку малого підприємництва в Україні є створення нормативно - правової бази зі сприятливими умовами, а також вдосконалення податкової політики та забезпечення раціонального функціонування спрощеної системи оподаткування. У подальшому ці проблеми необхідно постійно координувати і вирішувати якнайшвидше.

Література

1. Малий бізнес: кредитування малого бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kreditbusiness.ru>.
2. Газета «Народное слово» Спеціальний випуск, декабрь 2009 р.
3. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні : 36. ст.; ред. Я. А. Жаліла [Електронний ресурс] // Сер. «Безпека економічних трансформацій». – К., 2002. – Вип. 19. – Режим доступу : <http://www.niss.zov.ua/Table/Jalilo19/002.htm>.
4. Про підприємства в СРСР: Закон Союзу Радянських Соціалістичних Республік від 04.06.1990, №1529-1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakonl.rada.gov.ua>.
5. Господарський Кодекс України : Прийнятий Верховною радою України 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18.
6. Держкомстат [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Іванілов О.С. Економіка підприємства / Іванілов О.С. – К., 2009. – 728 с.
8. Бех Н. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні / Н. Бех // Галицький економічний вісник. – 2010. – № 1 (26). – С. 16-18.
9. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.zov.ua/>.
10. Інститут власності і свободи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pfi.org.ua>.

References

1. Small-scale business: small-scale business crediting [Electronic recourse] Access: <http://www.kreditbusiness.ru>.
2. Newspaper “People's word”, special edition, December 2009
3. Small-scale and medium business in search of a place in a strategy of economic increase in Ukraine: 36art.; edition Ya.A. Zhalila // “Economic transformations safety”. – K., 2002. – Edition 19. [Electronic recourse] Access: <http://www.niss.zov.ua/Table/Jalilo19/002.htm>.
4. About the enterprises in USSR: The Law in the Union of Soviet Socialist Republics from 04.06.1990 №1529-1 [Electronic recourse] Access: <http://www.zakonl.rada.gov.ua>
5. №18,- 2003. Economic code of Ukraine: adopted by the Verhovna Rada in January 16, 2003// Information of the Verhovna Rada of Ukraine.
6. State Statistics Committee [Electronic recourse] Access: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Ivanilov O.S. Economy of Enterprises / Ivanilov O.S. – K., 2009. – 728p.
8. N. Bekh. Features of development and small-scale and medium business functioning in Ukraine / N. Bekh // Galician economic messenger. – 2010. – № 1(26). – P. 16-18.
9. Government portal [Electronic recourse] Access: <http://www.kmu.zov.ua/>.
10. Institute of Property and Freedom [Electronic recourse] Access: <http://www.pfi.org.ua>.

Надійшла 14.04.2013; рецензент д. е. н. Ульяновченко О. В.

**ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ
АНАЛІЗУ ГЛОБАЛЬНИХ РИНКІВ**

У роботі визначена можливість використання маркетингового інструментарію відповідно до вимог сучасного стану економіки. З появою нових маркетингових принципів фахівці у цій сфері повинні зосередити свою увагу на функціональних елементах, інструментах та задачах, що відповідають змінам у світовій економіці та стані глобального ринку і приділяти увагу вивченню та якісному аналізу природних циклічних економічних процесів.

Ключові слова: міжнародний маркетинг, глобальний ринок, сегментація, глобальний продукт, економічний процес, циклічність економічних процесів, стратегічна зона господарювання, стратегічний господарський центр.

Т. V. YAKIMCHUK, I. U. VOLVACH, V. O. NAKOTENKO
Kherson National Technical University**USE OF INTERNATIONAL MARKETING TOOLS FOR THE ANALYSIS
OF GLOBAL MARKETS**

The aim of the research is - setting up marketing objectives, prospective of economic achievements, as well as the study of cycles of economic processes in global economy. It will require adjustment of functions, concepts and marketing tools for general understanding of modernization processes in international activities. The work identifies the use of marketing tools meeting the requirements of the current state of the economy. With availability of new marketing principles, the experts of this area should focus on functional elements, tools and objectives that correspond to the changes of the world economy and global market; they should focus on the study and thorough analysis of natural cycle of economic processes. Strategic marketing tools clarify simulated forecast for the strategic level of the company and facilitate company corporate strategy development in global economy.

Keywords: international marketing, global market, segmentation, global product, the economic process cycle, strategic management zone, strategic economic center.

Вступ. На сьогоднішній день неможливо уявити успішне комерційне підприємство, яке б розвивалося без застосування маркетингових принципів, інструментів та концепцій у своїй діяльності. Все ширше коло питань підпадає під компетенцію маркетологів, вони залучені до вивчення поведінки споживача, маркетингового середовища та розробки комплексу маркетингу. Жодне стратегічне рішення не приймається без консультацій з фахівцями у цій сфері. Ще більшого значення набуває маркетинг при здійсненні зовнішньоекономічних комерційних операцій (ЗЕКО), коли він виступає в ролі елемента специфічного механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. Неможливе ефективне здійснення ЗЕКО без вивчення закордонних ринків, а також дослідження природних циклічних економічних процесів, які прямо впливають на маркетингову ситуацію у світі. У сучасному світі на стан будь-якого підприємства суттєво впливають процеси інтернаціоналізації та глобалізації світової економіки. Не можна забувати і про необхідність диверсифікації глобального продукту, переорієнтації ринків збуту, освоєння нових видів виробництва з метою підвищення ефективності виробництва. Таке становище призвело до підвищення актуальності питань маркетингової діяльності та маркетингових знань.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженню питань використання інструментарію міжнародного маркетингу присвячена значна кількість робіт вітчизняних, та іноземних авторів. І.М. Акімов, І.Л. Акулич, Т.М. Циганкова, В.Г. Герасимчук, Є.В. Новицький, Савельєв Є. В, Жан-Жак Ламбен, Стів Міннетт, Лі Се Ун та багато інших науковців у своїх працях досконало висвітлили питання щодо функцій та комплексу маркетингу. З розвитком знань у цій галузі науковці виділяють нові цілі, які постають перед сучасним міжнародним маркетингом. У той самий час без уваги залишаються функції, задачі, інструменти, які вважаються вивченими, але вимагають зміни в умовах прийняття концепції глобального маркетингу.

