

ISSN 2415-8801

Інтелект

XXI

№ 6 '2018

УДК 005.336.4

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ГО «ІНСТИТУТ ПРОБЛЕМ КОНКУРЕНЦІЇ»

№ 6

НАУКОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕЛЕКТ XXI»

2018

Заснований у 2010 році. Виходить 6 разів на рік.

Реєстраційне свідоцтво КВ № 19206–9006 ПР від 05.07.2012 р.

Журнал внесено до списку друкованих періодичних видань,
що входять до переліку наукових фахових видань України (економічні науки)
(Підстава: наказ № 41 Міністерства освіти і науки України від 17.01.2014 р.)

Присвоєно Міжнародний стандартний серійний номер
(International Standard Serial Number) ISSN 2415–8801 16.02.2016 р.

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus

Засновники
і видавці:

Національний університет харчових технологій
ГО «Інститут проблем конкуренції»

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Гуткевич Світлана Олександрівна	– головний редактор доктор економічних наук, професор
Бернат Томаш	– доктор, професор (Польща)
Бутнік-Сіверський Олександр Борисович	– доктор економічних наук, професор
Єрмошенко Микола Миколайович	– доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України
Киричок Петро Олексійович	– доктор технічних наук, професор
Корінько Микола Данилович	– доктор економічних наук, професор
Мусіна Аміна Аміржанівна	– доктор економічних наук, професор (Казахстан)
Пугачов Микола Іванович	– доктор економічних наук, професор, член.-кор. НААНУ
Руденко-Сударєва Лариса Володимирівна	– доктор економічних наук, професор
Сафонов Юрій Миколайович	– доктор економічних наук, професор
Гужва Ігор Юрійович	– доктор економічних наук, доцент
Юренієнє Віргінія	– доктор, професор (Литва)
Солоха Дмитро Володимирович	– відповідальний секретар доктор економічних наук, доцент

Мова видання: українська, російська, англійська.

Програмні цілі видання: розвиток науки і освіти, популяризація економічних знань, формування економічного типу мислення, інформування наукового середовища про сучасні дослідження та розробки в сфері економіки.

Відповідальність за точність поданих фактів, цитат, цифр і прізвищ несуть автори матеріалів.

Редакційна колегія матеріали не повертає.

Редакційна колегія не завжди поділяє думку авторів.

У разі передруку посилання на журнал «Інтелект XXI» обов'язково.

Друкується за погодженням редколегії журналу.

Технічний секретар – Петрова О.В.

Офіційний сайт <http://www.intellect21.nuft.org.ua>

E-mail: journal@intellect21.nuft.org.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 19,76.

Підписано до друку 28.12.2018 р. Замов. № 0119/10. Наклад 100 прим.

Виготовлювач: Видавничий дім «Гельветика»

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.

© Інтелект XXI, 2018

ЗМІСТ

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Egle Dmukauskaitė, Virignija Jurėnienė BUSINESS DEVELOPMENT MODEL IN A CREATIVE HUB.....	9
Rusne Jankunaite, Dovile Baleviciene EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE PROJECT SUCCESS EVALUATION WITH CRITICAL SUCCESS FACTORS.....	20
Іванова Т.В. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ.....	29
Парсяк В.Н., Жукова О.Ю. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЕКСПАНСІЇ ЗОВНІШНІХ РИНКІВ НЕВЕЛИКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	32
Тютюнник І.В., Котенко Н.В. СВІТОВІ ПРАКТИКИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ.....	39

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Безродна С.М. СУТНІСТЬ ТА АТРИБУТИ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	44
Голяш І.Д. АУДИТ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ БІЗНЕС-РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	49
Дзюбановська Н.В., Гураль І.В. ОЦІНКА β - ТА σ -КОНВЕРГЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЗА ПОКАЗНИКАМИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ.....	53
Зеркаль А.В. ВПЛИВ КОМЕРЦІЙНОЇ СВІДОМОСТІ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА.....	58
Калачевська Л.І. СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКА КООПЕРАЦІЯ У КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ.....	61
Коваленко-Марченкова Є.В., Кірнос О.В., Бородін М.О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....	65
Колінько Н.І. ТАРГЕТ-КОСТИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ МЕТОД ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ВИРОБНИЦТВА.....	69
Кучмєєв О.О. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	73
Ліщинський І.О. ЗАСАДНИЧІ ПРИНЦИПИ СТРАТЕГІЇ ПОЛЮСІВ ЗРОСТАННЯ.....	77
Матковський П.Є. ВИДИ, ОБ'ЄКТИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	81
Онищук В.О., Ващук О.В. ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РІВЕНЬ ЖИТТЯ.....	85
Руба О.П. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ІНТЕРЕСІВ УЧАСНИКІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	90
Рудая М.І. МЕХАНІЗМ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В ОПЕРАЦІЯХ ІЗ ОФШОРАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	96

Хобта В.М., Панкова М.В. ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	100
Циганова О.С. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	106
Шелеметьєва Т.В. SWOT-АНАЛІЗ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	110
Юдіна М.І. ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	114
<i>ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ</i>	
Апанасенко В.С. АНАЛІЗ ФІНАНСУВАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ НА РІЗНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РІВНЯХ ЕКОНОМІКИ.....	117
Кравчун А.С. МЕТОДОЛОГІЯ ПРОСТОРОВОГО АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЛАНДШАФТУ УКРАЇНИ.....	122
Нагорний Є.О. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ТА КОНТРОЛЮ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ ДПП В УКРАЇНІ.....	127
Удовиченко С.М. ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ.....	132
<i>БІЗНЕС ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ</i>	
Бабяк Н.Д., Білоцька І.А. БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ – КОРПОРАТИВНІ ФІНАНСОВІ СТРАТЕГІЇ: ПРОБЛЕМИ СИНХРОНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	137
Гуткевич С.О., Шендерівська Л.П. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	142
Задорожнюк Н.О. ЗАСТОСУВАННЯ ОСНОВ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У МОТИВАЦІЇ ІТ-ФАХІВЦІВ.....	149
Красноступ В.М. ГОТОВНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН.....	152
Кузьменко О.В., Доценко Т.В., Гапонова О.О. ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПОЗИЧАЛЬНИКА В НОВІТНІХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	157
Станкевич І.В., Борисевич Є.Г., Жуковська Л.Е. РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ: ТАРИФОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ НАДАВАННЯ ПОСЛУГ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ СПОЖИВАЧАМ.....	163
<i>ІНФОРМАЦІЯ</i>	
	170

СОДЕРЖАНИЕ

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Egle Dmukauskaitė, Virignija Jurėnienė BUSINESS DEVELOPMENT MODEL IN A CREATIVE HUB.....	9
Rusne Jankunaite, Dovile Baleviciene EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE PROJECT SUCCESS EVALUATION WITH CRITICAL SUCCESS FACTORS.....	20
Иванова Т.В. АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ.....	29
Парсяк В.Н., Жукова О.Ю. РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ЭКСПАНСИИ ВНЕШНИХ РЫНКОВ НЕБОЛЬШИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ.....	32
Тютюнык И.В., Котенко Н.В. МИРОВЫЕ ПРАКТИКИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ.....	39

НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Безродная С.М. СУЩНОСТЬ И АТРИБУТЫ ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	44
Голяш И.Д. АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ БИЗНЕС-РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	49
Дзюбановская Н.В., Гураль И.В. ОЦЕНКА β - И σ -КОНВЕРГЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ.....	53
Зеркаль А.В. ВЛИЯНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ СОЗНАТЕЛЬНОСТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	58
Калачевская Л.И. СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ КООПЕРАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В УКРАИНЕ.....	61
Коваленко-Марченкова Е.В., Киринос О.В., Бородин М.А. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	65
Колынько Н.И. ТАРГЕТ-КОСТИНГ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ МЕТОД ИНСТИТУЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ ПРОИЗВОДСТВА.....	69
Кучмеев А.А. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	73
Лищинский И.О. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИИ ПОЛЮСОВ РОСТА.....	77
Матковский П.Е. ВИДЫ, ОБЪЕКТЫ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	81
Онищук В.О., Ващук О.В. ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ И ИХ ВПЛИЯНИЕ НА УРОВЕНЬ ЖИЗНИ.....	85
Руба А.П. УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ИНТЕРЕСОВ УЧАСТНИКОВ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	90

Рудая М.И. МЕХАНИЗМ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ОПЕРАЦИЯХ С ОФФШОРАМИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....	96
Хобта В.М., Панкова М.В. ИНТЕГРАЛЬНАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	100
Цыганова А.С. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	106
Шелеметьева Т.В. SWOT-АНАЛИЗ КАК ДЕЙСТВЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ.....	110
Юдина М.И. ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	114
ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	
Апанасенко В.С. АНАЛИЗ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА НА РАЗНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УРОВНЯХ ЭКОНОМИКИ.....	117
Кравчун А.С. МЕТОДОЛОГИЯ ПРОСТРАНСТВЕННОГО АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОГО ЛАНДШАФТА УКРАИНЫ.....	122
Нагорный Е.А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА И КОНТРОЛЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ГЧП В УКРАИНЕ.....	127
Удовиченко С.Н. ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ТРАНСФЕРА ТЕХНОЛОГИЙ.....	132
БИЗНЕС И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ	
Бабяк Н.Д., Билоцкая И.А. БИЗНЕС-СРЕДА – КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ СТРАТЕГИИ: ПРОБЛЕМЫ СИНХРОНИЗАЦИИ В УКРАИНЕ.....	137
Гуткевич С.А., Шендеровская Л.П. УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	142
Задорожнюк Н.А. ПРИМЕНЕНИЕ ОСНОВ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В МОТИВАЦИИ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ.....	149
Красногуп В.М. ГОТОВНОСТЬ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ К ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ИЗМЕНЕНИЯМ.....	152
Кузьменко О.В., Доценко Т.В., Гапонова Е.А. ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ЗАЕМЩИКА В НОВЕЙШИХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ.....	157
Станкевич И.В., Борисевич Е.Г., Жуковская Л.Э. РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ЭНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТА: ТАРИФООБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	163
ИНФОРМАЦИЯ	
	170

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL RELATIONS

Egle Dmukauskaite, Virignija Jurėnienė BUSINESS DEVELOPMENT MODEL IN A CREATIVE HUB.....	9
Rusne Jankunaite, Dovile Baleviciene EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE PROJECT SUCCESS EVALUATION WITH CRITICAL SUCCESS FACTORS.....	20
Ivanova T. ANALYSIS OF INTERNATIONAL EXPERIENCE OF SOCIAL RESPONSIBLE INVESTMENT.....	29
Parsyak V., Zhukova O. DEVELOPMENT OF EXPANSION STRATEGY FOR EXTERNAL MARKETS BY SMALL ENTERPRISES.....	33
Tiutiunyk I., Kotenko N. GLOBAL PRACTICES OF CONSTRUCTION OF THE SYSTEM OF ADMINISTRATION FOR VALUE ADDED TAX.....	39

NATIONAL ECONOMY

Bezrodnaya S. ESSENCE AND ATTRIBUTES CONCEPT OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS.....	44
Golyash I. AUDIT OF EFFECTIVE USAGE OF ONLINE BUSINESS RESOURCES OF THE ENTERPRISE.....	49
Dziubanovska N., Hural I. EVALUATION OF β - AND σ -CONVERGENCE OF DEVELOPMENT OF UKRAINIAN REGIONS IN INDICATORS OF FOREIGN TRADE.....	53
Zerkal A. COMMERCIAL AWARENESS' INFLUENCE TO FORMATION COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE.....	58
Kalachevska L. AGRICULTURAL COOPERATION IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL TERRITORIES IN UKRAINE.....	61
Kovalenko-Marchenkova Ye., Kirnos O., Borodin M. THEORETICAL ASPECTS OF THE ENTERPRISE'S ECONOMIC CONDITION ASSESSMENT.....	65
Kolinko N. TARGET-COSTING AS PERSPECTIVE METHOD OF INSTITUCIYNOGO PROVIDING OF MANAGEMENT CHARGES OF PRODUCTION.....	69
Kuchmyeyev O. FEATURES OF RISK MANAGEMENT ORGANIZATION IN LOGISTICS SYSTEMS OF TRADE ENTERPRISES.....	73
Lishchynskyy I. BASIC PRINCIPLES OF THE GROWTH POLE STRATEGIES.....	77
Matkovsky P. TYPES, OBJECTS AND ORGANIZATIONAL LEGAL FORMS OF ENTERPRISE IN AGRICULTURAL.....	81
Onyshchuk V., Vashchuk O. FORMATION OF POPULATION INCOME AND ITS IMPACT ON THE LIVING STANDARDS.....	85
Ruba O. IMPROVEMENT OF THE METHOD OF EVALUATION OF INTEREST OF PARTICIPANTS OF PHARMACEUTICAL ENTERPRISE.....	90
Rudaya M. TRANSFER PRICE MECHANISM IN OPERATIONS WITH FONDS IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC GLOBALIZATION.....	96

Khobta V., Pankova M. INTEGRATED EVALUATION OF THE ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY LEVEL.....	100
Tsyganova O. ENSURING THE FUNCTIONING OF THE CONTROLLING SYSTEM IN AN INDUSTRIAL ENTERPRISE.....	106
Shelemetieva T. SWOT-ANALYSIS AS A TOOL FOR THE PROCESS OF MANAGEMENT OF TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	110
Yudina M. EFFECT OF TAX LOADING FOR DEVELOPMENT OF ECONOMIC POTENTIAL OF DOMESTIC ENTERPRISES.....	114

INVESTMENT AND INNOVATIVE ACTIVITIES

Apanasenko V. ANALYSIS OF FINANCING OF BASIC CAPITAL IN DIFFERENT ECONOMIC LEVELS OF ECONOMY.....	117
Kravchun A. METHODOLOGY OF THE SPATIAL ANALYSIS OF THE INVESTMENT LANDSCAPE OF UKRAINE.....	123
Nagorny I. IMPROVEMENT OF MONITORING AND CONTROL SYSTEM DURING REALIZATION OF PPP PROJECTS IN UKRAINE.....	127
Udovychenko S. LEGAL BASIS FOR THE IMPLEMENTATION OF TECHNOLOGY TRANSFER.....	132

BUSINESS AND INTELLECTUAL CAPITAL

Babiak N., Bilotska I. BUSINESS ENVIRONMENT – CORPORATE FINANCIAL STRATEGIES: PROBLEMS OF SYNCHRONIZATION IN UKRAINE.....	137
Gutkevych S., Shenderivska L. MANAGEMENT OF PRINTING ENTERPRISES DEVELOPMENT.....	142
Zadorozhniuk N. APPLICATION OF THE BASIS OF CREATIVE MANAGEMENT IN MOTIVATION OF IT PROFESSIONALS.....	149
Krasnostup V. READINESS OF MACHINE BUILDING ENTERPRISES TO ORGANIZATIONAL CHANGES.....	152
Kuzmenko O., Dotsenko T., Haponova O. ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING ASSESSMENT OF THE FINANCIAL STATE OF THE LENDER IN THE NEW CONDITIONS OF BUSINESS.....	157
Stankevych I., Borysevych Ye., Zhukovska L. DEVELOPMENT OF MODERN ENERGY MANAGEMENT: TARIF SETTING IN PROVIDING HEAT SUPPLY SERVICES TO CONSUMERS.....	163

<i>INFORMATION</i>	170
---------------------------	-----

СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

Egle Dmukauskaitė

*Institute of Social Sciences and Applied Informatics,
Kaunas faculty, Vilnius university*

Virignija Jurėnienė

*Prof. dr.,
Institute of Social Sciences and Applied Informatics
Kaunas faculty, Vilnius university*

BUSINESS DEVELOPMENT MODEL IN A CREATIVE HUB

Just like other European countries, Lithuania emphasises higher and higher importance of creative industries for national and regional development. One of the ways that promotes the development of creative industries and improves the expansion of creative economy in a country are the establishing and little researched creative hubs. They actively expand their network and impress with their potential variety of different structures. Lithuanian sources of literature do not provide a definition or analysis of the creative hub. Therefore, it is important to find out whether all creative industry institutions can be called creative hubs and what characteristics they have. Moreover, in order to establish a sustainable creative hub, it is important to have a suitable business development model. This article aims at defining the creative hub and create a business development mode for the creative hub revealing it peculiarities and possibilities.

Keywords: creative hub, creative industries, business development model, creative economy.

У статті дано визначення творчого простору, розкрито особливості та можливості створення режиму розвитку бізнесу для творчого простору. Як і в інших європейських країнах, у Литві підкреслюється все більша важливість креативних галузей для розвитку національної економіки. Визначено, що одним із шляхів, що сприяє розвитку креативних галузей і підвищує ефективність розвитку креативної економіки країни, є створення творчого простору. Крім того, для того, щоб створити стійкий творчий простір, важливо мати відповідну модель розвитку бізнесу.

Ключові слова: творчий простір, креативні індустрії, модель розвитку бізнесу, креативна економіка.

В статье дано определение творческого пространства, раскрыты особенности и возможности создания режима развития бизнеса для творческого пространства. Как и в других европейских странах, в Литве подчеркивается все большая важность креативных отраслей для развития национальной экономики. Определено, что одним из путей, который способствует развитию креативных отраслей и повышает эффективность развития креативной экономики страны, является создание творческого пространства. Кроме того, для того, чтобы создать устойчивое творческое пространство, важно иметь подходящую модель развития бизнеса.

Ключевые слова: творческое пространство, креативные индустрии, модель развития бизнеса, креативная экономика.

Introduction. Various countries pay more and more attention to creative industries that promote national development and improve national creative economy. Lithuania is not an exception, for instance: in terms of exported goods and services, creative industry sector in Lithuania grew by 3.3 times from 2003 to 2012. Institutions where creative industry products are created are important for the development of creative economy. Even though there are various definitions of creative industries in Lithuanian sources of scientific literature, the creative hub has not been studied. However, it is possible to find out whether all creative industries can be attributed to the creative hub by paying attention to its characteristics.

It is difficult to define the variety of creative hubs. Many of them develop creative business, approximately 1/3 of them do not receive any form of state funding, others create hubs together with local communities. These hubs can also be part of large organisations or universities. Due to the wide spectrum of activities, it is difficult to define a single general description that would clearly define what is

the creative hub. All of them are unique, they can be static or Internet, create jobs and not only be intended for artistic activities and artists, but also adapted to business development. Hubs can have completely different structures, their own labs and incubators. And this is only a small part of different definitions of creative hubs.

In order to create a sustainable creative hub, it is important to have a respective business development model adapted to the hub. There are various hubs created for business organisations, and creative organisations have less of them; however, the creative hub does not have an effective business development model that would encompass all parts of an organisation and its interested parties. Therefore, the **aim of this work** is to create a business development model based on the analysis of business development peculiarities in the creative hub.

Creative industries.

Globally in the post-industrial society the importance of creative industries is studied more and more, and there is an increasing amount of arguments that creative industries

are inseparable from the modern post-industrial knowledge society and are becoming a part of it.

The beginning of discussions on the concept of creative industries can be traced back to the 80s of the 20th century in Australia; however, officially it was first mentioned in 1998 in Great Britain when the first map of creative industries was being drawn. The definitions of creative industries formulated in this document are widely used today – creative industries are presented as the source of competitive advantage, economic growth and regional renewal and as an important sector for the economy.

Economic environment that we all live in are very different from those that existed 10 or 20 years ago. This is why the society needs education with different priorities than before. It is impossible to accept 21st century challenges with a 19th century education ideologies – our own time goes together with an avalanche of innovations in science, technologies and social thoughts. We are going to need our own minds not to stay behind these changes or anticipate them – in the direct sense of the word. We must learn to be creative. Speaking of creativity, creative industries find the major part of their initiatives that can encompass virtually any company from advertising to physics sectors in order to gain profit or investments. Levickaitė points out not only the most popular areas of creative industries, but also validity of intellectual property: the most popular areas of creative industries are publishing, design, theatre, fashion industry, music, cinema, marketing, organisational management; however, speaking more and more of the validity of intellectual property as the main factor of the new economy, creative industries are also joined by such areas as medicine, pharmacy, engineering, physics, biology, chemistry and many other industries that work with the object of intellectual property (Levickaitė 2010).

To understand the definition of creative industries more clearly, we can analyse the concepts from the main international organisations related to creative industries analysing creative industries.

DCMS – Creative industries are those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property (DCMS 2001).

UNESCO – Creative industries are those in which the product or service contains a substantial element of artistic or creative endeavour and include activities such as architecture and advertising (UNESCO 2013).

UNCTAD – Creative industries encompass: cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs; constitute a set of knowledge-based activities, focused on but not limited to arts, potentially generating revenues from trade and intellectual property rights; comprise tangible products and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives; are the cross-road among the artisan, services and industrial sectors; and constitute a new dynamic sector in the world trade (UNCTAD 2016).

The definitions of creative industries show that creativity is the basis of all of them despite what products or services are created; also, intellectual property, skills and talent are repeated. Creative industries generate added value and initiate changes. The concept is related to innovations, risks, new businesses and start-ups, intangible assets and

creative applications of new technologies. Lithuanian studies usually involve the definition created by the Department for Digital, Culture, Media and Sport (DCMS 2001) of the United Kingdom government.

Creative industries can be as a catalyst of the changes in society because they have been growing as a business that shares ideas, images and experiences with the audience. The importance of intellectual property developed through creativity employment skills is more important than tangible property. DCMS was the first to introduce a definition of creative industries, it is more widely presented and analysed by the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), whereas the definition by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation (UNESCO) is rather narrow and does not include new information.

Creative industries have been acknowledged as one of the most important in creative economy with a perspective to become a source of growth and well-being. Many countries, for instance, United Kingdom, Portugal, Germany, etc., include creative industries in their economic strategy plans, and the scientific interest in these areas has strengthened as well. Walter explains the importance of creative industries for economy by stating that in today's economy all players at the table of economy accept that creative advantage goes hand in hand with support of economic prosperity (Walter 2015) and distinguishes the following four points that describe this:

- Creative and new media industries are growing and take up more important economic and social roles;
- Product market value is more often determined based on the product authenticity, presentation and aesthetic appeal creating the main competitive advantage in various branches of industry;
- Highly paid jobs are desired the most, for instance, dancers and musicians with mutual both creative and high-level problem solving and communication skills;
- Business place establishment solutions are influenced by such factors as easily accessible creative employees and accessible life quality (Walter 2015).

Creative industries not only grow more rapidly than the average growth rate, but are also characteristic of creating new jobs; it also promotes cultural diversity whose result increases society's cultural livelihood and economic success and can also join various sectors that usually do not work together. In today's society, creative industries are one of the most rapidly growing areas that is characteristic of constant improvement, creativity, generated added value and intellectual property. With creativity these industries encompass a very wide range of companies that may seem non-creative at first glance. Also, creative industries are very important for creative economy and are included into economic strategy plans.

The concept of creative economy.

The first to mention the term of creative economy is Howkins in his book *The Creative Economy* where he analyses creative economy and relations between creativity and economy in the broad sense. According to the author, it is economy whose main basis consist of ideas, and people spend the biggest amount of time generating ideas. Changes are created simultaneously as people try to avoid routine tasks, and aim at creating a career and identity (Howkins 2010). Also, creative economy promotes youth entrepreneurship, creates new jobs and decreases unemployment.

Due to the high rate of production related to creative industries, people who are able to use their creative imagination, generate various ideas and understand the value of idea create this economy. Creative people influence regional economic growth by mobilising in innovative, exceptional and tolerant places, and Howkins notes that people who have and manage ideas have become more powerful than those who operate equipment (Howkins 2010). UNCTAD established in 1964 as an international organisation also defines creative economy and claims that creative economy is becoming a national advantage in economic development countries that have high cultural diversity, and especially in developing countries. With the definition of creative industries provided in Table 1, UNCTAD also distinguishes the following five aspects that describe creative economy (UNCTAD 2016):

- it can promote the rise of income, establishment of new jobs and income for export, and also promote social integration, cultural diversity and social human development;
- it encompasses economic, cultural and social aspects that interact with the goals of technologies, intellectual property and tourism.
- it is knowledge-based economic activities that have aspects of development and complex relations at national micro and macro levels;
- it is a potential development opportunity that requires innovative political solutions from various areas as well as interministerial actions;
- the basis of the creative economy is creative industries.

Table 1 below presents definitions of how specialists treat the concept of creative economy.

All the concepts presented in the table emphasise creativity and innovations. It is said that creativity is becoming more important in various sectors, especially if there is a desire to have competitive products or services in the global market. Even though UNCTAD provides a very wide definition of creative economy, Levickaitė also distinguishes certain aspects and says that one of the most important characteristics of creative economy is information consumption when creating its own content. She emphasises that the highest degree of impact of creative economy is achieved through the use of business models and skills when organisational value is created and intellectual capital is managed, rather than through traditional creative industries. According to her, organisations are also becoming more dependent on creativity because they abandon traditional physical raw materials and start using

intangible and intellectual raw materials (Levickaitė 2010). The idea of creative economy allows measuring the possibilities of creativity based on everything rather than just art, cultural or heritage sectors.

UNCTAD provides the broadest description of creative economy and distinguishes additional points that enable easier understanding of the definition of creative economy, whereas UNESCO claims that the sectors of creative economy have impact on changes.

The phenomenon of creative economy is based on complex and symbolic consumption, technologies of new needs related to culture as well as social life satisfaction. Its basis includes creative industries, and creative people who are able to create and generate ideas and understand their value are becoming very important for the development of this sector. Moreover, creative economy is important in economic development countries that have high cultural diversity.

Concept and peculiarities of creative hub

Creative hubs are rapidly expanding and becoming a global phenomenon; however, it is also a new way to present innovations of creative economics and their development.

Creative hubs are platforms or workplaces for all creative subjects – from artists and musicians, designers and film-makers to businessmen; it can be an open place for collaboration with creative industries and for the wider creative sector.

They are unique for their various structures, sectors and services, and vary from collectives to cooperatives, laboratories and incubators, and can be static, mobile or internet. Such places are especially necessary for creative people. According to scientist Howkins, creative people need offices for practical reasons, i.e., so they would come to work in the morning and know that their colleagues will arrive as well, so they could call meetings. They need this calm space for thinking and access to the network where they can communicate and share ideas with colleagues (Howkins 2010). And communication/collaboration is the most important and frequently distinguished as a goal in any organisation. It is useful for the members of the network to have or learn business skills whose training allows spending more time on creating art or cultural products/services. Moreover, creative people who work in a hub can increase income of the organisation. Due to this reason, organisations may spend more time on improving the quality of the hub and less time and effort on acquiring funds.

Creative environment provides people with time to experiment, make mistakes, try again; it allows asking questions, creating, playing, finding out relations between

Table 1. Comparison of the concepts of creative economy by different authors

Levickaitė, R.	The basis of creative economy is the economic value created by creative product transactions. This value is created on the basis of intellectual property. Creator's creativity does not always yield in a creative product whose result cannot be measured by means of economic transactions or values.
Černevičiūtė, J., Strazdas, R.	Creativity – whether in art, science, technologies or business – is the most important factor that creates economic success both for single business and the entire economy. Creativity is an essential condition for innovations that are the driving force of technological change that promotes economic growth.
Howkins, J.	Creative economy consists of the created creative product (good or service) that arises from creativity and has economic value.
UNCTAD	Creative economy is a concept under development, and it is based on creative capital that potentially generates economic growth and development.
UNESCO	Not only is creative economy one of the most rapidly growing sectors in global economy, but it also influences change when speaking about generation of income, creation of jobs and export income.

Source: created by the author; based on the authors as presented in the table

different elements. Such attempts or studies may not create an art product/service or be applicable to science for many years just like all original ideas and products that arise from primary experimenting stage or fooling around. Sometimes it may seem meaningless, yet this is the main point of the creative process. Such environment for a creative individual is provided by the creative hub. Before speaking of and analysing what a creative hub is, it is important to figure out the concept of the creative hub.

The origin of the concept of the hub lies in the conception of the cluster but they are different because of certain important main elements. Furthermore, the word “hub” is often used as a synonym for “incubator”; however, they do not carry out the same functions. The main differences between hub, cluster and incubator is the physical localisation for the development of work activities. A hub provides its members with an access to information about specific businesses, the area of industries and culture, and market opportunities. Speaking of the direct definition of the hub, its main area of activity is establishment of business, and many companies become independent thanks to the support and help from the hub. An incubator is an institution that enables integration of new companies into its structure thus decreasing costs and attempting to encourage these companies to enter the market by created a support network that would help them to achieve economic autonomy.

The hub can be distinguished as a business park of many companies, an axis for many companies. Companies become stable in the market thanks to a hub. It is also a dynamic, and not a static organisation. This way a hub must adapt to various specific needs of its members. Therefore, a hub must also have a service portfolio that is able to adapt to changes and must be open to new sectors of creative companies, culture and heritage.

During the last 10 years the hubs has been developing as a way to create new jobs in different sectors and various organisations. It is becoming a widespread idea that connects various novelties that strengthen talents, disciplines and skills (British Council 2016). Hubs have become a nest for freelancers and small or medium-sized companies,

communication and collaboration. They shed light on forgotten areas of cities, gather people in unused spaces and connect communities that have not communicated before.

Hubs allow communities to establish as well as develop a structured coincidence that allows people to join in ways that they did not have before, and inspires new related disciplines to collaborate, communities to merge and new projects to appear (British Council 2016).

Creative hubs may stand for almost everything for people. This is not a result of clear lack of thinking but rather a sign of rapidly changing and lively activities. It is important to note that diversity installed by the creative hubs is like a gene, and there is no need to create a single universal definition. In general, hubs were seen as organisations that provided jobs, and places for participation and consumption (British Council 2016). Therefore, a creative hub is a physical or virtual place that assembles creative people. It creates a space and maintains communication, business development, and includes communities into cultural, creative and technology sectors; however, their general use does not differ from that of incubators, programmes for start-ups, laboratories and hubs (British Council 2016). Creative hubs can be shaped differently; the main types of hubs are introduced in Figure 1 below.

This typology also aims at expressing concern for the very wide variety and specialisation of creative hubs. The potential role of creative hubs has a mean to express creativity by creating and developing communities and encouraging innovations through creative industries. Similarly to the practice of a community, creative hubs are established where there are common interests or potential; therefore, this system is fragmented on the global scale, and creative hubs exist in many forms. Furthermore, successful hubs of creative industries connect on an international level, i.e., they create and attract people from different cities and countries because of the opportunities that hubs provide.

Analysis of creative hubs help to distinguish certain peculiarities that are provided in Table 2.

The table of peculiarities of the creative hub shows that they are diverse for their goals, functions, value offer,

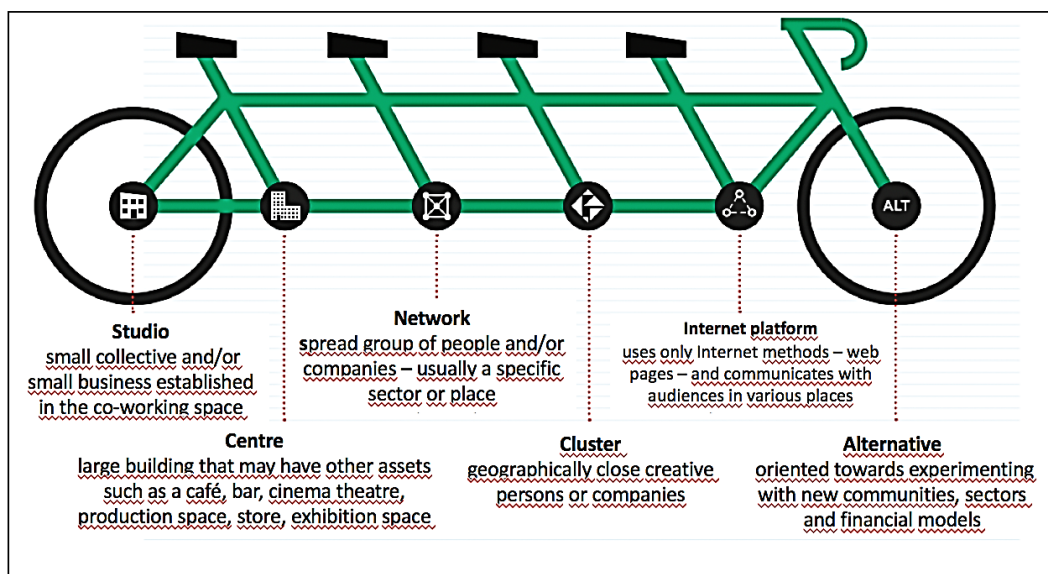


Fig. 1. Various types of creative hubs

Source: created by the author; based on The British Council. 2015. Creative Hub Toolkit

Table 2. Peculiarities of creative hub

Creative hub:								
Structure of hub	Profit		Non-profit		Private		Charitable	Social venture
Established by	Private individual		University		State (city)		Publicly financed economic development agencies	
Sector	Interdisciplinary (mix of creative, cultural, technological and social companies)				Special sector (Game, design hub)			
Aim	To provide support for services and/or opportunities for the short-term or long-term preparation of ideas, project, organisations and business by including events, skill training, ability training and global opportunities			To make collaboration and establishment of networks among its community easier		To create contacts with research and development centres, institutions, creative and non-creative industries.	To communicate and collaborate with a wider audience by developing an active communication strategy.	To welcome and enjoy new talents, to study the limits of modern practices and risk for innovations
Value offer	“Hot chair”	Study space	Training, seminars, events	Mobile work	Access to equipment, skills, resources, networks	Incubation, business support, consulting (mentor), funding	Retail opportunities	Scientific research and development
Must take up at least one of the following activities:	Business support		Creation of collaboration/network, communication		Scientific research		Help/support for talented people	
May have:	Interested parties		Sponsors		Investors		Help from universities	Help from other organisations

founders, sponsors and interested parties as well as their expectations. Different connection of these components can provide a unique balance of the components.

Creative business companies usually develop spontaneous ideas, and take up ideas having rejected others. The uncertainty of consumer tastes promotes rapid generation of ideas and creation of innovations recognisable to the consumer. Moreover, new creative products should be tested by consumers. In today’s economy, successful organisations work according to the essential need to be creative in their activities. In the modern society, changes and innovations are the only constant features of organisations. Creative organisations are those that aim at being open to the surrounding world.

Searching for a definition of creative hub in Lithuanian sources revealed a definition of creative organisations that is very close to the concept of the creative hub, which is why they are equated.

Creative organisations are modern artistic companies that usually connect into networks or clusters, that aim at economic benefit by employing their employees’ creativity, knowledge, thus creating innovations. Creative hubs, similarly to the practice of communities, require assembling skills to sustain creativity and pass creative practices to future generations.

Table 3 presents the differences of the organisation and the creative organisation.

The table shows that creative organisation is much more open, aims at being global and having much more sources of communication. An organisation can be global; however, its main hub is usually in one place, and a creative organisation is fully global because it encompasses many organisations and may include international companies. An organisation has only one main source of com-

Table 3. Differences between the organisation and the creative hub

Differences between the organisation and the creative organisation	
Organisation	Creative organisation
Global and localised	Global
One main source of communication	Many sources of communication
Homogeneous identity	Heterogeneous identity
State as a passive actor	State as an active actor
Competitive environment	Partnership environment

Source: Reimeris, R. 2012. *Kūrybinių centrų identitetas: strateginio valdymo ir komunikaciniai aspektai*

munication, and since a creative organisation has various companies, there are more of these sources. An organisation has a homogeneous, integral identity that helps to recognise it from the outside. A creative organisation includes many companies and can have a heterogeneous identity. Speaking of state intervention, there are significant visible differences (Reimeris 2012). With regard to an organisation, the state is a regulating mechanism that usually does not intervene the activities of the organisation. Of course, the state can provide funding that would suit the goals of the organisation; however, this is not active support. In the case of a creative organisation, the state is one of the main active actors that put every possible effort into further development of these hubs. Not only does the state partially fund establishment of such hubs, it also supports regional and international communication that introduces these hubs to potential investors and attracts human resources (Reimeris 2012). An organisation creates a competitive environment, and a creative

organisation creates a partnership environment because it uses the same network, services, etc.

Since a creative hub encompasses very wide areas and can be very diverse let's see the main creative organisations that currently exist in Lithuania.

- **Creative/ art incubator** – organisation that has includes small and medium-sized business subjects in its premises, i.e., artists, beginner businessmen, art-related business subjects: it leases premises, technical and office equipment under reduced price, provides methodical, technical, informational, consulting, training and similar services. It aims to support beginner artists and CI businesses, to encourage creation of new jobs, to decrease activity risks for persons and companies carrying out economic activities and help companies or persons who have good creative business ideas yet are financially unstable to achieve a level where they could independently carry out artistic/creative commercial activities and compete in the market.

- **Co-working space** – a combination between workplaces and support services for good price and simple contracts. It aims to attract consumers who need a short-term workplace and additional services to achieve certain goals; this can include even meeting rooms. This is an open plan an informal environment that aims at making interactive and creative collaboration environment easier as well as form the sense of community among consumers.

- **Cluster** – a collection of companies and (or) science and educational institutions that functions based on the principle of collaboration and whose members interact with one another in various areas of economic activities and initiatives, thus aiming at increasing economic efficiency of the activities. It aims to increase innovative potential by promoting clustering.

- **Creative industry hub** – a place where the main focus is on the creativity of an individual who creates economic well-being, which is how a hub adds to the growth of creative economy. It aims to provide suitable conditions for manifestation of individual creativity by encouraging entrepreneurship and focusing on the establishment of new creative industry-related businesses.

- **Science and technology park** – legal entity whose main functions are as follows: to stimulate the processes of science knowledge and technological spread, to create conditions for commercialisation of scientific research results, to encourage relations between science and business, to promote the culture of innovations. Science and technology parks comprise suitable conditions for new companies that will carry out applied scientific research, experimental development and install innovations. It aims to satisfy public interests with at least one member being a state science or study institution and (or) state or municipal institution; the science and technology park can acquire state funds or respectively municipal funds and employ state assets or respectively municipal assets.

We can notice that all of the aforementioned institutions are interconnected. The science and technology park carries out the highest number of functions as it encourages scientific research activities. Moreover, creative/art incubators are mentioned in the study of creative and cultural industry possibilities as an opportunity for small businesses to develop. Incubators just like creative industry hubs also gather creative people and aim at helping them to establish themselves within the market. Co-working space has the least amount of responsibilities for the consumer and

mostly carry out leasing activities for short periods. A cluster encompasses various companies and creative industry initiatives, and promotes innovative potential.

The analysis of the peculiarities of the creative hub shows that it reflects the features of all the institutions presented in the table. Even though the definition of the creative hub is changing and the future may show clear differences between creative industries, this article deals with the creative hub as various institutions of creative industries.

Business models and their peculiarities

To achieve the best result, various companies and organisations want to be leaders and expand within the market; this is why they need a sustainable business development, and today's economic climate shows that a sustainable business development model is becoming more relevant, which becomes an important task for not only business, but also cultural or creative organisations. Applying a business development model in an organisation, its prospect raises expectation to bring sustainable innovations by discovering new methods that overcome internal and external barriers. Business development is important for the company, especially when it is a young company that strives to develop. Formed relations and partnerships with interested parties, presentation of the company's products/services, establishment of a network, propositions of supply are important here.

An organisational business model or various business strategies help to achieve goals and stay on track. To achieve competitive advantage, suitable application of a model can be one of the most effective ways. This perception becomes stronger due to an increasing complexity of tasks and flexibility relevant in today's business world; therefore, there is a need for new ways to establish and sustain a business if managers want to keep the organisation alive in the long-term perspective.

However, it is rather difficult to choose a suitable business model, and there are many different variations of the definitions of business model itself. Some of them are broad and encompass the entire organisation, while others focus on separate parts of an organisation. To generate added value business model should: **consist of four elements including value offer to the customer, formula for profit, main resources and main processes.**

A business model is a conceptual measure that encompasses the set of elements and their relations, and that allows expressing the business logic of a specific company. It is the description of values provided by the company for one or several client segments, a network of the company's structure and its partners: creation, marketing and presentation of this value and relations capital in order to gain profit and constant income flow. Even though there are many business models such as Agile, Canvas, Value Chain Model and others, the following three models shall be discussed further: Canvas, creative business development model and continuous improvement system model for creative business companies.

Creative business development model

This model presented in Fig. 2 distinguishes the following three business development stages: pre-incubation, incubation and post-incubation.

It is necessary for creative business companies to go through these stages because not only do companies have a large economic potential, they also face a high

risk of failure during the first year of operation. The incubation processes are beneficial because of their positive impact on the development of business; also, companies develop more rapidly than when they are independent (Jadzevičiūtė 2017).

Table 4 was created according to the main processes of incubation as described by Jadzevičiūtė.

This model is important for creative industries, and incubation processes allow easier establishment within the market and stand for decreased potential risks. The most important of these main stages is incubation during which companies learn, and a network between internal and external companies is created. Companies also inform about themselves and carry out communication. After the successful incubation stage, a company becomes independent and leaves the incubator.

Business model Canvas is a visual template that reflects organisational business model and turns it into clear knowledge. The main focus of this model is the description of a single organisation’s high level strategic perspective (Osterwalder at al. 2010). This model and its

main elements are presented in Figure 3. It encompasses 9 different sets.

The sets presented in the figure are described in Table 5. The BMC often connects methods of collaboration and visual thinking such as exchange of ideas, brainstorming, creation of prototypes and narrative. These methods encourage collaboration among interested parties and promote innovations. Applying the model to companies allows them to focus on separate parts of the model, think about what has not been thought about and understand the activities of an organisation.

Continuous improvement system model for creative business companies

The main aim of this model is to continuously improve the company’s processes. Continuous improvement is very important because its efficiency determines the efficiency of related processes and the results of the activities of a company (Strazdas at al. 2014:83). Companies that use improvement systems become more competitive thus improving its activity results. The model consists of 3 stages as shown in Fig. 4.

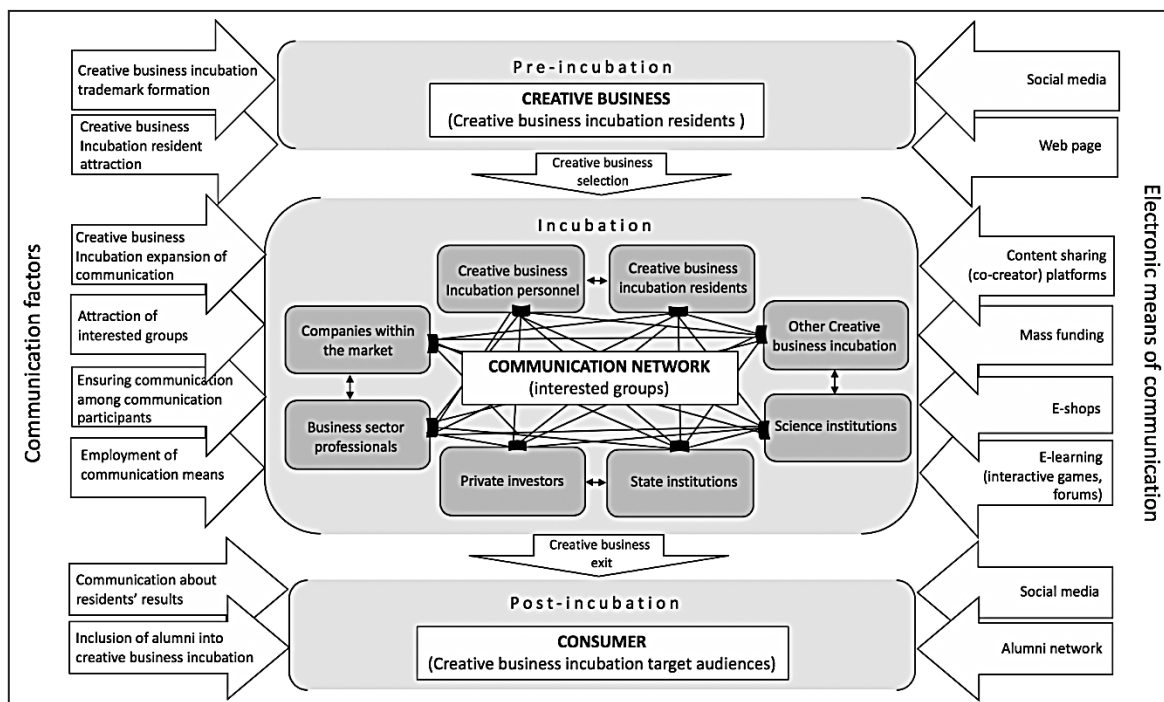


Fig. 2. Creative business development model

Source: Jadzevičiūtė, R. 2017. *Kūrybinio verslo inkubavimas: komunikacijos tobulinimas*

Table 4. Creative business incubation process

Incubation process	
Pre-incubation stage	An incubator carries out a selection process of potential clients (creative people) that have a business idea. It is important to evaluate the potential the idea has and the ability to make it commercially successful.
Incubation stage	Incubation provides support for incubates companies; during this stage, a company can be established or just beginning to grow and realise its idea. At first, a company is offered to participate in various training sessions, consultations, conferences that involve experts, the team of the incubator, and also the companies that have gone through the incubation process. It is important to have practical consultations and simulated situations that teach to manage crises and make urgent decisions. Communication is also important in this stage. The collaboration network (communication) includes not only companies in the incubator, but it also includes institutions outside the company. This involves exchanging ideas, information, creating contacts and business relations.
Post-incubation stage	During this stage, companies become fully independent and leave the incubator. It is, however, important to maintain contact because it helps to develop the collaboration network.

Created by the author; based on Jadzevičiūtė, R. 2017. *Kūrybinio verslo inkubavimas: komunikacijos tobulinimas*.

Stage 1 – preparation to install and correct a continuous improvement system. In this stage, the attitude of the managers is very important; they must understand the benefit of this system and the need for time and investments. Results are not immediately visible. If the manager finds everything clear, the next step involves separating daily activities from improvement activities; otherwise, the system may not work because it will be thrown into the shade by more urgent tasks. A responsible person that would supervise the system is necessary. A team is organised and trained (Strazdas at al. 2014).

Stage 2 – installation of the continuous improvement system. This stage distinguishes and analyses the activities that are to be improved. Smaller and, later on, bigger improvements are carried out (Strazdas at al. 2014).

Stage 3 – operation control of the continuous improvement system. In order to ensure efficiency of the system, constant control is necessary, i.e., it is necessary to monitor the activity of the main indexes and the result of the changes. It is recommended to include other members of the team, thus increasing their motivation and inclusion into improvement processes (Strazdas at al. 2014).

Analysis of this model should focus on the fact that continuous system improvement needs time; good results require separating daily tasks; otherwise, the continuous improvement system will be forgotten and not used as often. It is also necessary to monitor the system stages and have a responsible person to analyse indexes, which will show whether system improvement work, what needs to be changed, etc. All this will make an organisation continuously improving and innovative, it will stay closest to the changes in the market and will be able to adapt to them.

Business development model of the creative hub

To achieve sustainable business development in a creative hub, it is necessary to regard the different constituents of this model and distinguish the most important steps. Figure 5 presents a creative hub model created by the author. This model focuses not only on the activities on the organisation itself, but also on separate elements that may or do have impact on the creative hub.

The model presents the main elements in order to create sustainable business development in a creative hub where companies are incubated. **Firstly**, an idea to estab-

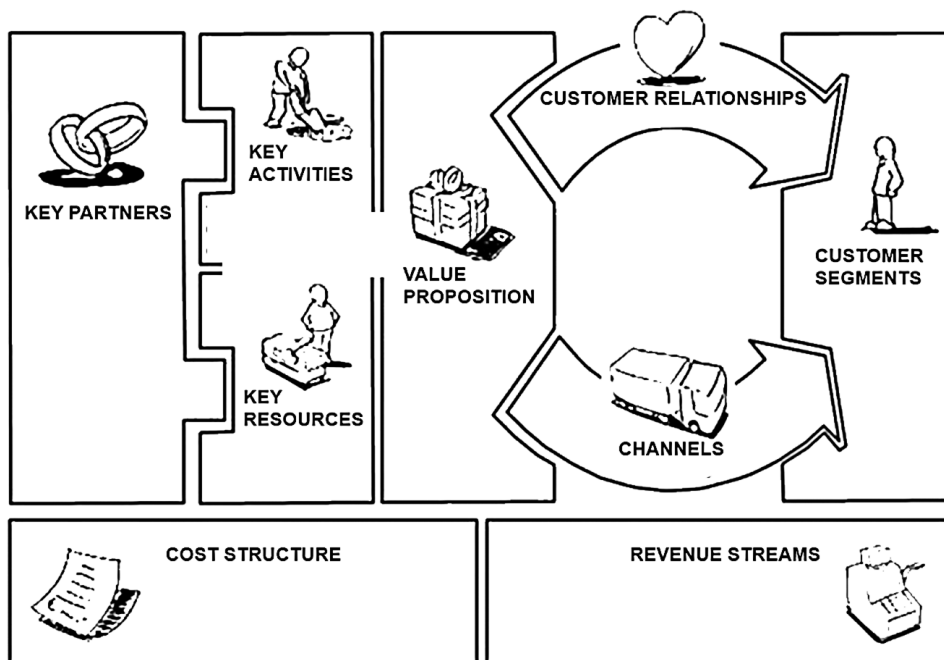


Fig. 3 Business model Canvas

Source: Osterwalder, A. and Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation: a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*

Table 5. Structure of Canvas model

1. Value offer	Set of services or products that generates added value for the client segment
2. Consumers	Target group of consumers that the state provides a value offer for
3. Channels	A channel used by an organisation through which a value offer is presented to the consumer
4. Relations with consumers	Relations with the consumer (attraction (acquisition), sustaining, development(
5. Main activities	Main activities that create and strengthen the creation of value offer
6. Main resources	Resources necessary for the organisation in order to implement a business model
7. Main partners	External subjects (e.g., suppliers, distributors) that an organisation follows when implementing a business model
8. Input	Costs experienced when creating and providing a value offer and sustaining relations with consumers
9. Income	How every consumer generates income

Source: created by the author; based on Osterwalder, A. and Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation: a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*

lish a creative hub requires figuring out what strategy of the organisation, its areas of activity, its activity planning could be, and what value offer the hub could provide to its consumer. All of these constituents influence one another and are one of the important parts of the model. The model has inseparable elements related to the team of the creative hub. A very important element here is internal and external

communication related to not only the team and the hub, but also external outgoing communication that is spread beyond the organisation.

Making the internal aspects of the organisation clear makes it possible to start incubation of other companies or development of projects. In order to carry out this in an appropriate way, the following three steps are necessary:

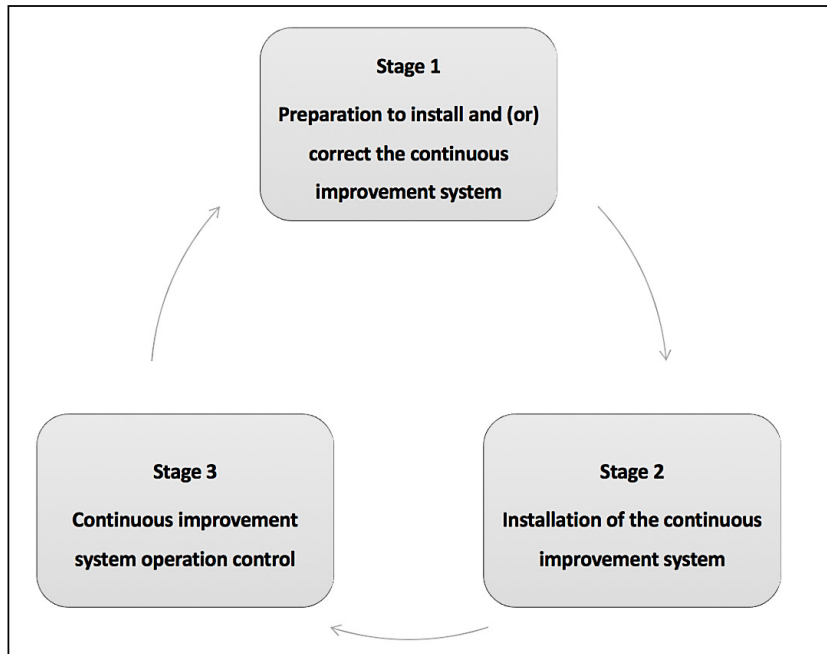


Fig. 4. Continuous improvement system model for creative business companies

Source: Strazdas, R., Černevičiūtė, J., ir Jančoras, Ž. 2014. Kūrybinio verslo valdymas: procesų tobulinimas

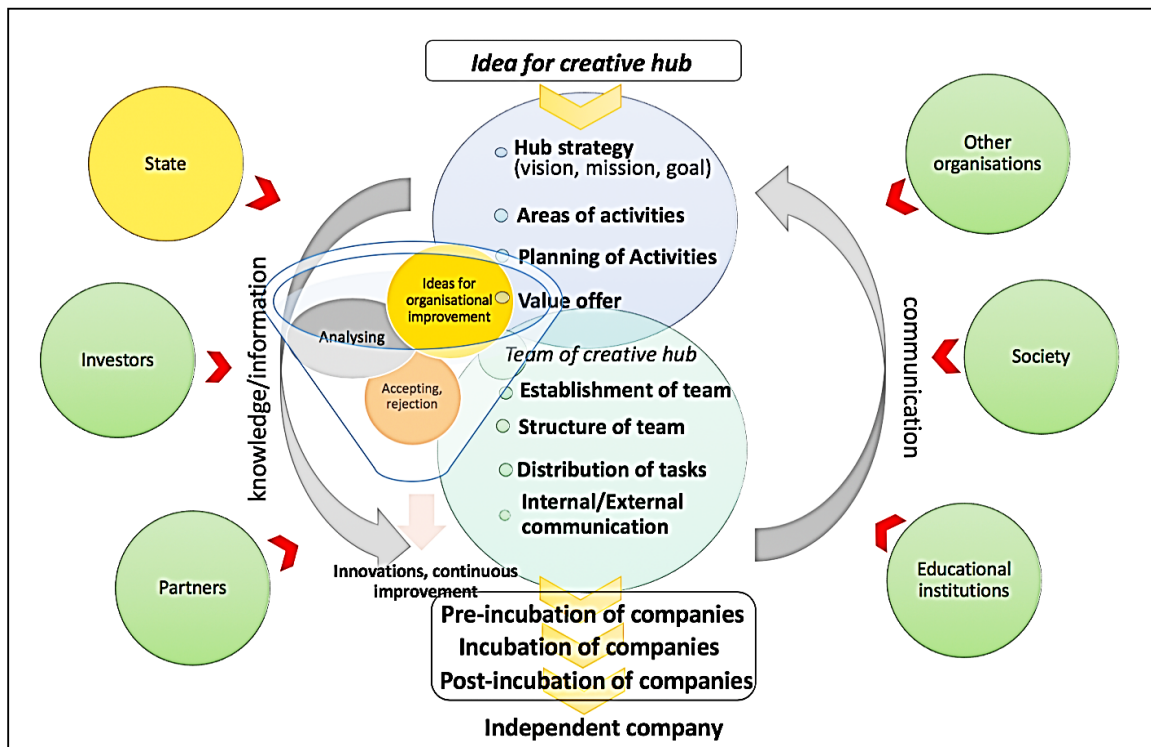


Fig. 5. Business development model of the creative hub

Source: created by the author

pre-incubation of companies, incubation of companies and post-incubation of companies.

Pre-incubation of companies may include various auditions and courses that companies have to go through either compulsorily or depending on a company's activities and level of establishment within the market. Having selected a company, its incubation process begins during which the creative hub can provide the *company* with various types of help, namely a mentor, training, looking for investors, funds the company can apply to; the hub often provides legal, financial help, bookkeeping services, etc. *This is usually carried out over a three-year period.* During the first year, incubated companies get the highest amount of support and are encouraged to carry out various studies and analyses in order to decrease establishment risks and figure out what products or services the company is to offer for consumers; during the second year, a lower amount of help is provided, and during the third year, the amount of help is the lowest. This way an attempt for the company to become more independent and establish in the market is made.

A creative hub can not only decrease the number of services, but it can lose the discount for leasing after the incubation period. In this case, if the company is allowed to stay, it must pay the full price for rent and services provided by the hub. After three years, post-incubation period begins; during this period, the company should independently enter the market, it should not receive additional help but it should be in contact in order to figure out whether the company is fully ready to leave, and it also can contact the hub in case of any questions.

If the company feels fully ready, it can independently enter the market at any stage of incubation and become independent of the creative hub. It is important to emphasise that a company, even though it signs a contract with the creative hub, does not need to stay there all the time if it grows faster than expected. However, if the company has not progressed in three years and there is no need for it to stay in the hub as a company/partner or otherwise, it is asked to leave the creative hub. It is also possible for a company to be very beneficial for the hub, it may even provide or transfer information to younger companies, or it can establish a wide network around itself thus attracting other companies. In this case, it is useful for the hub to invite the company to stay, yet it will not receive discounts.

Communication and transfer of knowledge during the incubation stages are also especially important because of establishment of relations and support, opportunity to exchange ideas and opportunity to discover something new, innovative, which allows finding solutions to complex questions.

Communication, knowledge and information are the three most important elements in this model. They are presented in the model as going in a circle and encompassing the main constituents of the model, namely, the creative hub, its team and company incubation stages. Continuous communication between all the constituents and continuous exchange of knowledge and information helps carrying out a more fluent management of the hub, which may result in new ideas on how to improve organisational development. Ideas that aim at improving an organisation are included in the funnel presented in the model. This is where they are generated, analysed, and decisions on whether they should be accepted or rejected are made. In any case, informa-

tion about this enters the continuous communication, knowledge/information circle. This way the creative hub development is carried out, it continuously improves and becomes more innovative.

The external factors in the model (state, investors, partners, educational institutions, other organisations, society) make a varying degree of impact to the hub. The *state* is exceptional because it has direct impact on not only the creative hub, but also other nearby interested parties. The state can influence the creative hub and other elements by making various political decisions, laws, etc. Interested parties (in green circles) can also have a varying degree of impact on the hub. **Investors** may not be directly as important for the hub if it does not look for investors; however, they are very important for incubated companies because they always look for investors, and this may be important direct help. The creative hub may look for investors for companies thus establishing communication between this group and the hub. The next circle marks partners. **Partners** for the creative hub can be diverse, i.e., project partners who are also related only by certain projects; they can be constant and carry out chosen activities or contribute to them. **Educational institutions** are important for a hub when the highest amount of attention is paid to universities that can influence the hub, or a hub may even be **established with the help of a university** that becomes the establisher of the creative hub. The attitude of the *society* towards the creative hub is also important, what their attitude is, what this hub can provide and does provide for it. The creative hub creates new jobs, which should be beneficial for the society. It is important to mention other organisations that can contribute to the activities of a creative hub in various ways and can help start-ups. A hub can apply to them by inviting them to join or looking for local craft organisations.

All the aforementioned external factors and elements have impact on an organisation; however, they do not influence exchange of knowledge/information or communication. A creative hub must collect information of all these external factors and share it. It is also important for a hub to communicate a suitable message for interested parties, namely the state, investors, partners, educational institutions, other organisations and the society.

Communication is very important in this model. This not only strengthens the internal relation of an organisation, but also creates closer relations with incubated companies and strengthens their mutual relations; therefore, various interesting products and services are created. Companies can spread information on the creative hub and its benefit, thus encouraging other companies to come and join.

Conclusions. Continuous expansion of creative industry sector and growth of creative economics encourage youth entrepreneurship, and more and more attention is paid to creative hubs that are unique for their undefined various opportunities. This attracts creative people who want to create in an open place that cultivates the sense of community. Creative hubs also provide an opportunity to constantly learn and improve, experiment and create; they give access to various information for start-ups and various collaboration opportunities, and create network communities. It is important for them to continuously improve, adapt to various changes and be open to new sectors of creative industries sectors.

Various organisations have different business development models; however, there is a lack of them for crea-

tive industries institutions. Therefore, business development models need analyses of how they can be adapted for the creative industries organisations. Creative business development model includes the most important elements of pre-incubation, incubation and post-incubation; model Canvas reflects what an organisational business development model should be, and that it should encourage communication with interested parties and innovations; and the continuous improvement systems model aims at continuous improvement, which is also very important for an organisation because it becomes more competitive.

The theoretical business development model finds important not only organisations, but also external inter-

ested parties as they can have different impact on the organisation. This model is applied on the creative hubs that have incubated companies, which is why the model includes the stages of pre-incubation, incubation and post-incubation. The most important position in the model is taken by the turning communication and knowledge/information circle that can help to create, maintain and develop relations, continuously exchange ideas, information and knowledge, which allows creating new projects, products/services, and become more innovative. Suitable communication in a hub helps to create a good relation with incubated companies, thus effectively spreading information to the outside and attracting partners and investors.

1. British Council. 2015. *Creative Hub Toolkit*. Access: https://www.britishcouncil.ro/sites/default/files/creative_hubkit_en.pdf, [Accessed on 01/05/2017]
2. British Council. 2016. *Creative Hubs: Understanding the New Economy*. City University of London Access: <http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/HubsReport.pdf>, [Accessed on 15/04/2017]
3. DCMS. 2001. *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS.
4. Howkins, J. 2010. *Kūrybos ekonomika*. Vilnius: Technika.
5. Jadzevičiūtė, R. 2017. *Kūrybinio verslo inkubavimas: komunikacijos tobulinimas*. Vilnius: Vilnius Gediminas Technical University.
6. Levickaitė R. 2010. *Kūrybingumo fenomenas kaip kompleksinio reiškinių evoliucija*, Logos, 63: pp. 201–2012. Vilnius: Petro ofsetas.
7. Osterwalder, A. and Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation: a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Canada: John Wiley & Sons.
8. Reimeris, R. 2012. *Kūrybinių centrų identitetas: strateginio valdymo ir komunikaciniai aspektai*. Santalka: filosofija, komunikacija, 20(1):61–69.
9. Strazdas, R., Černevičiūtė, J., & Jančoras, Ž. 2014. *Kūrybinio verslo valdymas: procesų tobulinimas*. Vilnius: Technologija.
10. UNCTAD. 2016. *CREATIVE ECONOMY OUTLOOK AND COUNTRY PROFILES: Trends in International Trade in Creative Industries*. Access: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webditcted2016d5_en.pdf, [Accessed on 25/04/2017]
11. UNESCO. 2013. *Creative Economy Report 2013 Special Edition*. Prieiga <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>, [Accessed on 23/04/2017]
12. Walter, C. 2015. *Arts Management: An Entrepreneurial Approach*. New York&London:Routledge.

E-mail: dmukauskaite@gmail.com

E-mail: virginija.jureniene@knf.vu.lt

Rusne Jankunaite,

Dovile Baleviciene

PhD,

Art Management, Vilnius University

EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE PROJECT SUCCESS EVALUATION WITH CRITICAL SUCCESS FACTORS

International cultural projects are widely used in organizations after the globalization process is becoming really important. This study explores the project success evaluation literature and produces project success model with critical success factors for international project. Practically international cultural project success is being evaluated with success criteria and critical success factors but it is not tested and analyzed scientifically enough which factors should be important to be taken into account. After previous literature analysis and findings an International Cultural Project Success Evaluation model was made up. This model was created after literature analysis about project success, critical success factors and project success models from different sectors. All critical success factors were combined, grouped and selected for international cultural project. The analysis of empirical research data are used to develop an International Cultural Project Success Evaluation Model. The aim of this study is to test International Cultural Project Success Evaluation Model with international projects – European Capital of Culture. An international cultural project success evaluation model previously defined and published will be empirically tested with four European Capital of Culture projects from different years.

Keywords: critical success factors, international cultural project, project success, European capital of Culture, Iron triangle.

У статті проведено аналіз наукових основ оцінки успішності проекту та розроблено модель оцінки успішності проекту з урахуванням критичних факторів успіху для міжнародного проекту. Дана модель розроблена на основі аналізу критичних факторів успіху та моделей успішності проектів з різних галузей. Всі критичні фактори успіху об'єднані, згруповані та відібрані для міжнародного культурного проекту. Модель оцінки успішності міжнародних культурних проектів буде емпірично перевірена за допомогою чотирьох проектів різних років.

Ключові слова: критичні фактори успіху, міжнародний культурний проект, успіх проекту, культурна столиця Європи, Залізний трикутник.

В статье проведен анализ научных основ оценки успешности проекта и разработана модель оценки успешности проекта с учетом критических факторов успеха для международного проекта. Данная модель разработана на основе анализа критических факторов успеха и моделей успешности проектов из разных отраслей. Все критические факторы успеха объединены, сгруппированы и отобраны для международного культурного проекта. Модель оценки успешности международных культурных проектов будет эмпирически проверена с помощью четырех проектов разных лет.

Ключевые слова: критические факторы успеха, международный культурный проект, успех проекта, культурная столица Европы, Железный треугольник.

Introduction. Cultural management as a science discipline is quite new, since research and training in this field was started only in the late 20th century (Brindge, DeVereaux 2011:4). As a result, this term and the management of cultural projects do not have a long history. In the field of cultural projects, the project success factors and their models are not so many, inaccurate and have lack of information. 15 articles were published on critical success factors between 1986–2004 and only 8 authors wrote about them in two project management magazines, Project Management Journal and International Journal of Project Management, mainly analyzing the success of construction project (Ika 2009:11–13). Aquilini et al. has investigated that most authors of scientific publications tried to create new critical success factors rather than group them and determine which ones are most suitable for success in different stages of the project (Aquilini et al 2017). Scientific literature has been used to evaluate success models in international projects (Binder, Gardiner, Ritchie 2010, Eberlein 2008) but there are no precise critical success factors and their models to evaluate the success of an international cultural project.

International cultural project became an important tool to stay competitive in cultural field. It includes not only international funding, international work team, wider networking but also challenges project managers with cross-cultural differences, cross-cultural communication difficulties and different languages (Varbanova 2013:50–52, Binder 2009:1). In this case it becomes even more complicated to fluently manage project to reach its success and to evaluate its complex results.

For this reason international cultural project success evaluation was analyzed, critical success factors were combined and selected for international cultural project success evaluation model. International cultural project success evaluation model includes 5 groups of critical success factors: project related factors, project coordinator related factors, used art forms related factors, international team factors, international collaboration tools factors, communication factors, external environment factors and includes Iron Triangle: time, cost and quality. To verify this model eligibility it is going to be checked with empirical research by using interviews and project document analysis.

The aim of this study is to test critical success factors of International Cultural Project Success Evaluation Model.

Literature review. Any project aimed to reach success and positive results must be coordinated or somehow managed. In the 1980's, organizations began to realize that project management and learning to manage them effectively achieved the goals and results of a project in a rather chaotic period (Frame 2003:15). **Project management** is a "control system used to achieve the required results or outcomes" (Young 2007:17). Project management consists of specific processes carried out by the organization, team and administration to implement the project: planning, monitoring and control, volume management, risk management (Nokes et al. 2003:17). Project management processes are distinguished and otherwise named: "Initiation, Planning, Implementation, Control and Completion" (PMI 2004:6).

Due to the project uniqueness and temporary activities, most organizations divide the project into project life cycles to improve its management. Project life cycles define what actions need to be undertaken in the project and who must participate and be involved in each cycle (PMI 2000:11–12). Also, the following project phases are distinguished: definition, design, prototype creation and testing, implementation and review (Nokes et al. 2003). The following main project phases are distinguished in cultural projects: (1) "the preparation phase: conceptualization and analysis; (2) the implementation phase: implementation, development and monitoring; (3) the evaluation phase: control and feedback, and undertaking of corrective measures" (Varbanova 2013:51).

The project classification often is carried out according to the following categories: (1) domestic projects carried out internally; (2) projects abroad – projects carried out abroad to meet the needs of national organizations; (3) foreign projects – foreign projects with the clients from foreign companies; (4) global projects – projects with a team of representatives from different countries and solving global challenges (Neverauskas et al. 2010:125–126).

The use of technology has changed the perceptions of other countries' reach in the world, they have become more accessible, as a result business enterprises are seeking to expand their awareness and innovations through international projects (Steffey, Anantatmula 2011:1). **International projects** are "projects involve team members from various cultures and organizations, spread in locations across countries and time zones, and speaking different native languages" (Binder 2009:1). Compared to national projects, international projects are more complex, because they must include international sponsors and cultural differences (Kiznytė, Ciutiene, Dechange 2015:1). Separating an international project from a national one also contributes to the characteristics of an international project: management expectations, management involvement, the need for a wider range of employees, buyers and suppliers (Lientz, Rea 2012:12–13). An **international cultural project** is a unique activity within a defined period that involves at least one art form that shares ideas, values and attitudes from different countries in the same social environment. International cultural project has features: it is organized mostly in consortium when one of the project organizations is the main coordinator, it has distributed responsibilities and activities, high ambitions and motivation, mostly has funding from national and international

organizations or funds, has cultural differences which have to be considered (Varbanova 2013:50–52).

The difference between international project in any sector and international cultural project is that cultural project has to include and use art forms, generally focuses more on creativity, values and attitudes which are culture features (Sennara, Hartman 2002). When possibilities to communicate and interaction with organizations from other countries are growing up, the number of international cultural projects is also growing up. In this case the need to manage international cultural project successfully is becoming more important and should be better controlled. International cultural project faces cultural risks and challenges as networking, business culture, identifying the negotiation process and style, leadership, local agents which could affect the project objectives in scope of time, cost, quality and influence the final results for project success (Sennara, Hartman 2002).

In many years scientists are still discussing "what is project success" and how it should be evaluated. Each project has different objectives and that's already hard to define a unified model for project success. **Project success** is achieved when it meets certain participant's expectations (Alias et al. 2014:61). "Project success has four dimensions: (1) project efficiency, (2) impact on the customer, (3) the business impact on the organization, (4) opening new opportunities for the future" (Meredith, Mantel 2009:4). The accomplishment of project success criteria (which are measured in the end of project) could be influenced through critical success factors (Muller, Turner 2007). The need of critical success factors is particularly important for a longer duration projects because it is harder to control its management to achieve project objectives. The **project critical success factors** are "elements of a project that can be influenced to increase the likelihood of success; these are independent variables that make success more likely" (Muller, Turner 2007:299).

Morris and Hough (1987) discovered that success depends on the perception of a number of stakeholders involved in project activities, and the time when the success is measured. They argued that success is subjective and objective (Morris, Hough 1987). Pinto et al. (1987, 1990) discovered critical success factors that help to successfully implement the project by relevance.

From 1990's critical success factors were more oriented into people (project managers) and their competences and satisfaction which are more subjective and harder to evaluate than other critical success factors or criteria (Clarke 1999, Westerveld 2003, Chan 2004, Judgev, Muller 2012). Kealey et al. (2005) presented critical success factors for international project: cross-cultural skills and sensitivity, identification of cultural distance challenges, understanding of other cultures, harmonious interpersonal relationships among managers, defined governance structures, environmental management techniques, government support, adherence to project phases, discovery of project objectives, understanding, support of policy and stakeholders (Kealey et. Al 2005:293,308). In the international projects Eberlein (2008) pick out critical success factors as methodological approach to project management, international team unity, control of cultural differences between participants, overcoming language barriers, understanding project activities and proper distribution of responsibilities (Eberlein 2008:34–36).

Binder, Gardiner, Ritchie (2010) grouped international project critical success factors into 6 groups: international teams, international communication, international organization, collaboration tools, collaboration techniques, international risk factors which all conclude into international project management model (Binder, Gardiner, Ritchie 2010:8). This model and project success could be affected by international project challenges but if they are controlled by presented model and PMBOK Guide knowledge areas, it could bring international project benefits (Binder, Gardiner, Ritchie 2010:8).

Combination of analyzed critical success factors, their models and cultural features is presented in international cultural project success evaluation model (Fig. 1):

Project related factors: type of project, value, size of project, clear goals, project related factors define the basic information about project, its implementation. Critical success factors in this group are necessary for success evaluation of any kind of project.

Project coordinator related factors: organizing skills, coordinating skills, leadership skills, motivating skills, flexibility/adaptability, effective conflict solving, distribution of responsibilities, creation of structure, trust, contract management, cross-cultural competence, control, experience and tolerance.

Used art forms related factors are distinguished by cultural project features, therefore, the model adapts the

knowledge about cultural projects and identifies new factors that are suitable for cultural projects.

International team factors were presented in every international project because they are requisite to properly select and manage cross-cultural features, define leadership and built one strong team from many teams in different countries.

International collaboration tools factors should be used throughout all project life cycles, especially implementation phase to improve and control communication, be updated to current situation, tasks and deadlines. The use of collaborative tools reduces the possibility of miscommunication and misunderstandings (Binder 2009:7).

Communication factors can ensure smooth communication between team members and stakeholders. It is important to have communication rules, templates to implement well workflow and information/advertising to the media and society.

External factors could make an affect to project success in any phase of project life. It is important to define these factors, to rank them by importance and affect to the project success and take them into account as risks during project.

This model proposes to evaluate all the critical success factors with the "Iron Triangle" (used in the success rates of all sectors projects from the earliest evaluations (Morris, Hough 1987, Parsanejad, Matsukawa, Teimoury

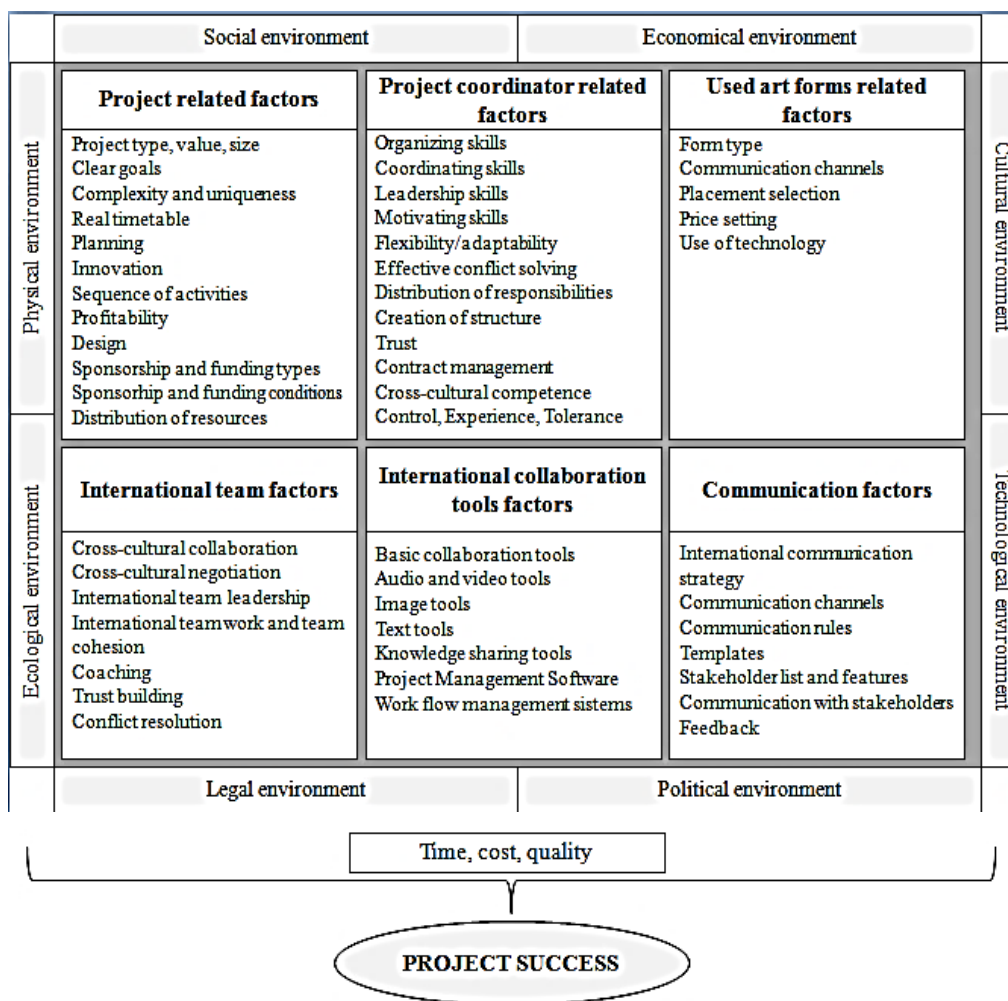


Fig. 1. International cultural project success evaluation model

2013: 8–10) on the basis of time, quality and cost required for implementation of factor. International cultural project success evaluation model is going to be empirically tested with four international cultural projects.

Description of European Capital of Culture projects

The “European Capital of Culture” project applications must include answers to seven topics: basic principles, structure of the programme for the event, organisation and financing of the event, city infrastructure, communication strategy, evaluation and monitoring of the event, additional information. As a result, applications for all approved European Capital of Culture projects have the same structure but represent different ideas, attitudes, programs and problems.

Aarhus European Capital of Culture 2017 (hereinafter referred to as Aarhus 2017)

This international cultural project distinguishes four stages of cultural and artistic sector development and the whole project: infrastructure 2010–2016, knowledge and competence development 2013–2016, project development 2013–2016, programme 2017 (Aarhus 2017 Foundation 2012:9). The idea behind the Aarhus 2017 project program is to rethink the meaning of urban and historical memory (Aarhus 2017 Foundation 2012:12). They seek to rethink the perception of the age-old society, the city’s links and openness, arts and creativity, raising challenges for cultural organizations and artistic communication, and valuing their views from a religious, cultural and national perspective (Aarhus 2017 Foundation 2012:12).

Kaunas European Capital of Culture 2022 (hereinafter referred to as Kaunas 2022)

The aim of the Kaunas 2022 project is to make Kaunas residents more culturally accessible, so that cultural organizations reach a larger audience, reach the audience from districts without focusing solely on their internal processes. Also there are created 40 cultural points. The aim is to keep youth in Kaunas, to change the emotional climate, to create new job positions, to refresh the multicultural memory of the city and to build long-term cooperation between cultural organizations.

Kaunas 2022 program is divided into four stages of implementation:

1. Ignition (2017–2018) – developing skills, strengthening local and expanding international partnerships;
2. Agitation (2019–2020) – community engagement activities, introduction of major projects, launch of public events;
3. Explosion (2021–2022) – in cooperation with all partners and local communities implementation of the 2022 program;
4. Legacy (2023 and beyond) – ensure the continuity of cooperation and active participation principles and program results (Kaunas 2022 2017:25).

The idea behind this project is the transition from temporary capital to contemporary.

Leeuwarden European Capital of Culture 2018 (hereinafter referred to as the Leeuwarden 2018)

The Leeuwarden 2018 program consists of three themes:

1. Nature and culture – an open laboratory for ideas on culture and natural heritage.
2. City and country – exchange of urban and suburban values.
3. Community and diversity – international empathy to understand the cultures of other people by enrich-

ing their own cultures (Foundation Kulturele Haadsted 2018 2013:5).

The objectives of the Leeuwarden 2018 project are to transform the community’s feelings through a cultural prism, create a legacy in Europe, solve social problems (child poverty, encourage youth to stay and entrepreneurs to return to the city), raise awareness of the region in the Netherlands, and create new and innovative tourism ideas based on cultural values (Foundation Kulturele Haadsted 2018 2013:4).

Matera European Capital of Culture 2019 (hereinafter referred to as the Matera 2019)

The goals of the Matera 2019 project are to ensure that the urban tourists they call “temporary residents” would visit cultural activities and even so after the end of the project, the number of “temporary residents” would increase. Each project and activity aims to open, learn and share its knowledge, thus creating cultural cartography for artistic planning, teaching in schools and universities, marketing and communication strategies, and improving local economic development. Project objectives:

1. Strengthening citizenship of a broad, open and diverse culture;
2. Strengthen international relations by creating the most creative bureaucratic movement;
3. To transform the city of Matera into the most important open culture platform in southern Europe (Fondazione di partecipazione Matera-Basilicata 2019 2014:8).

The application for Matera 2019 identifies five programs: Ancient Future, Continuity and Disruption, Utopias and Dystopias, Roots and Routes, Reflections and Connections. The aim is to change the reach and insights on the effects of cultural events in Matera, the region and southern Italy (Fondazione di partecipazione Matera-Basilicata 2019 2014:6–7).

Methodology

The number of critical success factors plays an important role in projects which has a crucial influence on project continuity and utility (Banihashemi et al 2017:13). Rodriguez-Segura et al. raised the hypothesis and found that not all critical success factors have the same impact on the project success and created models with critical success factors should be the most appropriate predictors and evaluations of the project success or identifying preliminary problems and risks in the project (Rodriguez-Segura et al 2016:5424). However, there is a lack of scientific articles on the project success of the cultural sector. **The aim of the study** is to test critical success factors of International Cultural Project Success Evaluation Model.

A qualitative research often used in social and humanitarian research will be carried out to analyze the activities and international cultural project success. The content analysis strategy will be used as a text analysis will be carried out – grouping, calculating and describing of critical success factors. Content analysis is a “statistical analysis of text units, such as measuring the character of a text in a number of words” (Kardelis 2016:133). It is selected evaluation research strategy which aims to test the International Cultural Project Success Evaluation Model.

The study general set is international cultural projects. The sample is selected on a selective basis by criteria. The following criteria are emerging from the research: (1) international projects European Capital of Culture; (2) has to be carried out in 2017; (3) unfinished projects – the year of

the European Capital of Culture closes differently. These criteria are chosen because of the large number of international projects carried out, the international cultural project of Kaunas 2022 proclaimed and won in 2017, performing the international cultural project Matera 2019, doing the internship in Matera, Italy, and the personal aspirations of the researcher to create the basis for evaluating the international cultural project success for future use.

In the course of this study it is planned to interview two project coordinators who are familiar with the activities carried out in all areas of the project and programs from each of these international cultural projects: Kaunas 2022, Matera 2019, Leeuwarden 2018 and Aarhus 2017. Qualitative research data collection methods are used two: interview and document collection. Using methodologies for interview and document analysis data collection and analysis, methodological triangulation will be performed in order to establish and verify the validity of the research and to fully describe the subject.

The semi-structured, standardized type of interview is used, when the questions and the whole procedure are pre-determined, no significant changes are made during the interview, and a data collection tool is created – a questionnaire in Lithuanian and English containing a clear question form. All informants are asked the same questions in the same sequence.

The data will be analyzed using the content analysis method since this method allows to select critical success factors and assign them to critical success factor groups. For content analysis a selected concept subset in the paragraphs will be sorted out by the categories (project related factors, project coordinator related factors, used art forms factors, international team factors, international collaboration tools factors, communication factors, international external environment factors, measurable factors) to subcategories.

Results

After the analysis of data collected during interview and document analysis, critical success factors used in the projects were indicated in the tables (Appendix 1), also the reasons why they are important in the project and why they affect the project success. Differences in responses may depend on various factors because projects have different programs, objectives and years when they are implemented.

Evaluation of international cultural project success

All international cultural projects that are under the study do not have yet a model for assessing the success or success of a project, but the projects have been scheduled to collaborate with the city university in the last year to evaluate an international cultural project according to a personally selected model and criteria at the end of the project. All investigated international cultural projects have set indicators for project success as it was requested by the “European Capital of Culture” application. The most important indicator of the international cultural project is to achieve the project success and to create value and future inheritance focusing on cooperation.

The Aarhus 2017 team collaborates with the Aarhus University, which together with the project team seeks to create a new model for project success and adapt it to future use. The model for evaluating their success will include the following areas: cultural impact, image and identity, economic impact, social impact, organizational and political impact, governance and funding impact (Aarhus 2017 Foun-

ation 2015:49). Aarhus 2017 has established 11 **Key Performance Indicators** that help them monitor the entire project, whether they are performing well and ensure that the six strategic objectives of the project are attained. The objectives of this project are to influence policy co-operation on socio-cultural development through cultural investment, to enhance excellence development, to develop strategic thinking in many events and new evaluation models, to create new co-operation between different organizations and institutions, to leave cultural heritage to cultural policy, to develop a new tourism strategy, to create a new sponsorship model and to cooperate between the business and the cultural sector (Aarhus 2017 Foundation 2015:50).

The Aarhus 2017 team is planning to implement the project's success evaluation by topics at three levels:

1. Macro level – creativity, innovation, cultural products and events, cultural dynamism, participation in cultural life, urban development and cultural differences, identity, sustainable environment, motives, urban communities, investment and activity levels, financial impact.

2. Mezzo level – the study of selected local communities, it is a case with high investment and innovative strategies.

3. Micro level – evaluation of individual projects by external analysts (Aarhus 2017 Foundation 2012:117).

The application of **Kaunas 2022** describes the risks and their management which are critical success factors: **financial** (budget management, budget use), **political** (political support), **media** (media communication), **management** (managerial changes, qualified specialists), **cultural relations** (involvement and cooperation of cultural representatives, volunteering, active participation) (Kaunas 2022 2017). This proves the importance of these areas in the project and their influence on project success. Also, the necessary competencies of the director and the **artistic director** are emphasized: the international experience in long-term cultural projects, the management of action complexity, knowledge in cultural documents and strategies, communication, support and marketing skills, reputation, complex human resource management skills. **Art director's competencies**: experience in international art and culture projects management, community engagement skills, program implementation strategy skills, local knowledge and experience in managing a skill enhancement program (Kaunas 2022 2017:91). These competences are detailed and described in more detail, but can be summarized in the competencies of the model for assessing the success of an international cultural project: experience, organization and coordination skills, leadership skills, trust, contract management, intercultural knowledge and control.

Kaunas 2022 seeks to create a platform for evaluation and control of the program which would be open to all and would be useful in developing cultural policies for cultural organizations. This project distinguishes **four evaluation steps**: preparatory periods on 2018 and on 2020, title year on 2022, the end of the program on 2024. An independent public opinion research agency has gathered the quality of the implementation of the program, the effectiveness of management models, the effectiveness of work methods, the economic impact of the program, and the effectiveness of impact strategies (Kaunas 2022 2017:14). The chosen indicators for the Kaunas 2022 project success are related to the objectives of the project and their fulfillment, expected impact and critical success factors are divided and described in three areas: cultural, social and economic.

Matera 2019 project application addresses innovative solutions and aims to be innovative which should bring success to the international cultural project. The aim is to measure the degree of satisfaction with the artistic programs and the interest in various cultural activities as well as the impact on the skills of cultural managers and city authorities staff. Their ambition is also to assess long-term effects and financial management. The **Matera 2019** team will present control and evaluation results and data in an open format to provide information for all researchers in the world and encourage sharing among recipients (Fondazione di partecipazione **Matera-Basilicata 2019** 2014:108–109). As stated their greatest evaluation will focus on the opinions of external factors and visitors as information about visitors' characteristics, age, job, gender, place of residence will be collected. **Matera 2019** has agreed on evaluation of the project, its control and the allocation of activities with the Head of Research at Institute of Cultural Capitals (Fondazione di partecipazione **Matera-Basilicata 2019** 2014:108).

Leeuwarden 2017 team collaborates with several universities and municipalities on project success evaluation. The evaluation is also carried out in four phases:

1. Inception.
2. Baseline and pre-European Capital of Culture interim evaluation.
3. Post-European Capital of Culture initial evaluation.
4. Longer-term evaluation of the impact and legacy of the European Capital of Culture (Foundation **Kulturele Haadsted 2018** 2013:113).

They seek to establish an independent evaluation team, which stakeholders and a group of experts will monitor their data collection and quality (Foundation **Kulturele Haadsted 2018**. 2013:113). **Leeuwarden 2017** has set and described 32 key performance indicators that will evaluate the project's results and impacts in various areas: economy and tourism, political and social environment, cultural access and participation, cultural vibrancy and sustainability, image and perception, governance and delivery process, etc. (Foundation **Kulturele Haadsted 2018** 2015:113–116).

Each international cultural project under the study provides indicators that are measured and evaluated in order to find out the success of the project. In each project indicators are different and the amount of them also differs. However, all projects used either success indicators or key performance indicators that are measurable in numbers and indicate which legacy will remain after the completion of project. Projects do not disclose other areas of evaluation such as the project itself, activities, teamwork but officially seek to investigate only the project results. To achieve the success indicators and results outlined in the projects there is a need to complete the necessary activities and successfully ensure their implementation and control, therefore, it would be useful to follow the critical success factors and the model for evaluation of the international cultural project success in order to achieve the desired results and to carry out the project activities smoothly and successfully. **Kaunas 2022** set up success factors/expected impact (**Kaunas 2022** 2017:12–13) but they are not similar to the critical success factors considered in the theory and are oriented towards the project impact on other organizations and groups and the results achieved by the project.

Finance, sponsorship and financial allocation were clearly described in all applications. Big attention and

importance is focused on the financial aspects which is why it is an important critical success factor. Also, each application often referred to communication and described the communication strategy in detail and communication rules. Although the evaluation documents did not mention critical success factors in the evaluation section but from the collected data in other sections and interviews it can be stated that the investigated international cultural projects use critical success factors, know their importance but they do not evaluate them.

Use of the International Cultural Project Success Evaluation Model

Project-related factors, international collaboration, project coordinator competencies, communication and external factors have the biggest influence on the international cultural project success. Used art forms and international cooperation tools critical success factors as critical success factors of management and control software systems are more adaptable to an individual project because they are strongly dependent on the project objectives and use of it, the importance depends on the project type and the sought results. The smallest influence have these critical success factors: **the international team leadership, price setting** (if the project activities are for free and it is not commercial), **used art forms' communication channels** because it could be used ordinary communication channels, **project management software and work flow management systems** because it could be done during meetings, using reports and these systems and software are used mostly on big scale project with a lot of activities at a time. The results are usually assessed using success criteria, not critical success factors, which can be used to integrate critical success factors with other success factors and evaluate the project's performance and results.

International Cultural Project Success Evaluation Model or part of its critical success factors can be used to evaluate project's individual activities from the programme, individual performances and events that create a complex and long-term project. Also, this model can be used for short-term projects as well, because even in the methodologies of long-term international cultural project success evaluation there are suggestions to make evaluation several stages and individual events.

The evaluation of international cultural project success is **measured at the stages of the project activity** in order to ensure that the activities are carried out to achieve the desired goals and evaluate the areas that need further improvement. However, the team of each international cultural project has to choose its own critical success factors for the project activity and evaluation from the completed model in accordance with its defined goals, ideas and ongoing programme. Success indicators are **individually selected** by each international cultural project team as they depend on the defined project goals. There is a possibility to use common success indicators: **time, quality and costs** that are needed and implemented in each international cultural project with priorities for the two selected indicators of the three. It is possible to pre-determine possible problems and avoid them by using the critical success factors of International Cultural Project Success Evaluation Model.

Conclusions

European Capital of Culture projects are planning to evaluate the project success after the completion of the project in cooperation with the selected university com-

munity or by setting up an independent evaluation team. European Capital of Culture projects have not been created or chosen the model for project success evaluation but have set success indicators or key performance indicators that will be used to evaluate project outcomes and long-term impact on the economic, political, social and cultural dimensions. The project success will be evaluated at several levels or stages. Great focus is on finance and communication. European Capital of Culture projects have not set up critical success factors in project success evaluation but they understand their importance.

All of the critical success factors identified in the International Cultural Project Success Evaluation Model have been identified as affecting the project success at least by one of the European Capital of Culture project. Project-related factors, international collaboration, project coordinator competencies, communication and external factors have the biggest impact on international cultural project success. Factors of the same groups influence time, quality and costs. Time, quality and costs remain one of the most important criteria for project success evaluation. The importance of other groups (used art forms, international collaboration tools) depends individually on the project and on its objectives.

Recommendations

All international cultural projects should identify critical success factors or other success indicators in the first phase of the project so that project team members know from the project start the desired results and achieve the required methods and activities. In this case the whole team will work purposefully and coordinated to ensure the project success.

For Aarhus 2017 project team together with the selected university is recommended to add critical success factors or

the information provided in this work in creation of a new international cultural project success evaluation model. It should be included in purpose to evaluate not only the results achieved during the project and the legacy created after it but also the activities carried out during the project. Then it will be clearer for other researchers or international cultural project coordinators on what activities they should focus on in order to achieve the established core performance indicators.

It is recommended for Kaunas 2022 project team to select two of the three time, cost and quality criteria that would be the priority criteria for the project implementation before the start of project programme. Also, project management software or a workflow management program, mandatory regular reports would help to better coordinate internal communication while team members are still working in different jobs on purpose to know about all the areas in the project.

The Leeuwarden 2018 project is proposed to identify critical success factors on the last year of the project when will be carried out a great number of programs and events, to help achieve the desired project results and to strengthen the team knowledge of orientation. Well-coordinated and planned teamwork is required to achieve the 32 key performance indicators.

Matera 2019 team is recommended to evaluate the project success in several stages and different activities. In this case there will be identified activities that will bring success to the project and which should be further improved. The Matera 2019 project could review and evaluate all external risk factors that could have a positive and negative impact on project performance. At the same time it is worth to evaluate existing stakeholders and use them for planning and to shorten the timing of delays.

1. Aarhus 2017 Foundation. 2012. Aarhus 2017 Candidate European Capital of Culture 2017. Prieiga: <http://www.aarhus2017.dk/en/about-us/publications/>, [Žiūr. 2017–05–19].
2. Aarhus 2017 Foundation. 2015. European Capital of Culture Aarhus 2017 / Strategic Business Plan. Prieiga: <http://www.aarhus2017.dk/en/about-us/publications/>, [Žiūr. 2017–05–19].
3. Alias, Z. et al. 2014. „Determining Critical Success Factors of Project Management Practice: A conceptual framework“, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 153:61–69.
4. Aquilani, B. et al. 2017. „A systematic literature review on total quality management critical success factors and the identification of new avenues of reasearch“, *TQM Journal*, 29(1):184–213.
5. Banihashemi et al. 2017. „Critical success factors (CSFs) for integration of sustainability into construction project management practices in developing countries“, *International Journal of Project Management*.
6. Binder, J. 2009. „The Global Project Mangement Framework: Communication, Collaboration and Management Across Borders“, *Strategic Direction*, 25(9):1–7.
7. Binder, J., Gardiner, P.D., Ritchie, J.M. 2010. „A model of success factors for Global Project Management“, *Project Perspectives (eds. International Project Management Association)*, 32:4–11. *The Project Management Association Finland*.
8. Brindge, M., DeVereaux, C. 2011. *The Arts Management Handbook*. New York: M.E. Shape.
9. Chan, A. P. C., Scott, D., Chan, A. P. L. 2004. „Factors affecting the success of a construction project“, *Journal of Construction Engineering Management*, 130(1):153–155.
10. Clarke, A. 1999. „A practical use of key success factors to improve the effectiveness of project management“, *International Journal of Project Management*, 17(3):139–145.
11. Eberlein, M. 2008. „Culture as a Critical Success Factor for Successful Global Project Management in Multi-national IT Service Projects“, *Journal of Information Technology Management*, 19(3):27–42.
12. Fondazione di partecipazione Matera-Basilicata 2019. 2014. Matera candidate city european capital of culture 2019. Prieiga: <http://www.matera-basilicata2019.it/en/mt2019/matera-2019-book.html>, [Žiūr. 2017–05–19].
13. Foundation Kulturele Haadsted 2018. 2013. Leeuwarden-Ljouwert's application for European Capital of Culture 2018. Prieiga: <http://www.2018.nl/en/downloads>, [Žiūr. 2017–05–19].
14. Frame, D. J. 2003. *Managing Projects in Organizations*. San Francisco: Jossey-Bass.
15. Ika, L. A. 2009. „Project Success as a Topic in Project Management Journals“, *Project Management Journal*, 40(4):6–19.
16. Young, T. L. 2007. *The Handbook of Project Management*. London: Kogan Page.

17. Judgev, K., Muller, R. 2005. „A Retrospective Look at Our Evolving Understanding of Project Success“, *Project management journal*, 36:23–24.

18. Kardelis, K. 2016. *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras.

19. Kaunas 2022. 2017. *Kaunas Šiuolaikinė Sostinė. Miestas kandidatas Europos kultūros sostinė*. Prieiga: <http://kaunas2022.eu/apie-europos-kulturos-sostine/>, [Žiūr. 2017–05–19].

20. Kealey, D. J. et al. 2005. „Re-examining the role of training in contributing to international project success: A literature review and an outline of a new model training program“, *International Journal of Intercultural Relations*, 29:289–316.

21. Kiznytė, J., Čiutienė, R., Dechange, A. 2015. „Applying Cultural Intelligence in International Project Management“, *PM World Journal*, 4(6):1–16.

22. Lientz, B., Rea, K. 2012. *International Project Management*. California: Academic Press.

23. Meredith, J. R., Mantel, S.J. 2009. *Project Management A Managerial Approach*. Hoboken: John Wiley & Sons.

24. Morris, P. W. G. and Hough, G. H. 1987. *The Anatomy of Major Projects: A Study of the Reality of Project Management*. John Wiley & Sons Ltd., Chichester.

25. Muller, R., Turner, R. 2007. „The Influence of Project Managers on Project Success Criteria and

26. Neverauskas, B. et al. 2010. *Projektų valdymas*. Vilnius: Technologija.

27. *Project Success by Type of Project*“, *European Management Journal*, 25(4):298–309.

28. Nokes, M. et al. 2003. *The definitive Guide to Project Management*. London: Pearson Education.

29. Parsanejad, M., Matsukawa, H., Teimoury, E. 2013. „A Comparative Framework for Measuring Project Success“, *Innovation and Supply Chain Management*, 7(1):6–18.

30. Pinto, J. K., Mantel, S. 1990. „The Cause of Project Failure“, *IEEE Transactions on Engineering Management*, 37:269–276.

31. Pinto, J. K., Slevin, D. P. 1987. „Critical Factors in Successful Project Implementation“, *IEEE Transactions of Engineering Management*, 34(1):22–28.

32. *Project Management Institute*. 2004. *Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)*. Pennsylvania: Project Management Institute.

33. Rodriguez-Segura, E. et al. 2016. „Critical success factors in large projects in areospace and defence sector“, *Journal of Business Research*, 69:5419–5425.

34. Sennara, M., Hartman, F. 2002. *Managing Cultural Risks on International Projects*. San Antonio: Project Management Institute.

35. Steffey, R. W., Anantmula, V.S. 2011. „International Project Proposal Analysis: Risk Assessment Using Radial Maps“, *Project Management Journal*, 42(3):62–74.

36. Varbanova, L. 2013. *Strategic Management in the Arts*. New York: Routledge.

37. Westerveld, E. 2003. „The Project Excellence Model: linking success criteria and critical success factors“, *International Journal of Project Management*, 21:411–418.

E-mail: rusne.jankunaite@gmail.com
 E-mail: jankauskaitedovile9@gmail.com

Appendix 1.

Use of project related factors

Project related factors	Project type	Value	Size	Clear goals	Complexity	Uniqueness	Real timetable	Planning	Innovation	Sequence of activities	Profitability	Design	Sponsorship and funding types	Distribution of resources
Aarhus 2017	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Kaunas 2022	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Leeuwarden 2018	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Matera 2019	+	+	0	+	+	+	0	+	+	+	0	+	+	+

Use of project coordinator related factors

Project coordinator related factors	Organizing skills	Coordinating skills	Leadership skills	Motivating skills	Flexibility and adaptability	Effective conflict solving	Distribution of responsibilities	Creation of structure	Trust	Contract management	Cross-cultural competence	Control	Experience	Tolerance
Aarhus 2017	+	+	+	+	+	+	+	+	+	0	+	+	+	+
Kaunas 2022	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	0
Leeuwarden 2018	+	+	0	0	+	+	+	+	0	+	+	+	+	+
Matera 2019	+	+	+	+	+	+	+	+	+	0	+	+	+	+

Use of used art forms related factors

Used art forms related factors	Fform type	Communication channels	Placement selection	Price setting	Use of technology
Aarhus 2017	+	+	+	+	+
KEKS 2022	+	o	+	+	+
Leeuwarden 2018	+	o	+	o	+
Matera 2019	+	+	+	o	o

Use of communication factors

Communication factors	International communication strategy	Communication channels	Communication rules	Templates	Stakeholder list and features	Communication with stakeholders	Feedback
Aarhus 2017	+	+	+	o	+	+	+
KEKS 2022	+	+	+	+	+	+	+
Leeuwarden 2018	+	+	+	+	+	+	+
Matera 2019	o	+	+	+	+	+	+

Use of international team factors

International team factors	Cross-cultural collaboration	Cross-cultural negotiation	International team leadership	International team work and team cohesion	Coaching	Trust building	Conflict resolution
Aarhus 2017	+	+	+	+	+	+	+
KEKS 2022	+	+	o	+	+	+	+
Leeuwarden 2018	+	+	o	+	o	+	+
Matera 2019	+	+	o	+	+	+	o

Use of external factors

External factors	Social environment	Economical environment	Cultural environment	Technological environment	Political environment	Legal environment	Ecological environment	Physical environment
Aarhus 2017	+	+	+	+	+	+	o	+
KEKS 2022	+	+	+	+	+	+	+	+
Leeuwarden 2018	+	+	+	+	+	+	+	+
Matera 2019	+	+	+	o	+	+	o	o

Use of international collaboration tools factors

International collaboration tools factors	Basic collaboration tools	Audio and video tools	Image tools	Text tools	Knowledge sharing tools	Project management software	Work flow management systems
Aarhus 2017	+	+	+	+	+	+	+
KEKS 2022	+	+	+	+	+	o	o
Leeuwarden 2018	+	+	+	+	+	o	+
Matera 2019	+	+	o	+	+	+	o

Use of time, quality and cost

	Time	Cost	Quality
„Aarhus 2017“	+	+	+
„Kaunas 2022“	o	o	+
„Leeuwarden 2018“	+	+	+
„Matera 2019“	+	+	+

УДК 65.014.1

Іванова Т.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки,
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

У статті проведено аналіз європейського досвіду залучення соціально-відповідальних інвестицій у діяльність підприємств. Надано класифікацію соціально-відповідальних інвестицій за такими ознаками: мета, тип, об'єкт, суб'єкт, рівень впливу, форми та інструменти, очікуваний вплив, результат, структура. Виявлено чинники, що впливають прийняття управлінських рішень щодо необхідності залучення соціально-відповідальних інвестицій: людські, екологічні, етичні, інші. У результаті дослідження виявлено необхідність у розробленні та впровадженні управлінських рішень щодо залучення соціально-відповідальних інвестицій у діяльність вітчизняних підприємств.

Ключові слова: інвестування, соціальна відповідальність, сталий розвиток, ESG, стратегія, управлінські рішення.

АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ

Іванова Т.В.

Предоставлена классификация социально-ответственных инвестиций по таким признакам: цель, тип, объект, субъект, уровень влияния, формы и инструменты, ожидаемое влияние, результат, структура. Выявлены факторы, которые влияют на принятие управленческих решений относительно необходимости привлечения социально-ответственных инвестиций: человеческие, экологические, этические, другие. В результате исследования выявлена необходимость в разработке и внедрении управленческих решений относительно привлечения социально-ответственных инвестиций в деятельность отечественных предприятий.

Ключевые слова: инвестирование, социальная ответственность, устойчивое развитие, ESG, стратегия, управленческие решения.

ANALYSIS OF INTERNATIONAL EXPERIENCE OF SOCIAL RESPONSIBLE INVESTMENT

Ivanova T.

The main objective of this study is to systematize the international experience of socially responsible investment in order to develop appropriate activities for the implementation of the most successful practices in the activities of Ukrainian enterprises. The article analyzes the European experience of attracting socially responsible investments in the activities of enterprises. A classification of socially responsible investments is provided according to the following criteria: goal, type, object, subject, level of influence, forms and tools, expected impact, result, structure. The factors that influence management decision making regarding the need to attract socially responsible investments are identified: human, environmental, ethical, and others. The study revealed the need for the development and implementation of management decisions on attracting socially responsible investments in the activities of domestic enterprises.

Keywords: investment, social responsibility, sustainable development, ESG, strategy, management decisions.

Постановка проблеми. Для підвищення результативності роботи вітчизняні підприємства прагнуть запроваджувати у свою діяльність інструменти, які сприятимуть їх міжнародній інтеграції та сталому розвитку. На сьогодні таким інструментом є впровадження принципів соціальної відповідальності та залучення соціально-відповідальних інвестицій. У розвинених країнах, зокрема у країнах європейського союзу, стали і відповідальні інвестиції є досить поширеним явищем, яке отримує підтримку у міжнародних інвесторів та організаціях. Тому дослідження теоретичних аспектів та розроблення практичних рекомендацій стосовно впровадження соціально-відповідального інвестування є досить актуальним для українських підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню соціальної відповідальності та залучення соціально-відповідальних інвестицій у діяльність підприємств різних галузей промисловості присвячено праці багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців, серед яких О. Брежнева-Срмоленко [1], В. Г. Годлевська [2], І. В. Леонова [4], С. Е. Сардак [5], В. М. Шаповал, І. А. Шаповал [7], Дж. Шорталл, С. Чоударі [8] та ін. При узагальненні думок зазначених вчених, на нашу думку, потребує подальшого вивчення практичний міжнародний досвід залучення соціально-відповідальних інвестицій, що сприятиме розробленню та впровадженню управлінських рішень на рівні вітчизняних підприємств щодо необхідності залучення соціально-відповідальних інвестицій.

Формулювання цілей статті. Основною метою даного дослідження є систематизація та обґрунтування положень щодо впровадження соціально-відповідального інвестування у практику українських підприємств. Для досягнення мети вирішуються наступні завдання: провести аналіз досвіду залучення соціально-відповідальних інвестицій у країнах ЄС; визначити класифікаційні ознаки соціально-відповідальних інвестицій; проаналізувати чинники щодо необхідності залучення соціально-відповідальних інвестицій. Для досягнення поставленої мети було використано загальнонаукові методи наукового пізнання, а саме: теоретичного узагальнення, систематизації, аналізу та синтезу.

Виклад основного матеріалу. На даний момент науковці у своїх роботах виділяють різну кількість стратегій соціально-відповідального інвестування. На нашу думку, більш повним є перелік, запропонований організацією Eurosif [3], яка виділяє наступні основні стратегії соціально-відповідального інвестування:

- Тематичне інвестування сталого розвитку (sustainability themed investment) – інвестиції в напрями, пов'язані зі сталим розвитком. Тематичні фонди зосереджуються на конкретних або численних питаннях, пов'язаних з ESG.
- Інвестиційний відбір найефективніших компаній (best-in-class investment selection) – підхід, за яким

Таблиця 1. Обсяги відповідального інвестування за стратегіями у ЄС, 2013–2015 р.

№ з/п	Стратегія соціального інвестування	Обсяг інвестування, млн євро		
		2013 р.	2015 р.	Темп приросту, у %
1.	Тематичне інвестування сталого розвитку	58 961	145 249	57
2.	Інвестиційний відбір найефективніших компаній	353 555	493 375	18
3.	Нормативний відбір	3 633 794	5 087 774	18
4.	Негативний відбір	6 853 954	10 150 595	22
5.	Інтеграція ESG критеріїв у фінансовий аналіз	1 900 040	2 646 346	18
6.	Взаємодія та голосування	3 275 930	4 270 045	14
7.	Інвестиції впливу	20 269	98 329	120

Джерело: складено на основі [3]

Таблиця 2. Класифікація соціально-відповідальних інвестицій

№ з/п	Класифікаційні ознаки соціальних інвестицій	Види соціальних інвестицій
1.	Мета інвестування	Забезпечення безпеки і стабільності суспільства. Підтримка існуючого і стабільного рівня виробництва товарів (робіт, послуг) суб'єкта інвестування. Підвищення ефективності виробництва і надання соціальних товарів і послуг. Збільшення обсягу соціальних товарів і послуг на одну особу. Придбання і впровадження нових або принципово нових соціальних технологій, продуктів або послуг.
2.	Тип інвестування	Безпосередньо. Опосередковано.
3.	Об'єкт інвестування	В об'єкти соціального середовища. У виробничі об'єкти соціальної спрямованості. В ноо- та креатосферу. У людський капітал.
4.	За суб'єктами інвестиційної діяльності	Особисті. Інвестиції домашніх господарств. Інвестиції суб'єкта підприємницької діяльності. Внески неприбуткових організацій. Асигнування з місцевого бюджету. Асигнування з державного бюджету.
5.	Рівень впливу реалізації інвестиційного проекту	Макрорівень (державний, міждержавний). Мезорівень (регіональний). Мікрорівень (окремі суб'єкти господарювання, домогосподарства).
6.	Форми та інструменти інвестування	З безпосереднім (прямим) позитивним ефектом для компанії. З розпорощеним позитивним ефектом для компанії. З непрямим позитивним ефектом для компанії. З опосередкованим позитивним ефектом для компанії.
7.	Очікуваний вплив на фінансові результати	Збільшення сукупних доходів компанії. Зменшення сукупних витрат компанії.
8.	За очікуваним результатом	Інвестиції з прямим соціальним ефектом; Інвестиції з розсіяним соціальним ефектом; Інвестиції з непрямим соціальним ефектом; Інвестиції з опосередкованим соціальним ефектом.
9.	Структурою витрат	Розвиток персоналу, Розвиток територіальних громад, Охорона навколишнього середовища та ресурсозбереження, Підтримання добросовісної ділової практики та дотримання етичних норм конкуренції тощо

Джерело: на основі [2; 4; 5; 7]

провідні або найефективніші інвестиції у міжнародній практиці, вибираються або зважуються на основі критеріїв ESG.

- Нормативний відбір (norms-based screening) – відбір інвестицій відповідно до їх відповідності міжнародним стандартам та нормам.

- Негативний відбір (exclusion of holdings from investment universe) – підхід, який виключає конкретні інвестиції або класи інвестицій з досліджень.

- Інтеграція ESG критеріїв у фінансовий аналіз (integration of ESG factors in financial analysis) – чітке включення керівниками активів ризиків та можливостей ESG у традиційний фінансовий аналіз та прийняття інвестиційних рішень на основі систематичного процесу та відповідних джерел досліджень.

- Взаємодія та голосування (engagement and voting on sustainability matters) – залучення та голосування з компаніями щодо питань ESG. Це довготривалий процес, який прагне вплинути на поведінку або збільшити розкриття інформації.

- Інвестиції впливу (impact investment) – інвестиції, здійснені в компанії, організації та фонди, з наміром породжувати соціальний та екологічний вплив разом із фінансовою віддачею. Ці інвестиції можуть бути здійснені як на ринках, що розвиваються, так і на розвинених, і націлювати ряд доходів з нижчого рівня ринкової ставки, залежно від обставин.

Соціально-відповідальне інвестування у країнах ЄС постійно розвивається. Згідно з дослідженням, проведеним організацією Eurosif [3] у 2016 році, темп річного приросту показників основних стратегій SRI у 2013–2015 роках складають від 14% до 57%, а «інвестиції впливу» – як і раніше найшвидше зростаюча стратегія – становить 120% (дані наведено у табл. 1). Безперечними лідерами соціально-відповідального інвестування в Європі залишаються Франція та Німеччина, а також Швейцарія та Англія. Їх частка на європейському ринку соціально-відповідальних інвестицій становить близько 75%.

Проте, для визначення впливу інвестицій на діяльність вітчизняних підприємств, а також для забезпечення ефективного управління ними, слід проаналізувати класифікацію соціально-відповідальних інвестицій. Запропонована нами класифікація наведена у табл. 2.

Однак, на нашу думку, на прийняття рішень щодо залучення інвестицій у діяльність вітчизняних підприємств, впливають також певні чинники. Їх класифікацію наведено у табл. 3.

Вважаємо, що існують фактори, які обмежують можливість розвитку соціально-відповідальних інвестицій в Україні:

1. Низька активність українського суспільства, бізнесу та держави у вирішенні питань сталого розвитку.

2. Певні розбіжності у напрямках розуміння та реалізації соціально-відповідального інвестування.

3. Небажання залучати у діяльність підприємства інвестиції, які не сприймає керівництво, оскільки не може оцінити актуальність даного питання.

4. Низький рівень обізнаності керівництва підприємства у питаннях соціально-відповідального інвестування.