Мета дослідження полягає у визначенні маркетингових задач, можливості застосування наукових економічних досягнень, а також дослідженні використання теорій циклічності економічних процесів при здійсненні ЗЕКО в умовах глобалізації економіки. Це потребує перегляду та уточнення меж застосування функцій, концепцій та інструментів маркетингу для загального розуміння процесів модернізації при організації інтернаціональної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Міжнародний маркетинг історично виник як розширення положень класичного маркетингу, тому успадкував від нього принципи здійснення, інструментарій та усвідомлення цілей діяльності. Проте сучасна концепція глобального маркетингу дещо змінює світогляд маркетологів. Глобальний маркетинг не означає необхідності діяльності в усіх країнах світу. Глобальний принцип означає, перш за все, стандартизацію маркетингової діяльності фірми на всіх ринках. Основою цієї концепції є теза про те, що сучасне суспільство рухається у напрямку інтернаціоналізації та глобалізації всіх сфер життя, в тому числі і у сфері споживання товарів та послуг.

Згідно піраміди А. Маслоу всі люди мають схожі потреби, та в сьогоднішньому світі все більше

людей спрямовані на те, щоб задовольняти власні потреби тими самими продуктами. Немає різниці де мешкає, на якій мові спілкується, яку релігію сповідує покупець, якщо він споживає товари фірм Parker, Chanel, Coca-Cola, BMW, Microsoft та інших всесвітньо відомих брендів. Доступність засобів просування продуктів та каналів збуту дозволяє транснаціональним корпораціям (ТНК) повністю стандартизувати комплекс маркетингу.

Слід зазначити, що на користь такого погляду свідчить правило «Триади»: якщо продукт має успіх на ринках Північної Америки, Європи та Японії, то він буде користуватися попитом у всьому світі. Таким чином, практичний досвід найвпливовіших транснаціональних корпорацій доводить, що світ перетворюється на глобальне місто, де споживачі з різних сегментів стандартизують свої потреби та намагаються задовольняти їх однаковим шляхом. Це не може не вплинути на комплекс міжнародного (глобального) маркетингу, який набуває нових рис стандартизації. І хоча спеціалісти говорять про те, що для кожного ринку необхідно розробляти субстратегії, що не суперечить загальній маркетинговій стратегії всієї ТНК, проте кінцевою метою міжнародного маркетингу є повна уніфікація маркетингових програм [2].

Важливо розуміти, що сучасне нове розуміння ринку, споживача та задач маркетингу призводить до того, що фахівці з міжнародного маркетингу мають можливість сконцентрувати свою увагу на нових важливих завданнях: в першу чергу, дослідженні світових тенденцій, пошуку найкращих шляхів задоволення потреб споживачів. Прогресивні компанії не намагаються виділити окремі сегменти, що одразу зменшує обсяг потенційного ринку. Вони спрямовані на створення універсального продукту, який можна продавати будь-де та будь-кому.

Розглядаючи інструментарій сучасного міжнародного маркетингу, не можна не згадати про стратегічні зони господарювання (СЗГ). Будь-якій фірмі при виході на закордонний ринок необхідно навчитися «погляду ззовні», вивчати оточення фірми з точки зору окремих тенденцій, небезпек, можливостей, які випливають зі стану цього оточення.

Одиницею такого аналізу є стратегічна зона господарювання (СЗГ) - окремий сегмент оточення, на який фірма має (або хоче отримати) вихід. Перший крок аналізу стратегії полягає у визначенні відповідних зон, їх досліді і зв'язків зі структурою фірми або її поточною продукцією. Результатом такого аналізу є оцінка перспективи, яка відкривається в цій галузі будь-кому.

Фірма «Дженерал Електрик» запропонувала на додаток до цієї концепції ідею стратегічного господарського центру (СГЦ) - внутрішньофірмової організаційної одиниці, яка відповідає за визначення стратегічних позицій фірми в одній або декількох зонах господарювання.

Існує зв'язок між поняттями СЗГ і СГЦ, які виступають як макросегмент та мікросегмент ринку відповідно. СЗГ характеризується як певним видом попиту (потреб), так і певною технологією. На зміну однієї технології приходить інша, проблема їх співвідношення стає для фірми справою найважливішого стратегічного вибору: зберігати (і як довго) традиційну технологію або переходити на нову, через що певна частина продукції, що випускається фірмою, виявляється застарілою. Та саме після вибору СЗГ фірма повинна розробити відповідну номенклатуру виробів. Відповідальність за вибір галузі діяльності, розробку конкурентоспроможних виробів та збутових стратегій лежить на СГЦ. Як тільки номенклатура виробів розроблена, відповідальність за реалізацію прибутку лягає на підрозділи поточної комерційної діяльності. Отже, коли фірма вперше звертається до цієї концепції, вона повинна вирішити для себе важливе питання про характер відносин між підрозділами - стратегічними і комерційними. Варіантів вирішення цього питання може бути багато, наприклад:

1. Стратегічні підрозділи відповідають тільки за розробку планованої стратегії, а департаменти - за її реалізацію. Але це розділення може викликати різнобій і втрату координації, зокрема, через те, що деякі департаменти часто виконують обов'язки стратегічних підрозділів.

2. Розподілення відділень поточної комерційної діяльності (групи заводів, КБ, збутові контори і т. д.) між СГЦ з тим, щоб останні відповідали не тільки за планування та реалізацію стратегії, а й за кінцевий результат - отримання прибутку. Це допомагає уникнути подвійної стратегічної відповідальності, яка виникає у варіанті 1. Проте не завжди представляється можливим розділити відповідальність чітко і однозначно.

3. Реорганізації фірми на базі СГЦ з тим, щоб кожному з них відповідав один підрозділ поточної комерційної діяльності. Проте цей варіант є тільки одним з визначальних параметрів організаційної структури в цілому.

4. Ефективне використання технології і високий рівень рентабельності. Реорганізація на базі СГЦ, максимізуючи ефективність стратегічного поведінки. Але в той же час такий варіант може знизити показники рентабельності фірми або просто виявитися нездійсненним завданням в силу яких-небудь причин, пов'язаних з технологією.