5. Низький рівень інформованості населення країни щодо соціально-відповідального інвестування.

Разом з тим, можна визначити певні шляхи і способи подолання обмежень соціально-відповідальних інвестицій:

1. Збільшення рівня обізнаності керівників та працівників підприємства шляхом проведення семінарів, тренінгів.

2. Концентрація на тих проблемах сталого розвитку, які зрозумілі для населення України. Поступове розроблення заходів з долучення громади до інших проблем.

3. Створення програм на рівні держави, які підтримуватимуть підприємства, що залучатимуть соціально-відповідальні інвестиції (зменшення податків, надання пільг і т. д.).

На нашу думку основними перевагами від впровадження соціально-відповідальних інвестицій у діяльність вітчизняних підприємств є:

1. Залучення до додаткових інвестицій, що сприятиме розвитку підприємств.

2. Зростання рівня ефективності роботи персоналу через залучення більш досвідчених та мотивованих працівників.

3. Збільшення рівня інноваційності підприємства.

4. Удосконалення бізнес-процесів підприємства.

5. Формування позитивного іміджу та репутації компанії.

Отже, збільшення кількості реалізації проектів соціально-відповідального фінансування у практику діяльності вітчизняних підприємств, сприятиме вирішенню соціально-екологічних питань, розвитку та інтеграції на міжнародні ринки.

Висновки. Передумовою розвитку підприємницької діяльності в Україні є впровадження у їх практику принципів соціальної відповідальності. Виходячи з цього, існує потреба у аналізі досліджень щодо соціально-відповідального інвестування, для виділення найбільш ефективних практик у розвинених країнах світу, зокрема ЄС, з метою їх подальшого впровадження у діяльність вітчизняних підприємств.

На нашу думку, подальшого наукового обґрунтування потребує розроблення системи показників щодо оцінки ефективності залучення соціально-відповідальних інвестицій у діяльність українських підприємств.

Таблиця 3. Чинники необхідності залучення соціально-відповідальних інвестицій

№ з/п	Назва чинника	Характеристика
1.	Людський	Вирішення питань щодо дискримінаційної політики зайнятості, неналежних умов праці, експлуатації працівників, пагубних соціальних наслідків шкідливої людської діяльності.
2.	Екологічний	Контроль питань стосовно діяльності підприємства у екологічному аспекті: забруднення довкілля, раціональне використання ресурсів.
3.	Етичний	Регулювання діяльності підприємства щодо її відповідності моральним та релігійним традиціям суспільства, а також зниження кількості (відмова від) виробництва шкідливої продукції та послуг.
4.	Інші	Впровадження прозорої фінансової та нефінансової звітності. Врахування вимог інвесторів до корпоративного управління.

Джерело: на основі [4; 6]

1. Brezhneva-Yermolenko O. Social Investments as a Tool for Increasing the Social Capital of the Company. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*. 2015. Vol. 58, p. 58–67.
2. Годлевська В. Г. Класифікація соціальних інвестицій: обліково-аналітичний аспект. *Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституціональних змін та сталого економічного розвитку: матеріали II Міжн. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 25 листопада 2015 р.)*. Луцьк, 2015. С. 105–108.
3. *European SRI Study 2016 Revised edition*. URL: <http://www.eurosif.org/wp-content/uploads/2016/11/SRI-study-2016-HR.pdf> (дата звернення: 18.11.2018).
4. Леонова И. В. Социально ответственные инвестиции как инструмент формирования корпоративной социальной ответственности. *Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право*. 2013. № 5 (116). С. 69–77.
5. Мельничук Л. С. Сутність та значення соціальних інвестицій. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 11. С. 434–437.
6. Сардак С. Е. Зміст і спрямування соціально-відповідального інвестування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 19. С. 236–240.
7. Шаповал В. М., Шаповал І. А. Соціальні інвестиції як інструмент реалізації соціальних програм сучасних компаній. *Економіка підприємства: проблеми та перспективи розвитку: матеріали II всеукр. наук.-практ. конф. студ., асп. та молодих учен. (м. Дніпропетровськ, 25 грудня 2013 р.)*. Дніпропетровськ. 2014. С. 78–81.
8. Shortall J., Chowdhary S. *Introduction to Understanding and Accessing Social Investment: A Brief Guide for Social Entrepreneurs and Development Practitioners*. The SEEP Network. 2008. 33 p.

E-mail: tetyana.vivanova@gmail.com

УДК 005:658:339.9

Парсяк В.Н.

доктор економічних наук,
професор кафедри економіки та організації виробництва,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

Жукова О.Ю.

кандидат економічних наук,
викладач кафедри економіки та організації виробництва,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ЕКСПАНСІЇ ЗОВНІШНІХ РИНКІВ НЕВЕЛИКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Визначено економічні наслідки політичних перетворень, які відбулися в Україні в останні роки. Серед них – зміна векторів маркетингової діяльності невеликих підприємств. Запропоновано гіпотезу, за якою саме вони (через кількість, чисельність залученого персоналу, переваги у порівнянні з великими суб'єктами господарювання) здатні здійснити експортну «революцію», позбавивши націю статусу імпортозалежної. Визначено ключові етапи розробки стратегії експансії сегментів міжнародного ринку, до якої можуть вдаватися невеликі підприємства. У тому числі, через інтеграцію у глобальні ланцюги створення вартості та використання перспектив, які відкриває цифровізація світової економіки. Окреслено форми співпраці з іноземними партнерами: комерційні контракти, партнерства (спільна діяльність), об'єднання капіталів зацікавлених сторін.

Ключові слова: економіка, підприємництво, малі та середні підприємства, зовнішньоекономічна діяльність, менеджмент, маркетинг, стратегія, експансія, стратегічне управління.

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ЭКСПАНСИИ ВНЕШНИХ РЫНКОВ НЕБОЛЬШИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Парсяк В.Н., Жукова О.Ю.

Определены экономические последствия политических преобразований, которые произошли в Украине в последние годы. Среди них – изменение векторов маркетинговой деятельности небольших предприятий. Предложена гипотеза, согласно которой именно они (благодаря количеству, численности привлеченного персонала, преимуществ по сравнению с крупными субъектами хозяйствования) способны осуществить экспортную «революцию».

избавив нацию статуса импортозависимой. Определены ключевые этапы разработки стратегии экспансии сегментов международного рынка, к которой могут прибегать небольшие предприятия. В том числе, через интеграцию в глобальные цепи создания стоимости и использования перспектив, которые открывает цифровизация мировой экономики. Определены формы сотрудничества с иностранными партнерами: коммерческих контракты, партнерства (совместная деятельность), объединение капиталов заинтересованных сторон.

Ключевые слова: экономика, предпринимательство, малые и средние предприятия, внешнеэкономическая деятельность, менеджмент, маркетинг, стратегия, экспансия, стратегическое управление.

DEVELOPMENT OF EXPANSION STRATEGY FOR EXTERNAL MARKETS BY SMALL ENTERPRISES

Parsyak V., Zhukova O.

The economic consequences of political transformations, which occurred in Ukraine during last years, were defined. Among those is the change of direction of marketing activities of small and medium size enterprises. The hypothesis is put forward that it's up to them (due to their number, number of their staff, their advantages in comparison with big business entities) to make export "revolution", ridding the nation from import-dependant status. The key stages of strategy development of expansion to international market segments, which can be deployed by small and medium size enterprises were determined. Including strategies of integration into global value-chains and using opportunities provided by digitalization of world economy. The forms of cooperation with foreign partners were outlined: commercial contracts, partnership (joint ventures), blending of capitals of interested parties.

Keywords: economy, entrepreneurship, small and medium enterprises, foreign economic activity, management, strategy, expansion, strategic management.

Постановка проблеми. Відомі політичні події, що відбулися в Україні, мали, крім іншого, й економічні наслідки. Серед них, зміна важливих для бізнесу маркетингових орієнтирів, зумовлена наступними обставинами:

а) по-перше, спочатку уповільненням, а потім й згортанням відносин з партнерами у Російській Федерації. Втрата будь-якого ринку завжди болісна. Тим більше, коли йдеться про ринок величезний. Не скажимося на долю – сталося те, що сталося – і лише констатуємо сам факт події, яка відбулася;

б) по-друге, такими, що відкрилися, перспективами, проникнення на ті чи інші сегменти світових ринків. Не сказати, що раніше вони перебували поза межами доступу. Але навіщо було витрачати сили і кошти на просування своїх продуктів туди, де покупців розпещений шаленою за розмірами та різноманіттям пропозицією, а конкуренція сягає «точки кипіння». Тим більше, що існувала багатомільйонна армія не занадто вибагливих та традиційно прихильних покупців, розкиданих неосяжними територіями «від Москви до самих до околиць».

Особливий дискомфорт відчули, перш за все, власники малих та середніх підприємств (МСП). Воно й не дивно: тим у кого чисельність працюючих не перевищує, відповідно, 50 та 250 осіб, річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує межі, еквівалентної двом та 10 млн євро, обчисленої за середньорічним курсом НБУ, а балансова вартість активів – до чотирьох та 20 млн євро, вкрай складно накопичити необхідні для «перебудови» резерви, втримати кваліфіковані кадри, виконати незнайомі процедури щодо сертифікації продукції, отримати належну частку у затверджених квотах поставки того чи іншого товару.

Не без гордості констатуємо, що знайшлися ті, хто до наведеної трансформації віднісся обачливо, холоднокровно і спромігся дістатися неабияких успіхів. Йдеться, наприклад, про вітчизняних пасічників. Олігархів серед них, дякувати Богові, не спостерігається, а от професійні асоціації створено чи не в кожній області України. І от саме вони змогли наростити обсяги поставки за кордон продукції бджолярства настільки, що країна наша посіла у цьому сегменті

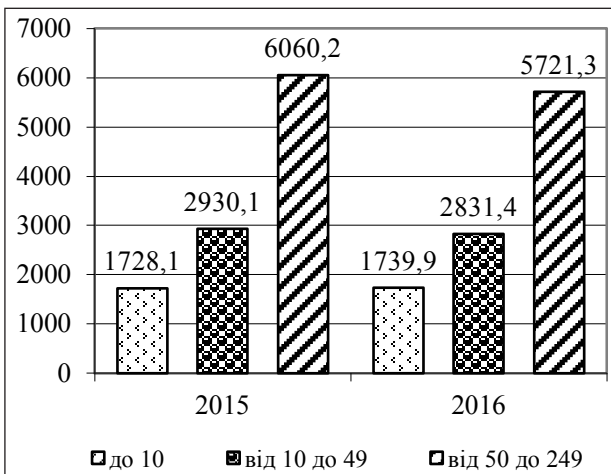


Рис. 1. Обсяги експорту, млн дол. США

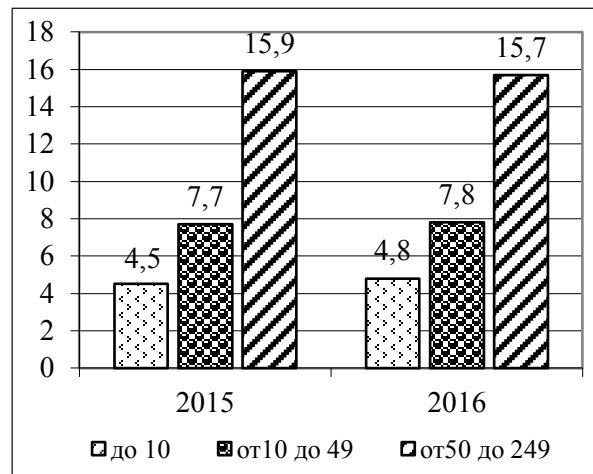


Рис. 2. Частка у загальному обсязі, %

Таблиця 1. Зовнішньоторговельний баланс України, тис. дол. США, [1]

Показники	Роки				
	2014	2015	2016	2017	2018 (місяці: 01–09)
Експорт	53901689,1	38127149,7	36361711,2	43264736,0	30910512,4
Імпорт	54428716,9	37516443,0	39249797,2	49607173,9	35914575,5
Сальдо	-527027,8	610706,7	-2888086,0	-6342437,9	-5004063,1

цілком пристойне місце у першій десятці світових постачальників. Перелік позитивних прикладів можна продовжувати.

З 2015 р. на сайті Державної служби статистики України [1] розміщується інформація, яка відкриває очі на внесок невеликих підприємств у експортну діяльність (рис. 1, 2).

Він, як бачимо, цілком співставний з їх масштабами: із зростанням розмірів рухається вгору і частка, яка припадає на мікро-, малі та середні підприємства. А усі разом «бізнес-гноми» (пробачте за таке казкове порівняння) за 2015–2016 рр. в середньому постачали закордонним споживачам без малого третину усіх експортованих Україною товарів. Водночас, якщо оперувати узагальненими показниками співвідношення експорту та імпорту, констатуємо їхній дисбаланс. Підтвердження – у табл. 1.

Очевидно, що впродовж останніх п'яти років (з приємним виключенням у 2015 р.) імпорт товарів стабільно перевищує експорт. Більше того, не має ніяких підстав говорити навіть, що вдалося вибороти позитивну динаміку зміни ситуації на краще. У 2017 р. від'ємне сальдо навіть зросло у порівнянні з 2014 р. на 5,8 млн дол. Якщо зважити на усі з добре відомих переваг невеликих підприємств, на їх абсолютне домінування у загальній кількості суб'єктів господарювання в Україні, а також на чисельність залучених до роботи співробітників (табл. 2) отримуємо підстави для сподівання, що саме вони здатні вчинити експортну «революцію», позбавивши українців принизливої насправді ролі імпортозалежної нації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ми не єдині серед тих, кого окреслена проблема не залишає байдужими. Так, наприклад, чисельні публікації наших попередників присвячені аналізу стану справ у зовнішньоекономічній сфері українського бізнесу [2; 3], перспективам залучення до неї невеликих підприємств [4], формат державної підтримки експорту [5; 6]. Але більшості з них не вистачає, як на нас, здорового прагматизму, який би став у нагоді кожному, хто зробив вибір на користь співпраці з закордонними партнерами. Цілком ймовірно, що вини – з іншого боку державного кордону – теж пориваються до неї, шукаючи відповідної користі. Тож справа за малим: набуваємо відповідних компетенцій і рушаймо на зустріч один до одного.

Постановка завдання. Виходячи з вищевикладених міркувань, ставимо собі за мету визначити головні кроки малих та середніх підприємств (МСП) на шляху до омріяної цілі – експансії того, що для більшості з них поки що виглядає як Terra Incognita. Але, не в останню, чергу, саме з цієї причини вона стає ще більш привабливою.

¹ У більшості з відомих нам випадків вони уособлені однією постаттю.

² На другому виконується низка формальностей, передбачених законодавствами країни експортера та імпортера. Але це – предмет окремої розмови.

Основні результати дослідження. Прийняття власниками або менеджментом¹ МСП рішення про поширення бізнес-активності за межі власної країни поділяється на два етапи. Впродовж першого² – ключового, як на нас, вибудовують стратегію роботи на закордонних ринках. А оскільки експорт – невід'ємна частина зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) на нього поширюються наступні аксіоми:

вона, поза сумнівом, є специфічним продовженням господарської діяльності, започаткованої засновниками підприємства (не залежно від його місця у життєвому циклі й бізнес-орієнтації). Якщо це – маркетинг, як у нашому випадку, то у його міжнародній іпостасі;

покликання ЗЕД полягає, природно, у досягненні цілей підприємства, як поточних, так і віддалених у часі. Серед головних – збільшення доходів на капітал, інвестований у бізнес, з дотриманням принципів соціальної відповідальності, які складають основу концепції сталого економічного розвитку. Позбавляючи шановних читачів суто академічних сентенцій, зауважимо лише: якщо ви навчилися бездоганно шити одяг з натурального хутра, перспективи продати його, наприклад, на європейському ринку виглядають більш ніж сумнівними, оскільки питання захисту оточуючого середовища перебувають там у самому центрі суспільної уваги;

поставившись до ЗЕД, як до такої, що відбуватиметься впродовж тривалого часу, маємо по відношенню до неї застосовувати методи стратегічного управління. Це означає, якщо бути лаконічним, що кожного разу, коли змінюватимуться умови здійснення експортних операцій, потрібно вдаватися до відповідного корегування, а у разі потреби – до кардинальної зміни визначених попередньо маркетингових цілей або обраних векторів руху до них.

Змістовного наповнення стратегії зовнішньоекономічної діяльності залежатиме від глибини та характеру господарських зав'язків підприємства із міжнародними ринками, що склалися до тепер. Відповідні варіанти, підказані спостереженням за вітчизняною практикою, наведені на рис. 3. Очевидно, розмірковування щодо звернення до міжнародних ринків у кожному з окреслених випадків матимуть особливу мотивацію:

– побоювання економічного спаду, зменшення купівельної спроможності громадян у власній країні та, як наслідок, перенесення центру тяжіння підприємницької активності за її межі;

– вмотивоване прагнення набути в очах певних суспільних кіл репутацію успішного експортера;

– бажання покращити використання наявних виробничих потужностей;

– необхідність технічного переоснащення бізнесу або його трансформації із прагненням отримати на міжнародному ринку необхідні для цього кошти для здійснення закордонних інвестицій. Звернемо увагу, що вітчизняний бізнес (за даними на початок 2018 р.)

інвестував в економіку країн світу (у акціонерний капітал та боргові інструменти) 6579,8 млн дол. США. У порівнянні з прямими іноземними інвестиціями в Україну (47 593,1 млн дол. США) це 13,82% [9]. Йдеться про легалізовані обсяги. Скільки інвестовано з офшорних рахунків, можна лише здогадуватися;

– сподівання збільшити рентабельність господарської діяльності за рахунок сприятливої міжнародної кон'юнктури. Як тут не згадати про експортовані українські продукти рослинного походження. За дев'ять місяців 2018 р. їх було продано закордонним замовникам на суму 6632,4 млн дол. США [10]. Одна біда – домінує у номенклатурі, що пропонується до поставок, сировина. Нема потреби доводити, що продаж продуктів глибокої переробки була б ефективнішою;

– створення умов для продовження життєвого циклу певного товару або збалансування сезонних коливань попиту на нього завдяки продажам на новому ринку;

– подолання ускладнень, пов'язаних із насиченням внутрішнього попиту на відповідну продукцію.

Зрозуміло, що цей перелік не є вичерпним і може бути продовжений. Як, власне, і реєстр причин, які стримують бажання займатися міжнародним бізнесом. Серед них, зокрема:

перевищення витрат на підготовку до експорту (модифікація товару, створення збутової мережі, стимулювання збуту) у порівнянні із видатками на розширення збуту всередині країни;

занадто малі розміри підприємства для створення достатніх передумов щодо успішного протистояння невідомим поки що іноземним конкурентам;

«безмежність» та ризикованість (йдеться, скажімо, про неочікуване застосування антидемпінгових заходів проти експортерів) закордонного ринку у порівнянні із знайомим та відносно безпечним ринком внутрішнім;

система відносин та цінностей, звичайних для співробітників підприємства і країни, резидентом якої воно є, суттєво відрізняється від культури держав, де розташовані потенційні покупці. Спробуйте запропонувати найсмачніше українське сало (навіть у шоколаді) мусульманським споживчим спільнотам і ви миттєво у цьому переконайтеся.

Грунтуючись на наведених роздумах, наголошуємо: ЗЕД і експорт, зокрема, вважатимуться доцільними тоді, коли є економічно ефективними. Якщо погодитись із запропонованою гіпотезою, стає зрозумілим: перш ніж розпочати оформлення закордонного відрядження, варто спочатку визначитися, щодо майбутнього розв'язання актуальних для підприємства проблем всередині країни. І лишень потім, коли за наслідками проведеного дослідження виявиться, що з'ясовані ризики домінують над шансами, а загрози переважають сприятливі можливості – час «збирати валізи» або готуватися до прийому дорогих (буквально та у переносному сенсі) іноземних гостей. Якщо сталося саме так, на часі аутодіагностика підприємства,

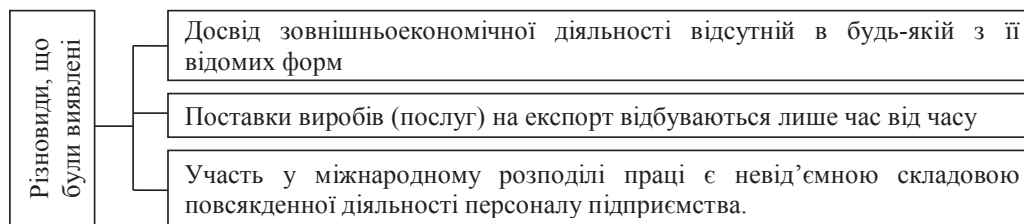


Рис. 3. Характер зав'язків підприємства з закордонними партнерами

Таблиця 2. Малі та середні підприємства у складі вітчизняних суб'єктів господарювання

Роки	Кількість підприємств, одиниць				Частка, %			
	Великих	Середніх	Малих ¹	Разом	Великих	Середніх	Малих	Середі та малі разом
2010	586	21343	68311	90240	0,65	23,65	75,70	99,35
2011	659	21059	71083	92771	0,71	22,70	76,59	99,29
2012	698	20550	68103	89351	0,78	23,00	76,22	99,22
2013	659	19210	65021	84890	0,78	22,63	76,59	99,22
2014	497	16618	55159	72274	0,69	22,99	76,32	99,31
2015	423	15510	47555	63488	0,67	24,43	74,90	99,33
2016	383	15113	49298	64794	0,59	23,32	76,09	99,41
2017	399	15254	52324	67977	0,59	22,44	76,97	99,41
Роки	Кількість зайнятих працівників, тис. осіб				Частка, %			Середі та малі разом
2010	2400,3	3413,8	1417,9	7232,0	33,19	47,2	19,61	66,81
2011	2449,0	3273,5	1411,6	7134,1	34,33	45,89	19,78	65,67
2012	2484,2	3188,2	1434,2	7106,6	34,96	44,86	20,18	65,04
2013	2383,7	3054,2	1376,1	6804,0	35,03	44,89	20,08	64,97
2014	1915,1	2766,4	1138,3	5819,8	32,91	47,53	19,56	67,09
2015	1708,6	2632,7	960,1	5301,4	32,23	49,68	18,09	67,77
2016	1586,6	2650,0	1057,0	5293,6	29,97	50,06	19,97	70,03
2017	1560,9	2623,8	1081,5	5266,2	29,64	49,82	20,54	70,36

¹ Без врахування суб'єктів мікропідприємництва
Розраховано, ґрунтуючись на відомостях з [7; 8]

в іпостасі потенційного експортера. Аналіз, до якого вдаються з цього приводу, передбачає:

1. Вибір перспективних міжнародних ринків для збуту продукції. У цьому контексті корисно проаналізувати чинні ланцюги створення вартості, аби поставити собі на службу, чому б і ні, переваги глобалізації. Якщо її не зупинити, то чому б не інтегруватися до роботи відомих світових постачальників, запропонувавши їм партнерство та сконцентрувавшись на бізнес-процесах, які підприємство виконує краще або дешевше за будь-кого іншого.

2. Окреслення вичерпного переліку виробів та послуг, якими можливо зацікавити потенційних споживачів за кордоном. Добре було б відразу визначити їхній код за класифікацією товарів, прийнятою у відповідній країні.

3. Вивчення умов організації бізнесу за межами країни: і впродовж пошуку сегментів ринку, найбільш вигідних для експансії, і при розробці планів діяльності підприємства на вже освоєних. Чинники, які впливають на умови експорту узагальнено у табл. 3. Завдання полягають у тому, аби оцінити що їм сприяє, а що, навпаки, може справити гальмівний ефект.

4. З'ясування вимог зовнішнього ринку (і покупців, власне, і відповідних законодавчих обмежень) до споживчих властивостей продукту, запропонованого підприємством. Серед найголовніших:

а) якість товару. Її оцінюють за допомогою широкого кола показників: призначення, надійності, технологічності, естетичності (стильова відповідність, колірний колорит), ергономічності (відповідність особливостям людського організму). Важливо розуміти: які саме атрибути та якою мірою є першорядними для іноземного покупця; чи доцільно витратитись на покращення споживчих характеристик товару, який вже перебуває у виробництві;

б) відповідність стандартам (екологічним, уніфікації продукції, безпеки та захисту здоров'я споживачів), чинним у країнах, де перебувають імпортери. Маємо виходити з того, що продавець несе відповідальність за свій товар і після того, як він опинився у користуванні нового власника;

в) патентна чистота. Забезпечується, якщо продуцент має державний патент (на власні оригінальні технічні рішення, використані при виробництві товару) або придбану ліцензію;

г) конкурентоспроможність товару.

5. Спостереження за рівнем світових цін та тенденціями їх зміни. Світовими вважається ціни:

– відповідно до яких здійснюються великі обсяги експортно-імпортних операцій на умовах, звичайних для більшості ринків;

– ті, які застосовуються у регулярних угодах на найважливіших ринках.

Найбільш цікаво дізнатися про ціни укладених та виконаних контрактів (але, зазвичай, відомості про них – конфіденційні), ціни аукціонів, біржові котирування (оприлюднюються міжнародними товарними біржами); довідкові та прейскурантні ціни, а також ті, що публікуються у спеціалізованих періодичних виданнях. Заслужують на увагу, звичайно, й індекси цін на товари експорту, а також чинники, вплив яких визначає рівень та динаміку зміни: купівельна спроможність споживачів, рівень конкуренції, державне регулювання системи ціноутворення, тенденції щодо курсів валют.

6. Декларування свого прагнення до співпраці з закордонними партнерами на офіційному сайті підприємства. Приналежність до будь-якої категорії невеликих, не звільняє від необхідності створити його та підтримувати у стані, який відповідає технічним та естетичним нормам тієї чи іншої країни. Більш того, Світове павутиння – прийнятне середовище для організації он-лайн продажів у власному Інтернет-магазині. Не маєте відповідного досвіду – скористайтеся співпрацею з потужним електронним комерсантом, постачаючи йому свої продукти оптом.

7. Визначення посередників й помічників із збуту, які надають професійний супровід товарам підприємства на сегменті міжнародного ринку, призначеному для проникнення (йдеться про торгові дома, про агентів, представників, дистриб'юторів). Вони пропонують цілу низку різноманітних послуг (відшукати закордонного партнера, оформити необхідні документи та виконати відповідні митні процедури, забезпечити транспортно-експедиційне обслуговування, післяпродажний сервіс тощо). Схеми експорту за посередництвом наведені на рис. 4.

Для кожної з них обирають організаційну форму партнерства:

а) експорт, умови якого визначаються терміновими контрактами. Після виконання сторонами взаємних зобов'язано, вони втрачають чинність;

Таблиця 3. Чинники впливу на умови здійснення експортно-імпортних операцій

Назва	Найважливіші характеристики
Демографічні	Чисельність населення та його статевовікова структура. Розміщення на території країни. Щільність населення. Його вікова структура. Народжуваність. Смертність. Етнічна і релігійна структура населення
Економічні	Темпи економічного зростання та обсяги виробництва і товарообігу. Купівельна спроможність населення, рівень та розподіл його поточних доходів, витрат та заощаджень. Рівень інфляції. Загальногосподарська кон'юнктура. Система оподаткування. Зміни в структурі споживання громадян. Еластичність споживання.
Природно-екологічні	Кліматичні умови країни. Вимоги щодо екологічної безпеки продуктів, які планується запропонувати споживачам
Технологічні	Темпи технологічних змін у контрольованій і суміжній галузях. Інноваційний потенціал найближчих конкурентів. Жорсткість вимог до рівня безпеки технологічних нововведень
Політико-правові	Стан законодавства, що регулює господарську діяльність. Державна економічна політика. Вплив громадськості на характер рішень, прийнятих державними органами. Політична стабільність, зміст урядових програм та програм провідних політичних угруповань; експортно-імпортної діяльності та діяльності іноземних суб'єктів
Соціально-культурні	Особливості культурних і моральних цінностей споживачів. Форми субкультур. Рівень освіти мешканців; ступінь прихильності традиційним культурним цінностям; відношення до світобудови, природи, суспільства; самооцінка; схильність до впливу референтних груп; життєва позиція; стиль та спосіб життя

б) співпраця в межах угоди про спільну діяльність (тепер ще говорять про «партнерство»), коли сторони на погоджений термін (інколи – на невизначений) домовляються діяти разом для отримання прибутку без створення юридичної особи. З огляду на обставини, які склалися, партнери можуть об'єднати свої активи (грошові кошти, інше майно, професійні знання, навички та вміння, ділову репутацію та зв'язки) і не робити цього, якщо відсутня потреба у такій інтеграції. Договір про спільну інвестиційну діяльність за іноземним партнером підлягає державній реєстрації. Спільна діяльність припиняється, коли, зокрема, одна із сторін або усі разом втрачають до неї інтерес; спливає термін дії угоди; за умов досягнення поставленої попередньо мети тощо;

в) діяльність, задля здійснення якої сторони вдаються до створення господарської організації або інвестор купує частку у тієї, яка вже існує. Наведемо декілька причин, з яких відбувається саме так, а не інакше:

- нездоланим є бажання миттєво опанувати вже існуючі канали товароруку та скористатися накопиченим маркетинговим досвідом протилежної сторони;
- влада країни імпортера або забороняє створення підприємств із стовідсотковим іноземним капіталом, або ставиться до них не так, щоб доброзичливо;
- бракує власного капіталу для того, аби скористатися потенціалом привабливого закордонного ринку.

Природно, що кожний із інвесторів намагається запропонувати до об'єднання свої найсильніші індивідуальні якості, оскільки це, з одного боку, впливає на розмір частки у статутному капіталі знову створеного підприємства, а з іншого – посилює ділові позиції останнього на ринку (рис. 5).

Створення підприємства разом із іноземним інвестором відбувається з дотриманням наступної послідовності (ми не згадуємо попередні етапи: визначення предмету спільної діяльності та пошуку бізнес-партнера):

1. Проведення перемовин між представниками сторін з обговоренням низки важливих питань (щорічні обсяги продажів продукції підприємства та її виробництва; потреби в інвестиціях у основний та оборотний капітал, частки та форм внесків кожного з партнерів (гроші, обладнання, торгові марки тощо), покриття браку коштів за рахунок кредитів із визначенням фінансово-кредитної установи щодо вирішення цієї проблеми; перспективи використання прибутку на етапах життєвого циклу підприємства; склад та структура органів управління. Для господарського товариства: правління, наглядової ради, ревізійної комісії.

2. Укладання угоди про наміри із викладенням результатів дискусій, що відбулися. Важливо при багаторандових переговорах (залишається згадка про узгоджені домовленості), а також створюється підґрунтя для підготовки установчих документів.

3. Розробка бізнес-плану нового підприємства, за допомогою якого оптимізуються рішення щодо його майбутнього. Йдеться, зокрема, про розміри та порядок формування статутного капіталу, терміни проектування та будівництва необхідних приміщень, створення збутової мережі та її маркетингового підкріплення, підготовку персоналу.

4. Розробка проектів статутних документів, обговорення та узгодження їхнього змісту на зустрічах експертів кожної із сторін і, нарешті, підписання уповноваженими особами.

5. Державна реєстрація статутних документів та іноземної інвестиції відповідно до чинного законодавства країни.

Висновки. 1. Негативне сальдо зовнішньої торгівлі нашої країни – свідчення несприятливого бізнес-клімату, який не заохочує розвиток активності вітчизняних суб'єктів господарювання до участі у міжнародному розподілі праці через, зокрема, інтеграцію у глобальні ланцюги створення власності. 2. Одночасно, є підстави вважати, що власники малих та середніх підприємств мали б докладати більше зусиль



Рис. 4. Схеми опосередкованого експорту¹

Примітка: ¹ Прямий експорт кінцевому споживачеві теж не виключений. Він навіть має низку переваг: відносно вища віддача від здійснених інвестицій у міжнародний маркетинг; посилення конкурентних переваг через нижчу ціну продажів; розуміння вимог та потреб клієнта, невикривлене баченням посередника. Тож добре, якщо комусь поталанти. Але з досвіду відомо, що це скоріше щасливий виняток, а ніж правило. Виключення, хіба що, – продажі через Інтернет, які набувають поширення у цифровій економіці.

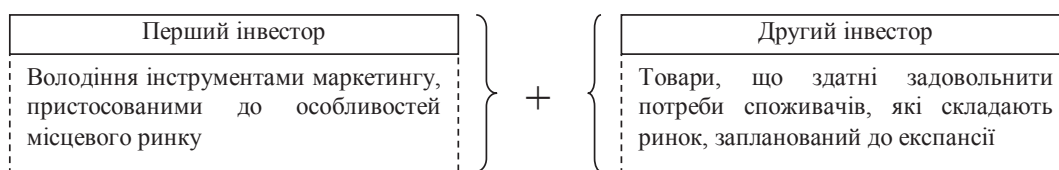


Рис. 5. Варіанти об'єднання активів імпортера та експортера

для бодай поступового втягування свого бізнесу у міжнародний маркетинг. Через це їм відкрилися б нові перспективи піднесення започаткованої справи завдяки стиканню з досвідом роботи закордонних партнерів, сприйняттю технологій товарно-грошових обмінів, що позитивно зарекомендували себе у світі. 3. Аби сталося саме так, потрібно ретельно опрацю-

увати стратегію зовнішньоекономічної діяльності. Виявляється, що на цьому шляху мають бути виконані взаємопов'язані операції, які у сукупності формують лінію поведження експортера, здатну привести його до омріяної мети, зробити присутність на зовнішніх ринках економічно ефективною завдяки збільшенню продажів, посиленню ділової репутації.

1. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 30.11.2018).

2. Тюрина Н.М., Карвацка Н.С., Назарчук Т.В. Зовнішньоекономічна діяльність України: оцінка стану, проблеми та чинники впливу на розвиток. Вісник Хмельницького національного університету. 2017. № 2. Т. 7. С. 147–154.

3. Заєць В.П. Сучасні проблеми зовнішньоекономічної діяльності України. URL: <http://intkonf.org/zaets-vp-suchasni-problemi-zovnishnoekonomichnoyi-diyalnosti-ukrayini/> (дата звернення: 14.11.18).

4. Levy B., Berry A., Nugent J. B. Fulfilling the Export Potential of Small and Medium Firms. Boston: Kluwer Academic Publishers. 1999. 288 p.

5. Белінська Я.В. Державна підтримка експорту: зарубіжний досвід та уроки для України. Стратегічні пріоритети. 2006. № 2. С. 120–131.

6. Фліссак К.А. Механізм державної підтримки експорту у підвищенні стійкості економіки. Actual problems of international relations. Release of 118 (part II). 2014. С. 134–141.

7. Кількість суб'єктів великого, середнього, малого та мікронідприємництва за видами економічної діяльності. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm (дата звернення: 3.12.18).

8. Кількість зайнятих працівників у суб'єктів великого, середнього, малого та мікронідприємництва за видами економічної діяльності. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm (дата звернення: 3.12.18).

9. Прямі інвестиції (акціонерний капітал та боргові інструменти) з України. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 3.12.18).

10. Товарна структура зовнішньої торгівлі за 9 місяців 2018 року. Державна служба статистики України. Статистична інформація. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 3.12.18).

E-mail: vladimir_parsyak@ukr.net

УДК 336.225.682:336.226.322

Тютюнник І.В.

кандидат економічних наук, доцент, докторант,
старший викладач кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

Котенко Н.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

СВІТОВІ ПРАКТИКИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

У статті досліджено роль та місце податків в структурі надходжень бюджету, обґрунтовано доцільність дослідження ПДВ як одного із основних бюджетоутворюючих податків в Україні та країнах Європейського союзу. Проаналізовано економічну сутність податкового розриву як індикатора ефективності політики адміністрування податків та зборів та визначено найбільш поширені методи оцінки обсягу податкових розривів в економіці. Дано міжнародний досвід оцінки податкових розривів за ПДВ і на основі проведеного порівняльного аналізу участі країн світу в процесах адміністрування ефективності стягнення ПДВ, зроблено висновок про значну диференціацію підходів та суттєві відмінності в законодавчому регулюванні даних процесів. Доведено, що на сучасному етапі розвитку економіки України ключовим вектором ефективної політики в сфері детінізації економіки є інтеграція найкращих світових практик державного регулювання та контролю за повнотою та своєчасністю сплати ПДВ.

Ключові слова: податковий розрив, ПДВ, тінізація доходів, міжнародний досвід, адміністрування податків, оцінка розриву.

МИРОВЫЕ ПРАКТИКИ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ

Тютюнник І.В., Котенко Н.В.

В статті досліджено роль і місце податків в структурі надходжень бюджету, обґрунтовано доцільність дослідження НДС як одного із основних бюджетоутворюючих податків в Україні та країнах Європейського союзу. Проаналізовано економічну сутність податкового розриву як індикатора ефективності політики адміністрування податків та зборів та визначено найбільш поширені методи оцінки обсягу податкових розривів в економіці. Дано міжнародний досвід оцінки податкових розривів за НДС. На основі проведеного порівняльного аналізу участі країн світу в процесах адміністрування ефективності стягнення НДС, зроблено висновок про значну диференціацію підходів та суттєві відмінності в законодавчому регулюванні даних процесів. Доведено, що на сучасному етапі розвитку економіки України ключовим вектором ефективної політики в сфері детінізації економіки є інтеграція найкращих світових практик державного регулювання та контролю за повнотою та своєчасністю сплати НДС.

Ключевые слова: налоговый разрыв, НДС, тенезация доходов, международный опыт, администрирование налогов, оценка разрыва.

GLOBAL PRACTICES OF CONSTRUCTION OF THE SYSTEM OF ADMINISTRATION FOR VALUE ADDED TAX

Tiutiunyk I., Kotenko N.

The article investigates the role and place of taxes in the structure of budget revenues. The expediency of study of VAT as one of the main budget-forming taxes in Ukraine and the countries of the European Union is substantiated. The economic essence of the tax gap as an indicator of the effectiveness of the policy of administering taxes and duties is analyzed. The most common methods for estimating the volume of tax gap in the economy are determined. The international experience of estimating tax gap for VAT is analyzed. On the basis of the comparative analysis of the participation of the countries of the world in the processes of administering the efficiency of VAT collection, it was concluded that significant differentiation of approaches and differences in the legislative regulation of these processes. It is proved that at the present stage of development of the economy of Ukraine the key vector of effective policy in the field of unshadowing of the economy is integration of the best world practices of state regulation and control over completeness and timely payment of VAT.

Keywords: tax gap, VAT, shadow income, international experience, tax administration, gap estimation.

Постановка проблеми. Однією із найбільш актуальних проблем сучасності в сфері економічних відносин є дефіцит фінансових ресурсів, що формуються та акумулюються на рівні держави. Переважна більшість країн з перехідною економікою, середнього та низького рівня розвитку відчувають значний обсяг дефіциту бюджетних коштів та неможливість покриття всіх витратних статей бюджету, спрямованих на виконання державою своїх функцій.

Одним із найбільш вагомих джерел формування надходжень до бюджету є податкова складова. Саме податкові надходження виступають інструментами прямого і непрямого впливу на економіку держави, розвиток окремих підприємницьких структур та галузей економіки. За допомогою податків здійснюється перерозподіл доходів між різними соціальними групами населення, реалізується вплив на рівень цін, обсяг виробництва, частку окремих галузей економіки в загальному валовому випуску продуктів та послуг.

Як свідчать результати дослідження одним із основних бюджетоутворюючих податків не лише в Україні, а й в світі, в цілому, є податок на додану вартість, частка якого в структурі надходжень державного бюджету коливається в діапазоні 5–10% ВВП, а в загальному обсягу податкових надходжень – 12–42%. Як свідчать наведені на рисунку 1 дані, питома вага ПДВ в структурі податкових надходжень бюджету для різних країн світу суттєво відрізняється.

Так, якщо для США, Японії та Австралії вона не перевищує 12%, то в Новій Зеландії дане значення знаходиться на рівні 30%, а в Китаї взагалі складає 42% від загальної суми податкових платежів. В Україні за результатами 11 місяців 2018 року частка ПДВ в структурі загальних доходів бюджету складала 41%, в т. ч. 32,06% – податок на додану вартість з імпортованих товарів, а в структурі податкових надходжень – 50,37% [2].

Зважаючи на вагомий роль ПДВ в процесах наповнення державного бюджету, важливого значення набуває аналіз повноти та стабільності його надходження, оскільки саме від цього здебільшого залежить своєчасність фінансування видаткової частини бюджету. Крім того, здійснення будь-яких нелегальних дій з приводу

мінімізації обсягу податкового зобов'язання за ПДВ в більшій мірі, по відношенню до інших платежів, негативно впливає на економічний розвиток держави.

ПДВ є одним із небагатьох непрямих податків, специфічною характеристикою якого є можливість прямого повернення частини коштів з бюджету у вигляді податкового кредиту за умови його перевищення над сумою податкового зобов'язання. Враховуючи дану особливість ПДВ, суб'єктами господарювання – платниками податку розроблена значна кількість схем та механізмів навмисного завищення сум податкового кредиту.

Наявність ефективної, справедливої та дієвої нормативної бази функціонування ПДВ не забезпечує повноти та своєчасності його сплати. Досить часто наявність широкого спектру пільг та особливих умов нарахування даного податку використовується платниками податків з метою необґрунтованого отримання пільг.

Зазначені особливості формують передумови до посилення контролю за ефективністю адміністрування процедур нарахування та сплати ПДВ податковими органами, а не на його нормативному забезпеченні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Передумови виникнення тіньових фінансових потоків, їх вплив на показники економічного розвитку країни, найбільш поширені канали та інструменти тінізації доходів знайшли своє відображення в наукових працях багатьох вітчизняних та закордонних вчених. Так, напрямки впливу тіньових операцій на рівень економічного розвитку країни досліджені в роботах Н. Лайози, Ф. Шнайдера, С. Джайн-Чандра, Р. Місаті, І. Радулеску, С. Попеску.

Аналізу світового досвіду адміністрування ПДВ, дослідженню його місця та ролі у наповненні бюджету держави, присвячені праці: В. Андрущенко, В. Буряковського, В. Геєця, Б. Карпінського, І. Луїної, Л. Новицької, В. Суторміної, В. Федосова та інших.

Не применшуючи важливість існуючого наукового доробку в даному питанні, зазначимо, про необхідність зміщення акцентів при дослідженні питань повноти сплати ПДВ з удосконалення законодавчих основ його функціонування до більш системного та ґрунтовного дослідження схем та обсягів формування податкових

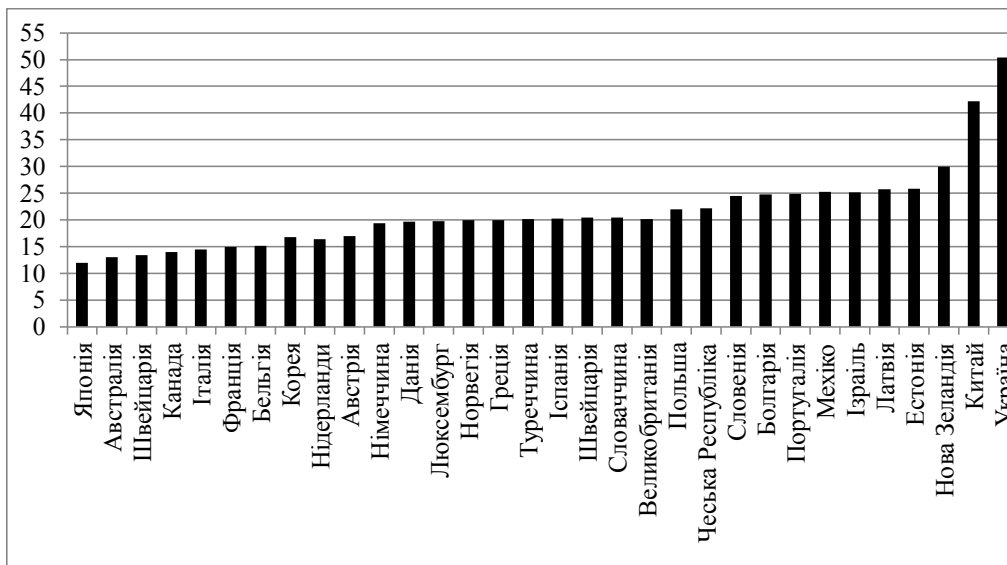


Рис. 1. Частка ПДВ в структурі податкових платежів державного бюджету [2; 5]

розривів за ПДВ; аналізу міжнародного досвіду в сфері контролю за повнотою його сплати з метою визначення найбільш адекватних та адаптованих до умов економічного, соціального та політичного розвитку України механізмів спрямованих на мінімізацію різниці між потенційно можливим та фактичним обсягом надходжень даного податку.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз існуючого закордонного досвіду оцінки податкових розривів за ПДВ, що крізь призму ідентифікації його переваг та недоліків дозволить визначити найбільш ефективні та адаптовані до економічних та законодавчих умов розвитку України підходи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теоретично оцінка податкового розриву може бути здійснена для будь-якого виду податку чи збору. Найчастіше її застосовують для непрямих податків і ПДВ, як один із них, є найбільш досліджений в цьому контексті. Лише декілька країн світу використовують оцінки податкового розриву для непрямих податків, таких як податок на доходи фізичних осіб, податок на прибуток підприємств, а також для внесків на соціальне забезпечення.

У таблиці 1 наведено огляд підходів до оцінки податкового розриву в світі.

Таблиця 1. Порівняльний аналіз міжнародних практик оцінки податкових розривів за ПДВ [1]

Країни	Оцінка податкового розриву за ПДВ		
	ПДВ	Ставка ПДВ	Метод оцінки
Бельгія	Ні	21	
Чеська республіка	Так	21	Зверху вниз
Естонія	Так	20	Зверху вниз, знизу вгору
Фінляндія	Так	24	Зверху вниз
Франція	Так	20	Зверху вниз
Німеччина	Так	19	Зверху вниз
Італія	Так	22	Зверху вниз
Латвія	Так	21	Зверху вниз
Литва	Ні	20	
Польща	Так	23	Зверху вниз
Португалія	Так	23	Зверху вниз
Словацька республіка	Так	20	Зверху вниз
Словенія	Так	22	Знизу вгору
Іспанія	Ні	21	
Великобританія	Так	20	Зверху вниз, знизу вгору
Україна	Ні	20	

В Україні, на сьогоднішній день, відсутня практика оцінки обсягу тінізації економіки саме на основі податкових розривів. Існуюча політика протидії тінізації базується на використанні окремих методів оцінки тінювих фінансових потоків, в основі яких лежить порівняння фактичного обсягу спожитої електроенергії з тим який би відповідав задекларованому обсягу виробництва, споживчих грошових витрат населення на придбання товарів над загальним обсягом продажу товарів населенню усіма суб'єктами господарювання в легальному секторі економіки, обсягу внесеної на депозит готівки у поточному та базовому періодах, граничних мінімального та максимального коефіцієн-

тів тінювої економіки як частки ВВП, у межах яких перебуває рівень тінізації [3; 4].

Однак, як свідчать отримані на основі даних підходів результати, їх розрахунки суттєво відрізняються від результатів оцінок отриманих незалежними інститутами – Світовим банком, Міжнародним валютним фондом, тощо. Як правило, задекларовані показники є набагато меншими, за міжнародні та свідчать про неповне врахування всіх складових тінізації економіки.

В свою чергу метод оцінки податкових розривів дає можливість більш комплексно оцінити рівень ефективності адміністрування в розрізі кожного окремого виду податку та визначити найбільш пріоритетні галузі економіки, регіони, сфери діяльності з точки зору посилення державного контролю в сфері протидії тінізації.

У світовій практиці оцінювання ефективності адміністрування ПДВ широко застосовуються два методи оцінки податкових розривів: макроекономічний («зверху вниз») та мікроекономічний («знизу вгору»).

Метод «зверху вниз» – полягає в макроекономічній оцінці різниці між величиною потенційних та фактично отриманих податкових надходжень.

Недоліком даного підходу є те, що:

- він дозволяє оцінити лише ті види діяльності та галузі економіки, які можна відслідковувати в макроекономічній статистиці;

- якість отриманих результатів залежить від повноти та коректності вихідних даних, які є достатньо укрупнені і не підлягають деталізації;

- офіційні дані макроекономічної статистики не відображають міжнародні аспекти ухилення від сплати податкових платежів, пов'язані з виведенням коштів в офшори, вкладенням активів за кордон, тощо;

- отримані на основі даних підходів оцінки, як правило, мають часовий лаг в 2 роки та вимагають регулярного перегляду.

Перевагою даного методу є відсутність значних затрат ресурсів і часу та придатність отриманих результатів для порівняння в ретроспективі.

Відмінністю підходу «знизу вгору» є високий рівень деталізації розрахунків, що дозволяє не лише визначити обсяг податкових розривів за окремими видами податків, операцій та видів діяльності, але й отримати інформацію про дотримання податкового законодавства кожним окремим платником податків. В той же час, даний підхід охоплює лише конкретно визначені джерела податкового розриву, і не дає комплексного уявлення про загальний обсяг податкових розривів в економіці, не забезпечує оцінку навмисних та прихованих дій економічних суб'єктів спрямованих на зменшення податкових зобов'язань.

Практика оцінки податкових розривів застосовується в значній кількості країн, як з високим так і середнім рівнем розвитку. З метою визначення особливостей розрахунку податкового розриву за ПДВ та врахування кращих практик при запровадженні даного підходу в Україні, проведемо більш детальний аналіз процедур оцінки податкового розриву в розрізі деяких країн світу.

На сьогоднішній день, урядом Бельгії підхід до оцінки розриву за ПДВ на державному рівні не розроблено. Міністерством фінансів проводиться аналіз на основі результатів CASE-дослідження та оцінок проведених на рівні ЄС шляхом аналізу обсягів бюджет-

них та податкових витрат. Однак відсутність власного, адаптованого до реалій економічного розвитку країни підходу, не дозволяє раціонально та ефективно використати дані результати в державній політиці.

Урядом Чеської Республіки розрив за ПДВ оцінюється на основі методу «зверху вниз» на базі даних Міністерства фінансів. Оцінки здійснюються укрупнено, для всіх платників податків та не використовуються в межах окремих секторів економіки або суб'єктів господарювання. Розрахунок розриву здійснюється в чотири етапи: 1) оцінюється теоретична база оподаткування ПДВ в межах всієї економіки країни; 2) визначається ефективна ставка ПДВ для всієї економіки; 3) ефективна ставка ПДВ застосовується до теоретичної бази оподаткування, внаслідок чого визначається теоретично можлива сума ПДВ; 4) потенційна сума ПДВ порівнюється з фактичними його надходженнями. Різниця між сумою теоретичних зобов'язанням та фактичними надходженнями становить податковий розрив за ПДВ.

В Естонії оцінка розриву за ПДВ здійснюється на основі методу «зверху вниз» та охоплює близько 75 000 зареєстрованих платників ПДВ. Методологія оцінки базується на використанні даних національних рахунків і за методологією подібна до підходу, що застосовується у CASE-дослідженні. Для розрахунку фактичної суми ПДВ використовуються дані накопиченої фінансової звітності, тобто сплачений ПДВ відноситься до того періоду, в якому реально виникло зобов'язання. Оцінюючи розрив за ПДВ у поточному році, потенційний обсяг зобов'язання цільового року порівнюється з сумою фактично сплаченого у тому ж році податку.

У Франції для визначення розриву за ПДВ використовується підхід «зверху вниз» та дані підготовлені Французьким національним інститутом статистики та економічних досліджень (INSEE) за підтримки Казначейства Франції. Розрив за ПДВ оцінюється для всієї економіки, і не підлягає деталізації за секторами. Теоретично сума податкового розриву обчислюється за допомогою даних національних рахунків, даних про повернення ПДВ (на сукупному рівні) та конкретних статистичних даних щодо обсягу реалізації деяких товарів (наприклад, сільського господарства, води та енергетики).

В Латвії Податкова адміністрація почала оцінювати розрив за ПДВ у 2014 році та застосовує його і досі. Розрахунки готуються за методологією «зверху вниз», яка використовує дані національних рахунків, а також деякі додаткові джерела даних для оцінки потенційного обсягу ПДВ. Потенційний ПДВ порівнюється з сумою фактично сплаченого платниками податку.

Формула для оцінки податкового розриву за ПДВ має вигляд:

$$GAP_{\text{LAT}} = \frac{(PM - FA) + D}{PM}, \quad (1)$$

де GAP_{LAT} – податковий розрив за ПДВ;

PM – сума потенційного ПДВ, яка відповідно до законодавства повинен бути нарахована та сплачена;

FA – сума податку, яка добровільно сплачена платниками;

D – сума податку, яка самостійно задекларована платниками, але не сплачена за аналізований рік.

У Литві податкова адміністрація нещодавно почала оцінювати розрив за ПДВ. Розрахунки виконуються

власними силами і базуються на різних підходах. Для оцінки розриву за ПДВ використовуються як метод «зверху вниз», так і метод «знизу вгору». Окрім того, оцінювання розривів також здійснюється за допомогою опитувань. Методологія «зверху вниз» охоплює всю сукупність платників податків, а методологія «знизу вгору» – приблизно 62% платників. У останньому випадку податкові зобов'язання незареєстрованих платників податків, тих, чий оголошені річні продажі складають менше 300 євро, а також осіб, зареєстрованих як платники ПДВ на період, менший ніж 1,5 року, не враховуються при здійсненні оцінки.

У Польщі Міністерство фінансів лише нещодавно розпочало процес оцінки обсягів тіншових фінансових потоків на основі розриву за ПДВ. Оцінка застосовується для періоду з 2005 по 2014 рік і здійснюється на основі методу «зверху вниз».

Розрив за ПДВ розраховується як різниця між теоретичними зобов'язаннями щодо ПДВ та фактичними надходженнями з деякими коригуваннями – при оцінюванні остаточної бази ПДВ кожний елемент (приватне споживання, державні інвестиції, державне проміжне споживання, інвестиції та проміжне споживання інших секторів) коригується відповідно до розміру ставки оподаткування, що застосовується для кожного з них у відповідному році.

У Португалії Податкова адміністрація на основі співпраці з МВФ розпочала застосовувати методологію RA-GAP. Результати методології RA-GAP можуть бути деталізовані за секторами економіки. Оцінка податкового розриву за методологією RA-GAP здійснюється за наступною формулою:

$$V^S = \sum_c (M_c^S \times \tau_c) + \left[\sum_c (Y_c^S - X_c^S) \times T_c \right] \times r^S - \left[\sum_c (N_c^S + I_c^S) \times T_c \right] \times r^S \times e^S, \quad (2)$$

де V^S – сума чистого потенційного ПДВ за окремим сектором економіки;

τ_c – ставка ПДВ для товару c ;

M_c^S – сума імпорту товару c в сектор s ;

Y_c^S – обсяг виробництва товару c в секторі s ;

X_c^S – сума експорту товару c в сектор s ;

N_c^S – проміжний попит (споживання) товару c в секторі s ;

I_c^S – обсяг інвестицій на виробництво товару c в секторі s ;

r^S – частка виробництва зареєстрованим бізнесом в секторі s ;

e^S – частка виробництва, що підлягає оподаткуванню.

У Словаччині оцінки розриву за ПДВ здійснюються за двома різними методами. У 2013 році Словаччина приєдналася до Програми RA-GAP МВФ, і за підтримки МВФ здійснила оцінку розриву за ПДВ за період 2008–2012 років. Крім даного методу оцінка розриву здійснюється і на основі методу «зверху вниз».

Обидва методи визначають розрив за ПДВ як різницю між потенційним надходженням ПДВ та фактично сплаченою його сумою. Інтерпретація розриву здійснюється за двома складовими: розрив у оціню-

ванні та розрив у зборах. Розрив у зборах – це різниця між фактично сплаченим ПДВ та сумою ПДВ зазначеною в податковій декларації. Розрив у оцінці – це різниця між сумою ПДВ, що зазначена в податковій декларації та потенційним обсягом ПДВ.

Висновки з проведеного дослідження. В сучасних економічних умовах проблема тіньового виведення капіталу носить глобальний та міжнаціональний характер. В Україні, незважаючи на реформування податкової системи, посилення контролю з боку держави за повнотою та своєчасністю сплати податкових платежів, удосконалення антикорупційного законодавства, створення ряду інституцій в сфері протидії корупції та тінізації економіки відбувається щорічне зростання обсягів виведення коштів, в тому числі і за допомогою податкових каналів. Як свідчить проведений ана-

ліз, традиційні підходи до оцінки обсягів незаконних фінансових потоків не забезпечують врахування всього спектру каналів та схем їх виникнення. Існуючий інструментарій не дає достовірних та об'єктивних оцінок, оскільки суттєво залежить від доступності необхідної інформації та повноти її висвітлення.

Використання методу оцінки податкових розривів дозволить уникнути недоліків традиційних підходів, оцінити ефективність процесу адміністрування в розрізі окремих видів податків, визначити найбільш проблемні точки їх законодавчого регулювання, оцінити рівень тінізації окремих секторів та галузей економіки. Катализатором досягнення зазначених цілей може слугувати дослідження міжнародного досвіду протидії легалізації коштів з метою визначення можливостей його застосування в Україні.

1. *The concept of tax gaps. Report on vat gap estimations by fiscal is tax gap project group. Brussels. 2016. 100 p.*
2. *Доходи держбюджету України URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/2018> (дата звернення 11.12.2018).*
3. *Загальні тенденції тіньової економіки в Україні. Звіт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України в I кварталі 2018 року URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinivoiEkonomiki> (дата звернення 12.12.2018).*
4. *Наказ Міністерства економіки України «Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку рівня тіньової економіки» від 18.02.2009 № 123 URL: <http://www.me.gov.ua/LegislativeActs/Detail?lang=uk-UA&id=4bb297a0-c900-404f-8c6f-5f76f18b1503> (дата звернення 12.12.2018).*
5. *Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://www.worldbank.org/> (дата звернення 10.12.2018).*
6. *Тютюнник І. В. Податкові розриви в економіці: економічна сутність та передумови виникнення. Економіка. Фінанси. Право. 2018. № 10/1. С. 36–40.*

E-mail: i.karpenko@finance.sumdu.edu.ua

E-mail: n.kotenko@finance.sumdu.edu.ua

НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 65.011.4

Безродна С.М.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки і менеджменту,

Чернівецький факультет Національного технічного університету

«Харківський політехнічний інститут»

СУТНІСТЬ ТА АТРИБУТИ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНЦІЇ
ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність понять «конкуренція», «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємств». Визначено найпоширеніші підходи до трактування поняття «конкуренція»: соціальний, ринковий, державний, законодавчий та економічний. Визначено найпоширеніші підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність»: ринковий підхід, підхід протистояння, ціновий підхід та економічний підхід. На основі проаналізованих переваг та недоліків щодо визначення поняття «конкуренції» запропоновано авторське тлумачення категорії, як соціально-економічну, державно-ринкову, законодавчу категорію, яка являє собою витіснення підприємств, які займаються виробництвом непотрібної для ринку продукції (послуги), шляхом дотримання конкурентних переваг та спрямування на отримання прибутку. Згідно проаналізованих переваг та недоліків щодо визначення поняття «конкурентоспроможність» запропоновано авторське тлумачення категорії, як ринкову, цінову, економічну категорію та категорію протистояння, яка являє собою здатність суб'єктів економічної діяльності пристосовуватись до змін умов зовнішнього та внутрішнього середовища, використовуючи при цьому свої конкурентні переваги шляхом спрямування своєї діяльності на результативність виготовлення якісної продукції та отримання максимального прибутку. Проаналізувавши переваги та недоліки щодо поняття «конкурентоспроможність підприємства» запропоновано авторське тлумачення категорії, як ринкову, технологічну, стратегічну та виробничу категорію, яка являє собою здатність суб'єктів економічної діяльності пристосовуватись до нових видів діяльності, використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі, максимально ефективно використовувати ресурси, резерви, потенціал, можливість та якомога повніше задовольняти потреби споживачів шляхом стратегічного аналізу.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємств, еволюція, підходи, підприємство, економічна діяльність, переваги та недоліки.

СУЩНОСТЬ И АТРИБУТЫ ПОНЯТИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Безродная С.М.

В статье рассмотрена сущность понятий «конкуренция», «конкурентоспособность» и «конкурентоспособность предприятий». Определены самые распространенные подходы к трактовке понятия «конкуренция»: социальный, рыночный, государственный, законодательный и экономический. Определены самые распространенные подходы к трактовке понятия «конкурентоспособность»: рыночный подход, подход противостояния, ценовой подход и экономический подход. На основе проанализированных преимуществ и недостатков относительно определения понятия «конкуренции» предложено авторское толкование категории, как социально-экономическую, государственно-рыночную, законодательную категорию, которая представляет собой вытеснение предприятий, занимающихся производством ненужной для рынка продукции (услуги), путем соблюдения конкурентных преимуществ и направления на получение прибыли. Согласно проанализированных преимуществ и недостатков относительно определения понятия «конкурентоспособность» предложено авторское толкование категории, как рыночную, ценовую, экономическую категорию и категорию противостояния, которая представляет собой способность субъектов экономической деятельности приспособляться к изменениям условий внешней и внутренней среды, используя при этом свои конкурентные преимущества путем направления своей деятельности на результативность изготовления качественной продукции и получения максимальной прибыли. Проанализировав преимущества и недостатки относительно понятия «конкурентоспособность предприятия» предложено авторское толкование категории, как рыночную, технологическую, стратегическую и производственную категорию, которая представляет собой способность субъектов экономической деятельности приспособляться к новым видам деятельности, использовать свои конкурентные преимущества и побеждать в конкурентной борьбе, максимально эффективно использовать ресурсы, резервы, потенциал, возможности и как можно полнее удовлетворять потребности потребителей путем стратегического анализа.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятий, эволюция, подходы, предприятие, экономическая деятельность, преимущества и недостатки.

ESSENCE AND ATTRIBUTES CONCEPT OF ENTERPRISE COMPETITIVENESS

Bezrodnaya S.

The article discusses the essence of the concepts of "competition", "competitiveness" and "competitiveness of enterprises". The most common approaches to the interpretation of the concept of "competition" are defined: social, market, state, legislative and economic. Identified the values of each approach, reveals the essence of the studied concepts according to scientists and researchers from different periods. Based on the analyzed advantages and disadvantages regarding the definition of the notion of "competition", the author's interpretation of the category as a socio-economic, state-market, legislative category is proposed, which is the ousting of enterprises engaged in the production of products (services) unnecessary for the market by respecting competitive advantages and directions for profit. According to the analyzed advantages and disadvantages regarding the definition of the concept of "competitiveness", the author's interpretation of the category as a market, price, economic category and confrontation category, which represents the ability of economic actors to adapt to changes in the external and internal environment, using their competitive advantages by directions of its activity on the effectiveness of manufacturing quality products and obtaining maximum profit. After analyzing the advantages and disadvantages regarding the concept of "enterprise competitiveness", the author's interpretation of the category is suggested as a market, technological, strategic and production category, which is the ability of economic actors to adapt to new activities, use their competitive advantages and win the competition, as efficiently as possible. Use resources, reserves, potential, opportunities and as fully as possible to satisfy needs consumers through strategic analysis. The study made it possible to determine that the effectiveness of the enterprise's activity is perceived through the correspondence of value.

Keywords: competition, competitiveness, enterprise competitiveness, evolution, approaches, enterprise, economic activity, advantages and disadvantages.

Постановка проблеми. Історія розвитку суспільства супроводжується виникненням та формуванням таких понять, як «конкуренція», «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємств». Дослідження категорій передбачає визначення етапів їх розвитку й еволюції. Терміни мають безліч тлумачень, але немає єдиного узагальненого напрямку щодо їх трактування. Незважаючи на широке коло науковців та дослідників, які розглядали дану проблематику, зазначимо, що багато питань щодо конкурентоспроможності та конкуренції підприємств залишається мало дослідженими. На основі цього й було обрано напрям дослідження щодо трактування даних категорій. Важливим науковим та практичним завданням є вивчення та узагальнення теоретичних засад конкурентоспроможності та конкуренції підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємства знайшли відображення в працях Т.В. Полозової, Н.В. Сурженко, М.В. Савченко, В.Ю. Фролової, Т.М. Халімон, Н.А. Хрущ, та інших вітчизняних та зарубіжних економістів. Малодослідженим залишаються теоретичні та практичні завдання щодо сприяння пошуку сучасних наукових досягнень у сфері понять конкуренції та уміння використовувати їх при вирішенні прикладних проблем розвитку підприємств.

Формулювання цілей (постановка завдання). Основними завданнями дослідження в сфері розкриття сутності категорій «конкуренція», «конкурентоспроможність» та «конкурентоспроможність підприємств» є: визначення найпоширеніших підходів до трактування понять; аналіз еволюції атрибутів понять; виявлення цінностей кожного підходу, що розкриває сутність досліджених понять згідно вчених та дослідників різних періодів; пропонування авторського тлумачення категорій.

Вклад основного матеріалу дослідження. Етимологічно слово «конкуренція» походить від латинського «concurrentia», що означає «зіткнення», «змагання». В процесі еволюції саме це трактування і вплинуло на появу такого терміну як, «конкуренто-

спроможності». Тобто поняття «конкурентоспроможності» є похідним від «конкуренції». Це обумовлене законами її дії, механізму забезпечення конкурентних переваг, виявлення цінностей та інших. Тому ми вважаємо за необхідне, щоб здійснити основні напрямки дослідження саме взаємозв'язку категорій «конкуренції», «конкурентоспроможності» та «конкурентоспроможності підприємств».

Визначено найпоширеніші підходи до трактування поняття «конкуренції».

1) Соціальний підхід (Дж. Мілль, Дж. Робінсон, Х. Фасхієва). Згідно соціального підходу (XVIII ст. та поч. XX ст.), при визначенні «конкуренції», соціальний підхід розглядався частково, оскільки з однієї сторони не підтримувався соціалізм, бо вважалося, що він частково знищує конкуренцію, але з іншої сторони не повністю підтримувалося природна конкуренція [1, с. 85–90].

2) Ринковий підхід (Д. Рікардо, Е. Чемберлен, Й. Шумпетера, Ф. Еджворт, В. Парето, М. Портера, Ж. Ламбен, І. Ансофф, Ф. Котлер). Згідно ринкового підходу (XVIII ст. та поч. XX ст.) при обґрунтуванні «конкуренції» було визначено теорію «порівняльних переваг» (comparative advantage theory), тобто ринкові сили, які самі спрямовують ресурси країни туди, де вони найбільш продуктивні. Теоретична модель «досконалої конкуренції» вченого стала основою для обґрунтування цінового регулювання ринку та розвитку капіталістичної економіки.

3) Державний підхід (А. Сміт, Дж. Робінсон, Ф. Хайек). Згідно державного підходу (XVIII ст. та кінця XX ст.), при визначенні «конкуренції» визначається, що «вільна конкуренція» – є необхідною рушійною силою дії ринкового механізму, яка примушує всіх її учасників діяти відповідно до ідеального плану розвитку економіки, – конкуренти витісняють підприємства, що займаються виробництвом непотрібної ринку продукції чи послуги. Держава в цілому не повинна втручатися в економіку і торгівлю, тому що там діє «невидима рука» – автоматичний урівноважений механізм конкурентного ринку [2, с. 123–130].

4) Законодавчий підхід (Дж. Мілль, Р. Фатхутдінова, І. Цветкова). Згідно законодавчого підходу, (XVIII ст. та поч. XXI ст.), «конкуренція» це єдиний регулюючий фактор встановлення ціни, заробітної плати, ренти та є законом, який визначає правила такого регулювання. При обґрунтуванні не підтримувався соціалізм, оскільки визначалося, що знищується конкуренція.

5) Економічний підхід (К. Менгер, Е. Бем-Баверк, А. Маршалл, П. Самуельсон, А. Вайсман, Р. Каплан, Д. Нортон, А. Томпсон, А. Стрікленд, Х. Фасхієва, А. Юданов, В. Фомін, І. Балабанова). Згідно даного підходу (XIX ст. та початку XXI ст.) «конкуренція» це блага нижчого порядку (предмети вжитку) і блага вищого порядку (засоби виробництва).

Нами визначено, що поняття категорії «конкуренція» пройшла еволюцію з XVIII ст. до сьогодення часу, початку XXI ст. Поняття згідно сформованих підходів можна розглядати, як соціальну, ринкову, державну та законодавчу категорію. Всі підходи вплинули на визначення еволюції атрибутів даного визначення, що на сьогоднішній день є мало дослідженим (рис. 1). Тобто, атрибути категорії «конкуренція», це є властивості, або ознаки, які характеризують її з точки зору важливості та невід'ємності [3, с. 47–50].

Згідно рис. 1 поняття «конкуренції» можна визначити, як економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найвигідніші умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків. На основі цього пропонуємо авторське визначення поняття. «Конкуренція» – це соціально-економічна, державно-ринкова, законодавча категорія, яка являє собою витіснення підприємств, які займаються виробництвом непотрібної для ринку продукції (послуги), шляхом дотримання конкурентних переваг та спрямування на отримання прибутку.

Визначено найпоширеніші підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність».

1) Ринковий підхід (М.Е. Портера, В. Стівенсон, В.М. Геєць, Ж.В. Крючкова, В.Є. Швець). Згідно ринкового підходу, який формувався за період 1905–2018 рр., «конкурентоспроможність» це здатність успішно конкурувати на конкретному ринку (регіоні збуту) в певний період, шляхом випуску й реалізації конкурентоспроможних виробів і послуг.

2) Підхід протистояння (Жан-Жак Ламбен, С.І. Ожегов, Р.А. Фатхутдінов, І.О. Піддубний, А.І. Піддубна, С.А. Нестеренко). Згідно підходу протистояння, який формувався за період 1960–2012 рр., «конкурентоспроможність» це здатність витримувати конкуренцію та протистояти конкурентам [4, с. 233–235].

3) Ціновий підхід (Б.А. Райзберг, П. Кругман, Х.А. Фасхієва, В.П. Грошев, М.І. Книш, А.І. Кредісов, О.Д. Андреева). Згідно цінового підходу, який формувався за період 1970–2010 рр., «конкурентоспроможність» це реальна і потенційна можливість фірм в існуючих для них умовах проектувати, виготовляти та збувати товари, які за ціновими та неціновими характеристиками є більш привабливими для споживачів, ніж товари їх конкурентів.

4) Економічний підхід (Ю.В. Рубін, П.В. Забелін, М.К. Моїсеєва, М.О. Єрмолов, В.Є. Хруцький, І.В. Корнеєва). Згідно економічного підходу, який формувався за період 1990–2017 рр., «конкурентоспроможність» це здатність приносити прибуток на вкладений капітал

в короткостроковому періоді не нижче заданої, або як перевищення над середньостатистичної прибутком у відповідній сфері бізнесу.

Узагальнюючи дані підходи пропонуємо авторське визначення даної категорії.

«Конкурентоспроможність» – це ринкова, цінова, економічна категорія та категорія протистояння, яка являє собою здатність суб'єктів економічної діяльності пристосовуватись до змін умов зовнішнього та внутрішнього середовища, використовуючи при цьому свої конкурентні переваги шляхом спрямування своєї діяльності на результативність виготовлення якісної продукції та отримання максимального прибутку [5, с. 156–170].

Також можна стверджувати, що категорії «конкуренція» та «конкурентоспроможність» є основоположниками поняття «конкурентоспроможність підприємства», оскільки дана категорія була пізніше досліджена, аніж попередні. Визначено найпоширеніші підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність підприємства».

1) Ринковий підхід (В.І. Крамаренко, С.О. Шевельова, П.Л. Алтухов, О.О. Гетьман, В.М. Шаповал, Дж.Л. Гібсон, Д.М. Іванцевіч, Д.Х. Донеллі, М.П. Денисенко, А.П. Гречан, К.О. Шилова, О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль, Г.Я. Кіперман, С. Хамініч, Д.М. Черваньов, Л. Названова).

Згідно ринкового підходу, який формувався за період 1960–2018 рр., «конкурентоспроможність підприємства» це комплекс соціально-економічних характеристик, що відображають становище суб'єкта господарювання на ринку.

2) Технологічний підхід (В.В. Олійник, І.З. Должанський, Т.О. Загорна). Згідно технологічного підходу, який формувався за період 1992–2006 рр., «конкурентоспроможність підприємства» це здатність виробляти й реалізовувати продукцію швидко, в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування та як можливість ефективно розпоряджатися власними й позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку [6, с. 98–100].

3) Стратегічний підхід (Л.М. Минко, Н. Грицишин, А.В. Єрмак). Згідно стратегічного підходу, який формувався за період 1990–2007 рр., «конкурентоспроможність підприємства» це здатність підприємства вчасно й ефективно коригувати параметри своєї діяльності залежно від змін у зовнішньому середовищі для підтримання існуючих і створення нових конкурентних переваг з метою досягнення власних стратегічних цілей.

4) Виробничий підхід (А.Ю. Юданов, А.Є. Воронкова, В.П. Пономарьов, Г.І. Дібніс, І.З. Должанський, Т.О. Загорна, М.М. Радева, П.М. Маслов, Р.А. Фатхутдінов). Згідно виробничого підходу, який формувався за період 1995–2015 рр., «конкурентоспроможність підприємства» це спроможність підприємства виробляти та реалізовувати конкурентоспроможну продукцію [7, с. 127–130].

Категорія «конкурентоспроможність підприємства» пройшла еволюцію за період 1960–2018 рр. На основі сформованих підходів поняття можна розглядати, як ринкову, технологічну, стратегічну та виробничу категорію. Пропонуємо авторське визначення даної категорії. «Конкурентоспроможність підприємства» – це ринкова, технологічна, стратегічна та виробнича категорія, яка являє собою здатність суб'єктів економічної

діяльності пристосовуватись до нових видів діяльності, використовувати свої конкурентні переваги і перемагати в конкурентній боротьбі, максимально ефективно використовувати ресурси, резерви, потенціал, можливості та якомога повніше задовольняти потреби споживачів шляхом стратегічного аналізу [8, с. 153–155].

Висновки. Підсумовуючи вище досліджене можна стверджувати, що конкуренція є тією ринковою силою, що забезпечує взаємодію попиту і пропозиції, яка урів-

новажує ринкові ціни. Дана категорія відбиває зв'язок між виробництвом і реалізацією продукту. Цей зв'язок є причинно-наслідковим, суттєвим, необхідним і повторюваним, тобто об'єктивним економічним законом. Закон конкуренції відображає причинно-наслідковий зв'язок між можливостями створити продукт, потрібний споживачам, і можливостями реалізувати його з вигодою насамперед для покупця, а потім вже для виробника. Етимологічно термін «конкуренто-

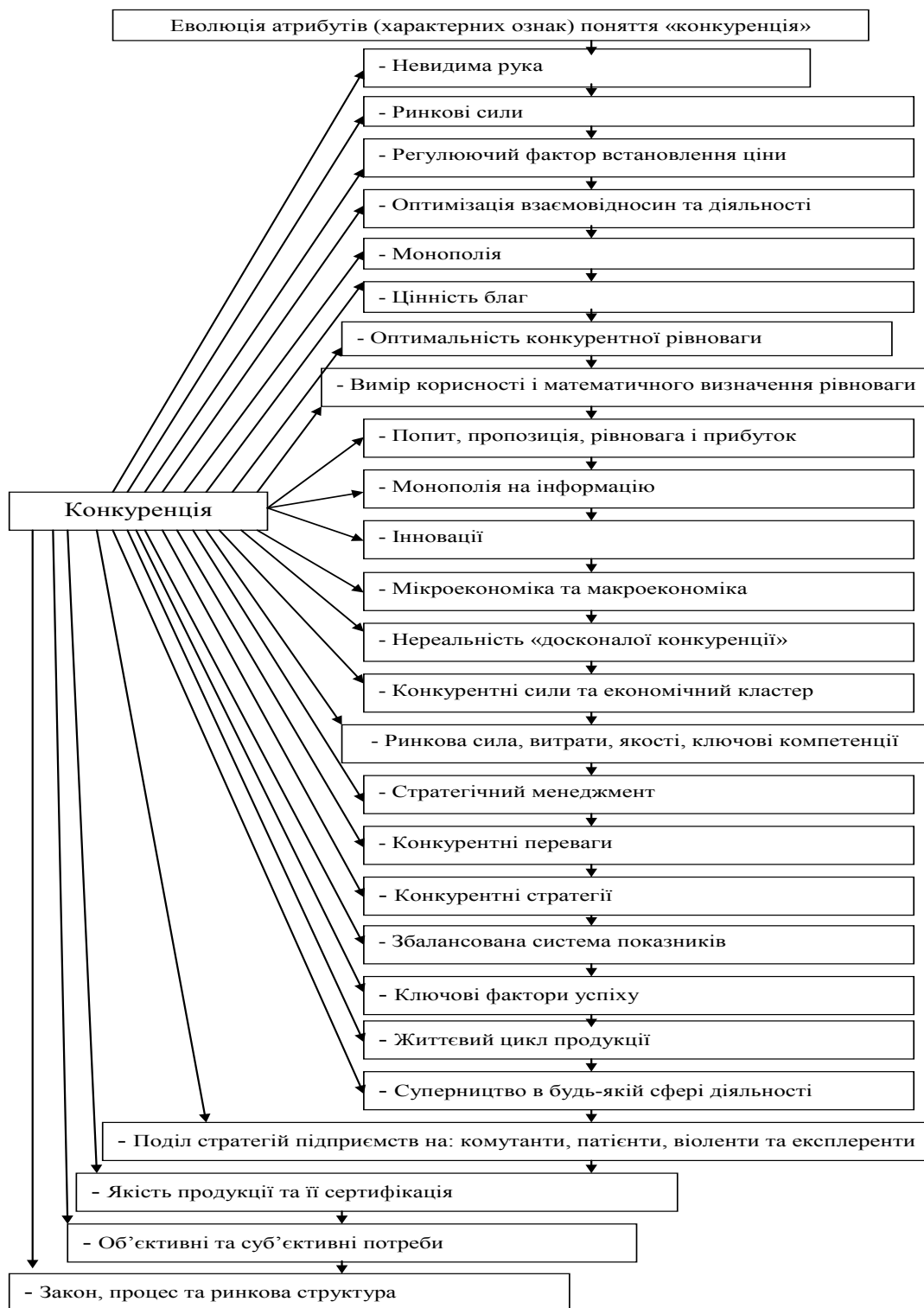


Рис. 1. Еволюція атрибутів поняття «конкуренції» за період XVIII-XXI ст.

спроможність» визначається як здатність об'єкта змагатись з іншими аналогічними об'єктами за право бути обраним. Зрозуміло, що конкурентоспроможність проявляється тільки в умовах конкуренції і через конкуренцію. Необхідно відмітити, що єдиного підходу до

визначення даної категорії у вітчизняній та зарубіжній науці не існує. Аналіз економічної літератури щодо логічного встановлення змісту цього поняття свідчить про наявність багатоаспектного трактування терміну «конкурентоспроможність».

1. Полозова Т. В., Маноїленко О. В. *Методологічні аспекти функціонування інноваційно-інвестиційного механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Моделювання регіональної економіки.* 2016. № 18. С. 85–97.

2. Полозова Т. В. *Організаційно-економічний механізм управління інноваційно-інвестиційною спроможністю підприємства. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* Одеса, 2017. № 23. С. 123–131.

3. Погребняк Д. В. *Методи діагностики конкурентоспроможності підприємства. Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць.* 2011. Випуск 32. С. 45–51.

4. Сурженко Н. В., Агєєва І. В. *Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки).* 2014. № 1. С. 232–235.

5. Савченко М. В. *Управління економічним потенціалом промислових підприємств: дис. канд. екон. наук / М.В. Савченко. Х., 2004. 185 с.*

6. Фролова В. Ю. *Системний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу.* 2013. № 2(22). С. 98–102.

7. Халімон Т. М. *Складові потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Облік і фінанси.* 2017. № 3(77). С. 126–131.

8. Хруц Н. А., Ваганова Л. В. *Сучасні методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету.* 2010. № 5, Т. 3. С. 153–156.

E-mail: bezrodnastella@ukr.net

УДК 339.13.017

Голяш І.Д.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічної експертизи та аудиту бізнесу,
Тернопільський національний економічний університет

АУДИТ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕЛЕКТРОННИХ БІЗНЕС-РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Розглянуто проблеми забезпечення ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства. Підтверджено необхідність застосування аудиту для вдосконалення механізмів ведення бізнесу через мережу Інтернет та розглянуто організаційні питання, які стосуються аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства. Визначено послідовність проведення такого аудиту і обґрунтована доцільність використання показників, отриманих за допомогою аналітичних інтернет-сервісів для проведення аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства. Зосереджено увагу на можливості трансформації кількісних показників в інформацію, яка дає змогу приймати рішення. Зазначено, що підсумки проведення аудиту сприяють досягненню бажаних результатів діяльності підприємства й стратегічних цілей розвитку.

Ключові слова: аудит, ефективність, електронні ресурси, підприємство, інтернет-маркетинг, інтернет-середовище.

АУДИТ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ БИЗНЕС-РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Голяш И.Д.

Рассмотрены проблемы обеспечения эффективности использования электронных бизнес-ресурсов предприятия. Подтверждена необходимость применения аудита для совершенствования механизмов ведения бизнеса через Интернет и рассмотрены организационные вопросы, касающиеся аудита эффективности электронных бизнес-ресурсов предприятия. Определена последовательность проведения этого аудита и обоснована целесообразность использования показателей, полученных с помощью аналитических интернет-сервисов для проведения аудита эффективности использования электронных бизнес-ресурсов предприятия. Сосредоточено внимание на возможности трансформации количественных показателей в информацию, которая позволяет принимать решения. Отмечено, что итоги проведения аудита способствуют достижению желаемых результатов деятельности предприятия и стратегических целей развития.

Ключевые слова: аудит, эффективность, электронные ресурсы, предприятие, интернет-маркетинг, интернет-среда.

AUDIT OF EFFECTIVE USAGE OF ONLINE BUSINESS RESOURCES OF THE ENTERPRISE

Golyash I.

The problems of efficiency online resources providing of the enterprise are considered. The conclusion is made about necessity of audit to improve business processes through the Internet. The organizational issues related with audit of of online resources efficiency of the enterprise are considered. The consistency of the audit is determined. The expediency of indicators usage obtained through analytical Internet services is for an audit of the effectiveness of online resources. The possibility of transforming quantitative indicators into information that allows them to make decisions is in focus. It is noted that the results of the audit contribute to the achievement of desired business results and strategic goals of development.

Keywords: audit, efficiency, online resources, enterprise, internet marketing, internet environment.

Постановка проблеми. Основною метою діяльності будь-якого підприємства є отримання ним прибутку. Шляхів досягнення цієї мети є багато, проте успішними стають лише ті підприємства, які домагаються прискорення процесу реалізації виготовленої продукції за рахунок використання технологій інтернет-маркетингу.

У сучасних умовах більшість підприємств спрямовують свої зусилля на залучення споживачів та реалізації комунікаційної взаємодії шляхом створення власних електронних ресурсів. Проте для ефективного ведення бізнесу підприємствам необхідно постійно удосконалювати маркетингову стратегію. Досягнути

цього можна за допомогою аудиту, який зорієнтований на вдосконалення механізмів ведення бізнесу через Інтернет. Тому у сучасних умовах все більшої популярності набуває аудит, як засіб, який здатний визначити проблемні сфери, можливості і шляхи підвищення ефективності діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Численні зарубіжні та вітчизняні автори приділяють посилену увагу дослідженню питань, які стосуються використання електронних бізнес-ресурсів підприємства.

Зокрема, Дж. Кох та Б. Дейл вважають електронні ресурси основним інструментом, що має значні

перспективи використання [1]. А. Фланагін досліджує процес сприйняття інформації, розміщеної на електронних ресурсах та відзначає необхідність її перевірки [2]. І. Курсан вказує на важливу роль Інтернету в маркетингових дослідженнях та звертає увагу на його вплив на бізнес [3]. Е. Гайд розглядає електронні ресурси як домінуючий інструмент розвитку бізнесу [4]. С. Пасторе досліджує тенденції розвитку сучасних електронних ресурсів [5]. М. Лебеденко та І. Лученко розглядають комунікативну складову електронних ресурсів підприємства [6]. Є. Цимбаленко переконаний, що електронні ресурси є складовим елементом інформатизації українського суспільства [7].

У своїх працях науковці розкривають стратегічні пріоритети Інтернет-маркетингу, характеризують його інструменти, проте недостатньо розглядають питання їх ефективності.

Вважаємо, що досягнення ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства повинно ґрунтуватися на науковій основі, яка передбачає використання сучасних методів одержання та обробки інформації. Тому у сучасних умовах закономірною є тенденція звернення до аудиту, як засобу, який здатний покращити діяльність підприємства.

Вивчення спеціальної літератури показує, що на питання використання аудиту для дослідження електронних бізнес-ресурсів підприємства практично не звертається увага. У наукових працях переважно розглядається традиційна орієнтація аудиту, яка спрямована на дослідження фінансово-господарської діяльності підприємства. Однак, сучасні тенденції трансформують процеси управління та спрямовують аудит у нове русло, пов'язане з наданням консультаційних послуг [8], що створює підґрунтя для проведення аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства.

Стосовно цього на даний час є багато дискусійних питань, які вимагають подальших наукових досліджень та глибокого вивчення. Ми вважаємо, що цим питанням слід приділити посилену увагу.

На противагу теоретичним дослідженням, практика аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства є більш прогресивною.

На даний час створено ряд он-лайн аналізаторів, які сприяють автоматизації пошуку даних для аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів на основі комплексного підходу. Ці сервіси дають змогу отримати потрібні дані про поточний стан функціонування підприємства. Однак, можливості цих сервісів є обмеженими, оскільки вони не можуть критично оцінити поведінку користувачів електронних ресурсів, не здатні встановити взаємозв'язок між аналітичними даними та бажаними результатами діяльності підприємства, не спроможні зробити прогноз зміни досліджуваних показників. Автоматизація цих функцій на даний час є неможливою, а тому вважаємо, що для такої роботи необхідно залучати спеціалістів, які володіють відповідними знаннями й здатні удосконалити аудит електронних бізнес-ресурсів шляхом комплексної оцінки його ефективності.

Результатом проведення аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства має бути не тільки збільшення його популярності, але й підвищення конкурентоспроможності та зрос-

тання прибутку підприємства. Таким чином, можна констатувати той факт, що існуюча практика аудиту в сфері інтернет-маркетингу недостатньо адаптована до потреб підприємств. Вважаємо, що на даний час вона вимагає систематизації наявного досвіду та потребує спрямування на дослідження ефективності.

Формулювання цілей статті. На основі аналізу сучасних теоретичних досліджень та практичних розробок з інтернет-маркетингу ми усвідомили необхідність обґрунтування особливостей аудиту ефективності використання електронних ресурсів та визначення на цій основі шляхів досягнення бажаних результатів діяльності підприємства, що і стало метою даної публікації.

Для досягнення поставленої мети нами були визначені такі завдання:

- розглянути проблеми досягнення ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства;
- обґрунтувати необхідність застосування аудиту для вдосконалення механізмів ведення бізнесу через мережу Інтернет;
- оцінити придатність джерел інформації для проведення аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства;
- визначити організаційні та методичні особливості проведення аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів.

Виклад основного матеріалу. Розміщення власних електронних бізнес-ресурсів в мережі Інтернет та їх продумане використання відкривають підприємству необмежені можливості для успішної конкуренції на ринку і реалізації продукції.

Головною функціональністю електронних бізнес-ресурсів можна вважати управління контентом, а також функціонування інтерактивних модулів, які допомагають взаємодіяти і обмінюватися інформацією з відвідувачами електронних ресурсів, контролювати відвідуваність, здійснювати управління рекламою, а також оперативно аналізувати наявність замовлень. Загалом, завдання аудиту електронних бізнес-ресурсів підприємства повинно полягати у повноцінному використанні його маркетингового потенціалу [8].

Вважаємо, що проведення аудиту електронних бізнес-ресурсів може бути рекомендованим для з'ясування причин невдач, які супроводжують маркетингову діяльність підприємства. Така перевірка повинна стосуватися зручності користування бізнес-ресурсом, аналізу аудиторії, стратегії просування, оцінки конкурентоспроможності [9].

Аудит ефективності використання електронних бізнес-ресурсів повинен передбачати здійснення аналізу якості інформації, тестування існуючих сервісів, обґрунтування поточної стратегії просування тощо. Практична реалізація такого аудиту повинна охоплювати аналіз макро- і мікросередовища підприємства, чинників, загроз і можливостей для підприємства, сприяти проведенню комплексного аналізу ринку, оцінюванню місця підприємства на ньому, виявленню найважливіших напрямків розвитку підприємства, підвищенню ефективності його діяльності.

Організація аудиту ефективності використання електронних ресурсів може здійснюватися одним із способів:

- самоаудит, який проводиться співробітниками маркетингового підрозділу підприємства;
- аудит, який здійснюється спеціальним аудиторським підрозділом в межах самого підприємства;
- аудит, що проводиться спеціально створеною на підприємстві групою, до якої входять представники різних підрозділів підприємства, що взаємодіють між собою тільки в період проведення аудиту;
- аудит, який здійснюється сторонньою аудиторською чи консалтинговою фірмою на умовах співпраці типу косорсинг чи аутсорсинг.

На наш погляд, найбільш доцільним для невеликих за розмірами підприємств є здійснення самоаудиту, для середніх – створення спеціального підрозділу, або групи, а для великих підприємств вигідним буде залучення сторонніх висококваліфікованих спеціалістів в галузі аудиту.

Зазначимо, що вартість аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів при різних способах його організації є дуже незначною, порівняно з можливим ефектом, адже отримані результати дають змогу побудувати вірну маркетингову стратегію розвитку підприємства в мережі Інтернет.

Провести аудит та оцінити ефективність роботи електронних бізнес-ресурсів підприємства можливо на основі вихідних даних, які надають різноманітні аналітичні інтернет-сервіси. На нашу думку, Google Analytics є найбільш прийнятним інструментом для отримання інформації тому, що він є безкоштовним і доступним для широкого кола користувачів.

Зазначимо, що у процесі аудиту використовують систему показників, до складу якої відносяться такі:

а) вербальні (описові) показники – застосовують для описання довготривалих цілей підприємства або явищ, кількісний вираз яких важко здійснити;

б) кількісні показники – використовуються найчастіше і поділяються на абсолютні, відносні, індексні;

в) якісні показники – використовуються тоді, коли кількісні характеристики взагалі не застосовуються;

г) універсальні показники – використовуються не тільки для контролю маркетингу, а й для загального аналізу діяльності підприємства (показники обсягу продажів, прибутку, витрат, доходу, витрат, продуктивності тощо);

д) специфічні показники – використовуються для характеристики особливостей маркетингової діяльності.

Якщо в процесі аудиту використовувати всю систему показників, то це буде супроводжуватись надмірними витратами часу і підвищить ймовірність аналізу непотрібних даних. У зв'язку з цим, виникає необхідність використання окремих показників, які є найбільш придатними для аудиту.

Ми вважаємо, що такими показниками повинні бути абсолютні кількісні показники, які можна отримати за допомогою аналітичних інтернет-сервісів.

Критеріями відбору показників повинні виступати простота їх відстеження, відсутність протиріч та їх зрозумілість для користувачів.

Вагома перевага аудиту полягає у можливості трансформації отриманих кількісних показників в інформацію, яка дає змогу приймати рішення. На відміну від абсолютних кількісних показників, ці показники мають бути пов'язаними з часовими характеристиками та виражати співвідношення порівнюваних абсолютних величин, що дасть змогу виявити ступінь їх мінливості [9]. Тому аудит повинен зосереджувати особливу увагу на дослідженні тієї категорії показників, які є ключовими для досягнення ефективності використання електронних ресурсів підприємства.

Розрахунок ключових показників повинен здійснюватися шляхом визначення співвідношень та базуватися на використанні числових значень кількісних показників, отриманих з аналітичних інтернет-сервісів. Кількість ключових показників для визначення ефективності використання електронних ресурсів підприємства може бути індивідуальною. Ключові показники ефективності електронних бізнес-ресурсів повинні стимулювати до конкретних дій, спрямованих на досягнення бажаних результатів діяльності підприємства й стратегічних цілей розвитку. Призначення ключових показників ефективності електронних ресурсів має полягати у можливості їх адаптації до конкретних цілей підприємства. При цьому цілі підприємства повинні стати вимірюваними та зрозумілими для його управлінського персоналу. Саме на основі моніторингу ключових показників ефективності та їх здатності впливати на ступінь досягнення цілей підприємства можна робити висновки про ефективність його електронних ресурсів. Вважаємо, що використання ключових показників повинно бути основою практичної реалізації аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства.

Зазначимо, що аудит ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства є процесом,

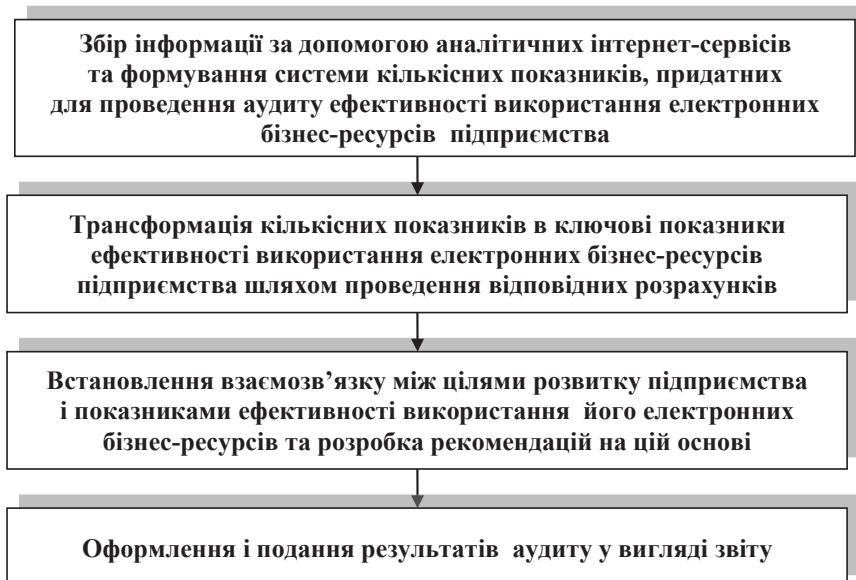


Рис. 1. Процес аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства

Джерело: побудовано автором

а тому він має здійснюватися у відповідності до певних етапів. У зв'язку з цим, ми пропонуємо на практиці застосовувати послідовність аудиту, яка зображена на рис. 1.

Як свідчить рис. 1, поетапне проведення аудиту створює можливості для дослідження ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства шляхом збору даних та формування системи кількісних показників, трансформації цих показників в ключові показники, встановлення взаємозв'язку між цілями розвитку підприємства та показниками ефективності його електронних бізнес-ресурсів та розробки рекомендацій на цій основі, а також оформлення і подання результатів аудиту. Розглянута послідовність проведення аудиту є важливим елементом організації такої перевірки та служить основою для формування й досягнення цілей розвитку підприємства. Ми вважаємо, що такий підхід може бути корисним для практики проведення аудиторської перевірки електронних бізнес-ресурсів підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Необхідність поглиблення теоретичних та організаційно-методичних розробок у вирішенні проблем досягнення ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства шляхом проведення аудиту дало нам змогу сформулювати такі висновки:

Для ефективного ведення бізнесу підприємствам необхідно постійно займатися просуванням власних

електронних ресурсів, відстежувати потреби споживачів та удосконалювати маркетингову стратегію. Досягнути поставлених цілей можливо за допомогою аудиту, який зорієнтований на вдосконалення механізмів ведення бізнесу через мережу Інтернет.

Науковцями переважно розглядається лише традиційна орієнтація аудиту, яка спрямована на дослідження фінансово-господарської діяльності підприємства. Однак, сучасні тенденції трансформують процеси управління та спрямовують аудит у нове русло, пов'язане з наданням консультаційних послуг, що створює підґрунтя для проведення аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства.

Організація аудиту ефективності використання електронних бізнес-ресурсів підприємства повинна здійснюватися відповідно до визначених етапів, а його підсумки мають бути узагальнені у спеціальному звіті. Дані звіту повинні відображати необхідні відомості для побудови подальшої стратегії розвитку підприємства.

Вважаємо, що перспективи подальших досліджень повинні бути спрямовані на поглиблення вивчення питань методики здійснення аудиту ефективності в Інтернет-середовищі, формування конкретних рекомендацій щодо його організації та удосконалення програмного забезпечення для автоматизації функцій аудиту електронних бізнес-ресурсів підприємства.

1. Cox J. Key quality factors in Web site design and use: an examination / J. Cox, B. Dale // *International Journal of Quality & Reliability Management*. Vol. 19. No. 7. P. 862–888.

2. Flanagan A. J. The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information, [On-line], Available: <https://sage.altmetric.com/details/3375561>

3. Kursan I. Business intelligence: the role of the internet in marketing, [On-line], Available: https://moj.efst.hr/management/Vol15No1-2010/4-Kursan_Mihic-final.pdf

4. Gide E. The role of web-based promotion on the development of a relationship marketing model to enable sustainable growth / E. Gide // *Procedia Computer Science*. Volume 3. 2011. P. 1060–1073.

5. Pastore S. The Role of Open Web Standards for Website Development Adhering to the One Web Vision / S. Pastore // *International Journal of Engineering and Technology*. Volume 2. No. 11. 2012.

6. Лебеденко М. С., Лученко І. В. Ресурс як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 2. Т. 1. С. 178–182.

7. Цимбаленко Є. С. Інтернет як складник інформатизації українського суспільства. *Системи обробки інформації*. Х.: ХУПС, 2011. Вип. 4 (94). С. 10–14.

8. Голяш І., Галушка Н. Концепція маркетингового аудиту: проблеми теорії та практики. *Журнал європейської економіки*. 2008. № 3. С. 290–297.

9. Балук Н. Р., Корягіна С. В. Маркетинговий аудит веб-сайту фірми. *Вісник Львівської комерційної академії*. 2011. С. 123–130.

E-mail: iryna.golyash@gmail.com

УДК 519.67:339.5

Дзюбановська Н.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри прикладної математики,
Тернопільський національний економічний університет

Гураль І.В.

викладач кафедри комп'ютерної інженерії,
Тернопільський національний економічний університет

ОЦІНКА β - ТА σ -КОНВЕРГЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ЗА ПОКАЗНИКАМИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

Проведено оцінку наявності конвергенції розвитку регіонів України за показниками обсягів експортних та імпорتنних операцій протягом 2002–2017 рр. Досліджено явище β -конвергенції рівнів розвитку регіональної торгівлі на основі побудованих регресійних моделей Барро, а також розраховано швидкість конвергенції та час подолання половини відстані до зближення рівнів регіональної торгівлі за показником експорту. Аналітично оцінено явище σ -конвергенції на основі числових характеристик ряду статистичних даних обсягів експорту та імпорту регіонів України. Встановлено та графічно зображено зміну коефіцієнта варіації в динаміці для обсягів експорту та імпорту регіонів України протягом 2002–2017 рр.

Ключові слова: варіація, дисперсія, експорт, імпорт, конвергенція, регресія, торгівля.

ОЦЕНКА β - И σ -КОНВЕРГЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

Дзюбановская Н.В., Гураль И.В.

Проведена оцінка наявності конвергенції розвитку регіонів України по показателям обсягів експортних та імпорتنних операцій в течение 2002–2017 гг. Исследовано явление β -конвергенции уровней развития региональной торговли на основе построенных регрессионных моделей Барро, а также рассчитаны скорость конвергенции и время преодоления половины расстояния к сближению уровней региональной торговли по показателю экспорта. Аналитически оценено явление σ -конвергенции на основе числовых характеристик ряда статистических данных обсягов экспорта и импорта регионов Украины. Установлено и графически изображено изменение коэффициента вариации в динамике для обсягов экспорта и импорта регионов Украины в течение 2002–2017 гг.

Ключевые слова: вариация, дисперсия, экспорт, импорт, конвергенция, регрессия, торговля.

EVALUATION OF β - AND σ -CONVERGENCE OF DEVELOPMENT OF UKRAINIAN REGIONS IN INDICATORS OF FOREIGN TRADE

Dziubanovska N., Hural I.

The estimation of the presence of convergence of development of regions of Ukraine in terms of volumes of export and import operations during 2002–2017 was done. Phenomenon of β -convergence of levels of regional trade development was researched on the grounds of built Barro regression models. Based on the received results convergence speed and time of overcoming half of the distance for the regional trade levels in the export indicator was calculated. Phenomenon of σ -convergence was analytically researched basing on number of numerical characteristics of the statistical data of the volume of export and import of Ukrainian regions. The change coefficient of variation for the exports and imports volume of the regions of Ukraine during the 2002–2017 was found and graphically depicted in dynamic.

Keywords: variation, dispersion, export, import, convergence, regression, trade.

Постановка проблеми. Дослідження, оцінка та вирівнювання рівнів розвитку регіонів країни є основним завданням при ефективному веденні регіональної політики кожної держави, адже відмінності у розвитку регіонів можуть негативно вплинути на загальнодержавні стратегії економічного і соціального розвитку країни [1]. На функціонування та розвиток національної економіки неабиякий вплив має збалансованість її розвитку як єдиного цілого, тобто кожна адміністративно-територіальна одиниця країни повинна бути органічно пов'язана з іншою для досягнення пропозиційності структури суспільного виробництва [2].

Беручи до уваги те, що протягом останніх років економіка України перебуває у кризовому стані, актуальним залишається питання зміцнення територіальної цілісності країни, хоча б шляхом наближення рівнів розвитку регіонів для зменшення розриву між економічно сильними та слабозрозвиненими регіонами.

Враховуючи, що однією із передумов економічного зростання держави є розвиток її зовнішньої торгівлі, при здійсненні аналізу регіонального розвитку України, за основу було обрано обсяги торговельних потоків регіонів країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження конвергентного розвитку регіонів України присвячено багато робіт вітчизняних вчених, зокрема таких як І. М. Соломко, О. І. Тішутіної [2], І. М. Вахович [3], Л. Я. Бенювської, Л. О. Павлової [4], Л. С. Гурьянної [5], О. М. Захарової [6] та ін.

Постановка завдання. Метою даного дослідження є оцінка конвергенції розвитку регіонів України за обсягами торговельних потоків для визначення ефективності зменшення розриву між економічно сильними та слабозрозвиненими регіонами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним завданням при оцінюванні рівнів розвитку регіонів країни є дослідження наявних конвергентно-дивергентних зв'язків між ними [3], тобто встановлення наявності або відсутності процесу зближення в часі рівня розвитку регіонів. Оскільки в сучасних дослідженнях регіоналістів при аналізі даних процесів найпоширенішими є моделі β -конвергенції і σ -конвергенції, тому оцінюючи розвиток регіонів України за показниками зовнішньої торгівлі, дослідимо саме ці два індикатори.

Для перевірки конвергенції регіонів України за показниками експортно-імпортних операцій, використаємо раніше описаний економетричний підхід, застосований при оцінці конвергенції рівня міжнародної торгівлі країн Європейського Союзу [7]. А також скористаємось статистичними даними Державної служби статистики України [8] протягом 2002–2017 рр. (в аналізі не брали участь дані про тимчасово окуповані

території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції, у зв'язку із їх відсутністю).

Вважається, що підтвердження гіпотези про наявність β -конвергенції передбачає більш високі темпи економічного росту слабше розвинених регіонів країни, ніж сильніше розвинених, і як наслідок у довгостроковій перспективі відбувається зближення рівнів економічного розвитку регіонів.

Для емпіричної перевірки гіпотези про наявність β -конвергенції наше завдання отримати два рівняння Барро [7] для експорту та імпорту торговельних потоків за регіонами України. В загальному вигляді регресія Барро має вигляд:

$$\frac{1}{T} \ln \left(\frac{y_{Tt}}{y_{0t}} \right) = \alpha + \beta \ln y_{0t} + \varepsilon, \quad (1)$$

де y_{0t} та y_{Tt} – обсяги експорту та імпорту країни в початковий та кінцевий моменти часу відповідно; α – вільний член; β – коефіцієнт регресії; ε – випадкова похибка.

Побудуємо кореляційні залежності обсягів експортно-імпортних операцій за 2002 р. і середньорічних темпів зростання за 2002–2017 рр. (рис. 1) за допомогою програмного продукту STATISTICA 10.

Із рис. 1 бачимо, що різниця в обсягах і експорту, і імпорту між економічно сильними та слабозрозвиненими регіонами України за останні 16 років скоротилася. Проте, завдяки лише графічним зображенням кореляційних залежностей важко стверджувати про

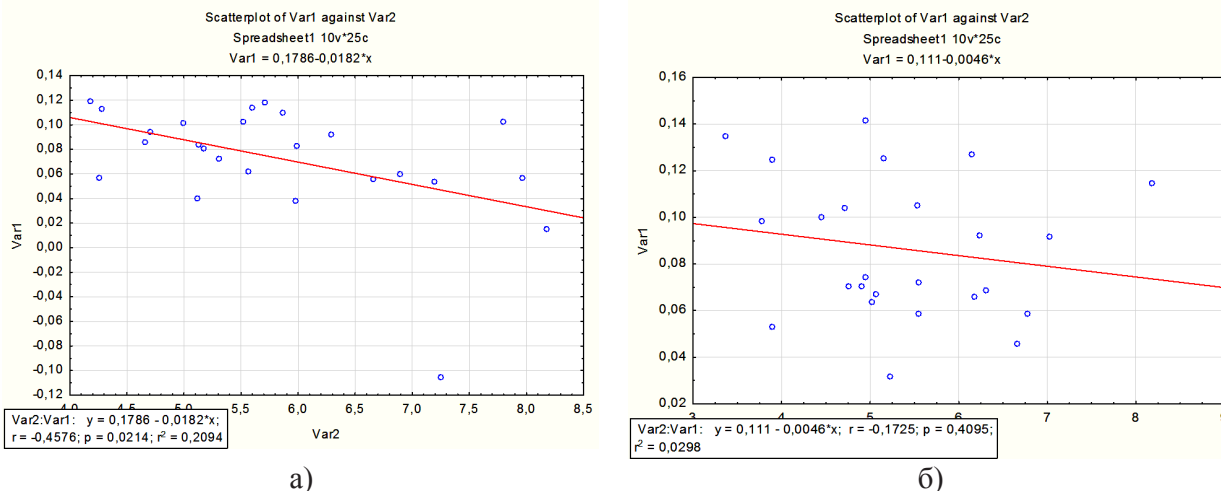


Рис. 1. Регіони України в полі кореляції реальних обсягів експортно-імпортних операцій за 2002 р. і середньорічних темпів зростання за 2002–2017 рр.: а) обсяг експорту, б) обсяг імпорту

Summary Statistics; DV: Var1 (Spreadsh	
Statistic	Value
Multiple R	0,457620622
Multiple RI	0,209416633
Adjusted RI	0,175043444
F(1,23)	6,09244107
p	0,0214390568
Std.Err. of Estimate	0,0420847235

Summary Statistics; DV: Var1 (Spreads	
Statistic	Value
Multiple R	0,172528577
Multiple RI	0,02976611
Adjusted RI	-0,0124179722
F(1,23)	0,705624218
p	0,409547716
Std.Err. of Estimate	0,0301696461

Рис. 2. Зведені значення результатів регресії за експорт но-імпортними операціями, отримані у STATISTICA 10: а) експорт, б) імпорт

наявність β -конвергенції. Адже зменшення асиметрій регіонального розвитку може бути зумовлене погіршенням показників у високорозвинених регіонах з наближенням до показників слаборозвинених. А таке згладжування не є позитивним для розвитку країни в цілому. Тому для кожного із графіків детально проаналізуємо одержані регресійні рівняння, враховуючи значення коефіцієнтів множинної кореляції та детермінації, що вказують на ступінь тісноти зв'язку між змінними, а також перевіримо адекватність побудованих регресійних моделей за допомогою критерія Фішера.

Для підтвердження β -конвергенції необхідною умовою є від'ємність коефіцієнта регресії. При додатному коефіцієнті регресії спостерігається дивергенція. Отже, для експорту маємо рівняння Барро:

$$\frac{1}{16} \ln \left(\frac{y_{T_i}}{y_{0_i}} \right) = 0,1786 - 0,0182 \cdot \ln y_{0_i} + \varepsilon.$$

Множинний коефіцієнт кореляції $R=0,4576$, відповідно коефіцієнт детермінації $R^2=0,2094$. На основі отриманих результатів, β -коефіцієнт дорівнює $-0,0182$, його значення від'ємне і ми можемо прийняти гіпотезу про наявність β -конвергенції, так як для нашого випадку статистична значущість коефіцієнтів регресії підтверджується (рис. 2,а), критерій Фішера фактичний більший критерія табличного F -критерій_{факт} $=6,0924$, F -критерій_{табл}(1,23) $=4,27$.

Для імпорту:

$$\frac{1}{16} \ln \left(\frac{y_{T_i}}{y_{0_i}} \right) = 0,111 - 0,0046 \cdot \ln y_{0_i} + \varepsilon.$$

Множинний коефіцієнт кореляції $R=0,1725$, відповідно детермінації – $R^2=0,0298$, що вже свідчить про досить слабкий зв'язок між змінними. Отриманий при розрахунках β -коефіцієнт дорівнює $-0,0046$. Його значення від'ємне, проте для імпорту ми не можемо прийняти гіпотезу про наявність β -конвергенції, тому що для нашого випадку статистична значимість β -коефіцієнта регресії не підтверджується (рис. 2, б), критерій Фішера фактичний менший ніж табличний: F -критерій_{факт} $=0,7056$, F -критерій_{табл}(1,23) $=4,27$.

Тобто за результатами дослідження бачимо, що для обсягів імпорту від'ємний β -коефіцієнт свідчить не про наявність β -конвергенції регіонального розвитку торгівлі, а про те, що протягом останніх років скорочення міжрегіональних диспропорцій за показником імпорту торгівельних потоків відбувалося внаслідок зменшення обсягів імпортованих операцій у високорозвинених територіях і наближенням їх до показників слаборозвинених.

Процес конвергенції характеризується також швидкістю і часом подолання половини відстані, що обчислюються за допомогою формул [3]:

$$b = - \frac{\ln(1 + \beta T)}{T}, \quad (2)$$

де b – швидкість конвергенції, має знак протилежний до коефіцієнта конвергенції і показує у скільки разів скорочується розрив між розвитком регіонів за певний період часу;

$$\tau = \frac{\ln 2}{\ln(1 + b)}, \quad (3)$$

де τ – час подолання половини відстані під час зближення рівнів регіонів.

Оскільки для обсягів імпорту гіпотеза про наявність β -конвергенції відхилена, розрахунки проводимо лише для експорту. Використовуючи раніше знайдені коефіцієнти регресії Барро, обчислюємо швидкість конвергенції $b=0,0215$. Як бачимо, хоча для регіонів України і наявна β -конвергенція рівня торгівлі за показником експорту, проте вона характеризується надзвичайно малою швидкістю, тобто спостерігаємо незначне скорочення розриву між розвитком регіонів за останні 16 років.

Щодо часу подолання половини відстані до зближення рівнів регіональної торгівлі за показником експорту, бачимо, що $\tau=33$, тобто досить великий проміжок часу відділяє економіку регіону від її стійкого розвитку.