Отже проблема розподілу відповідальності між СГЦ фірми аж ніяк не проста і її вирішення може бути кожного разу іншим. Тим не менш, як показує досвід, така концепція є необхідним інструментом, який забезпечує фірмі чітке уявлення про те, яким може стати її оточення, що надзвичайно важливо для прийняття ефективних стратегічних рішень та розширення можливостей її функціонування.

Виявлення СЗГ відбувається у наступному порядку. Стратегічна зона визначається потребами

ринку, технологією, типом клієнта і географічним районом. Перспективи розвитку СЗГ оцінюються з точки зору зростання ринку, норми рентабельності, нестабільності та ключових факторів успіху. Визначальними показниками розвитку зони господарювання є: фаза розвитку (фаза життєвого циклу); розміри ринку; купівельна спроможність (платоспроможний попит); існуючі бар'єри входу; звички покупців; склад конкурентів; вид та інтенсивність конкуренції; основні канали збуту; державне регулювання; показники розвитку зовнішнього (економічного, соціально-політичного, технологічного) оточення.

Отже, сукупність актуальних стратегічних зон господарювання утворюють стратегічний портфель підприємства, а розміщення ресурсів по різних СЗГ, взаємозв'язок СЗГ між собою і зовнішнім оточенням визначають стратегічну позицію компанії як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку (рис. 1).



Рис. 1. Основні кроки при виборі сегмента оточення підприємства, на яке воно має вихід або планує такий вихід отримати

Аналізуючи сучасні інструменти міжнародного маркетингу, не можна не згадати про Кондрат'євські цикли, які впливають на усі сфери економічної діяльності, у тому числі і розвиток глобального ринку. Слід зазначити, що між кондрат'євськими хвилями і технологічними укладами існує досить чітке співвідношення (рис. 2).

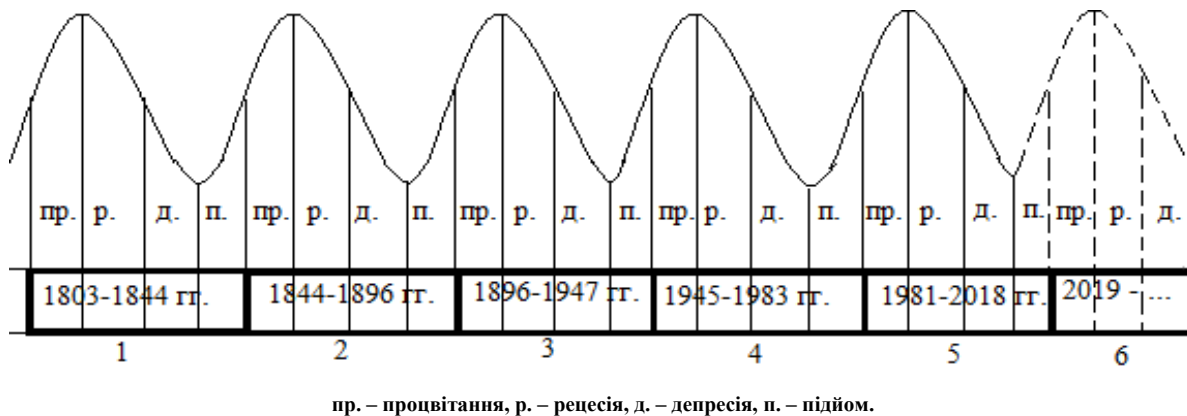


Рис. 2. Кондрат'євські цикли

Часто вважають, що кондрат'євські хвилі, що описують світову економічну кон'юнктуру, дають можливість вивчати лише економічну і технологічну сторони розвитку суспільства. Однак є інші сторони соціального життя, де довгі хвилі кон'юнктури можуть плідно використовуватись: соціальна мобільність, зміни в селі, зміни у відносинах між містом і селом, робітничий рух, інтерес до революції і реформізму, розвиток і поширення різних ідеологій та ін. До цього переліку слід додати такі важливі аспекти, як кореляція кондрат'євських хвиль з циклами зовнішньої політики США і циклами реформ в Росії.

Кондрат'євські хвилі дозволяють досить точно передбачати деякі важливі тенденції світового розвитку в даний період часу. На відміну від багатьох інших вчених-провидців, дослідники хвильових і циклічних закономірностей володіють реальною можливістю робити обґрунтовані висновки про майбутній розвиток соціальних систем - не тільки у короткостроковому періоді, але і досить віддаленому [4].

При розробці програм розвитку міжнародної маркетингової діяльності і виходу на світовий ринок необхідно зважувати на те, що не дивлячись на активне використання методів антициклічного та антикризового регулювання, циклічний механізм розвитку економічних систем є об'єктивним. У світовій економіці і, зокрема, у системі міжнародного маркетингу діє об'єктивний циклічний механізм, що примушує

вартість фінансових активів відриватися від своєї економічної основи, і потім знов досягати її через ринкові шоки і падіння цін активів, тобто кризові явища.

Останнім часом простежується синхронність коливання фінансових ринків, посилення взаємозалежності, хвиловий характер кон'юнктури і наявність довгих циклів в розвитку фондового ринку, жорстка обумовленість його руху циклами розвитку світової економіки. На думку вчених Інституту глобалізації і соціального руху, сучасна криза є саме зміною великого циклу Кондрат'єва [5].

Висновки. Міжнародний маркетинг в сьогодніні застосовується в умовах на багато більш жорсткої конкуренції ніж в минулому. До того ж змінюються економічні фактори, що зумовлені інтернаціоналізацією світового господарства та зростанням кількості фірм-конкурентів. Треба бути готовим до того, що продукт, з яким фірма виходить на міжнародний ринок має задовольняти потреби різних груп споживачів та з самого початку свого життєвого циклу мати глобальну природу. Тільки глобальна орієнтація маркетингу дозволить сучасним компаніям виживати та конкурувати в жорстких умовах міжнародного та глобального ринку. У сучасному світі при виході на глобальний ринок підприємству необхідно враховувати, що концепція СЗГ і СГЦ - це необхідний інструмент, що забезпечує фірмі чітке уявлення про те, яким може стати в майбутньому її оточення, що надзвичайно важливо для прийняття ефективних стратегічних рішень та розширення можливостей її функціонування. Крім того слід пам'ятати, що врахування циклічності розвитку економічної системи, в тому числі і маркетингового середовища, є необхідним важливим для прогнозування і пом'якшення негативних наслідків циклічності, а також для розробки рекомендацій щодо реформування механізму функціонування всього фінансового сектора економіки. Причини, що породжують економічні цикли і кризи - це закони еволюційного розвитку. В даний час світ перебуває в кінці неспокійною фази депресії, але поступово наближається до фази пожвавлення. Цю обставину необхідно враховувати при прогнозуванні та розробці стратегії суспільного розвитку на роки і десятиліття. Вищезазначені стратегічні маркетингові інструменти уточнюють змодельований хвиловий прогноз на тактичному (бізнес) рівні діяльності підприємства та допомагають у розробці корпоративної стратегії в умовах глобалізації економіки.