Variable	Descriptive Statistics (Spreadsheet26)					
	Valid N	Mean	Minimum	Maximum	Std.Dev.	Coef.Var.
2002	25	695908	65000,0	3539900	938255	134,8246
2003	25	785840	64900,0	4421800	1086759	138,2927
2004	25	1267348	85600,0	8347700	1957649	154,4681
2005	25	1345096	76100,0	8225500	2020958	150,2463
2006	25	1499632	81600,0	8778600	2228889	148,6291
2007	25	1926176	125000,0	10663700	2846926	147,8020
2008	25	2623436	144300,0	14409500	3965974	151,1748
2009	25	1549720	119800,0	9332600	2271097	146,5489
2010	25	2016472	104000,0	13126300	3066803	152,0876
2011	25	2693178	136572,0	17197627	4055466	150,5829
2012	25	2684193	124920,0	14127179	3852951	143,5422
2013	25	2484039	125316,4	12408183	3561223	143,3642
2014	25	2146537	129218,2	11469613	2938865	136,9120
2015	25	1513991	108294,5	8742884	2044358	135,0310
2016	25	1691938	139604,8	11163574	2376399	140,4543
2017	25	1984175	174471,1	12677953	2732824	137,7310

Рис. 3. Числові характеристики обсягів експорту регіонів України протягом 2002–2017 рр.

Variable	Descriptive Statistics (Spreadsheet26)					
	Valid N	Mean	Minimum	Maximum	Std.Dev.	Coef.Var.
2002	25	427200	29000,0	3561100	712049	166,6781
2003	25	548144	41600,0	4353600	882274	160,9566
2004	25	797648	67000,0	6488600	1329146	166,6331
2005	25	1245748	95600,0	13150600	2591285	208,0104
2006	25	1605516	104200,0	17573000	3461111	215,5763
2007	25	2212188	133700,0	23936400	4732801	213,9421
2008	25	3177732	194900,0	36097500	7143603	224,8019
2009	25	1664208	104400,0	20524000	4029328	242,1168
2010	25	2214220	113100,0	25941900	5110158	230,7882
2011	25	2479322	162974,9	22775443	4537669	183,0206
2012	25	2678975	174891,7	26115989	5172153	193,0646
2013	25	2520216	158104,9	26672875	5246319	208,1694
2014	25	1923609	111517,9	20179904	3974939	206,6397
2015	25	1300085	78384,1	14495411	2854528	219,5648
2016	25	1609669	97189,9	18150844	3562167	221,2980
2017	25	1986975	114920,7	22263414	4372189	220,0425

Рис. 4. Числові характеристики обсягів імпорту регіонів України протягом 2002–2017 рр.

Таким чином, оцінивши лише β -конвергенцію розвитку регіонів нашої держави, вже можна констатувати про недосконалість механізму коригування соціально-економічних розривів [3] між рівнями розвитку регіонів.

Проте, окрім β -конвергенції ще одним індикатором зближення рівнів розвитку країн є σ -конвергенція. Для оцінки рівня σ -конвергенції, використаємо ряд числових характеристик вибірки статистичних даних, тобто аналітично розрахуємо середню вибірку, дисперсію, середнє квадратичне відхилення та коефіцієнт варіації. Використаємо ті ж статистичні дані обсягів експортних та імпортних операцій регіонів України за 2002–2017 рр. [8].

Розрахунок основних числових характеристик для двох вибірок (обсягів експорту та імпорту регіонів України за 2002–2017 рр.) було здійснено за допомогою програмного продукту STATISTICA 10 (рис. 3, рис. 4).

Для встановлення наявності σ -конвергенції потрібно дослідити зміну коефіцієнта варіації в динаміці. Зобразимо цей процес графічно (рис. 5, рис. 6).

На основі коефіцієнта варіації можна прослідкувати зміну обсягів експорту та імпорту для регіонів України. На рис. 5 чітко видно, що коефіцієнт варіації в динаміці скорочується, і лише в останні два роки (2016 р. і 2017 р.) його значення зростає порівняно з попередніми. Якщо розглядати динаміку коефіцієнта варіації за показником експорту загалом, нехтуючи його зростання з 135% до 155% на початку досліджуваного пері-

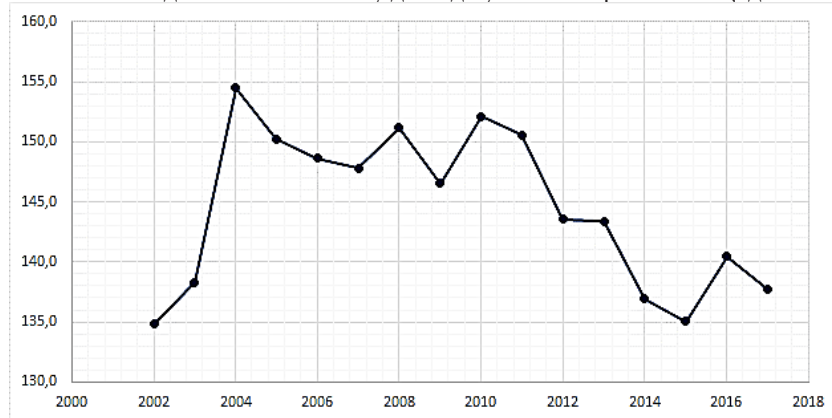


Рис. 5. σ -конвергенція відносно обсягів експорту між регіонами України

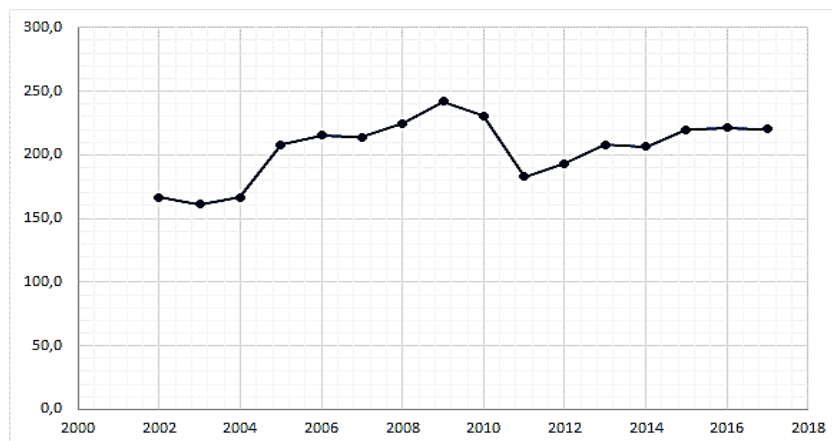


Рис. 6. σ -конвергенція відносно обсягів імпорту між регіонами України

оду (2002–2004 рр.), далі спостерігаємо зменшення коефіцієнта варіації з 155% (2004 р) до 138% (2017 р.), а це підтверджує наявність σ -конвергенції рівнів обсягів експорту між регіонами України.

І абсолютно протилежну ситуацію спостерігаємо стосовно обсягів імпортних операцій (рис. 6). Незважаючи на незначний спад коефіцієнта варіації протягом 2009–2011 рр., загалом спостерігаємо зростання даного показника протягом досліджуваного періоду з 167% (2002 р.) до 220% (2017 р.). Це свідчить про те, що наслідки економічної ситуації в Україні є важкими для слаборозвинених регіонів.

Висновки з проведеного дослідження. На основі проведеного дослідження конвергентно-дивергентних зв'язків між регіонами нашої держави за показниками експортно-імпортних операцій приходимо до висновку, що наявність наздоганяючого ефекту між слабше і сильніше розвиненими регіонами України існує лише для експортних операцій. Тобто сильнорозвинені регіони відстають за показниками експорту, а слаборозвинені навпаки покращують свою ситуацію, в результаті чого в довгостроковій перспективі відбувається зближення рівнів розвитку регіонів. Однак, оцінюючи швидкість конвергенції та час подолання половини відстані під час зближення рівнів регіонів, приходимо до висновку, що міжрегіональні конвергентні зв'язки є надзвичайно слабкими.

Щодо показника імпорту торговельних потоків,

дослідження показали, що протягом останніх років скорочення розриву між сильно і слаборозвиненими регіонами відбулося внаслідок зменшення обсягів імпортних операцій у високорозвинених територіях і таким чином наближенням їх до показників слаборозвинених.

Окрім того, при оцінці σ -конвергенції рівнів регіональної торгівлі країни, ми прийшли до аналогічних висновків. Під час дослідження було встановлено, що значення коефіцієнта варіації для експортних операцій регіонів в динаміці зменшується, що підтверджує існування міжрегіональної конвергенції, а для імпортних операцій значення коефіцієнта варіації в динаміці зростає, що свідчить про наявність явища дивергенції між регіонами України.

Одним із варіантів покращення ситуації у слаборозвинених регіонах є рух праці та капіталу. Згідно з неокласичними теоріями регіонального росту існує думка, що капітал потрібно переміщувати із сильно-розвинених регіонів у слаборозвинені через сприятливіші інвестиційні можливості, а трудові ресурси навпаки – із менш розвинутих у більш розвинуті, так як значимим фактором буде більша заробітна плата [3].

1. Дзюбановська Н. В. Приклад застосування регресії Барро до оцінки конвергенції зовнішньої торгівлі країни і можливості застосування модифікації моделі Барро для оцінювання міжнародної торгівлі. *International Scientific Conference Economy and Society: modern foundation for human development: Conference Proceedings, Part 1, October 31, 2016. Leipzig, Germany: Baltija Publishing. 272 pages. P. 233–236.*
2. Бюджетное регулирование в РФ: учебное пособие / сост. И. М. Соломко, О. И. Тищутина. Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2006. 160 с.
3. Вахович І. М., Ропотан І. В. Регіональна конвергенція фінансового забезпечення сталого розвитку України: Монографія. Луцьк: Волиньполіграфтм, 2014. 220 с.
4. Беновська Л. Я., Павлова Л. О. Методичні підходи до оцінки конвергентного розвитку регіонів. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2013. Вип. 2. С. 146–155.
5. Гурьянова Л. С. Модели анализа межрегиональной конвергенции. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. № 2 [156], частина 1. 2011. С. 59–65.
6. Захаров А.Н. Оценка эффективности региональной политики Испании с помощью методов сигма- и бета-конвергенции. Мировое и национальное хозяйство. 2016. № 1(36). URL: <http://www.mirec.ru/2016-01/analysis-of-efficiency-of-the-regional-policy-in-spain>
7. Дзюбановська Н. В. Економетричний підхід до дослідження конвергенції рівня міжнародної торгівлі країн Європейського Союзу. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. Вип. 10(1). С. 107–112.
8. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

E-mail: dzyubanovska.n@gmail.com

E-mail: irishural@gmail.com

УДК 331.1

Зеркаль А.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, підприємництва та біржової діяльності,
Класичний приватний університет

ВПЛИВ КОМЕРЦІЙНОЇ СВІДОМОСТІ НА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто особливості впливу комерційної свідомості та її складової корпоративної соціальної відповідальності на формування конкурентних переваг підприємства. Визначено, що комерційну свідомість та корпоративну соціальну відповідальність можна розглядати як ресурс, якщо вона має стратегічний вплив на господарські операції підприємства. Комерційна свідомість також може призвести до конкурентних переваг, саме тому підприємство має належним чином використовувати КСВ, щоб зменшити витрати, залучати та мотивувати співробітників і покращити корпоративну репутацію. Залучення до КСВ може допомогти підприємству розвивати нові ресурси та можливості, пов'язані з ноу-хау, корпоративною культурою та комерційною свідомістю персоналу. Це розглядається як внутрішні переваги, а зовнішні переваги, з іншого боку, пов'язані з корпоративною репутацією.

Ключові слова: комерційна свідомість, корпоративна соціальна відповідальність, конкурентна перевага, персонал, підприємство, управління, ресурс.

ВЛИЯНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ СОЗНАТЕЛЬНОСТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Зеркаль А.В.

В статье рассмотрены особенности влияния коммерческой сознательности и ее составляющей корпоративной социальной ответственности на формирование конкурентных преимуществ предприятия. Определено, что коммерческую сознательность и корпоративную социальную ответственность можно рассматривать как ресурс, если она имеет стратегическое влияние на хозяйственные операции предприятия. Коммерческая сознательность может привести к конкурентным преимуществам, именно поэтому предприятию должным образом использовать КСО, чтобы уменьшить расходы, привлечь и мотивировать сотрудников и улучшить корпоративную репутацию. Привлечение к КСО может помочь предприятию развивать новые ресурсы и возможности, связанные с ноу-хау, корпоративной культурой и коммерческой сознательностью персонала. Это рассматривается как внутренние преимущества, а внешние преимущества, с другой стороны, связаны с корпоративной репутацией.

Ключевые слова: коммерческая сознательность, корпоративная социальная ответственность, конкурентное преимущество, персонал, предприятие, управление, ресурс.

COMMERCIAL AWARENESS' INFLUENCE TO FORMATION COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE

Zerkal A.

The article considers the peculiarities of the commercial consciousness' influence and its component – corporate social responsibility on the competitive advantages' formation of the enterprise. It has been determined that commercial consciousness and corporate social responsibility can be considered as a resource if it has a strategic influence on the business operations of the enterprise. Commercial consciousness can lead to competitive advantages, which is why the enterprise must use CSR properly to reduce costs, attract and motivate employees and improve corporate reputation. Attracting CSR can help the company develop new resources and capabilities related to know-how, corporate culture and personnel's commercial awareness. It is considered as an internal advantage. External benefits, on the other hand, are related to corporate reputation.

Keywords: commercial awareness, corporate social responsibility, competitive advantage, STAFF, enterprise, management, resource.

Постановка проблеми. Комерційна свідомість (та її складова корпоративна соціальна відповідальність) – це актуальна тема в галузях економіки з вісімдесятих років та особливо набирає популярності в країнах Європейського союзу та США. Багато десятиліть підприємства займаються розвитком КСВ. Деякі підприємства беруть участь у добровільних та інших компаніях КСВ. Інші роблять це під тиском з боку уряду чи

органів державної влади. В академічній літературі це також цікава і обговорювана тема. Багато новин, як на телебаченні, так і в письмових ЗМІ, з'являються за останні кілька років.

Щоб вижити в певній галузі, підприємства завжди намагаються створити конкурентну перевагу, якою може стати КСВ та формування комерційної свідомості персоналу. Але як КСВ та комерційна свідомість

можуть сприяти створенню конкурентних переваг? КСВ та конкурентна перевага є дуже популярними в академічній літературі. Багато досліджень було зроблено з приводу феномену КСВ, але не було досліджень щодо впливу КСВ та комерційної свідомості на підприємство.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням та вивченням явища корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) присвятили свої праці українські науковці: О. О. Єранкін, І. Ф. Комарницький, В. В. Кужель, О. В. Митяй, В. С. Негоденко, В. О. Непочатенко, О. Г. Чирва, Т. С. Шабатура, В. В. Ярова та інші.

Проте незважаючи на велику кількість досліджень українських та зарубіжних авторів, досліджень щодо впливу КСВ та комерційної свідомості на підприємство не проводилося.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення особливостей впливу комерційної свідомості та її складової корпоративної соціальної відповідальності на формування конкурентних переваг підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. За даними Портера та Крамера [7], існує зв'язок між корпоративною соціальною відповідальністю та конкурентною перевагою. Посилання, зроблене цими авторами, складне та не дає чіткого уявлення про те, як КСВ впливає на конкурентну перевагу. Вони відзначають, що КСВ та конкурентні переваги пов'язані, однак вони не згадують, яким чином. Комерційна свідомість може надати підприємствам унікальний шанс на конкурентну перевагу. Так, підприємства беруть участь у КСВ, оскільки думають, що це може дати їм певну конкурентну перевагу. Бізнес не можна розглядати окремо від суспільства, в якому працюють та існують підприємства. Бізнес є частиною сучасного суспільства. Оскільки сьогодні підприємства добровільно інтегрують КСВ у свої операції, цікаво розуміти мотивацію підприємств брати участь у діяльності КСВ або так звану діяльність з соціальної відповідальності. Звичайно, існують певні фактори, що сприяють появу КСВ у діяльності підприємства, такі як очікування зацікавлених сторін, але КСВ також має принести деякі фінансові показники. Існують два контрастні випадки КСВ. Є нормативний випадок, який передбачає, що підприємство має вести себе соціально-відповідально, оскільки етично та правильно робити це. Інший випадок – прибуток, який може бути представлений шляхом запитання, як підприємства розглядають можливість сприяти їхньому економічному успіху, звертаючи увагу на соціальну відповідальність [2].

КСВ передбачає певні витрати, які необхідно зробити, і ці витрати, як правило, є короткостроковими, а переваги цих заходів часто є довгостроковими. КСВ не одержує фінансову вигоду для кожного підприємства, і тому керівництво часто не знає, чи сприяє комерційна свідомість та КСВ конкурентній перевазі [6].

Також можна побачити КСВ з точки зору ресурсів. Підприємство має стратегічно використовувати КСВ, щоб розглядати її на основі ресурсів. Займаються соціально відповідальною діяльністю, коли очікується, що ця діяльність буде корисною для підприємства, це поведінка, яку можна дослідити, використовуючи ресурсну точку зору [3].

Так, участь у КСВ може допомогти підприємствам створювати деякі з цих ресурсів і можливостей. Але як підприємства дають сутність КСВ можливо за різними підходами.

Комерційна свідомість також може призвести до конкурентних переваг, але тому підприємство має належним чином використовувати КСВ, щоб зменшити витрати, залучати та мотивувати співробітників і покращити корпоративну репутацію. Іншими словами, КСВ може призвести до конкурентної переваги, як це використовується, або для забезпечення чіткого контролю та маніпулювання з його ресурсами та можливостями.

Підприємства інтегрують комерційну свідомість та КСВ в свої операції та стратегію з певних причин, таких як державне затвердження, залучення працівників та створення належної корпоративної репутації. Є певні переваги для підприємств, які мають хорошу корпоративну репутацію, а саме: це може поліпшити відносини з зовнішніми гравцями, такими як конкуренти, постачальники та дуже важливими клієнтами. Підприємство з гарною репутацією також здатне залучати кращих працівників. Підприємства також можуть стягувати більш високу ціну за свої товари та послуги, якщо вони мають хорошу репутацію. Таким чином, КСВ забезпечує внутрішні та зовнішні переваги. Залучення до КСВ може допомогти підприємству розвивати нові ресурси та можливості, пов'язані з ноу-хау, корпоративною культурою та комерційною свідомістю персоналу. Це розглядається як внутрішні переваги. Зовнішні переваги, з іншого боку, пов'язані з корпоративною репутацією [1].

Також слід розглядати комерційну свідомість як джерело конкурентної переваги. Адже це ресурс підприємства, і таким чином – джерело конкурентних переваг. Комерційна свідомість може призвести до конкурентних переваг у багатьох відношеннях, але чи сама комерційна свідомість призводить до конкурентних переваг, не впливаючи на інші ресурси? Комерційна свідомість в ресурсній перспективі повинна розглядатися як елемент бізнес-стратегії підприємства. Комерційну свідомість можна розглядати як ресурс підприємства, якщо вона використовується для стратегічного впливу на господарські операції. Коли комерційна свідомість впливає на бізнес-операції, це ресурс, оскільки ресурси – це людські, фінансові, фізичні та фактори знань, які забезпечують надійні засоби для виконання своїх бізнес-процесів. Оскільки комерційна свідомість використовується на базі ресурсів, її важко визначити. Також важко описати певні корпоративні заходи як діяльність КСВ або прояв комерційної свідомості. Підтримка благодійності – це КСВ, але створює здоровий робочий простір, а також соціально відповідальну діяльність, і, як наслідок, має значний вплив на формування комерційної свідомості.

КСВ важлива для підприємства. Займаючись діяльністю КСВ, підприємство могло б покращити свою корпоративну репутацію. Репутація важлива для підприємства. Коли підприємство має хорошу репутацію, клієнти, наприклад, готові платити більш високі ціни, що призводить до прибутковості. Вплив КСВ на репутацію впливає на деякі аспекти. Перш за все КСВ діяльність повинна розглядатися як щира. Коли клієнти бачать активність КСВ як нещире, діяльність може

вийти з ладу. Це означає, що підприємство повинно переконатися, що клієнти є підозрілими, і що діяльність КСВ завжди вважається щирою. Підприємство може зацікавити клієнта при участі в діяльності з КСВ, але якщо споживач підозрюється, це може призвести до негативних наслідків і залишити підприємство з ще гіршою репутацією, ніж репутація, яку підприємство мала б без активності. Зв'язок діяльності КСВ у цьому випадку є дуже важливим. Клієнти завжди судять і контролюють щирість фірмового повідомлення. Тому важливо, щоб клієнти отримували інформацію безпосередньо від нейтральної сторони, а не від підприємства [4, с. 15].

Інформація нейтральної сторони вважається щирою, і це є метою підприємства. Інший спосіб, як клієнти оцінюють діяльність КСВ як нещирю, коли підприємство витрачає більше грошей на спілкування, ніж на фактичну діяльність з КСВ. Таким чином, діяльність відбивається і знову залишає підприємство з поганою репутацією.

Діяльність з КСВ не завжди ефективна. Це ґрунтується на відповідності між підприємством та приводом участі у заході. Це описується як бренд / привід. Діяльність з КСВ з низьким рівнем використання бренду / призом може досягти такої ж якості, як і висока марка / придатність. Однак це змінюється, якщо споживач – це марка свідомості. Чим бренд / привід має бути високим, щоб досягти своєї мети.

Конкурентна перевага є важливою для підприємства, оскільки конкурентна перевага збільшує користь. Підприємство досягає конкурентних переваг, коли розвиває ресурс або комбінацію ресурсів, що дозволяє йому перевершити своїх конкурентів.

Це видно з точки зору ресурсів. Ресурси – це людські, фінансові, фізичні та фактори знань, які забезпечують фірму засобами для виконання своїх бізнес-процесів. Якщо ресурс відповідає вимогам (різноманітність ресурсів, обмеження для конкуренції, недосконалість рухованість ресурсів та обмеження конкуренції) [5]. Як КСВ, так і репутацію можна розглядати як ресурси. Репутація розглядається як організаційний атрибут і відображає ступінь того, як зацікавлені сторони бачать підприємство. Це може бути добре чи погано. Через це репутація може розглядатися як одне з найважливіших (нематеріальних) ресурсів, які може мати підприємство. Репутація відповідає вимогам, і тому репутація може призвести до конкурентних переваг.

Висновки з проведеного дослідження. Комерційну свідомість та КСВ важко розглядати як ресурс, оскільки їх складно визначити, та описати як ресурс. Але коли комерційна свідомість та КСВ впливають на бізнес-операції, це може розглядатися як ресурс. Якщо цей ресурс відповідає вимогам, підприємство також може отримати конкурентну перевагу за допомогою цього ресурсу.

Як зазначалося раніше, важко описати КСВ як ресурс, проте вона може призвести до конкурентних переваг. Якщо підприємство належним чином використовує комерційну свідомість та КСВ для зменшення витрат, залучення та мотивації співробітників, поліпшення корпоративної репутації або створення нових ресурсів, це може призвести до конкурентних переваг.

Конкурентна перевага може безпосередньо впливати на КСВ або за допомогою репутації. Оскільки КСВ впливає на репутацію, компанія може отримати користь від КСВ.

1. Комарницький І. Ф., Галушка З. І. Соціальна відповідальність бізнесу як інструмент управління сучасним підприємством. Зб. наук. праць Буковинського у-ту. 2010. № 6. URL: http://zbirnik.bukuniver.edu.ua/issue_articles/7_1.pdf
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі. – К.: Видавництво Олексія Капусты, 2004. 348 с.
3. Македон В. В. Дослідження процесів забезпечення соціальної відповідальності у провідних моделях корпоративного управління. Вісник ХНАУСГ: Економічні науки. Вип. 126. Харків: ХНТУСГ. 2012. URL: http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_126/27.pdf
4. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / [Лазаренко О., Колиско Р. та ін.]. К.: Вид-во «Енергія», 2008. 96 с.
5. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. URL: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf
6. Ярова В. В. Теоретико-методологічні підходи до вивчення соціальної відповідальності бізнесу. Вісник ХНАУ. Сер.: Економічні науки. 2013. № 5. С. 185–196. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vkhnavi_ekon_2013_5_26.pdf
7. Porter M. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility / M. Porter, M. Kramer // Harvard Business Review, 2009. Vol. 84 (12). Pp. 78–94.

E-mail: zcci@i.ua

УДК 631.145(477):631.115.8

Калачевська Л.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД та євроінтеграції,
Сумський національний аграрний університет

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКА КООПЕРАЦІЯ У КОНТЕКСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ

В статті охарактеризовано значення кооперативного руху в економіці ринкового типу. Проаналізовано специфіку утворення кооперативних структур в аграрному секторі економіки, вигоди для товаровиробників та сільських територій від їх формування. Досліджено кількість підприємств, які здійснювали сільськогосподарську діяльність в Україні. Встановлено частку кооперативів у загальній структурі товаровиробників. За допомогою аналізу основних показників діяльності сільськогосподарських підприємств визначено ефективність діяльності кооперативів. Доведено, що актуальним для вітчизняних умов господарювання є залучення іноземного досвіду з створення кооперативів для підвищення ефективності господарської діяльності товаровиробників та залучення інновацій на сільські території.

Ключові слова: сільськогосподарська кооперація, сільські території, інновації, ефективність.

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ КООПЕРАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В УКРАИНЕ

Калачевская Л.И.

В статье охарактеризовано значение кооперативного движения для экономики рыночного типа. Проанализирована специфика образования кооперативных структур в аграрном секторе экономики, выгоды для товаропроизводителей и сельских территорий от их формирования. Исследовано количество предприятий, которые осуществляли сельскохозяйственную деятельность в Украине. Установлено долю кооперативов в общей структуре товаропроизводителей. С помощью анализа основных показателей деятельности сельскохозяйственных предприятий определена эффективность деятельности кооперативов. Доказано, что актуально для отечественных условий хозяйствования является привлечение иностранного опыта по созданию кооперативов для повышения эффективности хозяйственной деятельности товаропроизводителей и привлечения инноваций на сельские территории.

Ключевые слова: сельскохозяйственная кооперация, сельские территории, инновации, эффективность.

AGRICULTURAL COOPERATION IN THE CONTEXT OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL TERRITORIES IN UKRAINE

Kalachevska L.

In the article we characterize the importance of the cooperative movement in the economy of market type. We analyzed the specifics of the formation of cooperative structures in the agrarian sector of the economy, the benefits for commodity producers and rural areas from their formation. We have investigated the number of enterprises engaged in agricultural activities in Ukraine. The share of cooperatives in the general structure of commodity producers has been established. Using the analysis of the main indicators of agricultural enterprises, the effectiveness of the activity of cooperatives is determined. We have proved that the domestic conditions of business are relevant to attracting foreign experience in creating cooperatives to increase the efficiency of commodity producers economic activity and attracting innovations to rural areas.

Keywords: agricultural cooperation, rural territories, innovations, efficiency.

Постановка проблеми. В умовах сучасних глобальних викликів одним з необхідних кроків для вирішення наявних економічних і соціальних проблем та досягнення продовольчої безпеки є підтримка та інвестування дрібних товаровиробників, їх об'єднання в кооперативи. Як показує світовий досвід кооперативи сприяють забезпеченню продовольчої безпеки, допомагаючи дрібним фермерам пристосуватися до умов ринку, отримати доступ до сучасних інноваційних розробок. Це дозволяє їм збільшити виробництво продуктів харчування, продавати свої товари у інші країни та створювати робочі місця, підвищувати продовольчу безпеку на регіональному та глобальному рівні.

Дрібні сільськогосподарські товаровиробники та фермери стикаються з труднощами доступу до високоякісних інноваційних розробок. Хоча ціни продажу сільськогосподарських культур постійно зростають, дрібні товаровиробники не можуть в повній мірі скористатися позитивною кон'юнктурою ринку. Доступ до кредитів для придбання матеріально-технічного забезпечення для дрібних товаровиробників також наразі є проблемним. Багато виробників стикаються з іншими перешкодами, такими як відсутність транспорту щоб вивести свою продукцію на місцеві ринки або відсутність належної інфраструктура в сільській місцевості. З усіх цих причин підвищення цін на міжнародних

ринках не завжди призводить до кращого доходу та добробуту для дрібних виробників в країнах, що розвиваються. Вищезазначене підкреслює необхідність розширення можливостей та підтримки розвитку сільськогосподарських кооперативів з метою залучення інновацій на сільській території.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасних умовах господарювання питання сільськогосподарської кооперації у контексті інноваційного розвитку сільських територій в Україні набувають актуальності. Дані питання потребують всестороннього дослідження та розробки практичних рекомендацій, що і відображено у багатьох публікаціях. Так, П. Ю. Балабан досліджував національний кооперативний рух в економіці ринкового типу [1]. Ф. В. Горбонос вивчав реструктуризацію економічного простору сільської територіальної одиниці як підґрунтя розвитку кооперації [3]. К. Я. Кучерява досліджувала державний вплив на розвиток процесів кооперації в агропромисловому комплексі на сучасному етапі. Н. К. Болгарова аналізувала історичний досвід та сучасні аспекти розвитку кооперації в АПК [2]. Н. В. Рунчева досліджувала розвиток сільськогосподарського кооперативного руху в регіонах України. О. Д. Радченко окреслював напрями державної підтримки сільськогосподарської обслуговуючої кооперації. М. Й. Малік досліджував формування та розвиток кооперативних відносин в аграрній сфері економіки України [8]. К. Я. Кучерява окреслювала концептуальні підходи до здійснення державного впливу на розвиток кооперативного руху в аграрному секторі: досвід країн Європи [6–7]. Т. В. Мірзоева досліджувала агрохолдинги та кооперативи України в умовах сьогодення. Т. С. Ожелевська окреслює місце кооперативного руху у соціально-економічному розвитку сільських територій. В. Зіновчук досліджує організаційні основи сільськогосподарського кооперативу [5]. Ю. Ушкаренко вивчав сільськогосподарську кооперацію в еволюційному вимірі [10]. Питання розвитку сільськогосподарських кооперативів та можливості залучення ними інноваційних розробок знайшли своє відображення у програмах Міністерства аграрної політики та продовольства України, галузевих стратегіях розвитку, програмах розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на 2013–2020 роки, Законі Про державний бюджет України, Єдиній комплексній стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015–2020 роки. Водночас, враховуючи сучасні глобалізаційні виклики та специфіку проведення сучасних аграрних реформ, питання пов'язані із сільськогосподарською кооперацією у контексті інноваційного розвитку сільських територій в Україні потребують подальших досліджень, зокрема в умовах децентралізації.

Мета статті полягає в дослідженні напрямів сільськогосподарської кооперації у контексті інноваційного розвитку сільських територій в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кооперативна форма організації бізнесу почалася під час промислової революції у розвинених країнах. Кооперативи були корисними для просування інтересів дрібних товаровиробників. Фермери, робітники та споживачі дійшли висновку, що вони могли б працювати більш ефективно колективно, ніж індивідуально. Відповідно вони почали об'єднуватися.

У сучасних умовах господарювання кооператив – приватна організація бізнесу, яка належить і контролюється людьми, які використовують свою продукцію, товари чи послуги. Незважаючи на те, що кооперативи різняться залежно від типу та кількості учасників, всі вони сформовані для задоволення конкретних цілей членів і структуровані таким чином, щоб адаптувалися до змінених потреб членів. Кооперативи формуються особами, координуючими між собою (горизонтальна координація) для досягнення вертикальної інтеграції у своїй господарській діяльності [5]. За рахунок їх створення вдається збалансувати пропорції між дрібними та великими товаровиробниками, сприяти випищенню економічних, екологічних та соціальних проблем сільських територій.

Щодо видів кооперативів, то їх можна класифікувати за їхньою метою. Наприклад, члени продуктових кооперативів закуповують продукти харчування з їх кооперативів, а члени робочих кооперативів забезпечують свою працю своїм кооперативам. Іноді члени надають кооперативу товари та послуги, а також закуповують товари або послуги. Сільськогосподарські кооперативи допомагають виробникам забезпечувати доступ до ринків збуту та постачання, досягти економії на масштабі та отримати ринкову силу шляхом спільного маркетингу, формування експортних партій продукції, обробки і придбання запасів та послуг.

Кооператив широко визначається як підприємство, що належить і підконтрольне людям, які користуються своїми послугами, і чий результат діяльності одержуються за справедливо розподіляються на основі рівномірного розподілу. Незважаючи на те, що ця організаційна структура не обмежується сільським господарством, фермери в розвинених країнах з 19 століття ефективно використовували свої ресурси для спільних цілей, як для придбання ресурсів та послуг, так і для маркетингу або обробки їх продукцію. Протягом останніх десятиліть ця модель також була успішно прийнята в ряді країн, що розвиваються, хоча вона не процвітала в усіх країнах за різними причинами.

За даними Державної служби статистики України, станом на 2017 р. в державі зареєстровано 1023 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів та 992 сільськогосподарських виробничих кооперативів [9]. Але реально функціонує не більше половини, інші ж існують лише на папері. У загальній кількості підприємств, які здійснювали сільськогосподарську діяльність, за організаційно-правовими формами господарювання кооперативи займають лише 1%. При цьому відмічена тенденція до їх скорочення (табл. 1).

В Україні, із загальної кількості зареєстрованих СОК реально здійснюють господарську діяльність лише 589 одиниць. Із загальної кількості діючих СОК молочарських – 151, з обробітку землі та збирання врожаю – 152, м'ясні – 34, плодоовочевої – 76, зернові – 35 та з надання інших послуг – 141. За видами діяльності 589 діючих СОК розподілились на: переробні – 25, заготівельно-збутові – 149, постачальницькі – 16, з надання інших послуг – 101 та багатофункціональні – 298. Цими кооперативами станом на 2017 р. об'єднано 24,8 тис. осіб, створено на селі 1636 постійних робочих місць, які утримують 21758 голів ВРХ, з яких: 16953 голови корів та 4188 – голів свиней, реалізовано 48,7 тис. т молока, 2,8 тис. т зерна, 0,2 тис. т м'яса, 3,2 тис. т плодоовочевої продукції, сплачено податків та зборів на суму

13981,6 тис грн [9]. За умови діяльності кооперативів на сільських територіях характерним є інвестування коштів у соціальну та виробничу інфраструктуру.

Аналіз основних показників діяльності сільськогосподарських підприємств дозволяє зробити висновки, що у сучасних умовах глобальних викликів більш ефективними є товаровиробники які здатні сформувати достатні земельні та матеріальні ресурси (табл. 2).

Досліджуючи діяльність товаровиробників в аграрному секторі економіки, слід відмітити, що виділяють три підходи до визначення ефективності [3].

1. Відповідно першого – визначають ефективність господарських процесів, які відбуваються на самому підприємстві.

2. Відповідно другого – досліджують ефективність використання окремих ресурсів, які задіяні у виробничий процес.

3. Відповідно третього – оцінюють ефективність та можливість товаровиробника реалізувати вироблену продукцію у задовільний час та за цінами, що покривають витрати виробництва та дозволяють отримати прибуток від діяльності.

Теоретично, за усіма даними показниками кооперативна має переваги над іншими формами організації виробництва. Це підтверджено економічними показниками функціонування кооперативів у США та країнах-членах ЄС. Водночас, в Україні не сформоване інституційне забезпечення, яке сприяло б швидкому розвитку кооперативів та менталітет населення не дозволяє широкомасштабно впроваджувати дану форму організації виробництва. Проте, потрібно на законодавчому та дорадчому рівнях працювати над вирішенням даних проблем. Так, як саме за рахунок кооперативів можливо збалансувати вітчизняну структуру виробництва,

Таблиця 1. Кількість підприємств, які здійснювали сільськогосподарську діяльність, за організаційно-правовими формами господарювання

Показник	Рік					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Усього	49415	49046	46199	45379	47697	45558
Господарські товариства	8235	8245	7750	7721	8700	6967
Приватні підприємства	4220	4095	3772	3627	3752	3215
Кооперативи	848	809	674	596	738	448
Фермерські господарства	34035	34168	33084	32303	33682	34137
Державні підприємства	296	269	228	241	222	199
Підприємства інших форм господарювання	1781	1460	691	891	603	592
У відсотках до підсумку						
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Господарські товариства	16,7	16,8	16,8	17,0	18,2	15,3
Приватні підприємства	8,5	8,3	8,2	8,0	7,9	7,1
Кооперативи	1,7	1,6	1,4	1,3	1,5	1,0
Фермерські господарства	68,9	69,7	71,6	71,2	70,6	74,9
Державні підприємства	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4
Підприємства інших форм господарювання	3,6	3,0	1,5	2,0	1,3	1,3

Джерело: розраховано за даними [9]

Таблиця 2. Основні показники діяльності сільськогосподарських підприємств

Показник	Рік					
	2010	2013	2014	2015	2016	2017
Фінансовий результат до оподаткування, млн грн	17320,5	15012,7	21495,9	101996,1	90122,1	78786,1
Підприємства, які одержали прибуток до оподаткування						
у відсотках до загальної кількості	69,8	80,3	84,8	89,0	88,4	86,7
фінансовий результат, млн грн	22152,9	26252,3	51744,1	127609,0	102788,8	92072,7
Підприємства, які одержали збиток до оподаткування						
у відсотках до загальної кількості	30,2	19,7	15,2	11,0	11,6	13,3
фінансовий результат, млн грн	4832,4	11239,6	30248,2	25612,9	12666,7	13286,6
Чистий прибуток (збиток), млн грн	17253,6	14925,7	21413,4	101912,2	89816,3	78457,7
Підприємства, які одержали чистий прибуток						
у відсотках до загальної кількості	69,6	80,3	84,7	88,9	88,4	86,7
фінансовий результат, млн грн	22094,9	26186,6	51668,0	127525,5	102496,1	91764,1
Підприємства, які одержали чистий збиток						
у відсотках до загальної кількості	30,4	19,7	15,3	11,1	11,6	13,3
фінансовий результат, млн грн	4841,3	11260,9	30254,6	25613,3	12679,8	13306,4
Рівень рентабельності всієї діяльності, %	17,5	8,3	9,3	30,4	25,6	18,7
Рівень рентабельності операційної діяльності, %	24,5	11,7	21,4	43,0	33,6	23,5
Кількість найманих працівників, тис. осіб	645,2	579,8	528,9	500,9	513,2	496,1

Джерело: розраховано за даними [9]

розвивати сільські території, залучати інноваційні розробки у сільську місцевість.

Відповідно, дрібні товаровиробники, лише за умови об'єднання, можуть конкурувати на ринку. Враховуючи вищезазначена об'єднання товаровиробників у кооперативи дає їм змогу формувати експортні партії продукції, підвищувати конкурентоспроможність виробництва, залучати інноваційні розробки та конкурувати з аграрними холдингами, які стрімко розвиваються і концентрують значні матеріальні та земельні ресурси.

Слід відмітити, що кооперативний рух досить активно розвивається у країнах Європи та США. Досліджуючи ретроспективу слід відмітити, що кооперативна модель організації фермерів вперше з'явилася на віддалених територіях Австро-Угорської імперії у 1851 р. Спочатку вона була спрямована на надання кредитів фермерським господарствам. Перший кооператив у Сполучених Штатах фактично був спільною компанією зі страхування пожежі. Станом на 2014 рік в Сполучених Штатах було 134 сільськогосподарських кооперативи, які займалися бізнесом щонайменше 100 років. Більшість із найстаріших американських фермерських кооперативів знаходяться в штатах Каліфорнія, Флорида та Айова [10]. За рахунок об'єднання власних виробничих та фінансових спроможностей кооперативи активно розвивають сільські території та вкладають значні кошти у розбудову соціальної та виробничої інфраструктури.

Американські фермерські кооперативи працюють за федеральними законами, які забезпечують захист цих суб'єктів від антимонопольних правил, якщо вони дотримуються певних вимог. В Сполучених Штатах працює понад 2100 таких кооперативів. Чистий прибуток цих кооперативів склав 6,5 мільярдів доларів, які за їх правовою структурою розподіляються серед своїх членів. Характерною є тенденція, що багато фермерів належать більш ніж одному кооперативу.

П'ять найбільших фермерських кооперативів по доходах – CHS, молочні фермери Америки, Land O'Lakes, GROWMARK та Agri Processing Inc. Інші американські фермерські кооперативи з відомими споживчими брендами включають Ocean Spray (журавлина), Blue Diamond (мигдаль), Американський кристалічний цукор, Tillamook (сир), і SunMaid (родзинки) [1]. Завдяки розвитку кооперативного руху у США вдалося досягнути збалансування між дрібними товаровиробниками та інтегрованим аграрним бізнесом.

Фермерські кооперативи відомі в сільськогосподарських секторах багатьох країн світу за рахунок залучення інноваційних розробок для товаровиробників, формування ними товарних партій продукції, підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Так, для прикладу, Креді Агріколь у Франції спочатку був створений як кредитний кооператив, який протягом багатьох років став одним із найбільших банків у світі. Іншими великими сільськогосподарськими кооперативами є Дзен-Нох (Японія), Рабобанк (Нідерланди), Національна асоціація сільськогосподарських кооперативів

(Південна Корея) та Фонтерра (Нова Зеландія) [10]. Приклад даних кооперативів може бути використаний для України, адже наразі вітчизняні дрібні товаровиробники мають значні проблеми з кредитним забезпеченням, оновленням матеріально-технічної бази, реалізацією вирощеної продукції та залученням інноваційних розробок.

Водночас, слід відмітити, що кооперативна ідея може мати позитивні економічні та соціальні результати за умови побудови знизу. Так, дана організаційна структура зробила менший успіх у країнах, що розвиваються, частково через те, що в її ранніх втіленнях вона часто впроваджувалась у сільській місцевості урядовцями, а не органічно розвивалася самими фермерами. Наприклад, перші кооперативи були створені в Індії на початку XX століття, щоб звільнити фермерів від необхідності покладатися на високі процентні позики від кредиторів. Створення ширшої сільськогосподарської кооперації вважалося важливим компонентом національного плану розвитку, оголошеного центральним урядом Індії [10].

Принцип зверху донизу був прийнятий щодо сільськогосподарських кооперативів у багатьох країнах Африки на південь від Сахари після того, як вони сягнули незалежності в середині 20 століття. Відсутність прямої участі в управлінні членами фермерів знизила ефективність кооперативів. У багатьох випадках це рішення призвело до недовіри та скептицизму щодо того, чий інтерес фактично служили кооперативи. Тим не менш, кооперативна модель досягла певних реальних успіхів у країнах, що розвиваються, за останні кілька десятиліть, коли фермери безпосередньо керували своєю організацією.

Висновки. Сільськогосподарські кооперативи дозволяють виробникам реалізувати економічні вигоди, які вони не могли досягти самостійно. Групи товаровиробників покращують свою ринкову спроможність на ринку, зменшують витрати, об'єднуючи капітал та ресурси через кооперативні підприємства, і роблять дорогі послуги, такі як маркетинг. Через кооперативи фермери можуть досягти економії на масштабі шляхом зменшення одиничних витрат на матеріали та послуги, що дозволить фермерам зосередити увагу на виробництві товарів, а не на пошуку покупців та постачальників. Кооперативи також дозволяють фермерам покращити якість продукції та послуг, зменшити ризики, вирішувати спільні проблеми, розвивати нові ринкові можливості або розширювати існуючі ринки.

Об'єднання товаровиробників у кооперативи дає їм змогу формувати експортні партії продукції, підвищувати конкурентоспроможність виробництва, залучати інноваційні розробки та конкурувати з аграрними холдингами, які стрімко розвиваються та концентрують значні земельні ресурси. Зарубіжний досвід переконливо свідчить що саме сільськогосподарська кооперація здатна залучити інноваційні розробки на сільські території та вирішити наявні економічні, екологічні та соціальні проблеми сільської місцевості.

1. Балабан П. Ю., Соколова А. М. Національний кооперативний рух в економіці ринкового типу: монографія. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2012. 225 с.
2. Болгарова Н. К., Паневник Т. М. Історичний досвід та сучасні аспекти розвитку кооперації в АПК. Вісник Хмельниць. нац. ун-ту. 2009. Т. 1. № 6. С. 274–279.
3. Горбонос Ф. В., Павленчик Н. Ф. Реструктуризація економічного простору сільської територіальної одиниці як підґрунтя розвитку кооперації. Кооперативні читання: зб. матеріалів Всеукраїнської наук.-практ. конф., (м. Житомир, 4–6 квіт. 2013 р.). Житомир: Вид-во «Житомир. нац. агроекол. ун-т», 2013.
4. Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015–2020 роки. URL: <http://minagro.gov.ua/themes/garland/pdf/7.2.%20Basic%20material> (дата звернення: 17.03.2018).
5. Зіновчук В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу: 2-е вид.; доп. і перероб. Київ: Логос, 2001. 380 с.
6. Кучерява К. Я. Концептуальні підходи до здійснення державного впливу на розвиток кооперативного руху в аграрному секторі: досвід країн Європи. Держава та регіони. Запоріжжя, 2016. Вип. 3. С. 117–129.
7. Теорія та практика державного управління. Харків, 2014. Вип. 1 (44). С. 147–156.
8. Кучерява К. Я. Концептуальні підходи до здійснення державного впливу на розвиток кооперативного руху в аграрному секторі: досвід країн Європи. Держава та регіони. Запоріжжя, 2016. Вип. 3. С. 117–129.
9. Статистика України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 17.03.2018).
10. Ушкаренко Ю. Сільськогосподарська кооперація в еволюційному вимірі: монографія. Херсон: Айлант, 2009. 404 с.

E-mail: likalachevska@gmail.com

УДК 338.2:330.3

Коваленко-Марченкова Є.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства,
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

Кірнос О.В.

асистент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства,
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

Бородін М.О.

кандидат технічних наук,
доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства,
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто підходи до трактування економічного стану підприємств. Проаналізовано види, безпосередньо, фінансово-економічного аналізу підприємства, залежно від організаційних форм, за обсягом дослідження, за об'єктами аналізу та за періодом його проведення. Розглянута фінансова бухгалтерська звітність підприємства, на якій базується аналіз фінансово-економічної стану. Визначено основні чинники, які можуть спричинити фінансову кризу на підприємствах та встановлено, що визначення ефективності виробництва полягає в оцінці його результатів, а саме: ефективність підприємства являє собою комплексну оцінку кінцевих результатів використання основних і оборотних фондів, трудових, фінансових ресурсів та нематеріальних активів за певний період часу.

Ключові слова: економічний стан, підприємство, фінансово-економічний аналіз, оцінка, ефективність, управління, національна економіка.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Коваленко-Марченкова Е.В., Киринос О.В., Бородин М.А.

В статье рассмотрены подходы к трактованию экономического состояния предприятия. Проанализированы виды, непосредственно, финансово-экономического анализа предприятия, в зависимости от организационных форм, объемов исследования, по объектам анализа и периодом его проведения. Рассмотрена финансовая бухгалтерская отчетность предприятия, на которой базируется анализ финансово-экономического состояния. Определены основные факторы, которые могут вызвать финансовый кризис на предприятиях, а также установлено, что определение эффективности производства заключается в оценке его результатов, а именно: эффективность предприятия является комплексной оценкой конечных результатов использования основных и оборотных фондов, трудовых, финансовых ресурсов и нематериальных активов за определенный период времени.

Ключевые слова: экономическое состояние, предприятие, финансово-экономический анализ, оценка, эффективность, управление, национальная экономика.

THEORETICAL ASPECTS OF THE ENTERPRISE'S ECONOMIC CONDITION ASSESSMENT

Kovalenko-Marchenkova Ye., Kirnos O., Borodin M.

The purpose of the article is to study the theoretical aspects of the enterprise's economic condition assessment. For this purpose, the article considers the approaches to the interpretation of the economic condition of the enterprise. Goals, objectives and the essence of the analysis of the economic condition are investigated. The types, directly, of the financial and economic analysis of the enterprise, depending on the organizational forms, volumes of research, on the objects of analysis and its period are analyzed. Financial accounting statements of the company, which is based on the analysis of financial and economic condition are considered. The main factors that may cause a financial crisis in enterprises are identified. It is established that determining the production efficiency is to evaluate its results, namely: enterprise efficiency is a comprehensive assessment of the final results of fixed and current assets usage, labor, financial resources, and intangible assets over a certain period of time.

Keywords: economic condition, enterprise, financial and economic analysis, assessment, efficiency, management, national economy.

Постановка проблеми. Економічний стан – одна з найважливіших характеристик діяльності підприємства. Він залежить від результатів виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності підприємства. Оцінка економічного стану є важливим складником ефективного управління формуванням, розміщенням і використанням ресурсів підприємства [1, с. 24–48].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед науковців, які приділяли значну увагу аналізу фінансово-економічного стану підприємства, можна відмітити таких, М. Д. Білик, А. П. Ковальов, Л. А. Лахтіонова, В. О. Подольська, В. Т. Савчук, О. С. Стоянова, А. Д. Шеремет, О. Д. Данілов, Г. М. Івашина, О. Г. Чумаченко, Г. В. Савицька [2, с. 24–48; 3, с. 160–193; 4, с. 135–170]. Економічний стан підприємств розглядався у роботах таких науковців, як М. А. Боллох, В. З. Бурчевський, І. В. Гонтарьова [5, с. 112–140; 6, с. 64–67]. На сьогоднішній день недослідженим залишається запитання комплексного підходу до врахування теоретичних аспектів оцінки економічного стану підприємства.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження та систематизація теоретичних аспектів оцінки економічного стану підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічний стан підприємства – комплексне поняття, що характеризується забезпеченістю ресурсами, необхідними для нормальної виробничої діяльності всіх суб'єктів господарювання, доцільністю та ефективністю їх розміщення і використання, комерційними взаємовідносинами з іншими суб'єктами господарю-

вання, стійкістю та платоспроможністю. Економічний стан – найважливіший критерій ділової активності й надійності підприємства, що визначає його конкурентоспроможність і потенціал в ефективній реалізації економічних інтересів всіх учасників господарської діяльності. Він залежить від результатів виробничої, комерційної та фінансово-господарської діяльності підприємства та характеризується розміщенням і використанням засобів (активів) та джерел їх формування (власного капіталу і зобов'язань, тобто пасивів). Основна мета аналізу – виявлення найбільш складних проблем управління підприємством у цілому і його фінансових ресурсах зокрема [5, с. 112–140]. Потрібно зауважити, що в наукових працях і навчально-методичних розробках поняття «економічний стан підприємства» отожднюється з поняттям «фінансово-економічний стан підприємства», що не зовсім правильно з кількох причин. По-перше, відбувається підміна поняття «економічний стан підприємства» на термін «фінансово-економічний стан підприємства». По-друге, поняття «економічний стан підприємства» за своїм змістом більш широке, ніж поняття «фінансово-економічний стан підприємства». Загальновідомо, що є: економічна діяльність підприємства і її складова – фінансова діяльність підприємства; економічний аналіз і його складова – фінансово-економічний аналіз; економічна безпека підприємства і її складова – фінансова безпека підприємства; система економічних показників, частиною яких є і фінансові показники тощо [3, с. 160–193].

Економічний стан підприємства є комплексною характеристикою, що відображає внутрішню ситуацію у забезпеченості матеріальними, трудовими й фінансо-

вими ресурсами та рівня ефективності їх використання у співвідношенні з обсягами виробництва й реалізації продукції підприємства, а також у співвідношенні витрат і грошових надходжень від здійснення цих процесів. Економічний стан підприємства неабияк формує його фінансово-економічну стійкість, ефективність функціонування загалом та конкурентоспроможність. Отож, ці три результативні ознаки одночасно є й чинниками, котрі формують рівень економічного стану конкретного підприємства та створюють відповідний рівень його міцності. Зростання рівня міцності економічного стану підприємства цілком закономірно й обґрунтовано сприймати як покращання цього стану.

Тому економічний стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансово-економічних відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

Аналіз економічного стану є одним з ефективних способів оцінки поточного становища, який відображає миттєвий стан господарської ситуації. Він дозволяє виділити найбільш складні проблеми управління наявними ресурсами, тобто таким чином мінімізувати зусилля по проведенню у відповідність цілей і ресурсів організації з потребами і можливостями сформованого ринку. Для цього потрібна постійна ділова поінформованість з відповідних питань, яка є результатом відбору, оцінки, аналізу та інтерпретації фінансової звітності.

Об'єктом економічного аналізу є конкретне підприємство, його структурний підрозділ чи фінансова операція.

Суб'єктами аналізу виступають як безпосередньо, так і опосередковано зацікавлені в діяльності підприємства користувачі інформації. Фінансово-економічний аналіз поділяють на окремі види в залежності від наступних ознак:

1. За організаційними формами проведення виділяють внутрішній і зовнішній економічний аналіз підприємства.

а) внутрішній економічний аналіз проводиться фінансовими менеджерами чи власниками підприємства з використанням усієї сукупності наявних інформативних показників. Результати такого аналізу можуть представляти комерційну таємницю;

б) зовнішній економічний аналіз здійснюють податкові інспекції, аудиторські фірми, банки, страхові компанії з метою вивчення правильності відображення фінансових результатів діяльності підприємства, його фінансової стійкості і кредитоспроможності. Він проводиться на основі публічної фінансової звітності

2. За обсягом дослідження виділяють повний і тематичний економічний аналіз підприємства.

а) повний економічний аналіз проводиться з метою вивчення всіх аспектів фінансової діяльності підприємства в комплексі;

б) тематичний економічний аналіз обмежується вивченням окремих аспектів фінансової діяльності підприємства. Його предметом може бути ефективність використання активів підприємства: оптимальність фінансування різних активів з окремих джерел, стан фінансової стійкості і платоспроможності підприємства, оптимальність інвестиційного портфеля,

оптимальність фінансової структури капіталу і ряд інших аспектів фінансової діяльності підприємства [7, с. 44–47].

3. За об'єктами аналізу виділяють:

а) аналіз фінансової діяльності підприємства в цілому. У процесі такого аналізу об'єктом вивчення є фінансова діяльність підприємства в цілому без виділення окремих його структурних одиниць і підрозділів.

б) аналіз фінансової діяльності окремих структурних одиниць і підрозділів (центрів економічної відповідальності). Такий аналіз базується в основному на результатах управлінського обліку підприємства.

в) аналіз окремих фінансових операцій. Предметом такого аналізу можуть бути окремі операції, пов'язані з короткостроковими чи довгостроковими фінансовими вкладеннями, з фінансуванням окремих реальних проєктів тощо.

4. За періодом проведення виділяють попередній, поточний і наступний економічний аналіз.

а) попередній економічний аналіз пов'язаний з вивченням умов фінансової діяльності в цілому чи здійснення окремих фінансових операцій підприємства (наприклад, оцінка власної платоспроможності при необхідності одержання великого банківського кредиту).

б) поточний (чи оперативний) економічний аналіз проводиться в процесі реалізації окремих фінансових планів чи здійснення окремих фінансових операцій з метою оперативного впливу на результати фінансової діяльності. Як правило, він обмежується коротким періодом часу.

в) наступний (чи ретроспективний) економічний аналіз здійснюється підприємством за звітний період (місяць, квартал, рік). Він дозволяє глибше й повніше проаналізувати фінансово-економічний стан та результати фінансової діяльності підприємства в порівнянні з попереднім і поточним аналізом, тому що базується на завершених звітних матеріалах статистичного і бухгалтерського обліку.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства в основному базується на фінансовій (зовнішній) бухгалтерської звітності підприємства.

Фінансова бухгалтерська звітність складається з декількох форм, які утворюють єдине ціле звітних документів:

- бухгалтерського балансу, форма № 1;
- звіту про прибутки та збитки, форма № 2;
- звіту про рух капіталу, форма № 3;
- звіту про рух грошових коштів, форма № 4;
- додатку до бухгалтерського балансу, форма № 5.

Підприємства за підсумками року, крім вищезазначених документів, зобов'язані надати додаткову інформацію, що включає думку аудиторів, примітки до фінансових звітів та ін. [8, с. 86–98].

Для забезпечення ефективної діяльності в сучасних умовах керівництву необхідно вміти реально оцінювати економічний стан свого підприємства, а також стан ділової активності партнерів і конкурентів. Для цього необхідно:

- оволодіти методикою оцінки економічного стану підприємства;
- використовувати формальні і неформальні методи збору, обробки, інтерпретації фінансової інформації;

– залучати фахівців-аналітиків, здатних реалізувати дану методику на практиці.

До основних чинників, які можуть спричинити фінансову кризу на підприємствах, належать: зовнішні, або екзогенні (які не залежать від діяльності підприємства) та внутрішні, або ендогенні (що залежать від підприємства).

Головними екзогенними чинниками фінансової кризи на підприємстві можуть бути: спад кон'юнктури в економіці загалом; значний рівень інфляції; нестабільність господарського та податкового законодавства; нестабільність фінансового та валютного ринків; посилення конкуренції в галузі та криза окремої галузі; посилення монополізму на ринку; дискримінація підприємства органами влади та управління; політична нестабільність у країні.

Головні ендогенні чинники фінансової кризи: брак чітко визначеної стратегії розвитку підприємства; дефіцити в організаційній структурі; низький рівень менеджменту; низький рівень маркетингу та втрата ринків збуту продукції; незадовільне використання виробничих ресурсів; непродуктивне утримання зайвих робочих місць.

Головними завданнями аналізу фінансово-економічного стану підприємства є правильні оцінки початкового фінансового положення та динаміки його подальшого розвитку, що складається з наступних етапів:

- 1) ідентифікації фінансово-економічного становища;
- 2) змін фінансово-економічного стану в просторово-часовому розрізі;
- 3) основних факторів, що викликали зміни у фінансово-економічному стані;
- 4) внутрішньогосподарських резервів зміцнення фінансового становища підприємства.

У результаті перевірки та аналізу фінансового стану підприємства аудиторі в офіційній формі представляють обґрунтований висновок про підсумки діяльності контрольованих економічних об'єктів за певних період.

Кожен суб'єкт вивчає фінансову інформацію зі своїх позицій, виходячи зі своїх інтересів. Власників засобів підприємства перш за все цікавить збільшення або зменшення частки власного капіталу, ефективність використання ресурсів адміністрацією підприємства. Кредитори та інвестори звертають увагу на доцільність продовження кредиту, умови кредитування, гарантії повернення грошей, прибутковість вкладення своїх капіталів. Постачальники і клієнти зацікавлені в платоспроможності підприємства, наявності ліквідних засобів і т. п.

Кожне підприємство, плануючи свою господарську поведінку (вироблення гнучкої стратегії і тактики) в умовах мінливої ринкової кон'юнктури, прагне зміцнити свої конкурентні позиції. Тому певна частина фінансової інформації переходить в область комерційної таємниці, що стає прерогативою внутрішньогосподарського управлінського аналізу. Аналіз фінансово-економічного стану, що базується на бухгалтерській звітності, набуває характеру зовнішнього аналізу, тобто аналізу, проведеного без залучення й оприлюднення даних внутрішнього управлінського обліку (калькуляції собівартості, кошторисів витрат, прямих і непрямих витрат і т. п.), у зв'язку з чим звітні дані містять досить обмежену інформацію про діяльність підприємства [9, с. 19–23].

Вищесказане визначає специфіку проведення аналізу фінансово-економічного стану підприємства, обмежуючи при цьому використання всіх методів фінансового аналізу.

Аналіз фінансово-економічного стану підприємства є базою, на якій будується розробка економічної політики підприємства.

Стратегічні завдання економічної політики підприємства наступні:

- максимізація прибутку підприємства;
- оптимізація структури капіталу та забезпечення його фінансової стійкості;
- забезпечення інвестиційної привабливості підприємства;
- досягнення прозорості фінансово-економічного стану підприємства для власників (учасників, засновників), інвесторів, кредиторів;
- створення ефективного механізму управління підприємством;
- використання підприємством ринкових механізмів залучення фінансових коштів та ін.

Велике значення для підприємства мають результати аналізу управлінських рішень в інвестиційній, постачальницько-побутової, цінovій областях, тобто у стратегічному розвитку підприємства.

Головна мета стратегії розвитку – стійке положення на ринку, засноване на ефективному розподілі та використанні всіх ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових, земельних, інтелектуальних і т. п.). При цьому провідним методом управління ресурсами стає метод аналітичної оцінки і прогнозування результатів господарської діяльності. Тому, щоб приймати ефективні і результативні рішення в галузі технологій, фінансів, збуту, інвестицій та оновлення виробництва, керуючому персоналу потрібен постійний, безперервний моніторинг поточного економічного стану підприємства [10, с. 46–58].

Значення оцінки економічного стану підприємства полягає в тому, що за її результатами у суб'єктів господарювання в умовах кризової економіки з'являється можливість якісніше здійснювати управління стосовно розвитку підприємства, оперативно реагувати на зміни ринкового середовища, спостерігати за показниками, що впливають на платоспроможність і фінансову рівновагу, визначати заходи щодо підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Проблема ефективності діяльності підприємства завжди займала важливе місце серед актуальних проблем економічної науки. Зацікавленість нею виникає на різних рівнях управління економікою – від власників приватного підприємства до керівників держави.

Термін «ефект» у перекладі з латинської означає «результат». Значить, категорія «ефективність» може інтерпретуватися як «результативність». Термін «ефект» має значення результату, наслідку зміни стану певного об'єкта, обумовленого дією зовнішнього або внутрішнього фактора. Таким чином, існує як об'єктивна зміна стану певної системи (об'єкта), так і її оцінка. Ця оцінка може мати кількісний та якісний характер.

Отже, фактично визначення ефективності виробництва полягає в оцінці його результатів. Такими результатами можуть бути обсяги готової продукції в натуральному або цінovому виразі, або прибуток.

Але сама по собі величина цих результатів не дає можливості робити висновки про ефективність чи неефективність роботи підприємства, оскільки невідомо, якою ціною отримані ці результати. Звідси для отримання об'єктивної оцінки ефективності підприємства, необхідно також врахувати оцінку тих витрат, які дали можливість отримати ті чи інші результати. Процес виробництва здійснюється через об'єднання факторів, які його визначають: засобів праці, предметів праці, робочої сили. Крім цього, на виробництво впливає фінансовий стан підприємства, певні організаційні, управлінські, технологічні та інші переваги, що відображаються як нематеріальні ресурси. Виходячи з цього, можна дати таке визначення ефективності: ефективність підприємства являє собою комплексну оцінку кінцевих результатів використання основних і

оборотних фондів, трудових, фінансових ресурсів та нематеріальних активів за певний період часу.

Висновки з проведеного дослідження. Ефективність підприємства належить до ключових категорій ринкової економіки, яка безпосередньо пов'язана з досягненням мети розвитку, як кожного підприємства окремо, так і суспільства взагалі. У змістовному плані ефективність пов'язується з результативністю роботи чи дії та з економічністю, тобто мінімальним обсягом витрат на виконання даної роботи, чи дії. Але жодне з понять неспроможне всебічно охарактеризувати ефективність, бо при мінімальних витратах важко досягти найкращі результати. Тому під ефективністю слід розуміти результативність економічної діяльності підприємства, яка визначається шляхом різниці отриманих результатів і витрат, здійснених для досягнення цих результатів.

1. Гринчуцький В.І., Каранетян Е.Т., Погріщук Б.В. *Економіка підприємства: Навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2010. 340 с.*
2. Білик М.Д. *Сутність і оцінка фінансового стану підприємства. Навчальний посібник. К: КНЕУ, 2000. 325 с.*
3. Данілов О.Д., Івашина Г.М., Чумаченько О.Г. *Інвестування: Навчальний посібник. Ірпінь, 2001. 280 с.*
4. Савицька Г.В. *Економічний аналіз діяльності підприємства: Навчальний посібник. К.: Знання, 2004. 654 с.*
5. Іваненко В.І., Болдох М.А. *Економічний аналіз господарської діяльності, Київ. 1999.*
6. Гонтарьова І.В. *Проблема взаємозв'язку між результативністю та ефективністю діяльності підприємства. Економіка підприємства: теорія та практика: зб. мат. III Міжнар. наук.-практ. конф. 21 жовт. 2010 р. К.: КНЕУ, 2010. С. 64–67.*
7. Олексюк О.І. *Економіка результативності діяльності підприємства: монографія. К.: КНЕУ, 2008, 360 с.*
8. Губар Т.В. *Поняття ефективного управління підприємством // Економіка України. 2006. № 7. С. 19–23.*
9. Козловський В.О. *Техніко-економічне обґрунтування і економічні розрахунки в дипломних проектах і роботах. Навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2003. 75 с.*

E-mail: EVKovalenko@i.ua

УДК 657.471

Колінько Н.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Національний лісотехнічний університет України

ТАРГЕТ-КОСТИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ МЕТОД ІНСТИТУЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ВИРОБНИЦТВА

У статті досліджено проблему ефективності впровадження на вітчизняних підприємствах стратегічного управління витратами. Розглянуто найбільш визнаний у міжнародній практиці підхід щодо оптимізації витрат – таргет-костинг, як і направлені на створення інформації, що дозволяє приймати стратегічні і відповідні їм оперативні та тактичні рішення з урахуванням особливостей на різних етапах господарювання економічного суб'єкта. Обґрунтовано трактування поняття «таргет-костинг», передусім, як процесу управління цільовими витратами, тобто сукупність цілеспрямованих дій з визначення, контролю, аналізу витрат і забезпечення їх економії. Визначено етапи розвитку, інструменти реалізації системи «таргет-костинг» та контрольні заходи у процесі користування системи «таргет-костинг» на різних етапах господарювання економічного суб'єкта. Проаналізовано основні переваги в порівнянні з традиційними методами та деякі обмеження щодо застосування таргет-костингу.

Ключові слова: стратегія, калькуляція собівартості, стратегічне управління витратами, калькуляційний облік, таргет-костинг.

ТАРГЕТ-КОСТИНГ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ МЕТОД
ИНСТИТУЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ РАСХОДАМИ ПРОИЗВОДСТВА

Колинько Н.И.

В статье исследована проблема эффективности внедрения на отечественных предприятиях стратегического управления затратами. Рассмотрены наиболее признан в международной практике подход к оптимизации расходов – таргет-костинг, как и направлены на создание информации, позволяющей принимать стратегические и соответствующие им оперативные и тактические решения с учетом особенностей на разных этапах хозяйствования экономического субъекта. Обоснованно трактовка понятия «таргет-костинг», прежде всего, как процесса управления целевыми расходами, то есть совокупность целенаправленных действий по определению, контролю, анализа затрат и обеспечения их экономии. Определены этапы развития, инструменты реализации системы «таргет-костинг» и контрольные мероприятия в процессе использования системы «таргет-костинг» на разных этапах хозяйствования экономического субъекта. Проанализированы основные преимущества по сравнению с традиционными методами и некоторые ограничения по применению таргет-костинг.

Ключевые слова: стратегия, калькуляция себестоимости, стратегическое управление расходами, калькуляционный учет, таргет-костинг.

TARGET-COSTING AS PERSPECTIVE METHOD OF INSTITUCIYNOGO PROVIDING
OF MANAGEMENT CHARGES OF PRODUCTION

Kolinko N.

The article is devoted to the problem of the efficiency of implementation of strategic costs management at domestic enterprises. Considered the most recognized international practice of cost optimization approach, Target-Calling, as well as aimed at creating information that allows them to take strategic and relevant operational and tactical decisions, taking into account the peculiarities at different stages of the economic entity's management. The interpretation of the concept of «target-shopping» is substantiated, first of all, as the process of management of target expenses, that is, a set of purposeful actions for the definition, control, analysis of costs and ensuring their savings. Describes the stages of development, tools for implementing the «target-shopping» system and control measures in the process of using the «target-shopping» system at various stages of the economic entity's management. The main advantages compared with traditional methods and some limitations on targeting-busting are analyzed.

Keywords: costing, strategic cost management, calculation accounting, costing, target-costing.

Постановка проблеми. Для створення ефективної системи функціонування підприємства, у сучасних ринкових умовах, необхідна раціонально організована система управління витратами, тобто економічний спосіб виробництва продукції.

Ми не звикли розглядати собівартість продукції, як залежну змінну від ринкової ціни та середньогалузевої норми прибутку. У такому випадку калькулювання цільової собівартості («таргет-костинг») може суттєво розширити підручні методи сучасного управлінського обліку. Провідне завдання цього методу – окреслити оптимальні витрати майбутнього виробу на етапі моніторингу ринку, розробці та проектуванні його, а не в процесі виробництва. Адаже зазвичай менеджери починають практично боротися за скорочення витрат лише тоді, коли продукт розроблений і переданий у виробництво. Саме тоді нерідко приходиться усвідомлення того, що собівартість продукту фактично завищена, щоб він був прибутковим.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням калькулювання у стратегічному управлінні витратами підприємства присвячені праці таких вчених як О.В. Алексеева, Е.А. Аткинсон, Ф.Ф. Бутинець, Х.П. Баррінгер, З. Гуцайлюк, П. Друкер, Т. Джонсон, К. Друрі, Р.С. Каплан, В.Е. Керімов, Г.Г. Кірейцев, Р.Р. Ландерс, О.С. Николаева, Д. Нортон, Э.Ф. Рахматулина, Б. Райан, В. Савчук, К. Сіммондз, К. Уорд, В.Дж. Фабриски, Дж. Фостер, Ч. Хорнгрен, С.М. Янг.

Постановка завдання. Метою дослідження є узагальнення ефективності впровадження таргет-костинг

як перспективного методу інституційного забезпечення управління витратами виробництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасній економічній літературі концепцію таргет-костингу трактують, як «цільове калькулювання», звужуючи її значення до чисто технічної процедури управлінського обліку.

Як бачимо, перераховані учені, таргет-костинг зводять до розрахунку цільових витрат, що служить основою для визначення цільової ціни готової продукції. Ми ж пропонуємо розглядати таргет-костинг, передусім, як процес управління цільовими витратами. У зв'язку з цим під процесом управління будемо розуміти сукупність цілеспрямованих дій з визначення, контролю, аналізу витрат і забезпечення їх економії.

Японські менеджери поклали в основу концепції «таргет-костинг» революційний та нескладний замисел. Цільова собівартість визначається різницею очікуваної ринкової ціни та прибутку на який сподівається підприємство. Одночасно менеджери та виробничий персонал працює над відповідністю витрат виробу цільовій собівартості [6]. Тобто це двосторонній процес (рис. 1).

В результаті цього процесу створюється продукція, яка максимально орієнтована на сподівання споживачів, що до її якісних характеристик так і до можливої ціни.

Варто відмітити, що таргет-костинг напрочуд добре інтегрується в інституційне забезпечення управлінського обліку, оскільки поєднується з операційним

плануванням, бюджетуванням, формуванням центрів відповідальності і т. д. Він повністю узгоджується з традиційними бухгалтерськими методами обліку витрат і калькулювання собівартості продукції; цільові витрати інтегруються в загальну звітність компанії. Можна засвідчити брак конститутивних обмежень для застосування методу таргет-костинг на практиці.

Слід підкреслити, що таргет-костинг є стратегічним інструментом, а не виключено операційним, бо формує та реалізує конкурентні переваги, а отже забезпечує високий рівень конкурентоспроможності підприємства.

Таргет-костинг не обмежує менеджерів заданим рівнем витрат, бо надає можливість приймати рішення на засадах ринкового середовища, концентрує увагу на зовнішніх, а не тільки на внутрішніх чинниках [7].

Націлення на цільову собівартість спонукає економити на матеріальних ресурсах і шукати альтернативи дорогим технологіям. А це в свою чергу забезпечує постійне вдосконалення показників собівартості через процес вартісного проектування з метою поліпшення цих показників на тривалу перспективу.

Він узгоджується з функціональним методом обліку витрат і це дає можливість оцінити витрати понесені на створення кожної функції продукції, а отже, миттєво та оптимально реагувати на перемини в ринковому оточенні.

А також, в процесі визначення цільової собівартості, система «таргет-костинг» володіє чітким інструментарієм для реалізації необхідних дій з боку керівництва економічного суб'єкта, а також його структурних підрозділів, щодо втілення найбільш вигідних управлінських рішень серед виділених груп витрат і обґрунтування перспективного плану їх поведінки на короткостроковий і довгостроковий період (таблиця 2).

Увесь інструментарій системи «таргет-костинг» має бути максимально адаптований до тієї стадії розвитку, на якій знаходиться господарюючий суб'єкт. Така необхідність обумовлена тим, що на кожному з цих етапів господарювання економічного суб'єкта виникає потреба в коректуванні витрат, а також їх оцінці.

А втім, незважаючи на настільки очевидні переваги в порівнянні з традиційними методами, таргет-костинг має і деякі обмеження.

По-перше, метод таргет-костинг – це не техніка, яку можна використовувати час від часу в міру необхідності; впровадження даного методу передбачає повну зміну філософії діяльності підприємства [8].

По-друге, тільки на результатах дослідження ринкового середовища, базуючись на реальних або можливих очікувань споживачів, приймається цільова ціна і відповідно цільова собівартість. Проте методи, засно-

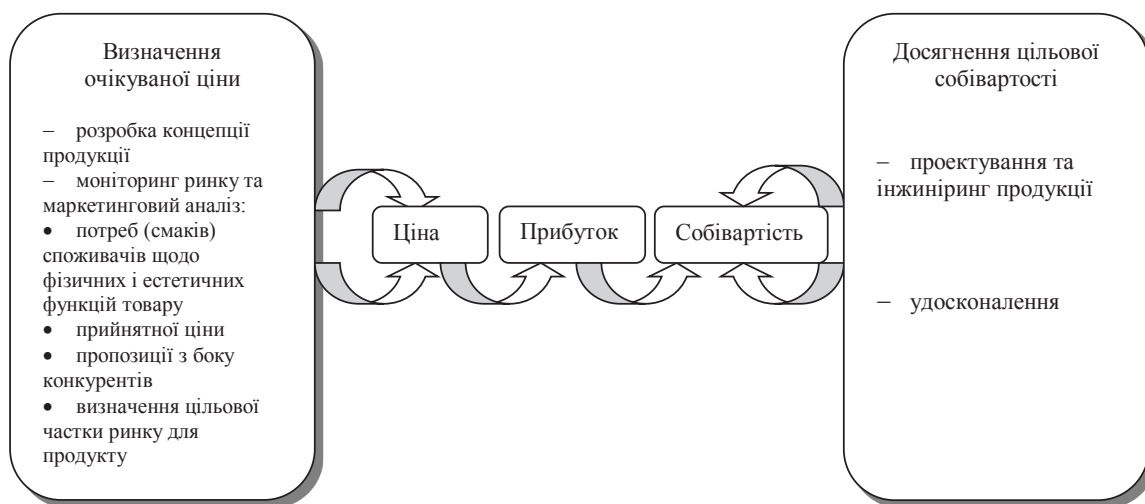


Рис. 1. Двосторонній процес визначення цільової собівартості

Таблиця 1. Тракткування поняття «таргет-костинг»

Автори	Визначення
Аткінсон Е.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С., Янг М.С. [1]	Цільова собівартість (target cost) є різниця між цільовою ціною реалізації і цільовим (граничною) прибутком
Аверіна О.І., Проніна О.Р. [2]	Таргет-костинг (для проектування нової продукції) і кайзен-костинг (для поліпшення властивостей вже виробленої продукції) – методи, що дозволяють розраховувати для виробів цільову собівартість виходячи із заздалегідь встановленої ціни реалізації, що забезпечує заплановані об'єм продажів і відсоток рентабельності
Зимакова Л.А. [3]	Таргет-костинг – орієнтована на споживача, суть якої полягає у визначенні собівартості на основі можливої ціни реалізації продукту для визначеної категорії покупців виходячи з фіксованої норми прибутку
Петухова Т.В. [4]	Інструмент контролю і зниження витрат на стадії проектування об'єкту будівництва за рахунок застосування виробничих, інженерних, наукових досліджень і розробок, що дозволяє об'єднати зусилля усіх співробітників для досягнення цільової собівартості проекту
Чая В.Т., Чупахіна Н.І. [5]	Система цільових витрат, тобто контроль, орієнтований на майбутні заплановані за-витрати, завданням якого є зниження витрат при створенні нових продуктів в цілях досягнення запланованого рівня прибутку

вані на даних, отриманих від споживачів, навіть при вагомій кількості опитувань завжди суб'єктивні.

Основна завада полягає в іншому: для результативного застосування таргет-костинг має бути згуртований колектив однодумців, і тісна взаємодія між різними підрозділами та працівниками.

На закінчення слід зазначити, що таргет-костинг є раціонально організований процес управління цілю-

вими витратами, що дозволяє реалізовувати готову продукцію з врахуванням потреб покупців і прийнятних витрат для виробника. Досягнення цього перспективного методу інституційного забезпечення управління витратами виробництва, можливе шляхом використання його інституційного забезпечення, основою якого є сукупність правил і прийомів, за допомогою яких здійснюється контроль витрат.

Таблиця 2. Використовування системи «таргет-костинг» на різних етапах господарювання економічного суб'єкта

Етапи розвитку	Інструменти реалізації системи «таргет-костинг»	Контрольні заходи
I. Становлення	<ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпечення розрахунку індексу цільових витрат. 2. Проведення маркетингових досліджень для визначення ціни виробу. 3. Уточнення ринкової ціни товару. 4. Визначення компонентної концепції майбутнього виробництва і критеріїв якості продукту. 5. Прогнозування поведінки конкурентів шляхом вивчення їх стратегій. 6. Планування цільового розміру прибутку. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Забезпечення контролю за реалізацією системи в кожному структурному підрозділі. 2. Проведення інструктивно-методичних заходів з менеджерами структурних підрозділів. 3. Проведення контролю за дотриманням строків реалізації. 4. Встановлення стандартів для виміру фактично досягнутих цільових показників їх відхилень від встановлених стандартів.
II. Ріст	<ol style="list-style-type: none"> 1. Позиціювання продукту у своєму сегменті. 2. Здійснення конкурентного аналізу. 3. Здійснення розрахунку базової ціни (target price), продажу продукту кінцевому можливий обсяг реалізації. 4. Калькуляція цільових витрат, щодо усіх компонентів і функцій проєктованого виробу і визначення поточних витрат 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Визначення допустимих витрат (allowable costs) на основі інформації, сформованої маркетинговим відділом. 2. Співпраця дослідно-конструкторського бюро з іншими підрозділами організації. 3. Створення міжфункціональної робочої групи експертів за цільовими витратами. 4. Підготовка робочого плану реалізації застосування системи «таргет-костинг», його здійснення і внесення змін до рішення в ході реалізації.
III. Зрілість	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розробка продукту з урахуванням функціональних вимог, визначених раніше, а також різних додаткових обмежень (відповідність обмеженням технологічного рівня організації, система контролю якості, екології та ін. характеристикам). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Аналіз технології виробництва продукції, що випускається. 2. Оцінка ефективності прийнятого і реалізованого рішення в кожному структурному підрозділі організації, розробка на її основі системи матеріальної мотивації. 3. Моніторинг чутливості організації до зміни макроекономічної ситуації, координування управлінських рішень для узгодження умов зовнішнього і внутрішнього середовища, що змінюються.
IV. Занепад	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мотивування співробітників кожного структурного підрозділу. 2. Директива на допустимість собівартості з точки зору ринку. 3. Визначення термінів і бюджету розробки нових виробів, для заміни застарілого продукту. 4. Перепроектування продукту шляхом дослідження потреб споживачів, можливого зниження цін з боку постачальників або використання нових технологій. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оцінка перспективи раціонального використання усіх видів ресурсів організації структурними підрозділами. 2. Окреслення абсолютно нового шляху збуту і реалізації продукції.

1. Аткінсон Э.А., Банкер Р.Д., Каплан Р.С., Янг М.С. *Управленческий учет. Пер. с англ. 3-е изд. М.: Вильмс, 2005. 880 с.*

2. Аверина О.И., Пронина О.Р. *Проблемы учетно-аналитического обеспечения управления затратами на предприятиях по переработке молока. Международный бухгалтерский учет. 2011. № 18. С. 24–30.*

3. Зимакова Л.А. *Основные подходы к формированию системы стратегического управленческого учета. Международный бухгалтерский учет. 2011. № 33. С. 36–40.*

4. Петухова Т.В. *Система риск-менеджмента в подрядных строительных компаниях: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. СПб., 2014. 18 с.*

5. Чая В.Т., Чупахина Н.И. *Перспективы развития управленческого учета. Экономический анализ: теория и практика. 2007. № 22. С. 12–15.*

6. Tanaka, T. (1993), «Target costing at Toyota», *Journal of Cost Management*, Vol. 7, No. 1, Spring, pp. 4–11.

7. Дубініна М., Мачильська Л. *Інституційне забезпечення управління витратами виробництва продукції тваринництва. URL: <http://zbirecon.com/wp-content/uploads/2015/02/30.pdf>*

8. Проданчук М.А. *Таргет-костинг та кайзен-костинг як інструменти оптимізації витрат у системі стратегічного управління. URL: <http://econjournal.vsau.org/files/pdf/768.pdf>*

E-mail: kolinko-natalia@ukr.net

УДК 330.131.7:622

Кучмєєв О.О.

кандидат психологічних наук,
доцент кафедри фінансів та обліку,
Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМАХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті за результатами проведеного дослідження надано визначення сутності категорії ризику як єдності трьох сторін – ризику як явища, ризику торговельного підприємства в цілому та ризику сфери діяльності торговельного підприємства. Визначено поняття управління ризиками в логістичній системі торговельного підприємства як системи цілеспрямованих заходів, що направлені на виявлення та оцінку ступеня всієї сукупності ризиків, які впливають на діяльність торговельного підприємства, з метою розробки механізмів протидії їх можливого негативного впливу. Визначено сім основних принципів, на які потрібно спиратися при організації системи управління ризиками в логістичній системі торговельного підприємства. Розглянуто сутність стратегії і тактики управління ризиками в логістичній системі торговельного підприємства та удосконалено схему організації управління ризиками в логістичній системі торговельного підприємства.

Ключові слова: торговельне підприємство, логістична система, ризик, управління ризиками, стратегія і тактика управління ризиками, прибуток, принципи організації системи управління ризиками.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Кучмеев А.А.

В статье по результатам проведенного исследования дано определение сущности категории риска как единства трех сторон – риска как явления, риска торгового предприятия в целом и риска сферы деятельности торгового предприятия. Определено понятие управления рисками в логистической системе торгового предприятия как системы целенаправленных мероприятий, направленных на выявление и оценку степени всей совокупности рисков, влияющих на деятельность торгового предприятия, с целью разработки механизмов противодействия их возможного негативного воздействия. Определены семь основных принципов, на которые нужно опираться при организации системы управления рисками в логистической системе торгового предприятия. Рассмотрены сущность стратегии и тактики управления рисками в логистической системе торгового предприятия и усовершенствована схема организации управления рисками в логистической системе торгового предприятия.

Ключевые слова: торговое предприятие, логистическая система, риск, управление рисками, стратегия и тактика управления рисками, прибыль, принципы организации системы управления рисками.

FEATURES OF RISK MANAGEMENT ORGANIZATION IN LOGISTICS SYSTEMS OF TRADE ENTERPRISES

Kuchmyeyev O.

In the article, according to the results of the study, the definition of the essence of the risk category as the unity of the three parties – the risk as a phenomenon, the risk of the trading enterprise as a whole and the risk of the scope of the business enterprise. The concept of risk management in the logistic system of a trading enterprise as a system of purposeful measures aimed at identifying and assessing the degree of the whole set of risks that affect the activity of a trading company is defined in order to develop mechanisms for counteracting their possible negative impact. There are seven basic principles that need to be based on the organization of the risk management system in the logistics system of the trade enterprise. The essence of the strategy and tactics of risk management in the logistic system of a trading enterprise is considered. The scheme of organization of risk management in the logistic system of the trade enterprise has been improved.

Keywords: trade enterprise, logistics system, risk, risk management, strategy and tactics of risk management, profit, principles of organization of risk management system.

Постановка проблеми. Сучасне гіперконкурентне економічне середовище, в межах якого функціонують торговельні підприємства, характеризується значним ступенем невизначеності та ризикованості. За таких умов надзвичайної актуальності набуває проблема пошуку нових підходів до організації управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств. Події які від-

бувають в нашій країні показують неготовність більшості торговельних підприємств до динамічної зміни зовнішніх та внутрішніх факторів середовища їх функціонування. Така неготовність, значною мірою, зумовлена застарілістю методів управління, нездатністю ефективно реагувати на динамічні зміни ринкових умов, а також відсутністю дієвих систем управління ризиками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найвідомішими документами з питань управління ризиками є нормативні акти окремих держав, зокрема національні стандарти Австралії та Нової Зеландії, Канади і Південної Африки. Запровадженням стандартів управління ризиками також займаються Міжнародна організація зі стандартизації (ISO), організації стандартизації окремих країн, як то Європейський комітет стандартизації (CEN), національні організації стандартизації, громадські організації та компанії. Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів посилається на роботи таких організацій як ISO, CEN, Американська асоціація національних стандартів (ANSI), Німецький інститут стандартів (DIN), Державний комітет Російської Федерації зі стандартизації та методології.

Проблеми управління ризиками підприємств торгівлі, забезпечення їх ризикостійкості і ризикозахищеності вирішують такі науковці, як О.О. Саркісова [1], М.В. Карпунцов [3], О.Ф. Іляш, С.С. Гринкевич, М.І. Олексюк [3]. Деякі вчені зосереджуються на поглибленому вивченні окремих різновидів ризиків у торгівлі: С.І. Бай досліджує діловий ризик [4], Е.В. Савоскіна – поведінкові ризики персоналу, операційні та фінансові ризики [5]. Проблемами управління комерційним ризиком торговельного підприємства займаються Л.В. Михайловська [6], та Н.С. Краснокутська [7]. Незважаючи на певний інтерес науковців до проблем управління ризиками, існуючі розробки не дозволяють сформулювати системне бачення процесу вибору відповідного підходу до управління ризиками у сфері логістичної діяльності торговельних підприємств. Аналіз наукових праць показав, що робіт, присвячених проблемам оцінки, прогнозування ризиків в логістичній діяльності торговельних підприємств, вкрай недостатньо, при цьому в них застосовуються загальні класифікації ризиків. Недостатньо уваги також приділяється проблемі управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств.

Постановка завдання. Метою статті є розгляд та удосконалення системи управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств. При цьому важливими питаннями є обґрунтування сутності стратегії і тактики управління ризиком, а також розгляд управління ризиками з двох позицій: як системи і як процесу. Вирішення цих та інших завдань дасть можливість торговельному підприємству краще орієнтуватись в ситуаціях ризику, вчасно реагувати на постійно виникаючі ризики, керувати процесами під час виникнення ситуацій ризику.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно етимології, слово ризик в різних мовах пов'язується, в першу чергу, з появою небезпеки або невпевненості в різноманітних сферах діяльності. В словниках європейських народів слово «ризик» існує в подібних формах і визначеннях сенсу: англійською мовою – це «risk», німецькою та чеською – «risiko», французькою – «risque», італійською – «rischio», іспанською – «riesgo», албанською «rrezik», болгарською – «ризик», фінською – «riski», румунською – «risc» тощо. Така схожість у виразі даного поняття в різних мовах вказує на єдиний корінь походження слова.

На наш погляд, поняття «ризик» необхідно тлумачити в трьох взаємопов'язаних аспектах:

– ризик як явище, що характеризується мінливістю й випадковістю економічних, політичних і соціальних

процесів, які відбуваються в суспільстві, та означає ймовірність настання однієї з декількох альтернативних подій з невідомим результатом у майбутньому;

– ризик торговельного підприємства в цілому, що характеризує об'єктивно-суб'єктивну природу існування ситуації невизначеності, яка супроводжує всі сфери функціонування господарюючого суб'єкта, та ймовірність отримання підприємством несприятливого результату у вигляді збитку;

– ризик сфери діяльності торговельного підприємства, що характеризує об'єктивно-суб'єктивну природу існування ситуації невизначеності, яка супроводжує певну сферу діяльності підприємства, та ймовірність отримання господарюючим суб'єктом збитків або надприбутку.

В умовах мінливої економічної та політичної ситуації проблема управління ризиками є постійною в діяльності будь-якого підприємства.

Як свідчить зарубіжна практика, керівники успішно і динамічно зростаючих компаній в своїй діяльності використовують систему управління ризиками як в окремих сферах бізнесу, так і в рамках всієї компанії в цілому. Таким чином, система управління ризиками для європейських компаній стала тією компетенцією, яка дозволяє істотно зміцнити їх конкурентні позиції на ринку.

У той же час українські торговельні підприємства знаходяться тільки на самому початку впровадження системи управління ризиками в свою діяльність. Аналіз результатів опитування вітчизняних господарюючих суб'єктів свідчить про те, що більшість торговельних підприємств практично не застосовують ризик-менеджменту в своїй діяльності, а на торговельних підприємствах, які займають лідируючі позиції на ринках, ризик-менеджмент носить дещо фрагментований характер. Одна з основних причин такої негативної тенденції полягає в тому, що у підприємців немає чіткого уявлення про саму сутність управління ризиками та про послідовність всіх необхідних етапів, що забезпечують це управління.

Таким чином, серед вчених-економістів можна виділити дві основні думки, що висвітлюють широку сутність категорії «управління ризиками»:

– це мистецтво і наука про забезпечення умов успішного функціонування будь-якої виробничо-господарської одиниці в умовах ризику [1, с. 112];

– це синтетична наукова дисципліна, що вивчає вплив на різні сфери діяльності людини випадкових подій, які завдають фізичні або матеріальні збитки [2, с. 134].

В науковій літературі зустрічається й багато інших визначень цього поняття в більш вузькому значенні.

Ми, в свою чергу, вважаємо, що управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств, являє собою систему цілеспрямованих заходів, що направлені на виявлення та оцінку ступеня всієї сукупності ризиків, які впливають на діяльність торговельного підприємства, з метою розробки механізмів протидії їх можливого негативного впливу.

Отже, управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств потребує знань у сфері економічної теорії, страхової справи, аналізу фінансової та господарської діяльності і т. ін. Діяльність у цій сфері спрямована на захист торговельного підприємства від шкідливого впливу ризиків, що загрожують його при-

бутковості, і сприяє вирішенню основного завдання підприємства: залежно від ситуації з декількох можливих варіантів поведінки вибрати оптимальний.

Управління ризиком повинно мати власну стратегію і тактику, які потрібно системно узгоджувати з низкою інших системних характеристик та економічних критеріїв ефективного функціонування підприємства [2, с. 202].

Під стратегією управління розуміють спосіб використання засобів для досягнення поставленої мети за допомогою певного набору правил та обмежень для прийняття рішення. Тактика управління представляє собою конкретні методи і прийоми для досягнення мети в конкретних умовах. Завданням тактики управління є вибір оптимального рішення і найбільш прийнятних у даній ситуації методів управління [3, с. 189].

На нашу думку, саме розробка стратегії управління різноманітними ризиками торговельного підприємства є особливо важливою для будь-якого господарюючого суб'єкта. З цією метою найбільш важливою стає необхідність торговельного підприємства знайти відповіді на наступні питання:

- які саме види ризиків впливають на діяльність підприємства;
- які способи та інструменти дають можливість управляти цими ризиками;
- який розмір одного конкретного ризику підприємство може прийняти на себе.

Однак, формування лише стратегії для управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств є недостатнім, потрібно мати і механізм її реалізації – систему управління ризиками, яка в свою чергу потребує: створення ефективної системи оцінювання і контролю ризиків діяльності торговельного підприємства; виділення спеціального підрозділу (працівника), якому доручається управління ризиками; виділення коштів на втілення запропонованої стратегії в життя.

Оскільки підходи до вирішення управлінських завдань та самі групи ризиків, що впливають на функціонування логістичної системи торговельного підприємства, можуть бути найрізноманітнішими, стратегія управління і самому процесу управління притаманна багатоваріантність. Однак, основні правила і принципи дій повинні залишатись незмінними.

Так, колектив авторів [3, с. 139] вважає, що до таких правил відносяться: максимум виграшу, оптимальне співвідношення виграшу та величини ризику; оптимальна ймовірність результату. М.В. Карпунцов доповнює цей список ще одним критерієм – принципом оптимального коливання результату [3, с. 193].

На нашу думку, запропоновані вище групи принципів раціональної організації управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств є дещо неповними і нам здається доцільним свого роду об'єднання цих груп. Отже, з метою успішного управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств необхідно спиратися на наступні принципи:

1) принцип максимальності виграшу, який полягає в тому, що з можливих варіантів ризикових вкладень капіталу вибирається той, який дає найбільшу ефективність результату при мініальному чи прийнятному для підприємства рівні ризику;

2) принцип оптимальної ймовірності результату: з усієї сукупності можливих рішень обирають те, при

якому вірогідність результату є прийнятною для підприємства;

3) принцип оптимального співвідношення виграшу та величини ризику, згідно якого з усіх варіантів, що забезпечують прийнятний для підприємства ризик, обирається той, в якого співвідношення прибутку і втрат (збитку) є найбільшим;

4) принцип оптимального коливання результату полягає в тому, що з можливих рішень вибирається те, при якому ймовірності виграшу чи програшу для самого ризикового проекту мають найменший розрив;

5) принцип мінімізації спектру можливих ризиків та ступеня їх впливу на діяльність господарюючого суб'єкта;

6) принцип адекватності реакції, який зводиться до того, що необхідно адекватно та швидко реагувати на зміни, які можуть призвести до виникнення ризику;

7) принцип прийняття – підприємство може прийняти на себе лише обґрунтований ризик.

Відповідно до сучасної концепції управління ризиками ризик-менеджмент, або безпосередньо сам процес управління, можна розглядати як систему, чи як процес. Як система управління ризик-менеджмент включає в себе об'єкти управління – керовану підсистему та суб'єкти управління – керівну підсистему [4, с. 96].

Об'єкт управління – це безпосередньо ризики, з якими стикається підприємство в ході своєї діяльності.

Суб'єкт управління представляє собою спеціальну групу людей, які здійснюють цілеспрямоване функціонування об'єкта управління, використовуючи різні прийоми та способи управлінського впливу.

Процес управління полягає в можливості впливу суб'єкта на об'єкт управління й може здійснюватися за умови циркулювання певної інформації між керівною і керованою підсистемою. Процес управління завжди вимагає одержання, передачу, обробку і використання інформації.

З огляду на це, в процесі управління ризиками, основні функції, які повинен виконувати суб'єкт управління, можна звести до наступних:

– прогнозування – науково обґрунтоване припущення про можливий стан об'єкта управління в майбутньому;

– регулювання – певний механізм впливу на об'єкт управління для досягнення стійкості даного об'єкта в ситуації невизначеності;

– координація – сукупність дій, направлених на узгодження роботи всієї системи управління ризиками;

– контроль – збір інформації про ступінь виконання запланованої програми по управлінню ризиком.

Безпосередньо процес управління ризиками в ході виконання вище перелічених функцій являє собою певну послідовність чітко визначених кроків, за допомогою яких підприємці можуть ясно уявити ризики, з якими вони стикаються протягом свого функціонування. Численні наукові праці з цього приводу характеризуються різноманітним поглядом на ці кроки управління ризиками, їх послідовність і взаємозв'язок.

Тому, базуючись на проведених дослідженнях та рекомендаціях Міжнародної організації стандартизації, ми вирішили за доцільне запропонувати власну схему процесу управління ризиками, що складається з основних, на нашу думку, етапів та відповідає прин-

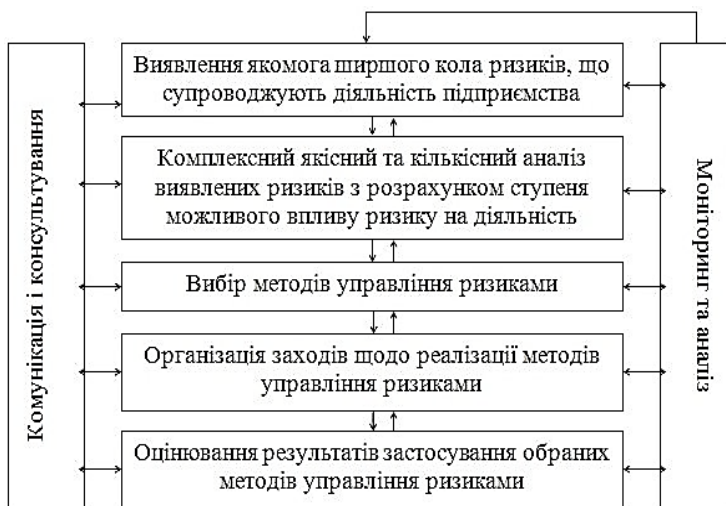


Рис. 1. Схема управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств [3; 5]

ципам замкнутості і оберненого зв'язку з метою його використання в практичній діяльності (рис. 1).

Як видно з рис. 1, існує загальна послідовність дій, яка відображає логіку процесу управління ризиками в логістичних системах торговельних підприємств. Крім цього, є зворотні зв'язки між етапами, тобто на будь-якому з них можна повернутися на попередній. При цьому одним з найважливіших етапів процесу управління ризиками є другий етап, на якому здійснюється оцінка виявлених ризиків.

Важливими є також вибір методів управління ризиками та правильний вибір заходів щодо їх попередження та мінімізації, що визначає ефективність всього ризик-менеджменту. Ці заходи складаються із засобів і прийомів зниження ступеня ризику.

На останньому етапі проводиться загальна оцінка і аналіз проведеного процесу управління ризиками. Результати цього етапу доцільно враховувати при

реалізації кожного етапу процесу управління ризиком.

Слід відмітити, що процедура аналізу та управління ризиком, яка наведена на рис. 1, є одним з найважливіших елементів у колі проблем, пов'язаних з теорією і практикою управління ризиком в логістичних системах торговельних підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Дослідження ризиків в логістичних системах торговельних підприємств дозволило виявити основні компоненти його сутності, що дозволяють всебічно та комплексно охарактеризувати дане поняття: ризик як явище, ризик торговельного підприємства в цілому та ризик логістичної системи торговельного підприємства. Таким чином, економічна категорія ризику може визначати як потенційно можливу небезпеку – ймовірність втрат, так і можливий позитивний результат понад прогнозованого – надприбуток.

Управління ризиками в логістичній системі торговельного підприємства визначено як систему цілеспрямованих заходів, що направлені на виявлення та оцінку ступеня всієї сукупності ризиків, які впливають на діяльність торговельного підприємства, з метою розробки механізмів протидії їх можливого негативного впливу. При цьому управління ризиком повинно мати власну стратегію і тактику, які потрібно системно узгоджувати з низкою інших системних характеристик та економічних критеріїв ефективного функціонування підприємства.

Основою організації управління ризиками в логістичній системі торговельного підприємства виступають п'ять взаємопов'язаних етапів: виявлення ризиків, аналіз виявлених ризиків, вибір методів управління ризиками, організація заходів щодо управління ризиками, оцінка результатів реалізації заходів управління ризиками.

1. Саркісова Е.А. *Риски в торговлі. Управление рисками*. М.: Дашков и К°, 2009. 244 с.
2. Карпунцов М.В. *Управління ризикостійкістю підприємств торгівлі: дис. ... канд. екон. наук. К., 2014. 226 с.*
3. Іляш О.Ф., Гринкевич С.С., Олексюк М.І. *Теорія та практика управління ризиками підприємств торгівлі фармацевтичного ринку України*. Львів: ФОП Бадікова Н.О., 2015. 185 с.
4. Бай С.И. *Деловой риск в управлении торговым предприятием: дис. ... канд. екон. наук. К., 1996. 173 с.*
5. Савоскина Е.В., Лихач Н.А. *Управление рисками с помощью оптимизации логистической системы*. *Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн.* 2016. № 3 (24). URL: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/2980>
6. Михайловська Л.В. *Методика оцінки комерційного ризику на торговельному підприємстві*. *Вісник КНТЕУ*. 2001. № 6. С. 83–84.
7. Краснокутська Н.С., Лачкова В.М. *Управління комерційними ризиками підприємств роздрібною торгівлі*. Харків: Іванченко І.С., 2014. 144 с.

E-mail: san-san77@ukr.net

УДК 332.1

Ліщинський І.О.

кандидат економічних наук, доцент,
Тернопільський національний економічний університет

ЗАСАДНИЧІ ПРИНЦИПИ СТРАТЕГІЇ ПОЛЮСІВ ЗРОСТАННЯ

Стаття присвячена дослідженню принципів, згідно яких повинна формуватися стратегія полюсів зростання у сучасних умовах та розглянуті засади та еволюцію концепції полюсів зростання. Здійснено ретроспективний огляд імплементації стратегій полюсів зростання в світі. Виокремлено характерні риси, які притаманні усім стратегіям такого типу. Наводиться модель розрахунку вигод від реалізації стратегії в залежності від розміру планових полюсів, їх кількості та дистанціонування між собою, а також від наявного бюджету програми.

Ключові слова: полюс зростання, стратегія полюсів зростання, просторова конфігурація, регіональний розвиток, регіональна політика.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ СТРАТЕГИИ ПОЛЮСОВ РОСТА

Ліщинський І.О.

Статья посвящена исследованию принципов, согласно которым должна формироваться стратегия полюсов роста в современных условиях и рассмотрены основы и эволюция концепции полюсов роста. Осуществлен ретроспективный обзор имплементации стратегии полюсов роста в мире. Выделены характерные черты, которые присущи всем стратегиям данного типа. Приводится модель расчета выгод от реализации стратегии в зависимости от размера плановых полюсов, их количества и дистанцирование между собой, а также от имеющегося бюджета программы.

Ключевые слова: полюс роста, стратегия полюсов роста, пространственная конфигурация, региональное развитие, региональная политика.

BASIC PRINCIPLES OF THE GROWTH POLE STRATEGIES

Lishchynskyy I.

The paper is devoted to the study of the principles of growth poles strategy in modern conditions. The basics and evolution of the concept of growth poles are considered. A retrospective review of the implementation of the growth poles strategy in the world has been carried out. The features that are inherent to all strategies of this type are selected. The most important among them are: the inevitable modification of the overall spatial structure of employment and population in the region; spatial discrimination or selective approach to locations; orientation on a limited number of poles, the quantity of which varies depending on the goals; stimulating of the employment and population growth in selected locations in the region. A model for calculating the benefits from the implementation of the strategy is given depending on the size of the planned poles, their number and distancing among themselves, as well as on the available program budget.

Keywords: growth pole, growth pole strategy, spatial configuration, regional development, regional policy.

Постановка проблеми. У середині минулого століття було розроблено основні постулати концепції полюсів зростання, яка видалася дуже привабливою для практиків, оскільки передбачала досягнення високіх економічних результатів за мінімумом фінансування. Однак оптимізм щодо ефективності стратегії дуже швидко згаснув і лише в окремих випадках її вдалося завершити в повному обсязі. Стратегія полюсів зростання стала розглядатись як «реліктова», а сама ідеологія піддалась жорсткій критиці і почала вважатись абсолютно неважливою чи навіть «ворожою». Разом із тим протягом останнього десятиліття відбувається певний «ренесанс» концепції і стратегії на основі експлуатації принципів полюсів зростання починають імплемтуватись в багатьох країнах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Фундаментальні засади теоретичних уявлень про полюси зростання та розвитку були закладені в працях Ф. Перру, Ж. Будвіля, Х. Ласуена, П. Потье. В сучасній інтерпретації продовження даних концепцій можна

знайти в моделях «центру-периферії», «нової економічної географії», «нової географії креативності» тощо [1]. Тим не менше, протягом останніх років появились дослідження [2; 3], які стали новим поштовхом для розвитку автентичної концепції «полюсів». Крім того низка стратегічних програм розвитку держав та об'єднань (наприклад, [4]) передбачають втілення зазначених ідей на практиці.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження концептуального каркасу, ретроспективи та засад практичної імплементації ідей полюсів зростання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теорія полюсів зростання (розвитку) була розроблена в 1950-х рр. французьким економістом Ф. Перру [5]. В її основі лежить уявлення щодо провідної ролі галузевої структури економіки і, в першу чергу, лідируючих галузей, що створюють нові товари та послуги. Центри і ареали економічного простору, в яких розміщуються підприємства провідних галузей, стають полюсами, які притягують до себе фактори виробництва, оскільки

забезпечують найбільш ефективну їх експлуатацію. Пізніше Ж. Будвіль [6] показав, що в якості полюсів зростання можна розглядати не лише об'єднання підприємств галузей-лідерів, але і конкретні території (населені пункти), які виконують в економіці регіону функції генераторів інновацій та прогресу. Теорія полюсів зростання отримала подальший розвиток в працях П. Потье [7] про осі розвитку. Основна ідея полягала в тому, що території, розміщені між полюсами росту і забезпечують транспортне сполучення, отримують додаткові стимули розвитку, завдяки зростанню вантажопотоків, поширенню інновацій, розвитку інфраструктури. Тому вони перетворюються в осі (коридори) розвитку, що визначають разом із полюсами зростання просторовий каркас регіону.

Еволюцію концепції полюсів зростання не можна розглядати відірвано від розвитку практичних ініціатив у цій царині. Період із середини 1960-х по середину 1970-х ознаменувався бурхливим зростанням академічного інтересу до стратегій стимулювання полюсів зростання, який супроводжувався численними конференціями, публікаціями та іншими заходами. Як наслідок почали спостерігатись спроби практичного втілення стратегій такого типу у середовищах як розвинутих країн, так і тих, що розвиваються (держави Латинської Америки були серед піонерів). Оцінюючи ефективність втілення таких програм із сучасних темпоральних позицій, можна зробити висновок про їх загальну неуспішність (принаймні в плані досягнення намічених цілей за вказані терміни). Щоправда, можна відмітити окремі випадки деякого поступу у виконанні поставлених завдань, які пов'язані або із дійсно вдалим інструментарієм та підходом стратегії, або із «щасливим» збігом обставин (серед прикладів успішних ранніх стратегій дослідники традиційно називають Програму розвитку Аппалачів у США, спроби деконцентрації деяких мегаполісів у Великій Британії та створення промислових полюсів в Індії). Окремо слід виокремити промислово політику створення моносекторних міст в соціалістичному таборі держав, яка за своєю суттю є своєрідним варіантом стратегії планових полюсів, що реалізовується майже виключно в централізованій манері (тобто відбувалась підміна ринкових процесів концентрації адміністративними заходами).

Не зважаючи на це, випадки, коли стратегія реалізувалась послідовно, в повному обсязі і протягом усього наміченого періоду часу були нечисленними.

Відносно коротку історію імплементації стратегій полюсів зростання можна умовно розділити на 5 етапів:

1. Ранні 1960-ті рр. – сформовані основні постулати стратегії та коло проблем, на яке вона повинна спрямовуватись (обидва аспекти були в основному обгрунтовані завдяки працям Ф. Перру [5]);

2. Пізні 1960-ті рр. – активне застосування стратегії для вирішення широкого спектру завдань (цей період ознаменовується розцвітом ери кейнсіанства та, відповідно, значним рівнем державного втручання і загальним оптимізмом щодо системи планування);

3. Ранні 1970-ті рр. – прояв численних випадків провалу та відмови від стратегії полюсів зростання, що збіглися в часовому вимірі із фундаментальним переглядом масштабів державного втручання (і планування зокрема);

4. Із середини 1970-х рр. по 2000-ні рр. – дискредитація та відмова від стратегії полюсів зростання. Своєрідні «відголоски» стратегії полюсів зростання знаходять свій вияв у програмах регіонального розвитку на основі технополісів [8] та кластерів;

5. 2010-ті рр. – відновлення інтересу практиків до основних постулатів концепції полюсів зростання та їх трансформація до сучасних реалій.

Незважаючи на різноманітність цільової спрямованості пропонованих стратегій полюсів зростання, можна виокремити низку їх характеристик, що притаманні для практично всіх типів (рис. 1).

По-перше, стратегія повинна передбачати стимулювання приросту зайнятості та населення в певних заздалегідь визначених локаціях регіону протягом вказаного періоду часу. При цьому, однак, не обов'язково передбачається, що зростання буде відсутнім в інших частинах регіону, проте плановий полюс розглядається в якості первинного осередку чи то державних, чи приватних інвестицій, які спрямовуються або в ключову галузь, або в промисловий комплекс, або в альтернативну економічну діяльність.

По-друге, стратегія спрямовується на визначену обмежену кількість полюсів, чисельність яких варіює в залежності від поставлених цілей. Так, політика орієнтована на стимулювання розвитку сільських територій регіону, зазвичай потребує відносно великої кількості планових полюсів, тоді як відновлення міжрегіонального балансу акцентує зусилля на кількох центрах. Обмеження на географічну густину (повторюваність) полюсів також залежить від типу економічної діяльності в регіоні.

По-третє, стратегія обов'язково передбачає певну просторову дискримінацію чи селективний підхід до локацій. Така дискримінація проявляється у виборі центрів, котрі на думку ініціатора стратегії володіють потенціалом для стабільної підтримки обраного спектру економічної діяльності, так як експлуатують певні інтер- чи інтра-регіональні локаційні переваги, місце в ієрархії міст чи (менш критично) досвід зростання у минулому.



Рис. 1. Ознаки стратегій полюсів зростання

Джерело: розробка автора

По-четверте, стратегія неминуче передбачає модифікацію просторової структури зайнятості та населення в регіоні. Дійсно, одним із припущень стратегії полюсів зростання є те, що існуюча просторова структура є перешкодою регіональній економічній експансії, а політичні цілі можуть бути досягнуті якщо, окрім іншого, структура буде модифікована (переважно в напрямку концентрації). Така модифікація насамперед пов'язана із аспектом зайнятості (не беручи до уваги окремі випадки специфічної комутації), яка в свою чергу впливає на розміщення населення. Хоча іноді варіант зворотної каузачії може також розглядатись як базовий, тобто в першій інстанції акцент робитиметься на загальній детермінації структури поселення громадян в очікуванні, що це зрештою приведе до концентрації зайнятості.

Усі наведені чотири характеристики тією чи іншою мірою присутні у різноманітних варіантах стратегії полюсів зростання, які ми розглядали вище. Кожна із цих характеристик не є, звісно, унікальними виключно для стратегії полюсів зростання, однак в своїй сукупності вони формують її «обличчя» чи, використовуючи термінологію із римського права, *sine qua non*, що відрізняє від інших типів стратегій. Більш того, наявність усіх зазначених чотирьох елементів автоматичного свідчить про імплементацію стратегії полюсів зростання, навіть якщо її ініціатор не вживає таку детермінацію. Вважаємо, що не варто «переобтяжувати» трактування стратегії полюсів зростання додатковими критеріями чи деталізацією. Хоча Г. Камерон, наприклад, аргументував, що селекція планових полюсів сприяє «... встановленню пріоритетів для здійснення державних інвестицій у кількісних та просторових вимірах» [9, с. 19]. У схожій манері Г. Річардсон та М. Річардсон припускають, що стратегія надає можливість «... інтеграції промислової політики, фізичного планування і внутрішньорегіонального та міжрегіонального планування» [10, с. 164]. Обидва твердження є без сумніву актуальними, однак, на нашу думку, аналогічну аргументацію можна застосувати і для інших типів стратегій, адже акцент на просторовій концентрації не може вважатись виключною прерогативою стратегій полюсів зростання і є елементом загальних практик координації державних інвестицій чи регіональної політики.

Як ми вже раніше відмічали, важливим підґрунтям прийняття стратегії полюсів зростання є те, що просторова структура регіону не відповідає потребам або експлуатації існуючого забезпечення факторами виробництва, або приваблення та закріплення в регіоні набору економічних діяльностей. Стратегія полюсів зростання намагається подолати зазначені невідповідності шляхом активації системи планових полюсів зростання, які узгоджуються відповідно до певної просторової конфігурації із врахуванням критеріїв розміру, ієрархічного рівня, частоти та локації. Однак це комплексне питання не завжди адекватно аналізувалось при втіленні стратегії.

Аспект розміру планового полюса є особливо важливим насамперед через те, що середні витрати (зокрема державні видатки на пряме інвестування, субсидіарну підтримку, розвиток інфраструктури та надання суспільних послуг) та середні регіональні доходи навряд чи залишатимуться незмінними при зростанні розміру полюсу. Достатньо великий масив наукової літератури

присвячений питанню економічної теорії розміру міста (т. зв. теорія «оптимального» розміру міста). Якщо більш ранні дослідження приділяли основну увагу рівню витрат [11], то пізніші праці враховували паралельно також і рівень продукту та доходу [12].