Література

1. Новицкий В. Е. Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг / Новицкий В.Е. – К. : Либідь, 2006. – 348 с.
2. Пахомов С. Б. Международный маркетинг, опыт работы зарубежных фирм / Пахомов С.Б. – М. : Издательский центр «Анkil», – 2008. – 208 с.
3. Савельев С. В. Європейська інтеграція і міжнародний маркетинг: наукові нариси / Савельев С.В. – Тернопіль : Карт-бланш, 2007. – 482 с.
4. Лі Се Ун. Международный бизнес: стратегия и управление / Лі Се Ун – М. : Наука, 2008. – 352 с.
5. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг / Ламбен Жан-Жак ; [пер. с франц.]. – СПб. : Наука, 2010. – 589 с.

References

1. Novickij V.E. Vneshnee`konomicheskaya deyatelnost` i mezhdunarodny`j marketing, Kiev, Ly`bid`, 2006, 348 p.
2. Paخomov S.B. Mezhdunarodny`j marketing, opy`t raboty`, Moskva, Izdatel`srij centr "Ankil", 2008, 208 p.
3. Saveliev E. V. Ievropeiska integratsiia I mizhнародnyi marketing: naukovii narysy, Ternopil, Kart-blansh, 2007, 482 p.
4. Li Se Un Mezhdunarodny`j biznes: strategiya i upravlenie, Moskva, Nauka, 2008, 352 p.
5. Lamben Zhan-Zhak Strategicheskij marketing, Sankt Peterburg, Nauka, 2010, 589 p.

Надійшла 02.04.2013; рецензент: д. е. н. Ушкаренко Ю. В.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначено сутність та виокремлено види результативності діяльності підприємств. Відображено дискусійність синонімічного використання категорій ефективності та результативності, охарактеризовано їх взаємозв'язок. Ключові слова: результативність, ефективність, дієвість

A. V. JANGOL'

Vadym Hetman Kyiv National Economics University, Kyiv, Ukraine

THEORETICAL APPROACHES TO IDENTIFICATION AND CLASSIFICATION OF THE ENTERPRISES PERFORMANCE

The aim of the research - to determine the nature and substantial characteristics of the term «performance of activity of the enterprise». The article deals with the issues of definition of the essence of the performance of the activity of the enterprises with the theoretical dimension. Opened discussions of individual economic categories, which are erroneously used as synonyms. Focused attention on the fact that the ambiguity of the theoretical justification in the future may lead to a distorted reflection of the practical results of operations. Presents approaches to disclosure and shows the relationship of the categories of "efficiency", «effectiveness» and «performance». A classification of the performance of the activities on the grounds. Thus, the article reveals the essence of the «performance» and «efficiency» and proved them is not identical to the character.

Keywords: performance, efficiency, effectiveness

Вступ

Найбільшою проблемою для підприємств за сучасних умов господарювання є збереження стабільності та виживання в конкурентному і невизначеному глобальному середовищі. Це ставить три основні завдання для менеджменту: управління процесом формування та підтримання стійких конкурентних переваг, збереження довіри інвесторів і задоволення споживчих та соціальних інтересів. Протягом останніх трьох десятиліть в економічних дослідженнях приділено особливу увагу результативності діяльності підприємства як інструменту вирішення зазначених завдань, а також її взаємозв'язку з іншими характеристиками діяльності - ринковим позиціонуванням, рівнем прибутковості, часткою ринку та кінцевою ефективністю. Однією з актуальних тенденцій управління результативністю підприємства є залучення до цього процесу сучасного програмного забезпечення в області планування ресурсів, використання різноманітних інструментів оцінювання на основі систем індикаторів. Не зважаючи на значний доробок саме у прикладних аспектах забезпечення результативності, продовжує залишатися недостатньо визначеною сама сутність цієї категорії. Недостатній рівень формалізованості у тлумаченні результативності з одного боку пояснює значний науковий інтерес, а з іншого – може викликати «дисипацію» ресурсів у практичній діяльності. Крім того, актуальність визначення сутності поняття «результативність» обумовлена дуалістичним підходом до перекладу терміну «ефективність», що, зокрема, пояснюється тим, що в загальному поданні ефективність («effectus») у перекладі з латинської як раз і означає дієвий, результативний, продуктивний.

Основна частина

Питанням визначення сутності категорії «результативність діяльності підприємства» та порівнянню її з іншими синонімічними термінами присвячено чимало вітчизняних та зарубіжних публікацій. Особливої уваги заслуговують праці П. Друкера, Г. Кокінза, Д. Хана, М. Мескона, М. Алберта, Ф. Хедоу, О.І. Олексюка, А.В. Бондаренко, В.В. Ковальова, Ю.В. Перевалова, Н.С. Пласкової та ін. Чітке розмежування та визначення сутності категорії «результативність» у єдності та протиставленні з «ефективністю» має сприяти підвищенню науковості та точності існуючого категоріального апарату, що у наслідку призведе до покращення якості системи оцінювання та забезпечення результативної діяльності підприємства. Метою дослідження даної роботи є визначення сутності, змістовних особливостей терміну «результативність діяльності підприємства», а також можливих підходів до виокремлення її видів.

У вітчизняній літературі термін «результативність» нерідко використовують як синонімічне поняття або ототожнюють з такими категоріями як «дієвість», «ефективність» «прибутковість», «продуктивність», «прогресивність», «інтенсивність», «оптимальність» тощо. На нашу думку, таке ототожнення не є коректним і веде до підміни основних понять економічної теорії, що, у свою чергу, обумовлено запозиченням основної бази знань від зарубіжних джерел і труднощами перекладу. Розглянемо найбільш популярні використання значення терміну «ефективність» у вітчизняній літературі.