Однак в контексті аналізу із позицій полюсів зростання більш актуальним буде спрощений підхід Дж. Парра, який розглядає ситуацію без прив'язки до стану вже існуючої міської системи [13, с. 1248]. При цьому розмір планового полюсу трактується як зайнятість (пряма, непряма та індукована), що генерується новими інвестиціями у локацію. Співвідношення середніх витрат та вигод від створення планових полюсів демонструється через параметр «загальні чисті вигоди» (*TNB*) наступним чином:

$$TNB = \frac{G}{SC(S)} S [B(S) - C(S)] \quad (1)$$

де *S* – розмір планового полюса;

C(S) – середні витрати (вартість) інвестицій (відповідні витрати на одиницю новоствореної зайнятості) у плановому полюсі як функція *S*;

B(S) – середні вигоди (регіональний дохід, що генерується одиницею новоствореної зайнятості) як функція *S*;

G – наперед заданий рівень регіональних витрат на стратегію полюсів зростання;

G/SC(S) – кількість планових полюсів розміру *S*.

Рівняння (1) може також бути подано у вигляді:

$$TNB = G \left[\frac{B(S)}{C(S)} - 1 \right] \quad (2)$$

де *B(S) / C(S)* – відображає співвідношення витрати-вигоди полюса розміру *S*.

Максимізуючи рівняння (1) та (2), визначаємо *S** – цільовий розмір планового полюсу, а, отже, і *F** – цільову частоту полюсів, яка розраховується за наведеною нижче формулою із округленням вниз до найближчого цілого значення:

$$F^* = \frac{G}{S^* C(S^*)} \quad (3)$$

Іншими словами комбінація цільових розміру та частоти максимізують *TNB*. Якщо ж очікується, що *G > F^* S^* C(S^*)*, то кожному із полюсів можна буде зростати вище цільового розміру *S** до рівня поки бюджет регіональної політики буде вичерпаним (однак варто наголосити, що цільовий розмір *S** є незалежним від *G*).

Недоліком такого підходу є те, що всі планові полюси демонструватимуть однаковий розмір. Також питання цільового розміру нерезально розглядати безвідносно до існуючої системи міст, оскільки планові полюси досить рідко розбудовують дійсно із нуля. Враховуючи такі обмеження моделі при розгляді розмірів доцільно брати до уваги варіації середніх витрат та вигод для кожного окремого ієрархічного рівня існуючих міських центрів, у яких плановий полюс може бути розміщеним. Отже, один рівень центрів може мати надлишковий обсяг в існуючій системі інфраструктури, тобто середні витрати від створення планових полюсів даного розміру можуть бути суттєво нижчими ніж відносно інших рівнів. Хоча розглянуті умови суттєво ускладнюють проведення аналізу, проте

модель все ж привносить певний каркас для ідентифікації цільового розміру і частоти планових полюсів, а також певних ієрархічних рівнів міст, відносно яких можна застосовувати стратегію. У зв'язку із цим «пороговий аналіз» в стилістиці Дж. Хюза та Дж. Козловскі [14] може розглядатись як один із релевантних підходів для подальшого аналізу (ми повернемося до цього питання пізніше при розгляді ієрархічних рівнів планових полюсів).

Ініціатори стратегій полюсів зростання загалом сприймають ідею цільового розміру чи серії розмірів планових полюсів і необхідності відповідного «нарощування» існуючих центрів. Однак питання частоти таких центрів не знаходить однозначного розуміння і породжує низку проблем, особливо відносно аспекту міжрегіонального розподілу очікуваних вигод. У зв'язку із цим, ініціатори стратегій часто розглядають полюси у манері повного прегриття простору, так щоб будь-яка частина регіону знаходилась не далі від певної максимальної відстані від полюсу [15]. Із таких міркувань розглядається і бажана частота полюсів, однак існуючі бюджетні обмеження переважно приводять до того, що частота не розглядається незалежно від розміру полюсу.

При цьому можливі, звісно, варіанти, за яких розподіл бюджету між цілком відмінними комбінаціями розміру та частоти полюсів приносить ідентичний (максимальний) рівень вигод *TNB*, привносячи цим певну гнучкість у виборі конфігурації. Більш того можливі ситуації, за яких відмовляється від максимізації *TNB* на користь конфігурацій, котрі забезпечують більш рівномірний міжрегіональний розподіл вигод (при цьому полюси вирізняються меншим розміром але вищою частотою), приносячи однак більший результат, ніж інші типи регіональних стратегій. Однак при перевищенні розумних меж такий підхід може зрештою привести до ситуації, за якої питання частоти домінує над питанням розміру, нівелюючи цим саму суть стратегії полюсів зростання. Щоправда зазначене твердження не применшує важливості врахування частоти, як і інших цілей регіональної політики, які через неї відображаються. Часто існують обмеження, котрі не дозволяють втілю-

вати стратегію полюсів зростання у чистому вигляді, а досягнення різних цілей досягається більш ефективно з допомогою альтернативних типів стратегій.

Ще одним критерієм просторової конфігурації, який пов'язаний із частотою, є дистанціонування полюсів один відносно іншого. Особливо актуальним є цей аспект, якщо ціллю стратегії є модифікація існуючої національної системи міст з метою розвертання міграційних потоків від метрополій до планових полюсів. Критерій дистанціонування також важливий у регіонах із диференційованою структурою, зокрема якщо стратегія полюсів направлена на вирішення проблем депресивних територій. Так, у випадку якщо плановий полюс вигідніше розмістити в іншій локації регіону (враховуючи більш сприятливу ситуацію із міжрегіональним транспортом, наявними земельними ділянками, ефектами агломерації і т. п.), то його значна віддаленість від депресивного регіону може стати перешкодою для створення міграційного каналу. Відчуття прив'язаності до території у значній частини населення може привести до того, що навіть успішна активація віддаленого планового полюса не вирішить проблему із депресивною локацією.

Аспект дистанціонування в просторовій конфігурації планових полюсів слід розглядати у комплексі із аспектами розміру та частоти. Розглядаючи дистанціонування основних полюсів в ключовому регіоні, можна відмітити, що відносно нормою вважається розташування «малих» полюсів поруч із центром з метою деконцентрації та «великих» полюсів на значній віддалі – з метою відновлення регіонального просторового балансу.

Висновки з проведеного дослідження. Стратегії полюсів зростання поступово відновлюють свою популярність після десятиліть забуття. Особливо актуальними вони можуть бути для менш розвинутих держав, оскільки дозволяють досягнути певного рівня регіонального зростання за умов обмеженого бюджету. Розглянуті в статті засадничі принципи притаманні стратегіям такого типу дозволяють краще зрозуміти їх вузьку цільову направленість, що може бути важливим для уникнення минулих помилок імплементації таких програм.

1. Ліщинський І. Нова економічна географія та альтернативні концепції агломерації виробництва. Журнал європейської економіки. 2009. № 3.
2. Mustăţea N. M. Growth poles – an alternative to reduce regional disparities. Case study – Iaşi growth pole. *Romanian Review of Regional Studies*. 2013. Vol. 9. No 1.
3. Wojnicka-Sycz E. Growth Pole Theory as a Concept Based on Innovation Activity Development and Knowledge Diffusion. *Przedsiębiorstwo we współczesnej gospodarce – teoria i praktyka*. 2013. No 3. P. 17–33.
4. Common Spatial Development Strategy of the V4+2 Countries (n.d.). URL: <http://www.v4plus2.eu/pdf/Common-Spatial-Development-Strategy-of-the-V4-2-Countries-21032014.pdf> (10.09.15).
5. Perroux F. Note sur la notion de poles croissance. *Economic Appliquee*. Vol. 1, 2. 1955. P. 307–320.
6. Bourdeville J. *Problems of Regional Economic Planning*. Edinburg: Edinburg University Press, 1968.
7. Pottier P. Axes de communication et developpement economique. *Revue Economique*. 1963. Vol. 14. S. 58–132.
8. Lyzun M. Technology parks as an element of local production systems' formation. *Functioning of the Local Production Systems in Bulgaria, Poland and Russia*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2014.
9. Cameron G. C. Growth areas, growth centres and regional conversion. *Scottish Journal of Political Economy*. 1970. Vol. 17, No. 1. P. 19–38.
10. Richardson H. W., Richardson M. The relevance of growth center strategies to Latin America. *Economic Geography*. 1975. Vol. 51, No. 2. P. 163–178.
11. Mathur O. P. The problem of regional disparities: an analysis of Indian policies and programmes. *Habitat International*. 1977. Vol. 2, No. 5–6. P. 427–453.
12. Alonso W. The economics of urban size. *Papers in Regional Science*. 1971. Vol. 26, No. 1. P. 67–83.
13. Parr J. B. Growth-pole strategies in regional economic planning: a retrospective view: Part 2. *Implementation and Outcome*. *Urban Studies*. 1999. Vol. 36, No. 8. – P. 1247–1268.

14. Hughes J. T., Kozłowski J. *Threshold analysis-an economic tool for town and regional planning. Urban studies. 1968. Vol. 5, No. 2. P. 132–143.*

15. Morrill R. L. *On the size and spacing of growth centers. Growth and change. 1973. Vol. 4, No. 2. P. 21–24.*

E-mail: lischynigor@ukr.net

УДК 338.43:330.33.005

Матковський П.Є.

кандидат економічних наук, доцент,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

ВИДИ, ОБ'ЄКТИ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ГОСПОДАРЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Обґрунтовано походження організаційно-правових форм сільськогосподарських підприємств. Визначено, що вихідною позицією в їх розподілі було закладено існуючі три форми власності та їх рівноправність. Поділ сільськогосподарських підприємств охарактеризовано за формою власності, видом підприємства та об'єктом організаційно-правової форми: Товариство з обмеженою відповідальністю визначено на основі організаційно-правової форми (форма власності – змішана, вид підприємства – інші, об'єкт – господарське товариство); виробничі кооперативи (форма власності – приватна, вид підприємства – приватне, об'єкт – кооператив).

Ключові слова: організаційно-правові форми, види підприємств, аграрний сектор економіки, Господарський кодекс України, агрохолдинги, кооперативи.

ВИДЫ, ОБЪЕКТЫ И ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Матковский П.Е.

Обоснованно происхождение организационно-правовых форм сельскохозяйственных предприятий. Определено, что исходной позицией в их распределении были заложены существующие три формы собственности и их равноправие. Разделение сельскохозяйственных предприятий охарактеризованы по форме собственности, виду предприятия и объекту организационно-правовой формы. Общество с ограниченной ответственностью определено на основе организационно-правовой формы (форма собственности – смешанная, вид предприятия – другие, объект – хозяйственное общество); производственные кооперативы (форма собственности – частная, вид предприятия – частное, объект – кооператив).

Ключевые слова: организационно-правовые формы, виды предприятий, аграрный сектор, Хозяйственный кодекс Украины, агрохолдинги, кооперативы.

TYPES, OBJECTS AND ORGANIZATIONAL LEGAL FORMS OF ENTERPRISE IN AGRICULTURAL

Matkovsky P.

The origin of organizational and legal forms of agricultural enterprises is substantiated. It is determined that the existing position in their distribution was laid on the existing three forms of ownership and their equality. The division of agricultural enterprises is characterized by the form of ownership, the type of enterprise and the object of the organizational-legal form: state-owned enterprises (ownership form – state, type of enterprise – state, object – enterprise); private enterprises and farms (ownership – private, type of enterprise – private, object – enterprise); business partnerships – this is not an organizational and legal form, as noted in the statistical collections and their object, which includes organizational and legal forms. For example, a limited liability company is an organizational and legal form (the form of ownership is mixed, the type of the enterprise is the other, the object is the economic society); production cooperatives (ownership – private, type of enterprise – private, object – cooperative).

Keywords: organizational and legal forms, types of enterprises, agrarian sector of economy, economic code of Ukraine, agroholdings, cooperatives.

Постановка проблеми. Внаслідок аграрної реформи, роздержавлення і приватизації майнового та земельного фонду колишніх колгоспів, аграрний сектор економіки України трансформувався і відбулися зміни. Значною мірою на їх успіх здійснив вплив Указ Президента України від 03.12.1999 р. «Про невідкладні заходи щодо прискорення рефор-

мування аграрного сектора економіки». Першим пунктом цього указу визначено: «реформування протягом грудня 1999 – квітня 2000 року колективних сільськогосподарських підприємств на засадах приватної власності на землю та майно» [1]. Термін часу в чотири місяці, який прописаний в указі для поділу всіх колективних господарств, та низка інших факто-

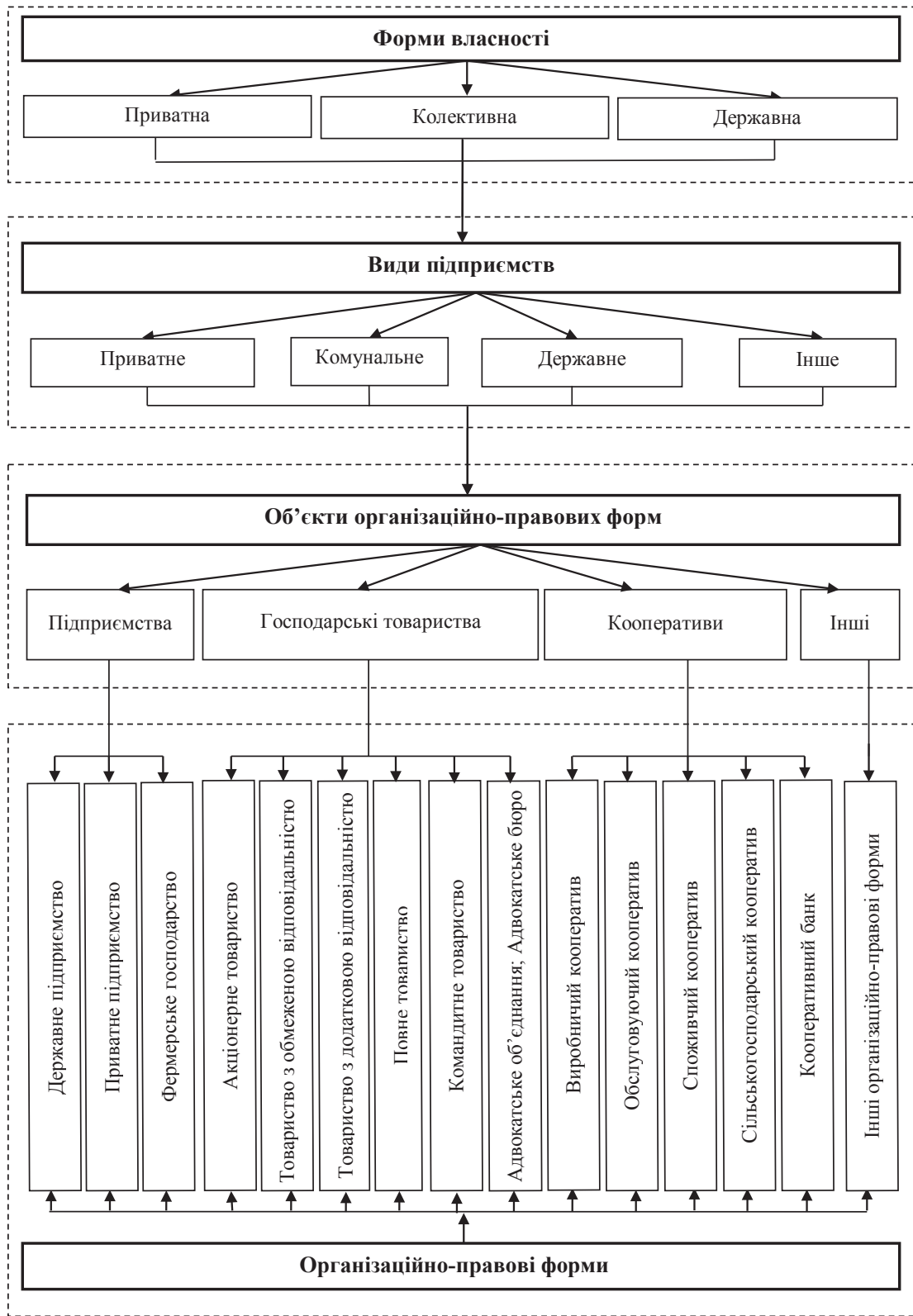


Рис. 1. Походження організаційно-правових форм господарювання

рів надзвичайно ускладнили досить важливе завдання збереження цілісності майнового фонду, без якого праця селян на розпайованих сільськогосподарських угіддях, як показав досвід, стала надто важкою та низькорентабельною. З часом утворились нові організаційно-правові форми сільськогосподарських підприємств, до числа розпорядників кінцевими результатами діяльності яких увійшло менше ніж один відсоток власників сільськогосподарських угідь. При цьому частка використовуваних новими агроформуваннями (взятих в оренду від селян) земель складає понад половину (57%) сільськогосподарських угідь України станом на 01.01.2016 р. [2].

Тобто більшу частку земель аграрного сектору економіки України обробляють сільськогосподарські підприємства. Їх поділ можна класифікувати за видами (в залежності від форми власності та їх комбінацій між собою) та організаційно-правовими формами (тобто такими формами організації, які узаконені, тому, власне, правовими).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато авторів у процесі власного дослідження сільськогосподарських підприємств розглядають їх через призму організаційно-правових форм господарювання. Узаконення організаційно-правових форм господарювання сільськогосподарських підприємств міститься в Господарському кодексі України [3], класифікаторі організаційно-правових форм господарювання [4], тощо. Дослідженням цих понять приділяли увагу такі науковці як: Г.В. Черевко [5], А.С. Данкевич [6], А. Мартин [7] та ін. Однак малодослідженям залишається походження цих форм, причини їх формування в юридичній та економічній площинах.

Формулювання цілей статті. Виклад статті має на меті обґрунтування взаємозв'язку між видами, об'єктами та організаційно-правовими формами сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. На рисунку 1 нами запропоновано власне бачення походження організаційно-правових форм та їх взаємозв'язок із формами власності. Якщо до незалежності України не було приватної форми власності, згідно статті 4 Закону союзу радянських соціалістичних республік: «Власність в СРСР виступає у формі власності радянських громадян, колективної і державної власності» [8], то вже перед ухваленням незалежності України (7.02.1991 р.) було прийнято Закон України «Про власність», в якому редакція статті 2 була наступною: «Власність в Україні виступає в таких формах: приватна, колективна, державна. Всі форми власності є рівноправними» [9]. Поділ на види підприємств ґрунтується на цій ноті права. Це стосується не тільки земельного, а й майнового фонду підприємства аграрного сектору економіки.

В подальшому на основі приватної, колективної та державної форм власності та їх комбінацій утворюються види підприємств, на основі видів – утворюються об'єкти організаційно-правових форм, кожен з яких включає певну групу організаційно-правових форм господарювання, що добре видно на рисунку 1.

Згідно Господарського кодексу України, статті 63 підприємства можуть набувати таких видів та організаційних форм (рис. 1):

1. Залежно від форм власності, передбачених законом, в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

– приватне підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);

– підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);

– комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;

– державне підприємство, що діє на основі державної власності;

– підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності);

– спільне комунальне підприємство, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами – суб'єктами співробітництва [3].

В Україні можуть діяти також інші види підприємств, передбачені законом: унітарні та корпоративні.

Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника. Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

До приватних об'єктів організаційно-правових форм належать приватні підприємства та фермерські господарства (рис. 1).

Приватним підприємством визнається підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи [3].

Фермерське господарство є формою підприємництва громадян з метою виробництва, переробки та реалізації товарної сільськогосподарської продукції [3]. Членами фермерського господарства не можуть бути особи, які працюють у ньому за трудовим договором (контрактом, угодою).

До об'єктів інших організаційно-правових форм належить: підприємство з іноземними інвестиціями та іноземне підприємство. Що ж стосується сільськогосподарських підприємств, то до цього виду організаційно-правових форм належать міжгосподарські аграрні формування.

На початок 2017 р. в Україні функціонувало 45558 сільськогосподарських підприємств різних організаційно-правових форм господарювання, в тому числі 6967 господарських товариств, 3215 приватні підприємства, 448 кооперативи, 34137 фермерських господарств, 199 державних підприємств, 592 підприємств інших форм господарювання [10].

Доцільно спочатку розрахувати сукупну вартість ресурсів, якими забезпечені агроформування. Відповідний розрахунок допоможе побудувати дієву модель розвитку сільськогосподарського підприємства і визначитися з потенційними джерелами надходження ресурсів.

Дані рисунку 2 [11] свідчать про те, що на сучасному етапі державні сільськогосподарські підприємства не фінансуються на необхідному рівні. Фермерські господарства аналогічно не мають значних коштів для повного забезпечення себе необхідними джерелами.

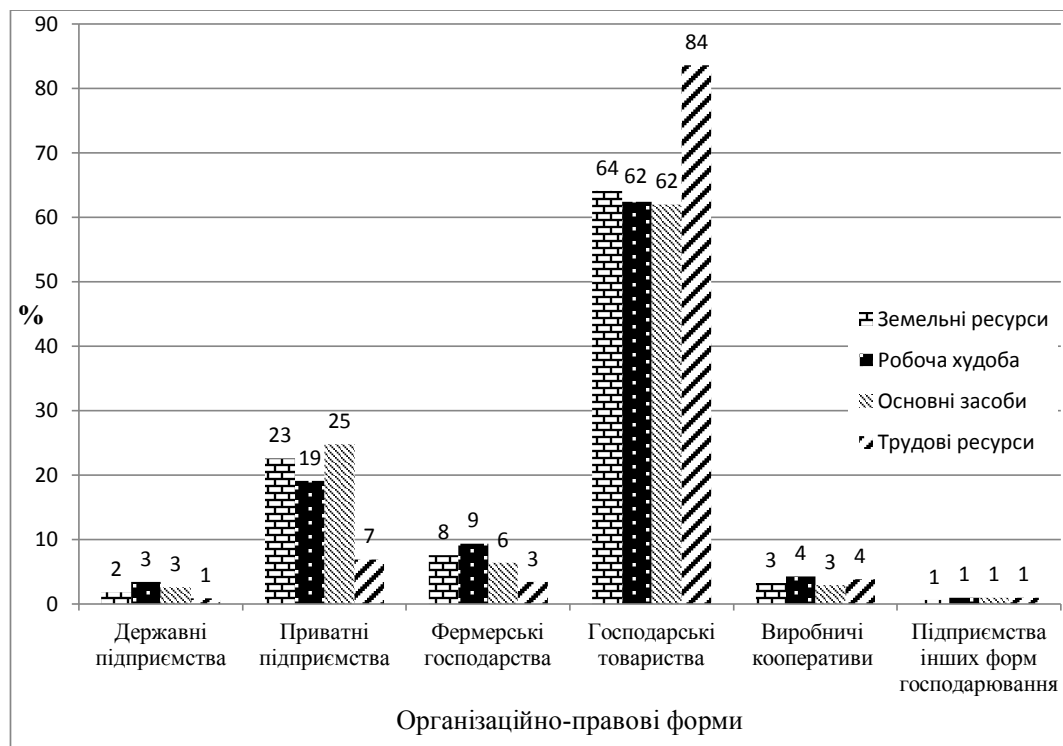


Рис. 2. Сукупні ресурси сільськогосподарських підприємств Івано-Франківської області різних організаційно-правових форм за 2017 р.

Аналіз структури сукупних ресурсів сільськогосподарських підприємств різних форм власності представлений на рисунку 2 [11].

Така ситуація відмічається й щодо виробничим кооперативам. Виключно господарські товариства забезпечені більш ніж на 60% ресурсами, що дозволяє їм здійснювати безперервний процес виробництва, однак стверджувати, що саме вони достатньо забезпечені ресурсами не можливо, а значить ми можемо констатувати про нестачу ресурсів, яка може бути компенсована лише за рахунок активної виробничої та фінансової діяльності сільськогосподарських підприємств.

Висновки. Здійснений поділ сільськогосподарських підприємств можна охарактеризувати за формою власності, видом підприємства та об'єктом організаційно-правової форми:

- державні підприємства (форма власності – державна, вид підприємства – державне, об'єкт – підприємство);

- приватні підприємства та фермерські господарства (форма власності – приватна, вид підприємства – приватне, об'єкт – підприємство);

- господарські товариства – це не організаційно-правова форма, а їхній об'єкт, який включає організаційно-правові форми. Наприклад, товариство з обмеженою відповідальністю – це організаційно-правова форма (форма власності – змішана, вид підприємства – інші, об'єкт – господарське товариство);

- виробничі кооперативи (форма власності – приватна (власність кооперативу), вид підприємства – приватне, об'єкт – кооператив);

- підприємства інших форм господарювання (форма власності – змішана, вид підприємства – інші, об'єкт – інші).

Позитивна динаміка забезпеченості необхідними ресурсами для розширеного відтворення господарських товариств потребує їх детальнішого аналізу в подальших дослідженнях.

1. Указ Президента України від 03.12.1999 р. «Про невідкладні заходи щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки». URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1529/99>

2. Статистичний збірник: Сільське господарство України за 2017 р. URL: http://agroua.net/statistics/Статистичний_збірник/сільське_господарство_України,_с._63.

3. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15/print>

4. Класифікатор організаційно-правових форм господарювання. URL: <https://zkg.ua/klasifikator-orhanizatsijno-pravovuyh-form-hospodaryuvannya-korpfh/>

5. Черевко Г.В. Агрохолдинги як нові організаційно-правові форми крупно товарного господарювання в агробізнесі України. Аграрна економіка. 2012. Т. 5. № 1–2. С. 36–42.

6. Данкевич А.Є. Передумови та основні принципи розвитку агрохолдингів. Економіка АПК. 2011. № 5. С. 139–147.

7. Мартин А. Захист економічної конкуренції у сільськогосподарському землекористуванні: переваги і недоліки агрохолдингів. Землевпорядний вісник. 2010. № 8. С. 26–32.

8. Закон союзу радянських соціалістичних республік. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v1305400-90>

9. Закон України «Про власність» від 07.02.1991. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/697-12>

10. Український клуб аграрного бізнесу. Види сільськогосподарських підприємств в Україні. URL: http://ucab.ua/ua/doing_agribusiness/umovi_vedennya_agrobiznesu/vidi_silskogospodarskikh_pidpriemstv_v_ukraini
11. Статистичний щорічник України за 2017 рік. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/07/zb_ukraina2017.pdf

E-mail: petromatkovskyy@gmail.com

УДК 330.341.2

Онищук В.О.

кандидат економічних наук, ректор,
ПВНЗ «Нікопольський економічний університет»

Ващук О.В.

кандидат економічних наук,
в.о. доцента кафедри менеджменту,
ПВНЗ «Нікопольський економічний університет»

ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РІВЕНЬ ЖИТТЯ

В статті проаналізовано рівень та структуру доходів населення країни, динаміку мінімальної, номінальної та реальної заробітних плат за період 2010–2018 рр. Звернута увага і на зміни в структурі витрат населення. Наголошено на значному тиску на бюджет соціальної допомоги та інших трансфертних платежів, які виступають однією із основних статей витрат бюджету держави. Трансфертні платежі є частиною доходів держави, які направляються в приватний сектор для згладжування рівня нерівномірності розподілу доходів між різними верствами населення.

Ключові слова: доходи населення та їх диференціація, витрати населення, трансфертні платежі, майнове розширення, соціальна допомога.

ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ И ИХ ВПЛИЯНИЕ НА УРОВЕНЬ ЖИЗНИ

Онищук В.О., Ващук О.В.

В статье проанализированы уровень и структура доходов населения страны, динамика минимальной, номинальной и реальной заработной платы за период 2010–2018 гг. Обращено внимание и на изменения в структуре затрат населения. Отмечено значительное давление на бюджет социальной помощи и других трансфертных платежей, которые выступают одной из основных статей затрат бюджета страны. Трансфертные платежи являются частью доходов страны, которые направляются в частный сектор для сглаживания уровня неравномерности распределения доходов между разными слоями населения.

Ключевые слова: доходы населения и их дифференциация, затраты населения, трансфертные платежи, имущественное расслоение, социальная помощь.

FORMATION OF POPULATION INCOME AND ITS IMPACT ON THE LIVING STANDARDS

Onyshchuk V., Vashchuk O.

The article analyzes the level and structure of the population's income, the dynamics of the minimum, nominal and real wages for the period of 2010–2018. The attention is also paid to changes in the structure of population expenditure. There is a significant pressure on the budget of social assistance and other transfer payments, which are one of the main items of the budget expenditures of the state. Transfer payments are part of the state's revenues, which are sent to the private sector to smooth the level of uneven distribution of income between different segments of the population. Despite the importance of these expenditures in the budget of the country, current realities of economic life indicate a further deepening of property stratification of the population and the growth of social inequality and, accordingly, social tension in society.

Keywords: income of the population, income differentiation, expenses of the population, transfer payments, property stratification, social assistance.

Постановка проблеми. Раціональна поведінка державного регулювання будь-якої країни має забезпечувати підвищення добробуту власного населення. Добробут населення визначають його доходи, тобто вся сукупність грошових та інших надходжень, що можуть спрямовуватися на задоволення фізичних, економічних, моральних та інших потреб. В Україні доходи населення формуються за рахунок оплати праці, підприємницьких доходів, доходів від майна та власності, соціальних допомог та інших одержаних поточних трансфертів. Аналіз рівня та структури доходів і витрат населення допоможе визначити проблемні напрямки в соціально-економічній політиці держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування доходів населення та видатків на споживчі товари завжди приділялося достатньо уваги з боку сучасних науковців, таких як: П. Гайдуцький, А. Лісовий, П. Мазурок, О. Мельниченко, С. Мочерний [2], І. Кириленко, О. Кравченко [1], Б. Пасхавер, П. Саблук, Н. Холод, М. Федірко та інших. Однак, у зазначеній сфері все ще залишається достатньо питань, яким варто надати уваги у сьогоденні та провадити подальше вивчення і дослідження.

Формування цілей статті. Багато вчених приділяють визначеній темі значний інтерес, бо саме забезпечення високого рівня суспільного добробуту є і буде залишатися одним із визначальних напрямків сучасного державного регулювання. Сучасна соціально-економічна політика державного регулятора передбачає подальше збільшення соціальних виплат, які будуть все в більшій мірі відволікати значні фінансові ресурси з Державного бюджету України на зменшення соціальних диспропорцій, а не на науково-технічний розвиток країни. Тому актуальними залишаються проблеми щодо підтримання стабілізації та забезпечення економічного зростання в країні, які нерозривно пов'язані зі зростанням рівня життя населення (ступенем задоволення матеріальних, духовних та соціальних потреб населення) та ефективного функціонування трудового потенціалу країни.

Виклад основного матеріалу. Варто зазначити той факт, що Україна визначила свій подальший розвиток в рамках Європейської інтеграції та розбудови соціально спрямованої ринкової економіки, показником ефективності якої виступає високий рівень життя населення. Всі суб'єкти господарювання та населення країни виявляють бажання перейти до європейського рівня життя, європейського рівня доходів. Але європейська інтеграція неминуче буде пов'язана і з переходом до європейських цін на товари і послуги, а також і європейських стандартів життя [1, с. 577]. У населення виникає потреба в якісніших умовах проживання, медичних послугах, продуктах харчування. Висуваються також і вищі вимоги до правової захищеності не лише прав власності, господарської діяльності, безпеки оточуючого природного середовища, а і соціальних стандартів (спрямованих на збільшення можливостей людей вирішувати свої проблеми, домагатися особистого успіху та індивідуального щастя). Всі суб'єкти господарювання країни намагаються адаптуватися до сучасних реалій та забезпечити стабільну ефективність своєї діяльності.

Підприємницька діяльність завжди пов'язана з витратами різноманітних факторів виробництва, необ-

хідних для виробництва готової продукції та послуг. Основною задачею бухгалтерського обліку на підприємстві виступає точне та своєчасне, у відповідності до сучасних вимог оподаткування та ведення бухгалтерської документації, врахування цих витрат на різноманітних балансових рахунках. Специфічна особливість обліку затрат живої праці відводиться бухгалтерам-обліковцям, що займаються обліком таких витрат як постійних працівників підприємства, так і тимчасових та сезонних. Зазначені витрати представляють собою нарахування заробітної плати, що є доходами персоналу підприємства, і в той же час виступають суттєвою складовою виробничих витрат підприємства. Регулювання державою мінімального рівня заробітної плати носить двоякий характер:

– з одного боку, це гарантує певний прожитковий рівень та підвищує добробут населення,

– з другого боку – це викликає суттєве збільшення витрат підприємства, що не може не вплинути на підвищення собівартості реалізованої продукції.

Варто наголосити, що заробітна плата – це нагорода, обчислена, як правило, у грошовому вираженні, яку за трудовими договорами власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу [2]. Для того, щоб зарплата виконувала свої основні функції як економічна категорія (відтворювальну, стимулюючу, регулюючу та соціальну) вона повинна задовольняти певний прожитковий рівень [3]. І тут особлива увага надається не номінальній (нарахованій та виплаченій працівникові суми грошей, яка відповідає витраченій ним праці за певний період часу), а реальній – яка характеризує купівельну спроможність номінальної зарплати (вона визначає кількість товарів і послуг, яку працівник зможе придбати за зароблену суму грошей). Динаміка рівня номінальної та реальної заробітної плати по Україні відображена у таблиці 1 [4].

Таблиця 1. Середньомісячна номінальна та реальна заробітна плата штатних працівників в Україні, 2010–2018 рр.

Роки	Номінальна заробітна плата, грн.	Відхилення:		Відсотків до попереднього року	
		абсолютне, грн	відносне, %	номінальна заробітна плата	реальна заробітна плата
2010	2239	x	x	120,0	110,2
2011	2633	394	17,6	117,6	108,7
2012	3026	393	14,9	114,9	114,4
2013	3265	239	7,9	107,9	108,2
2014	3480	215	6,6	106,0	93,5
2015	4195	715	20,5	120,5	79,8
2016	5183	988	23,6	123,6	109,0
2017	7104	1921	37,1	137,1	119,1
2018 (січень-вересень)	8605	1501	21,1	125,7	112,9

Як зазначено у таблиці 1, у порівнянні з 2010 р. зростання номінальної заробітної плати у 2018 р. склало 6366 грн (зростання майже у 3,8 разів). Щодо визначення темпів зростання заробітної плати,

то вони значно вищі за номінальною ніж реальною заробітною платнею.

Показники щодо рівня мінімальної заробітної плати за період 2010–2018 рр. та прогнозованого на 2019 р. подано на рис. 1 і складає зростання за цей період на 3304 грн (зростання майже в 4,8 разів) [4].

Показники рис. 1 засвідчують позитивні тенденції щодо зростання і мінімальної, і середньої номінальної та реальної заробітних плат. Але варто також провести аналіз формування доходів та витрат населення країни за період 2010–2017 рр. (табл. 2) [4].

За показниками табл. 2 можна прослідкувати динаміку та структурні зрушення як доходів населення, так і їх витрат за період 2010–2017 рр. А для наочності динаміку структури доходів населення України в 2010 та 2017 роках подамо на рис. 2.

Як бачимо, за період з 2010 по 2017 роки частка заробітної плати в доходах населення зросла з 40,8% до 44,3% (зростання на 3,5%), частка прибутку на змішаний дохід – з 14,5% до 17,5% (зростання на 3,0%), частка соціальної допомоги та інших одержаних поточних трансфертів знизилася з 38,5% до 35,2% (зниження на 3,3%), частка доходів від власності – знизилася з 6,2% до 3,0% (на – 3,2%).

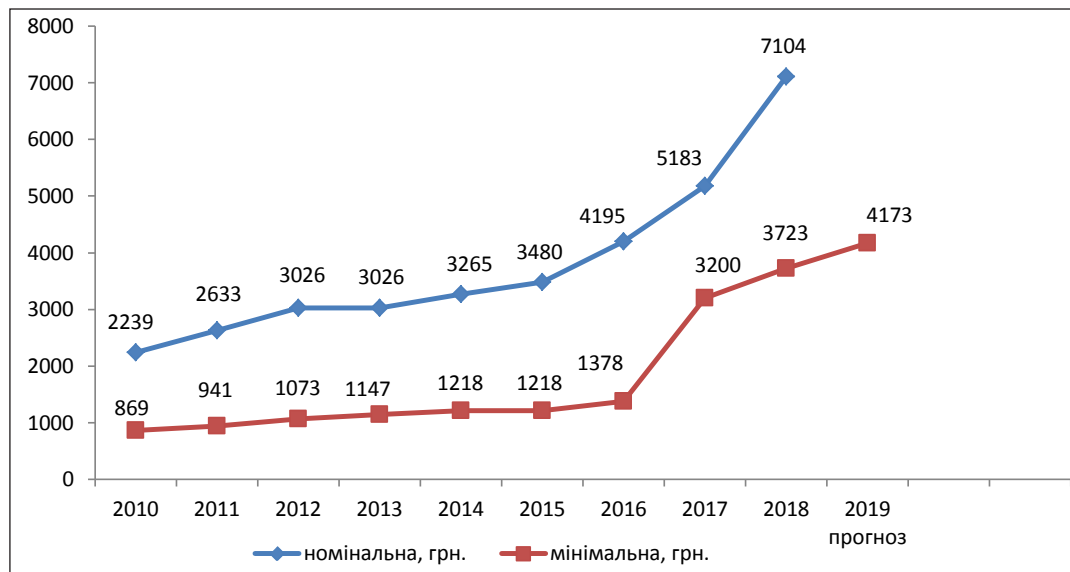


Рис. 1. Показники номінальної та реальної заробітної плати в Україні, 2010–2019 рр.

Таблиця 2. Доходи і витрати населення України, 2010–2017 рр.

	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
	(млн грн)							
Доходи:	1101175/ 100%	1266753/ 100%	1457864/ 100%	1548733/ 100%	1516768/ 100%	1772016/ 100%	2051331/ 100%	2475826/ 100%
зарплата	449553/ 40,8%	529133/ 41,8%	609394/ 41,8%	630734/ 40,7%	615022/ 40,5%	709590/ 40,0%	898326/ 43,8%	1096835/ 44,3%
прибуток та змішаний дохід	160025/ 14,5%	200230/ 15,8%	224920/ 15,4%	243668/ 15,7%	254307/ 16,8%	323506/ 18,3%	378213/ 18,4%	433924/ 17,5%
доходи від власності (одержані)	67856/ 6,2%	68004/ 5,4%	80769/ 5,5%	87952/ 5,7%	85114/ 5,6%	80035/ 4,5%	75452/ 3,7%	73702/ 3,0%
соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти	423741/ 38,5%	469386/ 37,1%	542781/ 37,2%	586379/ 37,9%	562325/ 37,1%	658885/ 37,2%	699340/ 34,1%	871365/ 35,2%
Витрати та заощадження	1101175/ 100%	1266753/ 100%	1457864/ 100%	1548733/ 100%	1516768/ 100%	1772016/ 100%	2051331/ 100%	2475826/ 100%
придбання товарів та послуг	838213/ 76,1%	1030635/ 81,4%	1194791/ 82,0%	1304031/ 84,2%	1316757/ 86,8%	1568173/ 88,5%	1840262/ 89,7%	2297573/ 92,8
доходи від власності (сплачені)	28844/ 2,6%	29064/ 2,3%	18567/ 1,3%	21091/ 1,4%	23495/ 1,5%	18583/ 1,0%	15564/ 0,8%	18725/ 0,8%
поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти	72251/ 6,6%	83931/ 6,6%	97226/ 6,7%	107345/ 6,9%	145736/ 9,6%	154187/ 8,7%	182914/ 8,9%	228508/ 9,2%
нагромадження нефінансових активів	19578/ 1,8%	-1159	-2954	5378	2912	-2117	-5481	-5295/ -0,2%
приріст фінансових активів	142289/ 12,9%	124282/ 9,8%	150234/ 10,3%	110888/ 7,2%	27868/ 1,8%	33190/ 1,9%	18072/ 0,9%	-63685/ -2,6%
Наявний дохід	847949	988983	1149244	1215457	1151656	1362599	1582293	1852063
Реальний наявний дохід, % до попереднього року	117,1	108,0	113,9	106,1	88,5	79,6	102,0	106,0

Варто проведений аналіз доповнити співвідношенням сум доходів отриманих у вигляді заробітної плати (реально зароблених сум) та соціальної допомоги і інших поточних трансфертів (виплачених з бюджетних ресурсів) (рис. 3) [4].

Показники рис. 3 засвідчують, що на кожен гривню заробітної плати у 2010 р. припадало майже 0,94 грн, що були видані у вигляді соціальної допомоги та інших поточних трансфертів. В наступні періоди відбувалося зменшення цього показника. А у 2017 р. на кожен гривню заробітної плати припадало майже 0,79 грн, виплачених у вигляді соціальної допомоги та інших



Рис. 2. Динаміка структури доходів населення України в 2010 та 2017 рр. (%)

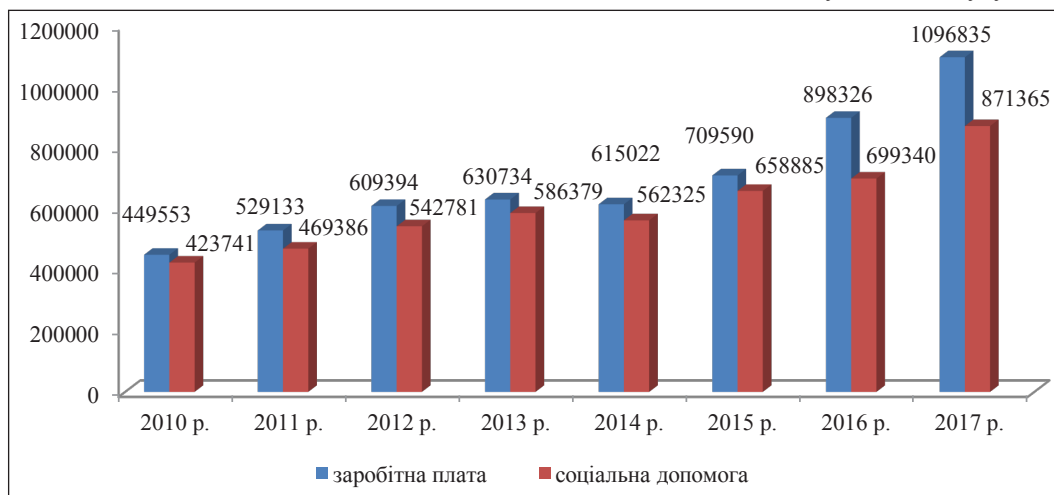


Рис. 3. Співвідношення заробітної плати та соціальних виплат, 2010–2017 рр., млн грн

поточних трансфертів. Отже, тиск соціальних виплат на Державний бюджет залишається досить значним (соціальні видатки в цілому занадто великі для країни з таким рівнем економічного розвитку), але не є ефективним. За даними ПРООН, майже 20% працюючих, 32,6% сімей з дітьми та майже 24,5% всього населення України є бідними [5; 6].

До невтішних висновків приводить і аналіз структурних змін витрат населення за період 2010–2017 рр., результати якого подано на рис. 4 [4].

З показників рис. 4 можна визначити, що витрати на придбання товарів та послуг у 2017 р. зросли до 92,8% у порівнянні з 76,1% у 2010 р. (зростання на 16,7%). Доходи від власності (сплачені) знизилися з 2,6% у 2010 р. до 0,8% у 2017 р., а поточні податки на доходи, майно та інші сплачені поточні трансферти відповідно за цей період зросли з 6,6% до 9,2%.

Особливу увагу варто приділити витратам населення на оплату житла, комунальних продуктів та послуг. На рис. 5 відображена частка зазначених витрат та вказана частка сум, що припадають на пільги та субсидії [4].

Зазначені на рис. 5 показники переконливо доводять, що підвищення тарифів на комунальні послуги обертаються збільшення виплат на їх субсидіювання з 0,6% у 2010 р. до майже 7,0% у 2017 р. Тепер стає зрозумілим кому на справді «допомагає» державний бюджет і чому населення України стає біднішим.

Висновки. Таким чином, проведений нами аналіз переконливо доводить неспроможність сучасних владних структур вирішити проблеми бідності в країні. Залучення та розподіл бюджетних коштів в Україні здійснюється неефективно та має низку невирішених проблем. Ми глибоко переконані, що для підвищення рівня життя населення необхідно, в першу чергу, створити нові робочі місця, тобто провадити ефективну політику сприяння зайнятості (удосконалення інвестиційної та податкової політики для відкриття нових підприємств); по-друге, здійснювати стимуляційну політику для розвитку малого та середнього бізнесу; по-третє, удосконалити систему соціального захисту, що практично надасть дієву підтримку найбільш вразливим верстам населення.

Вирішення зазначених проблем вимагає подальшого дослідження та наукового пошуку.

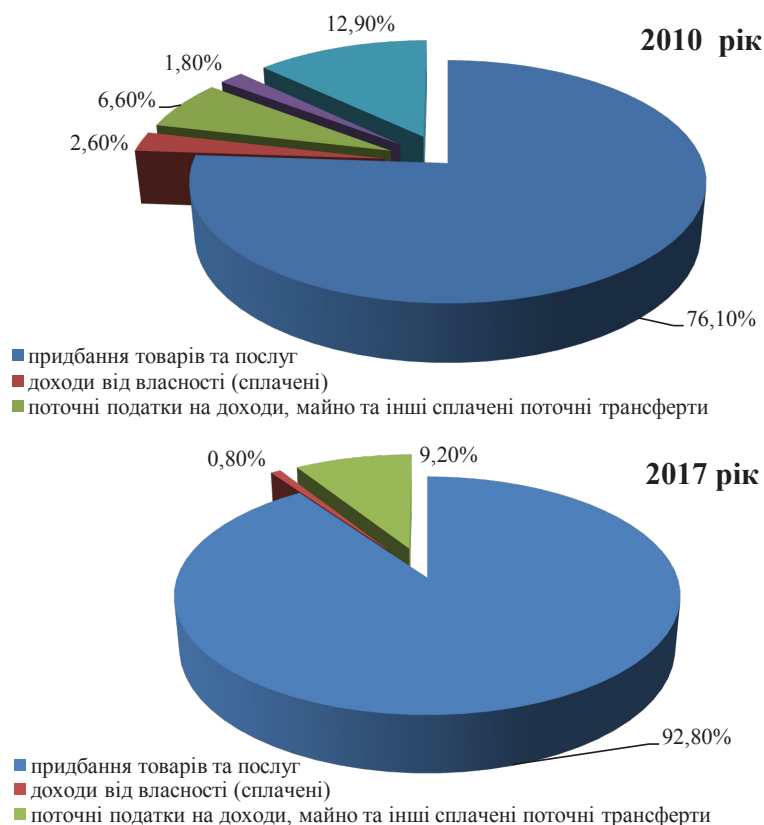


Рис. 4. Аналіз структурних змін витрат населення за 2010–2017 рр. (%)

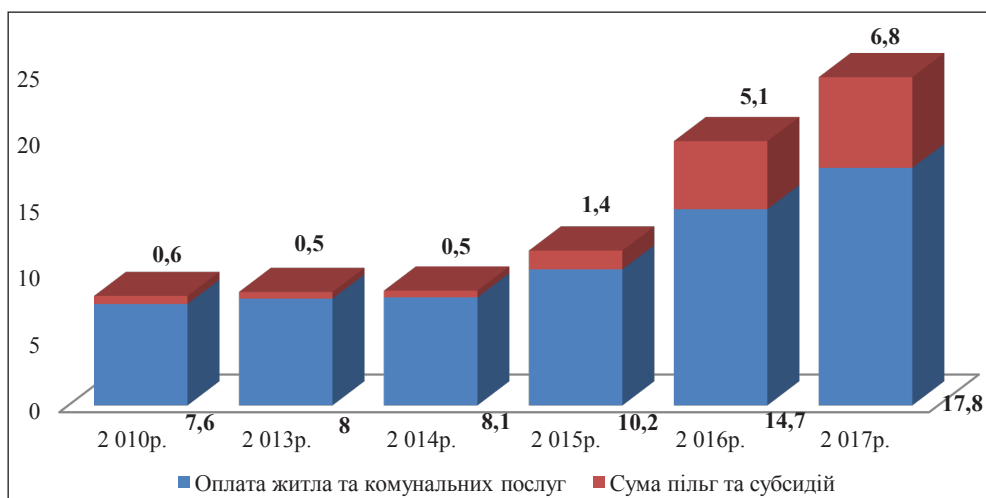


Рис. 5. Частка витрат на комунальні послуги та частка сум, що припадають на пільги та субсидії, 2010–2017 рр. (%)

1. Кравченко О.О. Аналіз рівня та якості життя населення України в умовах економічної та політичної нестабільності. Збірник праць Миколаївського національного університету № 7. Миколаїв, 2017. С. 572–578.
2. Лісовий А.В. Економічний аналіз доходів населення: стан, структура, динаміка. Наукові праці НДФІ. 2010. № 5. С. 18–22.
3. Мочерний С.В., Довбенко М.В. Економічна теорія: Підручник. К.: Академія, 2004. 856 с.
4. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Цілі розвитку тисячоліття. ПРООН. URL: <http://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/docs/2015%20MDGs%20Ukraine%20infographics%20ukr.pdf>
6. Зимовець В.В. Державна фінансова політика економічного розвитку. НАН України; Інститут економіки та прогнозування. К., 2010. 356 с.

E-mail: vachuc@ukr.net

УДК 456

Руба О.П.

аспірант кафедри обліку і оподаткування,
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНКИ ЗБАЛАНСОВАНОСТІ ІНТЕРЕСІВ УЧАСНИКІВ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті запропонована власна модифікація методики збалансування інтересів учасників акціонерних компаній, також розроблено пропозиції щодо вирішення питання фінансування проектів забезпечення розвитку підприємства на основі збалансованості інтересів його учасників. Здійснена оцінка збалансованості інтересів учасників фармацевтичного підприємства з метою відповідності «золотому правилу бізнесу». Виконана оцінка збалансованості інтересів учасників фармацевтичного підприємства за «золотим правилом» показала, що у 2015–2017 рр. фармацевтичні підприємства максимально наблизилися до відповідної закономірності «золоте правило бізнесу». На основі відхилень фактичних значень від еталонних запропоновано сукупність заходів, усунення слабких місць і кращого збалансування інтересів учасників акціонерних компаній.

Ключові слова: система збалансованих показників, «золоте правило бізнесу», збалансованість інтересів підприємства, рангові показники ефективності, методика забезпечення розвитку підприємства, фармацевтичні підприємства.

УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ИНТЕРЕСОВ УЧАСТНИКОВ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Руба А.П.

В статье рассмотрена авторская модификация методики сбалансирования интересов участников акционерных компаний, также разработаны предложения решения вопросов финансирования проектов обеспечения развития предприятия на основе сбалансированности интересов его участников. Осуществлена оценка сбалансированности интересов участников фармацевтического предприятия с целью соответствия «золотому правилу бизнеса». Выполненная оценка сбалансированности интересов участников фармацевтического предприятия показала, что в 2015–2017 гг. фармацевтические предприятия максимально приблизились к соответствующей закономерности «золотое правило бизнеса». На основе отклонений фактических значений от эталонных предложено совокупность мероприятий, устранение слабых мест и лучшего сбалансирования интересов участников акционерных компаний.

Ключевые слова: система сбалансированных показателей, «золотое правило бизнеса», сбалансированность интересов предприятия, ранговые показатели эффективности, методика обеспечения развития предприятия, фармацевтические предприятия.

IMPROVEMENT OF THE METHOD OF EVALUATION OF INTEREST OF PARTICIPANTS OF PHARMACEUTICAL ENTERPRISE

Ruba O.

The article proposes the own modification of the method of balancing the interests of the participants of the joint-stock companies, as well as proposals for solving the financing of projects to ensure the development of the enterprise based on the balance of interests of its participants. An estimation of the balance of interests of the participants of the pharmaceutical company with the aim of complying with the «golden rule of business» is carried out. The assessment of the balance of interests of the pharmaceutical company participants according to the «golden rule» has been performed, that in 2015–2017 pharmaceutical enterprises as closely as possible approached the relevant law «golden rule of business». The rate of profit growth was higher than the growth rate of revenue. On the basis of deviations of the actual values from the benchmarks, a set of measures, elimination of weaknesses and better balance of interests of participants of joint-stock companies are proposed.

Keywords: system of balanced indicators, «golden rule of business», balance of interests of the enterprise, rank indicators of efficiency, methodology of providing enterprise development, pharmaceutical enterprises.

Постановка проблеми. З метою вирішення проблеми збалансованості інтересів учасників фармацевтичного підприємства важливо пам'ятати, що їх інтереси часто є діаметрально протилежними. Одних цікавить дотримання прав інвесторів, склад акціонерів і Ради директорів, інших – фінансові показники діяль-

ності, третіх – розмір і періодичність виплати дивідендів, четвертих – можливість вертикальної інтеграції і т. д. Слід зазначити, що неможливо управляти такою кількістю факторів одночасно. Необхідне вирішення проблеми дотримання балансу інтересів таким чином, щоб він відповідав критерію економічної доцільності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням методики системи збалансованих показників присвячені праці таких вчених як А.М. Бандурка, І.М. Червяков, О.В. Посилкіна, П.Ю. Буряк, М.В. Рymar, М.Т. Бец, Г.А. Крамаренко.

Постановка завдання. Для нормального перебігу процесу управління важливо своєчасно і точно здійснювати оцінку ефективності діяльності підприємства. Розробники систем підтримки ухвалення рішень, таких як Microsoft, Oracle, «Галактика», постійно наголошують, що для цього слід застосовувати універсальні індикатори. Перед керівниками підприємства виникає проблема вибору такого індикатора, який би реально відображав сукупні результати діяльності компанії.

Виклад основного матеріалу дослідження. На думку вчених, вибір того чи іншого показника залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх чинників, і для різних сфер діяльності показники ефективності будуть різними. Більшість фахівців пропонують використовувати фінансові показники, такі як рентабельність, частку ринку, приріст товарообігу і кількості покупців, темп зростання продажів, чистий прибуток та ін. На їхню думку, для оцінки ефективності діяльності підприємства потрібно лише правильно підібрати той чи інший показник. Інші економісти вважають, що незважаючи на велику кількість фінансових показників, з їх допомогою не завжди можна адекватно оцінити діяльність компанії. Тому наряду з фінансовими показниками, при оцінці ефективності діяльності підприємства слід застосовувати і нефінансові показники. Наприклад, Пол Р. Нівен стверджує: «Коренем проблеми з оцінкою результатів діяльності є те, що практично вона ґрунтується виключно на фінансових показниках діяльності» [9, с. 24]. Для вирішення цієї проблеми він пропонує використовувати збалансовану систему показників, як найефективніший інструмент для успішного втілення в життя різних стратегій.

Розробники збалансованої системи показників Р. Каплан і Д. Нортон пропонують при виборі універсального індикатора результативності діяльності підприємства враховувати чотири найважливіші аспекти: фінанси, клієнти, внутрішні бізнес-процеси, навчання і розвиток персоналу [6, с. 238].

Інші фахівці в області економіки схильні вважати одним з найбільш коректних індикаторів динаміки розвитку компанії співвідношення темпів зміни деяких з характеристик її діяльності.

Наприклад, М. Кисельов пропонує оцінювати динаміку основних показників діяльності підприємства, зіставляючи темпи їх зміни. На його думку, наступне співвідношення є оптимальним:

$$T_{\text{бп}} > T_{\text{оп}} > T_{\text{а}} > 100\%, \quad (1)$$

де $T_{\text{бп}}$ – темп зміни балансового прибутку;

$T_{\text{оп}}$ – темп зміни обсягу продажів;

$T_{\text{а}}$ – темп зміни валюти балансу.

Зазначене співвідношення одержало назву «золоте правило економіки підприємства» і свідчить, що на підприємстві:

– відбувається скорочення собівартості, завдяки випереджаючим темпам зростання прибутку у порівнянні зі зростанням обсягів продажів;

– відбувається ефективне використання ресурсів завдяки випереджаючим темпам зростання обсягів

продажів у порівнянні зі зростанням активів підприємства;

– економічний потенціал підприємства зростає в порівнянні з попереднім періодом.