Ефективність у сенсі продуктивності, ефективності, економічності (efficiency) - це показник

ефективності діяльності, що відображає віддачу на одиницю витрат. Інколи вимірюється як відсоток від ідеального значення. Чим менше ресурсів витрачено на досягнення запланованих результатів, тим вище ефективність (продуктивність). Саме це тлумачення найчастіше ототожнюють з ефективністю, маючи на увазі економічний її сенс.

Ефективність у сенсі дієвості (effectiveness)- це здатність створювати ефект (результат) внаслідок певних дій, яка не завжди може бути виміряна за допомогою кількісних показників.

Ефективність в сенсі результативності (performance)- здійснення економічної діяльності у певний період часу і у найкращий спосіб. Це здатність забезпечувати необхідний результат з цільовими характеристиками, яка може виражатися мірою фактично отриманого результату до нормативного/запланованого. Ця міра фокусується на досягненні як такому, а не на ресурсах, витрачених на досягнення бажаного ефекту.

Таким чином виникає питання: як співвіднести терміни результативності та ефективності? Огляд економічної літератури з визначення цих понять показав, що в даний час відсутнє однозначне їх тлумачення. Найбільш авторитетні судження наведено у табл.1.

Таблиця 1

Альтернативні визначення та співвідношення понять «результативність» та «ефективність»

№п /п	Автор	Визначення категорії «результативність»	Визначення категорії «ефективність» та/чи її взаємозв'язок з «результативністю»
1	П. Друкер [1]	Наслідок певних процесів, виконання функцій, завдань, досягнення цілей. Результативність є наслідком того, що «здійснюються потрібні, правильні речі».	Наслідок того, що правильно здійснюються речі; ефективність виступає наслідком правильності дій.
2	Скот Сінк [2]	Виділяє сім критеріїв результативності: дієвість, економічність, якість, прибутковість, продуктивність, якість трудового життя, впровадження нововведень.	Ефективність (дієвість) — це ступінь досягнення системою поставлених перед нею цілей, ступінь завершення необхідної роботи. Розглядає ефективність як показник результативності.
3	Е. Дж. Долан [3]	Досягнення поставлених цілей з найменшими витратами і помилками.	Вибір вірних цілей, на яких фокусується всі зусилля менеджменту. Результативність без ефективності може призвести до банкрутства.
4	Ю.В.Перевалов, І.Е.Гімаді, В.В.Добродей [4]	Ступінь досягнення основних цілей, що характеризується кількісними показниками, які у свою чергу відображають цілі без урахування економічності їх виконання.	Неоднорідне поняття, яке слід розглядати в двох аспектах результативності та економічності: - результативність, - економічність.
5	Д. Хан [5]1997	Уміння правильно визначити, що робити.	Уміння правильно робити намічене.
6	А.Д. Шеремет, Р.С. Сайфулін [6] 2000	Ступінь ділової активності.	Комплексна категорія, що характеризується результативністю діяльності підприємства та рентабельністю його капіталу, ресурсів або продукції.
7	Л. Федулова [7] 2004	Міра точності управління, яка характеризується досягненням очікуваного стану об'єкта управління, мети управління або рівнем наближення до неї.	Ефективність пов'язана із задоволенням потреб споживачів і є зовнішнім показником, який важко виміряти.
8	В.В. Ковальов [8]2007	Величина, яка відображає прибутковість, динамічність, виконання цілей, ефективність використання економічного потенціалу, становище на фондових ринках.	Відносний показник, котрий співвідносить отриманий ефект з витратами або ресурсами, використаними для досягнення цього ефекту. Один з показників оцінки фінансово-господарської діяльності.
9	М. Мескон,М. Альберт,Ф. Хедоу рі [9]2007	Широка характеристика підприємства, що визначає не тільки економічність, але й співвідношення з зовнішнім середовищем. Категорія, яка передбачає облік додаткових параметрів - виконання зобов'язань, адаптивність і розвиток.	Обидві категорії є в взаємопов'язаними та важливими в досягненні успіху підприємством в сучасних умовах функціонування
10	О.І. Олексюк[10] 2008	Корисність (доцільність) діяльності підприємства, тобто конкретні результати, які задовольняють потреби суспільства в цілому, окремих соціальних груп, власників, та менеджменту підприємства, конкретних особистостей тощо.	Сукупність властивостей та параметрів підприємства, які виражають якість його роботи, економічність витрачання ресурсів, раціональність технології виготовлення продукції, повноту використання обладнання та робочого часу, продуктивність праці тощо. Усі ці характеристики підприємства виявляються у процесі його функціонування у певному проміжку часу (одні з характеристик швидше, інші повільніше).

Аналізуючи вищенаведену таблицю, дефініцію терміну «результативність діяльності організації» можна визначити через кілька основних підходів.

По-перше, розуміння результативності як міри досягнення мети організації. У цьому випадку важливо визнання динамічності цілей та їх відмінності на стратегічному та оперативному рівнях. Такий підхід виявляється ефективним, якщо організаційні цілі є конкретними, вимірюваними та охоплюють широкий спектр діяльності.

По-друге, розуміння результативності як здатності підприємства використовувати середовище для придбання рідкісних ресурсів. Одним з основних аспектів даної концепції є взаємозалежність між підприємством та його зовнішнім середовищем.

По-третє, розуміння результативності як здатності підприємства досягати максимальних результатів при фіксованих витратах або здатності мінімізувати витрати при досягненні необхідних результатів.

По-четверте, розуміння результативності як здатності до досягнення цілей на основі внутрішніх характеристик. На думку прихильників цього підходу, ефективна організаційна структура підсилює задоволеність, мотивованість та контроль персоналу над діяльністю підприємства.

По-п'яте, розуміння результативності як міри задоволеності клієнтів і замовників. Даний підхід доцільно використовувати в ситуації, коли потужні групи осіб поза підприємством здатні здійснювати істотний вплив на його функціонування.

Найточніше, на нашу думку, результативність характеризується на засадах системного підходу. В цьому випадку вона розглядається через систему цінностей, що відповідають потребам суспільного розвитку і трактується як здатність системи до виконання функцій цілепокладання (формулювання цілей відповідно до потреб), цілезабезпечення (використання соціально схвалених цілей), досягнення мети, економічності (набуття певного співвідношення між результатами і витратами), факторної обумовленості (врахування зовнішніх і внутрішніх факторів умов функціонування). Дане визначення достатньо широко охоплює як внутрішні, так і зовнішні аспекти ефективності. Системне уявлення про результативність діяльності підприємства слід формувати, ґрунтуючись на різнобічних її аспектах. Виходячи з цього, вважаємо за доцільне сформулювати наступну класифікацію результативності:

а) залежно від мети, що досягається, результативність можна поділити на соціальну, економічну, науково-технічну, організаційну;

б) у залежності від виду управлінських компетенцій результативність поділяють на[11]:

- мікрорезультативність – деталізоване розкриття аналітичної інформації про рівні відповідності очікуванням суб'єктів менеджменту підприємства певних оціночних характеристик, засноване на максимально оперативній і комплексній інформації, з метою запобігання негативному впливу різних зовнішніх і внутрішніх факторів на досягнення поставлених бізнес-цілей;

- мезорезультативність – засноване на результатах внутрішнього стратегічного та поточного економічного аналізу системне уявлення внутрішніх суб'єктів (керівництва, менеджерів персоналу) про досягнутий та прогнозований рівень розвитку комерційної організації і її центрів відповідальності (дивізіонів) з необхідним ступенем деталізації, з метою прийняття оптимальних управлінських рішень;

- квазірезультативність – узагальнене, засноване на обмеженому обсязі агрегованої аналітичної інформації уявлення зовнішніх суб'єктів про досягнутий рівень розвитку відокремленого економічного суб'єкта, здійснюючого комерційну діяльність, а також про його перспективи, необхідні для прийняття оптимальних управлінських рішень;

в) у залежності від часової належності: на тактичну та стратегічну.

Спираючись на зібрану інформацію, можливим є формування більш чіткого уявлення про сутність та зміст категорії «результативність», її важливе місце в економічній теорії та забезпеченні успішної підприємницької діяльності.

Висновки

Узагальнення різних точок зору щодо сутності категорій «результативність» та «ефективність» дозволяє зробити висновок про те, що вони, не будучи тотожними явищами, є взаємодоповнюваними. Проте необхідно розмежовувати ці категорії і розуміти, що результативність дає можливість чітко встановити головні та другорядні цілі, а також стратегію функціонування підприємства на основі аналізу показників ефективності, а ефективність переважно характеризує взаємозв'язок між витраченими ресурсами і досягнутими результатами.

Література

1. Друкер П.Ф. Управление, нацеленное на результаты / П.Ф. Друкер ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1992. – 199 с.
2. Скотт Синк Д. Управление производительностью / Скотт Синк Д. ; Пер. с англ. М. : Прогресс, 1989. – 521 с.
3. Долан Э. Дж. Экономикс : англо-русский словарь-справочник / Э. Дж. Долан, Б. И. Доминенко ; пер. с англ. – М. : Лазурь, 1994. – 544 с.

4. Перевалов Ю. В. Эффективность деятельности приватизированных предприятий и отраслей: методические вопросы анализа / Ю. В. Перевалов, И. С. Гимади, В. В. Добродей // Общество и экономика. – 1997. – № 9. – 10. – С. 23 – 26.
5. Хан Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга / Д. Хан ; пер. с нем. – М. : Финансы и статистика, 1997. – 800 с.
6. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин. – М. : ИНФРА, 2000. – 208 с.
7. Федулова Л. И. Менеджмент организаций / Л. И. Федулова. – К. : Либідь, 2004. – 448 с.
8. Ковалев В.В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В.В. Ковалев : 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ТК Велби, Проспект, 2007. – 1024 с.
9. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. О. И. Медведь. – 3-е изд. – М. : Вильямс, 2007. – 664 с.
10. Олексюк О. И. Економіка результативності діяльності підприємства : монографія / О. И. Олексюк. – К. : КНЕУ, 2008. – 262 с.
11. Сериков А. В. Эффективность хозяйственной деятельности: определение, измерение, синергетическое управление / А.В. Сериков // Економічний вісник Донбасу. – 2011. – № 2 (24). – С. 212-219.
12. Пласкова Н.С. Анализ результативности производства и реализации продукции / Н.С. Пласкова // Вестник Московского государственного университета приборостроения и информатики. – 2007. – № 8.

References

1. Druker P.F. Upravleniye, natselennoye na rezul'taty / P.F. Druker ; per. s angl. – М. : Progress, 1992. – 199 s..
2. Skott Sink D. Upravleniye proizvoditel'nost'yu / Per. s angl. М. : Progress, 1989. – 521s.
3. Dolan E. Dzh. Ekonomiks: anglo-russkiy slovar'-spravochnik / E. Dzh. Dolan, B. I. Dominenko ; per. s angl. – М. : Lazur', 1994. – 544 s.
4. Perevalov YU. V. Effektivnost' deyatel'nostiprivatizirovannykhpredpriyatiyiotrasley: metodicheskivoprosyanaliza / YU. V. Perevalov, I. ?. Gimadi, V. V. Dobrodey // Obshchestvoiekonomika. – 1997. – № 9. – 10. – S. 23–26.
5. Khan D. Planirovaniye i kontrol': kontseptsiya kontrollinga / D. Khan : per. s nem. - М.: Finansy i statistika, 1997. – 800 s.
6. Sheremet A. D. Metodika finansovogo analiza / A. D. Sheremet, R. S. Sayfulin. – М. : INFRA, 2000. – 208 s.
7. Fedulova L. ?. Menedzhment organ?zats?y / L. ?. Fedulova. – К. : Lib?d', 2004. – 448 s.
8. Kovalev V.V. Finansovyy menedzhment: teoriya i praktika / V.V. Kovalev : 2-ye izd., pererab. i dop. - М. : TK Velbi, Prospekt, 2007. – 1024 s.
9. Meskon M. KH. Osnovy menedzhmenta / M. KH. Meskon, M. Al'bert, F. Khedouri ; per. s angl. O. I. Medved'. – 3-ye izd. – М. : Vil'yams, 2007. – 664 s.
10. Oleksyuk O. ?. Yekonom?karezul'tativnost? d?yal'nost? p?dpri?mstva :monograf?ya / O. ?. Oleksyuk. – К. : KNEU, 2008. – 262 s.
11. Serikov A. V. Effektivnost' khozyaystvennoydeyatelnosti: opredeleniye, izmereniye, sinergeticheskoyeupravleniye / A.V. Serikov // Yekonom?chniyv?snikDonbasu. – 2011. – № 2 (24). – S. 212-219.
12. Plaskova N.S. Analiz rezul'tativnosti proizvodstva i realizatsii produktsii // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta priborostroyeniya i informatiki. – 2007. – № 8.

Надійшла 04.04.2013; рецензент д. е. н. Кукоба В. П.

СТРУКТУРНА КОРЕКЦІЯ РИНКУ ПОСЛУГ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ НОВОГО ТЕХНОЛОГІЧНОГО УКЛАДУ

Розглянуто теоретичне підґрунтя структурної трансформації ринку послуг, як базису досягнення нової якості економічного зростання, здійснено діагностику структурної трансформації національного ринку послуг, окреслено напрямки удосконалення інституційного середовища функціонування національної економіки.

Ключові слова: структура економіки, структурна трансформація, моделі структурних трансформацій, технологічний уклад, структурна політика.

N. JASHCHERICYNA

Ivano-frankivsk national technical university of oil and gas

STRUCTURAL CORRECTION OF SERVICES MARKET DUE TO NEW TECHNOLOGIES

The theoretical basis of structural transformation services market, as the basis to achieve a new quality of economic growth, by diagnosing structural transformation of the national market, outlines directions of improvement of the institutional environment functioning of the national economy. The basic types of structural spivvidnoshen. Takozh presents an analysis of the structural reforms in the Ukrainian economy - the key problem of the process of market transformation - under the influence of scientific and technological progress. Relevant also is vysvitlenepytannya formation of effective market structures in the context of the strategic objectives of macroeconomic stability and economic growth in Ukraine. Prospects for Ukrainian market and its inclusion in the international market for services related to the country's integration into the WTO.

Keywords. The economy, structural transformation, the model of structural transformation of technology, structural policy.

Структурні трансформації світового виробництва, які супроводжують його розвиток упродовж останніх століть, можна поділити на часткові та системні. Що стосується часткових змін, то вони обумовлені фрагментарним оновленням базових технологій, тож не охоплюють всієї економічної системи, а стосуються лише окремих видів економічної діяльності, галузей та секторів економіки і матеріально виражаються у зміні їхніх кількісних пропорцій у формуванні ВВП, зайнятості робочої сили, а також обсягах виробленої продукції та доданої вартості.

У свою чергу, системні зміни світового виробництва виявляються в якісних трансформаціях міжнародної економічної системи, тобто у формуванні нових її структурних елементів та зв'язків між ними, ускладненні внутрішніх взаємозв'язків та загостренні суперечностей між її структурними елементами, що свідчить про перехід технологічного базису суспільства на вищий щабель розвитку. В основі таких глибинних структурних перетворень лежить процес циклічної зміни технологічних укладів, як комплексу технологічних процесів, у межах якого здійснюється замкнений виробничий цикл та забезпечується найбільш ефективне поєднання матеріально-речового та особистісного факторів виробництва на тому чи іншому історичному етапі світогосподарського розвитку.

З огляду на це кожен технологічний уклад характеризується притаманними лише йому технологічним способом світового виробництва, виробничою галузевою структурою, структурними елементами міжнародної економічної системи, а також типом взаємозв'язків між ними.

Об'єктивна причина зміни одного технологічного укладу на інший – це суперечність між потребами зростання продуктивності праці й ефективності виробництва, з одного боку, та нездатністю наявних технологій їх забезпечити внаслідок вичерпання свого ресурсу, з другого. Коли ця суперечність досягає найвищого рівня, дальший розвиток світового господарства в рамках даного технологічного базису суспільного виробництва стає неможливим, а значить, відбувається його перехід до нового укладу, який супроводжується оновленням технологічної структури світового виробництва, зростанням продуктивності праці, змінами напрямів техніко-економічного розвитку суспільства та формуванням нових форм організації виробництва та суспільних інститутів.

Світовий досвід доводить, що кожен технологічний уклад зароджувався на хвилі радикальних інновацій, котрі, втілюючи якісно новий рівень розвитку науки і техніки, ставали найбільш адекватними щодо задоволення зростаючих технологічних потреб людства. І хоча соціальний попит на такі інновації завжди з'являвся в періоди технологічних та економічних криз, однак зміна технологічних укладів несе в собі потужний позитивний імпульс розвитку як національних, так і світової економічних систем через зниження загального рівня виробничих витрат та цін на товари і послуги, а також оперативне оновлення номенклатури промислової продукції з насиченням національних ринків країн десятками тисяч принципово нових та модифікованих товарів.

Разом з тим оновлення технологічних укладів не може відбуватися одночасно ні в масштабі національної економіки, ні тим більше в межах світового господарства, оскільки інноваційний процес не здатен охопити одночасно всі сфери, галузі економіки та країни. Це відбувається, як правило, асиметрично в часовому, галузевому та територіальному вимірах, що призводить до періодичного порушення рівноваги в інноваційному розвитку країн та їх передиспозиції на економічній карті світу.

На сьогодні у провідних країнах світу активно формуються галузі шостого високотехнологічного укладу, які пов'язані з біотехнологіями, аерокосмічною промисловістю, нанотехнологіями, створенням нових матеріалів, оптоелектронікою, системами штучного інтелекту, дистанційною освітою, формуванням мережних бізнес-співтовариств та ін. Саме ці галузі, маючи вирішальне значення в реалізації чергової фази науково-технічної революції та становленні постіндустріального технологічного способу виробництва, визначатимуть міжнародну конкурентоспроможність країн на період до 2050 р.

Водночас країни з низькими доходами й дотепер позбавлені необхідних фінансових і людських ресурсів для освоєння не тільки шостого, але й п'ятого, а часто і четвертого технологічних укладів. Їхнє технологічне відставання від провідних країн світу, невпинно зростає, а отже, процес модернізації їхньої технологічної бази, очевидно, розтягнеться на багато десятиліть.

Тож сучасний характер структурних трансформацій світового виробництва слід розглядати в більш широкому контексті поглиблення асиметричності глобального економічного розвитку. Ті держави, котрі володіють технологіями вищих технологічних укладів, стають лідерами глобальної економіки, мають вищий рівень суспільного добробуту та зміцнюють свої конкурентні позиції на світовому ринку, дедалі більше дистанціюючись від своїх суперників з менш розвинутих суспільним виробництвом. При цьому ті сектори їхніх економік, які найтісніше пов'язані з технологічним прогресом, виконують роль своєрідних «локомотивів» як національного, так і глобального економічного розвитку, оскільки саме вони визначають товарну структуру глобальної торгівлі та дозволяють державам-лідерам одержувати інноваційну ренту.

Сфера послуг є однією з найважливіших і швидкозростаючих складових економік окремих країн. Зростаючий добробут населення, збільшення вільного часу та ускладнення товарів, які вимагають технічного обслуговування, обумовлюють розширення ринку послуг. У розвинених країнах світу частка сфери послуг в структурі ВВП перевищує 70%, в ній зайнято понад 60% робочої сили.

Ринок послуг України протягом тривалого часу залишався поза увагою представників економічної науки. Обіг у цій сфері був незначним, і проблеми, пов'язані з його регулюванням, не були чимось серйозним. В структурі ринку послуг переважали такі види діяльності, як транспортні послуги, банківські і страхові операції, поштовий і телеграфний зв'язок, туризм.

Галузі сфери послуг в Україні надзвичайно різноманітні. Вони включають державний сектор з судами, біржами праці, лікарнями, позичковими касами, військовими службами, поліцією, пожежною охороною, поштою, органами регулювання і школами; приватний некомерційний сектор з музеями, благодійними організаціями, церквою, коледжами, фондами і лікарнями. До сфери послуг відноситься частина комерційного сектора з авіакомпаніями, банками, бюро комп'ютерного обслуговування, готелями, страховими компаніями, юридичними фірмами, консультативними фірмами з питань керування, кінофірмами, фірмами з ремонту сантехнічного устаткування і фірмами – торговцями нерухомістю.

Відповідно до стандартів статистичного обліку країн Євросоюзу, в Україні діє система періодичних показників статистики послуг, яка включає в себе показники обсягу виробництва та реалізованих послуг, податку на додану вартість, матеріальні витрати, фонду оплати праці, доходів від оренди приміщень, середньооблікової чисельності штатних працівників облікового складу, середньої чисельності позаштатних працівників, чисельності неоплачуваних працівників, реалізації послуг споживачам. В Україні розроблено систему показників кон'юнктурного аналізу ринку послуг, адаптовано концепції, визначення та методи його аналізу відповідно до міжнародних стандартів. Це створило можливості для проведення систематичного моніторингу та аналізу функціонування сфери послуг, дослідження структурних змін та загального впливу на економіку і рівень населення, проведення порівняльного аналізу розвитку регіональних ринків послуг та зіставлення стану ринку послуг в Україні зі світовими показниками.

Складність у проведенні зведеного комплексного аналізу ринку послуг пов'язана з видовою різноманітністю послуг, їх багатоаспектністю та специфікою як об'єкту торгівлі. При моделюванні та прогнозуванні ринку послуг застосовуються моделі аналогові, імітаційні, нормативні (робиться прогноз на підставі раціональних бюджетів або раціональних норм споживання), методи екстраполяції, прогнозування за даними експертних оцінок. При проведенні аналізу і спостереження за ринком послуг на мезорівні враховують видовий поділ послуг за критеріями, які дають можливість визначити місце певного виду послуг у структурі господарства, кількісно та якісно оцінити вплив на економіку регіону.

Для сфери послуг, крім того, характерні істотні междержавні відмінності в принципах і практиці організації господарської діяльності. На ринку послуг зберігаються численні перепони і бар'єри, і на відміну від ринку товарів він далекий від повної лібералізації. Хоча останнім часом у послугах активно вводяться загальноєвропейські норми і стандарти, реалізація відповідних директив і інших документів йде, за свідченням експертів, достатньо важко і повільно.

Література

1. Аброськін А. Сфера послуг і економічний розвиток / А. Аброськін // Питання статистики. – 1998. № 10. – С. 48.
2. Алдакушина Е.С. Сучасна міжнародна торгівля послугами / Е.С. Алдакушина // Зовнішня торгівля. – 1999. – № 3. – С. 18.
3. Демідова Л. Сфера послуг в постіндустріальній економіці / Л. Демідова // Світова економіка і міжнародні відносини. – 1999. – № 2. – С. 187.
4. Демідова Л. Глобалізація економіки послуг: динаміка і основні тенденції / Л. Демідова // Проблеми теорії і практики управління. – 2005. – № 5. – С. 21 с.
5. Зайнашева З.Г. Регіональна політика у сфері послуг / З.Г. Зайнашева // Вестн. моск. ун-та. Економіка. – 2005. – № 3. – С. 64.
6. Закони України, Укази Президента України, Ухвали Кабінети Міністрів України, методичні вказівки, накази і інструкції міністерств і відомств за поданням послуг.

References

1. Abroskin A. Scope of Services and Economic Development // questions statystyky. 1998. number 10
2. Aldakushyna ES Modern international trade in services // Foreign Trade. In 1999. number 3
3. L. Demidov services sector in post-industrial economy // World Economy and International Relations. In 1999. number 2
4. Globalization L. Demidov service economy: dynamics and key trends // Problems of the theory and practice of management. – 2005. number 5
5. Zaynasheva ZG Regional policy in the service // Vestn. Mosk. Vestnik Moskov. Gray. 6. Economy. – 2005. number 3
6. Laws of Ukraine, Decrees of the President of Ukraine, Decisions Cabinet of Ukraine, guidelines, orders and instructions of ministries and agencies on the submission service.

Надійшла 04.04.2013; рецензент д. е. н. Гораль Л. Т.

Підп. до друку 26.04.2013. Ум. друк. арк. 24,27. Обл.-вид. арк. 15,05
Формат 30x42/4, папір офсетний. Друк різнографією.
Наклад 100, зам. №

Тиражування здійснено з оригінал-макету, виготовленого
редакцією журналу “Вісник Хмельницького національного університету”

Редакційно-видавничий центр Хмельницького національного університету
29016, м. Хмельницький, вул. Інститутська, 7/1, тел. (0382) 72-83-63