В залежності від цілей управління обирають різні часові інтервали. Управлінські рішення, ухвалені на основі отриманих результатів за 2 суміжні календарні роки, використовуються для поточного управління. Для стратегічного управління цей інтервал повинен бути збільшений принаймні до 5 років, щоб результати діагностики були точнішими. При цьому для характеристики інтенсивності змін необхідно розрахувати такі середні темпи зростання, які визначаються за формулами середньої геометричної, середньої хронологічної та простої середньої арифметичної.

Подібні розрахунки виконані Є. Федоровою, яка в своїй науковій роботі стверджує, що підвищення ефективності господарювання може відбуватися, якщо показники діяльності підприємства будуть зростати в наступній послідовності:

$$T_{\text{пр}} > T_{\text{реал}} > T_{\text{вл. кап.}} > T_{\text{акт}} \quad (2)$$

де $T_{\text{пр}}$ – темп зростання прибутку;

$T_{\text{реал}}$ – темп зростання реалізації продукції;

$T_{\text{вл. кап.}}$ – темп зростання власного капіталу;

$T_{\text{акт}}$ – темп зростання активів [11, с. 12].

На думку проф. В.Г. Белоліпецького, зазначені вище співвідношення слід поєднати з визначенням вартості фірми. Він стверджує, що «в загальній формулі ефективності

$$T_r > T_e > T_i > T_{\text{ак}} \quad (3)$$

вартість фірми знаходить відображення: в першому параметрі – з точки зору доходів (T_r); у другому параметрі знаходиться приблизна вартість, як частка від річного обороту (T_e); в третьому параметрі відбивається вартість майна фірми (T_i); в останньому параметрі виявляється вартість з позиції чистих активів фірми ($T_{\text{ак}}$)» [2, с. 127].

Згідно висновків одного з провідних вчених з проблем аналізу та фінансового менеджменту д.е.н, проф. Ковальова В.В. співвідношення темпів зміни сукупного капіталу, авансованого в діяльність підприємства, обсягу реалізації і прибутку відображають позитивну тенденцію в розвитку компанії [7, с. 346]:

$$100\% < T_c < T_r < T_p, \quad (4)$$

де T_c – темп зміни сукупного капіталу, авансованого в діяльність підприємства;

T_r – темп зміни обсягу реалізації;

T_p – темп зміни прибутку.

Ковальов В.В. наголошував на принциповій важливості зазначеного співвідношення і запропонував за аналогією із «золотим правилом механіки» назвати його «золотим правилом економіки підприємства» [7, с. 347].

Для акціонерних товариств застосовують наступну інтерпретацію «золотого правила економіки підприємства»:

$$T_{\text{акц}} > T_{\text{чп}} > T_{\text{п}} > T_{\text{вр}} > T_{\text{перс.}} > 1, \quad (5)$$

де $T_{\text{акц}}$ – темп зростання ринкових цін акцій; $T_{\text{чп}}$ – темп зростання чистого прибутку; $T_{\text{п}}$ – темп зростання прибутку до оподаткування; $T_{\text{вр}}$ – темп зростання виручки від реалізації товарів; $T_{\text{перс.}}$ – темп зростання чисельності персоналу.

Співвідношення $T_{вр} > T_{перс}$ впливає з вимоги зростання продуктивності праці. $T_{чп} > T_n$ свідчить, що випереджаючі темпи зростання чистого прибутку ефективніші, на відміну від прибутку до оподаткування, тому що він повністю надходить в розпорядження колективу. Домінування темпу показника $T_{акц}$ над темпами зростання інших показників означає позитивний вплив збільшення курсової вартості акцій, що належать підприємству. Сформульоване правило відображає умови ідеальної динаміки розвитку підприємства і є основою управління в інтересах його акціонерів. Чим ближче реальна динаміка до ідеальної, тим вищий рівень менеджменту управлінських систем на підприємстві.

Отже, «золоте правило економіки» вказує на економічний потенціал підприємства, його можливість розвиватися. Це економічна модель, тому порівняння фактичних показників з нею дозволяє ідентифікувати ситуацію як нормальну, якщо співвідношення показників знаходиться у заданих межах, чи як ненормальну, якщо дане співвідношення не дотримується [7].

Якщо показники демонструють динаміку зростання, то це свідчить про позитивні тенденції на підприємстві. Але якщо зазначені темпи зростання не виконуються, то це свідчення порушення фінансової рівноваги, чи ситуації, яка передбачає існування явних чи прихованих чинників, що говорять про наближення кризових явищ.

На основі представлених методик автором статті здійснена оцінка збалансованості інтересів учасників фармацевтичного підприємства з метою відповідності «золотому правилу бізнесу».

В якості основних показників балансу інтересів ПАТ «ФАРМАК» приймемо наступні: виручка від реалізації продукції (ВР), собівартість виробництва продукції (С), чистий прибуток (ПП), чисельність персоналу (Ч), сукупні активи (СА) і виплачені дивіденди (Д). Саме ці показники економісти рекомендують використовувати інвесторам для аналізу діяльності підприємства. По-перше, в умовах обмеженості інформації, властивій корпоративному управлінню, ці показники є найбільш доступними, в силу того, що є обов'язковими до опублікування в засобах масової інформації та в деяких економічних виданнях виходять в складі рейтингів підприємств. По-друге, відображають найважливіші

фінансові характеристики для реальних і потенційних власників: економічне зростання і розмір корпорації – ВР і ВА, віддача від авансованого капіталу – П і ЧП, ефективність використання ресурсів і продуктивність – Ч, зростання добробуту власників – Д. По-третє, дані показники піддаються упорядкуванню в динаміці.

Оскільки фармацевтичне підприємство ПАТ «ФАРМАК» є акціонерним товариством, то формула для розрахунків дещо модифікується і буде мати такий вигляд:

$$T_{ч} < T_{А} < T_{С} < T_{В} < T_{чп} < T_{Д} \tag{6}$$

Дане правило має на увазі забезпечення якісного зростання показників, що дає можливість компанії в майбутньому досягти успіху в обраній стратегії.

Темп зростання показників визначимо за традиційною формулою:

$$T_x = \frac{x_i - x_{i-1}}{x_{i-1}} \cdot 100\% \tag{7}$$

де: x_i – значення показника у поточному періоді;
 x_{i-1} – значення показника у попередньому періоді.

Припишемо кожному показнику еталонного порядку ранги в спадаючому порядку.

Таблиця 1. Ранги темпів еталонної динаміки показників

Показник	Нормативний ранг
$T_{ч}$	6
$T_{А}$	5
$T_{С}$	4
$T_{В}$	3
$T_{чп}$	2
$T_{Д}$	1

Далі розрахуємо відхилення рангів за формулою:

$$\Delta R_i = R_i^{\phi} - R_i^n \tag{8}$$

де ΔR_i – відхилення рангів нормативного і фактичного порядків i -го показника;

R_i^n – ранг i -го показника у еталонному порядку;

R_i^{ϕ} – ранг i -го показника у фактичному порядку.

На основі відхилень фактичних значень від еталонних здійснюється розробка заходів, усунення слабких місць і кращого збалансування інтересів.

Таблиця 2. Основні вихідні показники, що визначають діяльність ПАТ «ФАРМАК»

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Середньоспискова чисельність працівників, осіб	1934	1954	2116	2250	2351	2456
Середньорічна вартість активів, тис. грн	1628777,5	1854350,5	2353377	3090548,5	3911851,5	4645116,5
Собівартість виробництва продукції, тис. грн	1339385	1612856	1967793	2978913	3648314	4298262
Чистий дохід від реалізації, тис. грн	1691761	1947537	2503335	3578033	4612715	5583124
Чистий прибуток, тис. грн	272722	302678	241411	405415	676383	1035217
Дивіденди	1,65	1,78	1,88	3,03	4,6	5,75

Таблиця 3. Темпи зростання основних індикаторів, що характеризують розвиток ПАТ «ФАРМАК»

Темпи зростання/ скорочення досліджуваних показників	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Середньоспискова чисельність працівників	-	1,034	8,291	6,333	4,489	4,466
Середньорічна вартість активів	-	13,849	26,911	31,324	26,575	18,745
Собівартість виробництва продукції	-	20,418	22,007	51,383	22,471	17,815
Чистий дохід від реалізації	-	15,119	28,539	42,931	28,918	21,038
Чистий прибуток	-	10,984	-20,242	67,936	66,837	53,052
Дивіденди	-	7,879	5,618	61,170	51,815	25,000

Проаналізуємо вплив збалансованості інтересів на ринкову вартість підприємства ПАТ «ФАРМАК». Основні вихідні дані для розрахунку наведені у табл. 2.

Представлені показники дозволяють констатувати, що за останні роки фінансова діяльність підприємства була досить успішною і, більш того, має тенденцію до поліпшення.

Результати розрахунку темпів зростання вихідних показників представлені у наступній таблиці.

Замінімо значення темпів зростання рангами цих характеристик, в порядку спадання показників темпів зростання. За результатами ранжування порівняємо, який з показників зростає більш швидкими темпами, а який найповільніше.

Виконана оцінка збалансованості інтересів учасників фармацевтичного підприємства за «золотим правилом» показала, що у 2015–2017 рр. підприємство максимально наблизилось до такої закономірності, бо темп зростання прибутку був більшим, ніж темп зростання виручки, і темп зростання чисельності вищим від темпу зростання виручки, що зумовлено виконанням планів компанії і свідчить про ефективне управління підприємством. Порушення рангу спостерігалось на рівні показників прибутковості.

Для кращого розуміння відхилень від рангів по роках розрахуємо відхилення фактичних рангів від еталонних.

Найбільш проблемними показниками є ті, які мають найбільше значення відхилення темпів рангів фактичного порядку від нормативного, тобто реальний темп яких значно недовбрав до рекомендованого за критерієм балансу інтересів.

Для обчислення загальної відповідності фактичних значень рангів визначеним нормативним скористаємось показниками рангової кореляції Спірмана та коефіцієнтом збігів. Коефіцієнт Спірмана дозволяє проаналізувати стратегічну ефективність діяльності підприємства. В його основу закладено динаміку нормативних показників розвитку компанії.

Коефіцієнт рангової кореляції Спірмана розраховуємо за формулою:

$$K_c = 1 - \frac{6}{n(n-1)} \sum_{i=1}^n (R_i^{\phi} - R_i^n)^2, \text{ або} \quad (9)$$

$$K_c = 1 - \frac{6}{n(n-1)} \sum_{i=1}^n R_i^2,$$

де n – кількість показників, що відображають динамічний критерій; i – відповідний показник динамічного розвитку, R_i^n – ранг i -го показника в еталонному порядку; R_i^{ϕ} – ранг i -го показника у фактичному порядку.

Для розрахунку коефіцієнтів рангової кореляції за відхиленнями обчислимо суми квадратів рангових відхилень.

Для обчислення коефіцієнтів збігів Фехнера необхідно визначити, скільки збігів пріоритетності змін ключових індикаторів спостерігається порівняно з еталонним критерієм. Для цього необхідно попарно порівняти ранги за темпами зростання. Якщо фактичне значення показника відбувається в еталонному напрямі, тобто перевищує за темпами зростання темпи зростання базового показника, то ідентифікуємо цю ситуацію значенням +1, у протилежному випадку –1. Коефіцієнт збігів Фехнера визначається за формулою:

Таблиця 4. Рейтингова оцінка темпів зростання показників розвитку ПАТ «ФАРМАК»

	Еталонний критерій	2013	2014	2015	2016	2017
Середньоспикова чисельність працівників	6	6	4	6	6	6
Середньорічна вартість активів	5	3	2	5	4	4
Собівартість виробництва продукції	4	1	3	3	5	5
Чистий дохід від реалізації	3	2	1	4	3	3
Чистий прибуток	2	4	6	1	1	1
Дивіденди	1	5	5	2	2	2

Таблиця 5. Відхилення фактичних значень від еталонних для ПАТ «ФАРМАК»

	Еталонний критерій	2013	2014	2015	2016	2017
Середньоспикова чисельність працівників	6	0	-2	0	0	0
Середньорічна вартість активів	5	-2	-3	0	-1	-1
Собівартість виробництва продукції	4	-3	-1	-1	1	1
Чистий дохід від реалізації	3	-1	-2	1	0	0
Чистий прибуток	2	2	4	-1	-1	-1
Дивіденди	1	4	4	1	1	1

Таблиця 6. Сума квадратів рангових відхилень і коефіцієнти рангової кореляції для ПАТ «ФАРМАК» за 2013–2017 рр.

	Еталонний критерій	2013	2014	2015	2016	2017
Середньоспикова чисельність працівників	6	0	4	0	0	0
Середньорічна вартість активів	5	4	9	0	1	1
Собівартість виробництва продукції	4	9	1	1	1	1
Чистий дохід від реалізації	3	1	4	1	0	0
Чистий прибуток	2	4	16	1	1	1
Дивіденди	1	16	16	1	1	1
Сума квадратів відхилень	-	34	50	4	4	4
Коефіцієнт рангової кореляції		0,029	-0,429	0,886	0,886	0,886

$$K_F = \frac{F}{n}, \quad (10)$$

де F – сума позитивних і негативних співвідношень між рангами;
 n – загальна кількість попарних порівнянь між визначеними рангами.

Аналогічно здійснено розрахунки показників Фехнера за 2014–2017 рр.

Для кращого представлення результатів, вихідні дані помістимо у таблицю. Використані методики дозволили отримати досить близькі результати.

Таблиця 7. Матриці попарних порівнянь рангових показників 2013 року за методикою Фехнера

	Середньоспиксова чисельність працівників	Середньорічна вартість активів	Собівартість виробництва продукції.	Чистий дохід від реалізації	Чистий прибуток	Дивіденди
Середньоспиксова чисельність працівників	0,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00
Середньорічна вартість активів		0,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00
Собівартість виробництва продукції			0,00	-1,00	+1,00	+1,00
Чистий дохід від реалізації				0,00	+1,00	+1,00
Чистий прибуток					0,00	-1,00
Дивіденди						0,00
Коефіцієнт збігів Фехнера	((7-8)/15*100=-6,667%)					

Таблиця 8. Матриці попарних порівнянь рангових показників 2014 року за методикою Фехнера

	Середньоспиксова чисельність працівників	Середньорічна вартість активів	Собівартість виробництва продукції.	Чистий дохід від реалізації	Чистий прибуток	Дивіденди
Середньоспиксова чисельність працівників	0	1	1	1	1	1
Середньорічна вартість активів		0	1	1	-1	-1
Собівартість виробництва продукції			0	-1	-1	-1
Чистий дохід від реалізації				0	-1	-1
Чистий прибуток					0	-1
Дивіденди						0
Коефіцієнт збігів Фехнера	(6-9)/15*100=-20,00%					

Таблиця 9. Матриці попарних порівнянь рангових показників 2015 року за методикою Фехнера

	Середньоспиксова чисельність працівників	Середньорічна вартість активів	Собівартість виробництва продукції.	Чистий дохід від реалізації	Чистий прибуток	Дивіденди
Середньоспиксова чисельність працівників	0,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00
Середньорічна вартість активів		0,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00
Собівартість виробництва продукції			0,00	-1,00	+1,00	+1,00
Чистий дохід від реалізації				0,00	+1,00	+1,00
Чистий прибуток					0,00	-1,00
Дивіденди						0,00
Коефіцієнт збігів Фехнера	(13-2)/15*100=73,33%					

Таблиця 10. Матриці попарних порівнянь рангових показників 2016 року за методикою Фехнера

	Середньоспиксова чисельність працівників	Середньорічна вартість активів	Собівартість виробництва продукції	Чистий дохід від реалізації	Чистий прибуток	Дивіденди
Середньоспиксова чисельність працівників	0,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00
Середньорічна вартість активів	-	0,00	-1,00	+1,00	+1,00	+1,00
Собівартість виробництва продукції	-	-	0,00	+1,00	+1,00	+1,00
Чистий дохід від реалізації	-	-	-	0,00	+1,00	+1,00
Чистий прибуток	-	-	-	-	0,00	-1,00
Дивіденди	-	-	-	-	-	0,00
Коефіцієнт збігів Фехнера	(13-2)/15*100=73,33%					

Таблиця 11. Матриці попарних порівнянь рангових показників 2017 року за методикою Фехнера

	Середньоспикова чисельність працівників	Середньорічна вартість активів	Собівартість виробництва продукції	Чистий дохід від реалізації	Чистий прибуток	Дивіденди
Середньоспикова чисельність працівників	0,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00	+1,00
Середньорічна вартість активів	–	0,00	–1,00	+1,00	+1,00	+1,00
Собівартість виробництва продукції	–	–	0,00	+1,00	+1,00	+1,00
Чистий дохід від реалізації	–	–	–	0,00	+1,00	+1,00
Чистий прибуток	–	–	–	–	0,00	–1,00
Дивіденди	–	–	–	–	–	0,00
Коефіцієнт збігів Фехнера	(13–2)/15*100=73,33%					

Таблиця 12. Результати оцінки близькості фактичних значень до еталонних для ПАТ «ФАРМАК»

	2013	2014	2015	2016	2017
Методика № 1 (Коефіцієнт рангової кореляції за Спірманом)*	0,029	–0,429	0,886	0,886	0,886
Методика № 2 (Коефіцієнт збігів за Фехнером)*	–0,067	–0,200	0,733	0,733	0,733

* – визначаються на відрізьку від -1 до 1

Таблиця 13. Оцінка рівня збалансованості інтересів фармацевтичних підприємств на основі розрахунку інтегрованого показника (\bar{R}) за 2013–2017 рр.

	2013	2014	2015	2016	2017
ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»»	0,619	0,567	0,538	0,267	0,343
ПАТ «Фармак»	0,491	0,343	0,905	0,905	0,905
ПАТ «Київський вітамінний завод»	0,510	0,571	0,719	0,371	0,276

Отримані результати дозволяють стверджувати, що найбільший рівень збалансованості інтересів спостерігався у 2015–2017 роках, найнижчий у 2014 році. В 2013 році спостерігався середній рівень збалансованості інтересів. Загальний рівень збалансованості може бути охарактеризований як добрий (вище середнього рівня). У 2014 році значення інтегрованого показника збалансованості знизився до «нижче середнього рівня». Якщо розглядати отриманий результат в діапазоні від 0 до 1, то значення у 2013 році становило:

$$\bar{R} = \frac{(1 + 0,029) + (1 + (-0,067))}{4} = 0,49.$$

За цією ж формулою можна провести інтерпретацію показників. Наприклад, у 2014 році значення інтегрованого показника найнижче – 0,34 («Нижче середнього»), а у 2015–2017 роках найвище – 0,90 («Дуже високе»).

Наведену методику доцільно використовувати для оцінки інтегрованого показника збалансованості інтересів інших фармацевтичних підприємств у порівнянні з лідером ринку фармацевтичної галузі.

Результати проведених розрахунків за матеріалами ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»», ПАТ «Фармак» та ПАТ «Київський вітамінний завод» наведемо у наступній таблиці.

Висновки з проведеного дослідження. Якщо порівнювати результати розрахунку інтегрованого показника лідера ринку ПАТ «Фармак» з результатами розрахунку ПАТ «Київський вітамінний завод» та ПАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»», то можна відзначити, що підприємства-послідовники не приділяють належної уваги показникам збалансованості інтересів, оскільки інтегровані показники обох підприємств знаходяться на низькому рівні.

1. Бандурка А.М., Червяков И.М. Посьолкина О.В. Финансово-экономический анализ: Учебник. Харьков: Ун-т внутр. дел, 1999. 394 с.
2. Белоліпецький В.Г. Закономерности и факторы развития российского хозяйства: лекции для аспирантов. М.: Экономический факультет МГУ, ТЕИС. 2005.
3. Буряк П.Ю., Римар М.В., Бець М.Т. та ін. Финансово-економічний аналіз: Підручник. Під аг. Ред. П.Ю. Буряка, М.В. Римара. К.: ВД «Професіонал», 2004. 528 с.
4. Быкадоров В.Л., Алексеев П.Д. Финансово-экономическое состояние предприятия: Практическое пособие. М.: «Издательство ПРИОР», 1999. 96 с.
5. Грищенко О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2000. 112 с.
6. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-изд., испр. и доп. Пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. 320 с.
7. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. М.: Финансы и статистика, 2013. 560 с.
8. Крамаренко Г.О. Финансовый анализ і планування. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 224 с.
9. Нивен Пол Р. Сбалансированная система показателей – шаг за шагом: Максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов. Пер. с англ. Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003. 328 с.

E-mail: allaserg.ivanova@gmail.com

УДК 339.7

Рудая М.І.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки,
Університет державної фіскальної служби України

МЕХАНІЗМ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В ОПЕРАЦІЯХ ІЗ ОФШОРАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

У статті розглянуто сучасні підходи до питання трансфертного ціноутворення в умовах глобалізації економіки. Значну увагу приділено новаціям в податковому законодавстві щодо плану щодо протидії розмиванню податкової бази та виведенню прибутків з-під оподаткування. Окреслено сучасні характерні особливості взаємозв'язку офшорних фінансових юрисдикцій та оновленого трирівневого формату звітності з трансфертного ціноутворення. Обґрунтовано напрями контролю за трансфертним ціноутворенням в Україні в умовах глобалізації.

Ключові слова: трансфертне ціноутворення, офшори, податок на прибуток, контрольовані операції.

МЕХАНІЗМ ТРАНСФЕРТНОГО ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ОПЕРАЦИЯХ С ОФФШОРАМИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Рудая М.И.

В статье рассмотрены современные подходы к вопросу трансфертного ценообразования в условиях глобализации экономики. Значительное внимание уделено новациям в налоговом законодательстве по противодействию размыванию налоговой базы и выведению доходов из налогообложения. Определены современные характерные особенности взаимосвязи офшорных финансовых юрисдикций и обновленного трехуровневого формата отчетности по трансфертному ценообразованию. Обоснованы направления контроля за трансфертным ценообразованием в Украине в условиях глобализации.

Ключевые слова: трансфертное ценообразование, офшоры, налог на прибыль, контролируемые операции.

TRANSFER PRICE MECHANISM IN OPERATIONS WITH FONDS IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC GLOBALIZATION

Rudaya M.

The article deals with modern approaches to the issue of transfer pricing in the conditions of globalization of the economy. Considerable attention is paid to innovations in the tax legislation regarding the plan to counteract the depreciation of the tax base and the elimination of the profits from taxation. The modern features of the offshore financial jurisdiction interconnection and the updated three-level reporting format for transfer pricing are outlined. The directions of control over transfer pricing in Ukraine in the conditions of globalization are substantiated.

Keywords: transfer pricing, offshore, income tax, controlled operations.

В умовах глобалізаційних процесів офшорний бізнес став невід'ємною частиною глобальної економіки. Досить часто офшорні юрисдикції виступають дієвим інструментом стимулювання розвитку окремих територій. При цьому слід відмітити, що практично всі міжнародні організації оголосили два пріоритети – усунення передумов для недобросовісної податкової конкуренції і боротьба з легалізацією коштів, зароблених злочинним шляхом і фінансування тероризму [1].

В сучасних умовах динамічного розвитку та змін у податкового законодавства, посилюється увага до адміністрування податку на прибуток підприємств та забезпечення податкового контролю з питання трансфертного ціноутворення. В той же час в Україні і нині не має чітких підходів до вимог щодо трьохрівневої структури звітності з трансфертного ціноутворення, яку запропоновано для податкових потреб і погоджено Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) у межах плану BEPS (BEPS – роз-

мивання оподаткованої бази й виведення прибутку з-під оподаткування») [9; 12]. Зауважимо, що Міністерство фінансів України та Національний банк України у жовтні 2018 року, оприлюднили проект Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України з метою імплементації Плану протидії розмиванню бази оподаткування та виведенню прибутку з-під оподаткування» [2], в якому на меті є підтримка фінансової стабільності в Україні в умовах переходу до вільного руху капіталу, підвищення ефективності податкового регулювання та запровадження єдиних вимоги до прозорості ведення бізнесу в Україні за міжнародними стандартами. Варто зазначити, що законодавці цим законопроектом визначають нові особливості для удосконалення контролю за трансфертним ціноутворенням, та поетапне введення в дію окремих положень, а також встановлюють особливості застосування певних положень протягом перехідного періоду (2019–2020 рр.).

Аналіз досліджень і публікацій. Сучасні підходи до проблем ухилення від сплати податків за допомогою офшорних юрисдикцій та практики застосування трансфертного ціноутворення розглянуто в працях таких відомих сучасних вітчизняних та зарубіжних вчених, як О. Бозуленко, Н. Блум, В. Бузов, Д. Верлан, А. Вознюк, К. Клаусінг, І. Грінберг, Т. Паєнтко, Б. А. Хейфец, А. Г. Хопкінс, А. В. Шамраєв, Н. Шексон та інші.

Метою статті є аналіз державного регулювання механізму трансфертного ціноутворення в операціях із офшорами в умовах глобалізації економіки.

Виклад основного матеріалу. Варто відзначити, що структура вітчизняного експорту України зазнала глобалізаційних процесів, де зайняла місце сировинно-аграрної економіки, а відтак це створило потенційні умови для виведення прибутків з-під оподаткування через офшорні юрисдикції. Відповідний спосіб мінімізації оподаткування характеризувався як один з найбільш вигідним, що зумовило запровадження з вересня 2013 року системи контролю трансфертного ціноутворення. Слід зазначити, що з 2017 р. Україна офіційно почала брати участь у регулярних заходах ОЕСР, на яких здійснюється обговорення процедур, терміни впровадження мінімальних стандартів та піднімаються проблеми впровадження BEPS, із якими стикаються країни-учасниці [7].

Враховуючи це, доцільно вести мову про виокремлення певних новацій у трансфертному ціноутворенні, пов'язаних із формуванням інструментарію, які б забезпечили формування надійного механізму боротьби з ухиленням від сплати податків через низькоподаткові юрисдикції. Варто відмітити, що з 01 січня 2018 року набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 07 грудня 2017 року № 2245-VIII, яким було внесено зміни щодо контрольованих операцій і трансфертного ціноутворення [2].

Однією з найважливіших новацій стало розширення переліку пов'язаних осіб. Перелік та характеристики належності юридичних та фізичних осіб до складу пов'язаних осіб визначено пп. 14.1.159 Податкового кодексу [6]. Зміни полягають у критеріях визнання осіб пов'язаними, відповідно до яких визначають, що кінцевим бенефіціарним власником (контролером) таких юридичних осіб є одна і та ж сама фізична особа. Варто зазначити, що Податковий кодекс не містить відповідного терміна для визначення, хто такий «кінцевий бенефіціарний власник (контролер)», Повне визначення кінцевого бенефіціарного власника наведено в п. 20 ст. 1 Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» від 14.10.2014 р. № 1702 [3]. А відтак, це визначення охоплює можливість прямо чи опосередковано через інших осіб здійснювати вирішальний вплив на управління та господарську діяльність юридичної особи, володіти часткою 25% чи більше статутного капіталу або прав голосу. Слід зазначити, що до п.п. 14.1.159 п. 14.1 ст. 14 Податкового Кодексу [6] повернуто норми, які були чинні у 2013, 2014 роках коли юридичні особи визнаються пов'язаними, якщо повноваження одноособового виконавчого органу таких юридичних осіб здійснює одна і та сама особа (наприклад, ситуація, коли фізична особа

є керівником на двох підприємствах, то ці два підприємства визнаються пов'язаними); або якщо їх пов'язані фізичні особи є також пов'язаними між собою (наприклад, 2 фізичні особи чоловік та дружина перебувають у шлюбі, чоловік – володіє 100 відсотками корпоративних прав підприємства «А», а дружина володіє 52 відсотками корпоративних прав підприємства «Б», то ці два підприємства визнаються пов'язаними між собою).

Варто відмітити, що з січня 2018 року вступили в дію такі зміни до підпунктів 39.2.1.1, 39.2.1.4 та 39.2.1.7 п.п. 39.2.1 п. 39.2 ст. 39 Податкового кодексу України [6], відповідно до яких, операції визнаються контрольованими, що здійснюються між нерезидентом та його постійним представництвом в Україні. Таким чином, господарські операції між нерезидентом та його постійним представництвом в Україні вважатимуться контрольованими операціями за умови, що річний обсяг таких операцій перевищує 10 млн грн, для цього виду контрольованих операцій не вимагається виконання критерію річного доходу (тобто нема жодних критеріїв щодо обсягу доходу постійного представництва). Слід зауважити, що для інших контрольованих операцій, що підпадають під правила трансфертного ціноутворення, як і раніше, річний дохід резидента має становити 150 млн грн та більше, а річний обсяг операцій між резидентом та нерезидентом має дорівнювати або перевищувати 10 млн грн. Визначення постійного представництва міститься в пп. 14.1.193 Податкового кодексу України [6]. Ним є постійне місце діяльності, через яке повністю або частково проводиться господарська діяльність нерезидента в Україні, зокрема місце управління; філія; офіс; фабрика; майстерня; установка або споруда для розвідки природних ресурсів; шахта, нафтова/газова свердловина, кар'єр чи будь-яке інше місце видобутку природних ресурсів; склад або приміщення, що використовується для доставки товарів; сервер. Трансфертна ціна для цілей оподаткування порівнюється із звичайною ціною, яка визначається на основі методів, розроблених Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) та відповідно до підпунктів 39.3.1, 39.3.2, 39.3.3, 39.3.4, 39.3.5, 39.3.6, 39.3.7, пп. 39.3 ст. 39 Податкового кодексу України. До таких методів відносять: – порівняльної неконтрольованої ціни (аналогів продажу); – ціни перепродажу; – «витрати плюс»; – чистого прибутку; – розподілення прибутку [6].

В останні роки намітилась стійка тенденція до зменшення кількості активних та відкриття нових офшорів, що пояснюється започаткуванням у світовій практиці активної боротьби з ними, і в першу чергу це стосується контролю трансфертного ціноутворення. Наявна тенденція свідчить, зокрема, про рекомендації ОЕСР [10] з даного питання, заснованих за принципом «витягнутої руки», який полягає у співставленні економічних умов проведеної операції із такою, що могла би бути здійснена між непов'язаними контрагентами за інших рівних умов. Варто зазначити, що у 2018 році в Податковому кодексі України з'явилося суттєве уточнення, відповідно до якого обсяг операцій платника податків з кожним контрагентом має визначатися за цінами, які відповідають принципу «витягнутої руки» (пп. 39.2.1.9 ПККУ) [6]. Отже, якщо обсяг операцій з контрагентом менше 10 млн грн за договірними цінами, то це ще не всі розрахунки, а необхідно відкоригувати їх обсяг до цін принципу «витягнутої руки», а як резуль-

тат, тільки якщо після такого коригування обсяг залишається меншим 10 млн грн, то операція не є контрольованою. Також з урахуванням змін до п. 50.1 ст. 50 Кодексу, у разі якщо платником податків під час підготовки звіту про контрольовані операції буде встановлено, що умови його контрольованих операцій не відповідають принципу «витягнутої руки», він може здійснити самостійне коригування та подати уточнюючий розрахунок до податкової декларації з податку на прибуток підприємств до 1 жовтня року, наступного за звітним, без застосування штрафної санкції.

Відповідно до українського законодавства запроваджено нові критерії формування переліку держав (територій), операції із резидентами яких визнаються контрольованими для цілей трансфертного ціноутворення. Варто наголосити, що з 01 січня 2018 року набула чинності постановою Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1045 «Про затвердження переліку держав (територій)» [7], та включає 95 організаційно-правових форм нерезидентів з 26 країн світу які відповідають критеріям, установленим підпунктом 39.2.1.2 підпункту 39.2.1 пункту 39.2 статті 39 Податкового кодексу України. Критерії, за якими відбувся відбір держав: держави (території), у яких ставка податку на прибуток підприємств на 5 і більше відсоткових пунктів нижча, ніж в Україні (тобто нижча 13%); держави, з якими Україною не укладені міжнародні договори з положеннями про обмін інформацією; держави, компетентні органи яких не забезпечують своєчасний та повний обмін податковою та фінансовою інформацією на запити державної фіскальної служби. Згідно з новою редакцією застосування коригувань по неконтрольованим операціям трансфертне ціноутворення та контрольовані операції стали об'єктом серйозного адміністрування податковими органами, хоча політика коригування цін на товари та послуги у разі, якщо вони суттєво відрізняються від ринкових, з боку податкових органів привертала увагу завжди. Міжнародні стандарти внесли лише новий імпульс, для перших важливих змін. Нині можна констатувати, що підрозділ 10 розділу XX Податкового кодексу доповнено п. 48, яким визначено, що самостійне коригування, передбачене п.п. 39.5.4.1 п.п. 39.5.4 п. 39.5 ст. 39 Податкового кодексу, щодо контрольованих операцій, здійснених платниками податків у 2015 та 2016 роках, проводиться відповідно до норм ст. 39 Кодексу в чинній редакції на день проведення самостійного коригування, тобто з 01.01.2018 року платники податків можуть самостійно відкоригувати ціни контрольованих операцій (суму податкових зобов'язань) щодо контрольованих операцій, здійснених у 2015 та 2016 роках, до мінімального/максимального значення діапазону цін (рентабельності). Варто зазначити, що за наслідками перевірки контрольованих операцій коригування буде проводитись контролюючим органом [6].

Процеси, що спостерігаються нині у вітчизняній економіці, вимагають від держави перегляду використання офшорів у схемах агресивного податкового планування [5]. Особливо це стосується, виплат пасивних доходів (проценти та роялті) за кордон на пов'язану особу – нерезидента адже платник податків включає їх до складу витрат підприємства і відповідно віднімає від доходу з метою зменшення бази оподаткування податком на прибуток підприємств. При цьому,

офшорна компанія заробляє кошти, сплачує мінімальні податки місцем реєстрації і перераховує кошти далі на іншу офшорну компанію.

Ще одним з дискусійних та незрозумілих питань у вітчизняному законодавстві щодо трансфертного ціноутворення є реструктуризація заборгованості перед нерезидентом, оскільки сума наданих (отриманих) кредитів, а також суми внесених (отриманих) у грошовій формі інвестицій не враховуються при визначенні вартісного критерію контрольованих операцій для цілей трансфертного ціноутворення. При цьому, сума нарахованих процентів (дивідендів) за такими операціями підлягає врахуванню при визначенні вартісного критерію контрольованих операцій. Враховуючи зазначене вище, операція із погашення кредиторської заборгованості за основною сумою позики (без врахування процентів за нею), а також операція з внесення додаткового вкладу грошовими коштами нерезидентом-позичодавцем до статутного капіталу резидента-позичальника не підпадають під визначення контрольованих та не підлягають відображенню у звіті про контрольовані операції.

Варто відзначити, що нині за ініціативи ОЕСР/G20 розроблено план щодо протидії розмиванню податкової бази та виведенню прибутків з-під оподаткування закордон (Base erosion and profit shifting, BEPS) [8]. В рамках цього проекту розроблено 15 кроків, які стосуються стратегій податкового планування, у яких використовують прогалини та неузгодженості у національному та міжнародному податковому законодавстві визначені дії, що сприятимуть боротьбі з ухиленням від сплати податків. Ці кроки покликані гарантувати, що прибуток оподатковується там, де ведеться економічна діяльність та створюється вартість. Зокрема з метою прозорості операцій у п. 13. Плану BEPS міститься розробка норм стосовно документації з трансфертного ціноутворення з метою підвищення прозорості для цілей адміністрування податків, з урахуванням витрат підприємств на дотримання законодавства. Норми, які слід розробити, включатимуть вимогу до МНК (мультинаціональних корпорацій) надавати всім відповідним урядовим органам необхідну інформацію про світовий розподіл доходів, економічну діяльність та сплачені податки у різних країнах відповідно до спільного зразка. У зв'язку з цим слід зазначити, що основною метою буде запровадження трирівневого формату звітності з трансфертного ціноутворення, де: локальний файл (містить аналіз дотримання законодавства з трансфертного ціноутворення для істотних операцій місцевих платників податків); мастер-файл (містить стандартизовану довідкову інформацію про групу МНК); звітність у розрізі країн (містить конкретну інформацію про світовий розподіл доходів МНК, сплачені податки та певні індикатори географічного місця ведення економічної діяльності у групі МНК) [8].

Слід наголосити, що в згідно з вітчизняним законодавством, документація з трансфертного ціноутворення передбачає заповнення додатка трансфертного ціноутворення до Декларації з податку на прибуток пов'язане із заповненням звіту про контрольовані операції. Згідно зі змінами до п.п. 39.4.5 п. 39.4 ст. 39 Податкового Кодексу [6] збільшено термін для підготовки документації з трансфертного ціноутворення та передбачено надання документації не раніше 1 жовтня року, що настає за календарним роком, в якому було

здійснено відповідні контрольовані операції (раніше термін був до – до 1 травня). Разом з цим збільшено перелік інформації, яку повинна містити документація з трансфертного ціноутворення. Зокрема, додатково до чинних раніше вимог п.п. 39.4.6 п. 39.4 ст. 39 Податкового Кодексу [6] у документації має бути також зазначена така інформація: дані про особу, яка є стороною контрольованої операції, та пов'язаних осіб платника податків, які володіють його корпоративними правами й корпоративними правами яких володіє сам платник (інформація має бути надана щодо звітного періоду, в якому здійснювалась контрольована операція, та на момент подання документації); опис структури управління платника податків, схема його організаційної структури із зазначенням загальної кількості працюючих осіб та в розрізі окремих підрозділів компанії станом на дату операції або на кінець звітного періоду; дані про фінансові показники, які використовувались під час розрахунку показників рентабельності контрольованої операції, мають бути підтверджені даними фінансової та бухгалтерської звітності платника податків або його контрагента (залежно від сторони контрольованої операції, яка досліджувалась).

Слід зауважити, з метою забезпечення можливості контролюючому органу здійснювати контроль за трансфертним ціноутворенням встановлено обов'язок для платників податків зберігати документи та інформацію, яка є необхідною для здійснення податкового контролю за трансфертним ціноутворенням. Строк зберігання документів щодо контрольованих операцій визначений протягом 2555 днів (тобто 7 років) за загальними правилами (раніше термін зберігання був 3 роки) з дня подання податкової звітності, для складення якої використовуються зазначені документи.

Згідно діючого податкового законодавства, також слід звернути увагу, що з 2018 року, змінами, внесеними до п. 39.6 ст. 39 Податкового кодексу [6] встанов-

лена процедура попереднього узгодження ціноутворення, за результатами якої великий платник податків має можливість укласти із фіскальною службою договір про попереднє узгодження ціноутворення. Слід врахувати, що помилки у звіті про контрольовані операції, несвоєчасне або неповне подання податкової звітності з трансфертного ціноутворення тягнуть за собою відповідальність і накладення штрафів. У разі неподання звіту про контрольовані операції розмір фінансового покарання складе 552300,00 грн (300 розмірів прожиткового мінімуму); за всі не задекларовані контрольовані операції – 1% суми контрольованих операцій або 552300,00 грн (300 розмірів прожиткового мінімуму); якщо платник податків не подав звіт про контрольовані операції або документацію з трансфертного ціноутворення навіть після 30-ти днів від крайнього строку сплати штрафу (пункт 39.4 Податкового кодексу [6]), санкції за такі порушення складатимуть 5 розмірів прожиткового мінімуму (9 205 грн.) за кожен календарний день неподання вказаних документів.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, однією з ключових засад формування механізму трансфертного ціноутворення, у контексті подальшої боротьби з ухиленням від сплати податків, є здійснення державою цілеспрямованого впливу на процеси адміністрування та імплементації до міжнародних стандартів. Першочерговим завданням при реалізації цього напрямку вже здійснено ряд вагомих кроків: запроваджено контроль трансфертного ціноутворення; відбувається процес розкриття кінцевих бенефіціарних власників; впроваджуються зобов'язання України, взяті із приєднанням до Плану BEPS, щодо імплементації мінімального стандарту запровадження трирівневого підходу щодо звітності з трансфертного ціноутворення. Реалізація цих норм дозволить суттєво поліпшити контроль трансфертного ціноутворення в операціях із офшорами в умовах глобалізації економіки.

1. Висновок Головного науково-експертного управління на Проект Закону України «Про внесення зміни до Податкового кодексу України (щодо удосконалення здійснення податкового контролю за трансфертним ціноутворенням)» № 2515 від 12.03.2013 р. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=46052

2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році» від 07 грудня 2017 року № 2245-VIII URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2245-19>

3. Закону України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення» від 14.10.2014 р. № 1702. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/rada/show/1702-18/sp:java->

4. Лист ДФС України «Про внесення змін до Податкового кодексу України з питань трансфертного ціноутворення» від 01.03.2018 № 6185/7/99-99-15-02-01-17. URL: <http://sfs.gov.ua/diyalnist-/transfertne-tsinoutvorenne/listi-rozuyasnennya/72854.html>

5. Паєнко Т.В., Гуменний А.А. Офшорні юрисдикції та загрози їх використання у схемах агресивного податкового планування. Незалежний аудитор. 2017. № 20. С. 15–21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Na_2017_20_5

6. Податковий кодекс України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

7. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження переліку організаційно-правових форм нерезидентів, які не сплачують податок на прибуток (корпоративний податок), у тому числі податок з доходів, отриманих за межами держави реєстрації таких нерезидентів, та/або не є податковими резидентами держави, в якій вони зареєстровані як юридичні особи» від 04 липня 2017 року № 480. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/en/480-2017-n>

8. BEPS Actions [Electronic resource] / OECD. URL: <http://www.oecd.org/tax/beps/beps-actions.htm>

9. Clausing, Kimberly A. 2009. "Multinational Firm Tax Avoidance and Tax Policy." *National Tax Journal* 62(4): 703–725. Hoor.

10. Grinberg, Itai. 2012. "The Battle over Taxing Offshore Accounts." *UCLA Law Review* 60(2):305–383.

УДК 330.341.1

Хобта В.М.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри економіки підприємства,
Донецький національний технічний університет

Панкова М.В.

аспірант кафедри економіки підприємства,
Донецький національний технічний університет

ИНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано та узагальнено структуру функціональних складових підприємства, акцентуючи увагу на їх ресурсному наповненні. Запропоновані рекомендації щодо інтегрального оцінювання рівня економічної безпеки підприємства, які сприяють формуванню її об'єктивної характеристики та наочно розкривають стан безпеки окремих ресурсно-функціональних складових. Проведена апробація наданих рекомендацій на прикладі реального енергетичного підприємства, результатом якої стало встановлення математичної залежності між загальним рівнем економічної безпеки підприємства та її окремих складових. Розроблена економіко-математична модель дає можливість визначити стратегічні орієнтири щодо підвищення рівня економічної безпеки на основі кількісних характеристик.

Ключові слова: економічна безпека, підприємство, інтегральний індекс, ресурсно-функціональний підхід.

ИНТЕГРАЛЬНАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Хобта В.М., Панкова М.В.

В статье проанализирована и обобщена структура функциональных составляющих предприятия, акцентируя внимание на их ресурсном наполнении. Предложены рекомендации по интегральной оценке уровня экономической безопасности предприятия, способствующие формированию ее объективной характеристики и наглядно раскрывающие состояние безопасности отдельных ресурсно-функциональных составляющих. Проведена апробация представленных рекомендаций на примере реального энергетического предприятия, результатом которой стало определение математической зависимости между общим уровнем экономической безопасности предприятия и его отдельных составляющих. Разработанная экономико-математическая модель позволяет определить стратегические ориентиры по повышению уровня экономической безопасности на основе количественных характеристик.

Ключевые слова: экономическая безопасность, предприятие, интегральный индекс, ресурсно-функциональный подход.

INTEGRATED EVALUATION OF THE ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY LEVEL

Khobta V., Pankova M.

The structure of the functional components of the enterprise, focusing on their resource content, is analyzed and summarized in the article. Recommendations for an integral assessment of the enterprise economic security level are proposed, contributing to the formation of its objective characteristics and clearly revealing the state of security of individual resource-functional components. The approbation of the presented recommendations was carried out on the example of a real energy enterprise, the result of which was the determination of the mathematical dependence between the general level of economic security of an enterprise and its individual components. The developed mathematical model makes it possible to determine strategic guidelines for increasing the level of economic security on the basis of quantitative characteristics.

Keywords: economic security, enterprise, integral index, resource-functional approach.

Постановка проблеми. Сьогоднішні умови ведення господарської діяльності характеризуються високою динамічністю та невизначеністю. Для адаптації до змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі та подолання виникаючих загроз підприємствам необхідна ефективна система забезпечення економічної безпеки, що дозволить адекватно реагувати на дестабілізуючі фактори, не допускаючи збитків вищих за критичну межу. Особливої актуальності на цьому фоні набувають питання оцінювання рівня економічної безпеки суб'єктів господарювання для встановлення зон безпечного існування організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам економічної безпеки підприємства в останні роки приділяється значна увага вітчизняних вчених, серед яких роботи О.В. Ілляшенко, Г.В. Козаченко, В.І. Ляшенко О.М. Нестеренко, Ю.М. Харазішвілі, Г.М. Черняк, Ю.С. Чирви та інших. Змістовність та обсяги проведених наукових досліджень формують основу економічної безпекології та безпекозабезпечувальної діяльності суб'єктів господарювання. Проте, враховуючи сучасні особливості здійснення підприємницької діяльності, виникає потреба в детальній про-

робці методичних підходів, які дозволяють визначати динаміку рівня економічної безпеки, як інтегральної характеристики, та встановлювати припустимі межі його коливань на основі економіко-математичного моделювання.

Постановка завдання. Метою статті є уточнення методичних рекомендації до інтегрального оцінювання рівня економічної безпеки підприємства на основі ресурсно-функціонального підходу та його апробація в умовах реального суб'єкту підприємницької діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна безпека підприємства є складним та багатограним поняттям, внаслідок чого окремі дослідники та практики акцентують увагу на різних аспектах оцінювання. Думки авторів різняться як відносно переліку показників, що характеризують економічну безпеку суб'єкта господарювання, так і відносно можливостей використання того чи іншого підходу до її оцінювання. Як зазначає Г.В. Козаченко [2], найбільш розповсюдженими підходами є функціональний, індикаторний і експертний, в основу яких покладено використання різних інструментальних баз, та які характеризуються певними перевагами і недоліками. Деякими авторами окремо виділяється ресурсно-функціональний підхід, який досліджує економічну безпеку підприємства як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для забезпечення стабільного функціонування організації в даний час і в майбутньому [10]. Переваги останнього підходу полягають в його комплексному характері, врахуванні найбільш вагомих факторів, що обумовлюють стан функціональної складової економічної безпеки організації, можливості аналізу розподілу і використання ресурсів підприємства. Таким чином, відповідно до ресурсно-функціонального підходу рівень економічної безпеки є інтегральною величиною, яка характеризує ефективність використання ресурсів за функціональними підсистемами суб'єкту господарювання, а тому максимізація загального рівня економічної безпеки підприємства досягається шляхом максимізації безпеки кожної окремої функціональної складової.

Відправним моментом у визначенні рівня економічної безпеки підприємства є встановлення цілей здійснюваного оцінювання. Відповідно до мети формуються завдання, які мають бути виконані під час проведення оцінки, також визначається суб'єкт та об'єкт оцінювання, тобто виконується підготовчий етап.

На наступному кроці в залежності від встановленої цілі та наявної інформації уточнюється система індикаторів, яка має характеризувати усі сфери функціонування підприємства та сприяти своєчасному виявленню проблемних місць за рахунок визначення величини відхилень фактичних значень показників від їх оптимальних значень. Проведений аналіз літературних джерел щодо структури та змісту основних функціональних підсистем підприємства (табл. 1) засвідчив, що думки авторів різняться як відносно кількості та назв підсистем, які виокремлюються, так і щодо показників, що характеризують стан підсистеми.

Слід зауважити, що кількість та пріоритетність функціональних підсистем, що виокремлюються, може різнитися в залежності від підприємства внаслідок специфіки його діяльності, характеру існуючих

загроз та факторів зовнішнього середовища. У загальному випадку в якості основних функціональних складових доцільно, насамперед, виділяти фінансову, кадрову та виробничо-технічну, оскільки саме зазначені підсистеми найбільшою мірою розкривають стан та ефективність використання основних видів ресурсів (фінансових, трудових та матеріально-технічних), що використовуються в підприємницькій діяльності. З урахуванням зазначених принципів та узагальнюючи досліджені праці [3–9], пропонується визначення складових економічної безпеки підприємства та відповідний набір їх індикаторів (табл. 2).

Таблиця 1. Визначення основних функціональних підсистем підприємства

Назва підсистеми підприємства	Автор						
	Чирва Ю.С., Нестеренко О.М. [4]	Черняк Г.М. [5]	Самочкін В.М., Баранов В.І. [6]	Лук'янчикова А. [9]	Нагорна І.І. [8]	Халіпа В.Ю. [7]	Домашенко М.Д. [3]
Виробнича			+				
Виробничо-технічна							+
Екологічна	+			+	+	+	+
Інноваційна		+			+		
Інноваційно-технологічна							+
Інтелектуальна		+		+	+	+	
Інтелектуально-кадрова							+
Інтерфейсна							+
Інформаційна	+	+		+			
Кадрова	+	+		+	+		
Маркетингова				+			+
Операційна		+					
Політико-правова					+	+	
Правова	+	+					+
Ретроспективна					+		
Силова		+		+	+		
Сировинна та енергетична							+
Соціальна			+				
Техніко-технологічна				+	+	+	
Технологічна	+						
Фінансова	+	+	+	+	+	+	+
Юридична				+			

Джерело: складено авторами за [3–9]

Запропонована у табл. 2 структура економічної безпеки підприємства включає набір індикаторів, що розподілені на стимулятори, які мають прямий зв'язок з кінцевими результатами діяльності (зростання індикатора призводить до покращення результатів підприємницької діяльності) та дестимулятори, величина яких, навпаки, повинна мати тенденцію до зменшення, оскільки саме така їх динаміка приведе до поліпшення роботи підприємства. В залежності від галузевих особливостей, наявної інформації та цілей дослідження рівня економічної безпеки суб'єкту господарювання в зазначений перелік індикаторів можуть вноситись зміни.

Слід підкреслити, що певна частина дослідників при інтегральному оцінюванні економічної безпеки підприємства використовує спрощені підходи до форми інте-

грального індексу, методів нормування, визначення вагових коефіцієнтів та обґрунтування вектора граничних значень. Використання дещо спрощених підходів виправ-



Рис. 1. Структурно-логічна схема оцінювання економічної безпеки підприємства

Джерело: складено авторами на основі [1; 11]

Таблиця 2. Складові та індикатори економічної безпеки підприємства

Складові	Індикатори	Ознака
Фінансова підсистема	Коефіцієнт автономії	стимулятор
	Коефіцієнт покриття	стимулятор
	Коефіцієнт швидкої ліквідності	стимулятор
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	стимулятор
	Коефіцієнт оборотності активів	стимулятор
	Коефіцієнт оборотності запасів	стимулятор
	Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	стимулятор
	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	стимулятор
	Рентабельність продажів, %	стимулятор
Рентабельність активів, %	стимулятор	
Кадрова підсистема	Продуктивність праці, тис. грн/чол.	стимулятор
	Темп зміни чисельності працівників	стимулятор
	Фондоозброєність праці, тис. грн/чол.	стимулятор
	Частка оплати праці (з відрахуваннями на соціальні заходи) у випуску продукції	стимулятор
Виробничо-технічна підсистема	Коефіцієнт зносу основних засобів	дестимулятор
	Коефіцієнт оновлення основних засобів	стимулятор
	Коефіцієнт вибуття основних засобів	дестимулятор
	Фондовіддача, грн/грн	стимулятор
	Матеріалоємність продукції, грн/грн	дестимулятор

Джерело: складено авторами за [3–9]

довується порівняно нижчою трудомісткістю і вищою швидкістю виконання робіт, нижчою кваліфікацією оцінювачів, тобто досягається скорочення витрат на проведення оціночних процедур. Проте одержувані оцінки рівня економічної безпеки підприємства за таких підходів не завжди відповідають дійсності. Вагомий внесок у розвиток методології інтегрального оцінювання економічних процесів на макрорівні здійснив Ю.М. Харазішвілі [1; 11], завдяки якому значною мірою усунено існуючі недоліки цього підходу. Використовуючи результати зазначених досліджень, основні положення відносно оцінювання економічної безпеки окремого суб'єкту господарювання можна звести до наступного.

Оскільки на рівні підприємства, як і на макрорівні, економічні процеси носять нелінійний характер, тому доцільним також є використання мультиплікативної форми інтегрального індексу, що пов'язана з адитивною через логарифмічну функцію.

Для приведення індикаторів та їх граничних значень до однієї розмірності та спрямованості проводиться нормування за єдиною нормуючою функцією комбінованим методом, коли для індикаторів-стимуляторів нормована оцінка визначається як відношення величини індикатора в і-му періоді до нормувального коефіцієнта, а для дестимуляторів – як відношення різниці нормувального коефіцієнта і величини індикатора в і-му періоді до нормувального коефіцієнта.

Для усунення суб'єктивізму при обґрунтуванні вагових коефіцієнтів у вищезазначеній моделі використовуються методи «головних компонент» і «ковзної матриці», які дозволяють науково обґрунтувати вагові коефіцієнти та визначити їх динаміку впродовж періоду оцінювання [12].

Таким чином, враховуючи сучасні досягнення інтегрального оцінювання економічних процесів, та адаптуючи їх до рівня окремого суб'єкту господарювання, методичні рекомендації відносно визначення рівня економічної безпеки підприємства на основі ресурсно-функціонального підходу доцільно представити наступним чином (рис. 1).

На основі розробленої економіко-математичної моделі, що характеризує рівень економічної безпеки підприємства, є можливою коректна ідентифікація стану економічної безпеки, прогнозування розвитку як окремих ресурсно-функціональних складових, так і суб'єкту господарювання в цілому та визначення стратегічних орієнтирів підприємства на основі науково обґрунтованих кількісних характеристик.

Апробацію вищенаведених методичних рекомендацій можна ілюструвати на прикладі енергетичної компанії, яка забезпечує повний цикл енергопостачання, на основі даних публічної інформації, розміщених на сайті Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України. Динаміку індикаторів складових економічної безпеки за 2011–2017 рр. наведено в табл. 3.

Розраховані динамічні ряди індикаторів, наведені в табл. 3, виступають вихідною інформацією для визначення вектора граничних значень і проведення подальших процедур нормування та згортання індикаторів для формування економіко-математичної моделі, що описує рівень економічної безпеки підприємства.

У випадку, коли розрахункові величини індикаторів (табл. 3) мають від'ємне значення (наприклад, рентабельність продажів у 2011 р. та 2016–2017 рр.), виконується перетворення динамічного ряду шляхом його зсуву на величину, що є більшою максимального

Таблиця 3. Динаміка індикаторів економічної безпеки енергетичного підприємства

Індикатори	Рік						
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Фінансова підсистема							
Коефіцієнт автономії	0,231	0,416	0,475	0,447	0,483	0,405	0,429
Коефіцієнт покриття	0,383	0,832	1,108	0,99	0,815	0,825	0,847
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,352	0,767	1,053	0,945	0,941	0,785	0,82
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,028	0,148	0,110	0,068	0,053	0,026	0,024
Коефіцієнт оборотності активів	2,03	2,51	1,52	1,36	1,71	1,70	1,35
Коефіцієнт оборотності запасів	72,70	69,42	61,36	61,35	72,50	77,59	99,47
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	8,72	9,25	5,38	4,53	5,15	4,36	3,62
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	5,60	8,44	3,52	4,36	6,34	6,14	5,97
Рентабельність продажів, %	-6,5	11,91	9,23	2,97	0,1	-1,49	-2,23
Рентабельність активів, %	-15,73	42,37	14,04	4,04	0,15	-2,54	-3,01
Кадрова підсистема							
Продуктивність праці, тис. грн./чол.	1024,0	1549,6	1106,1	1169,2	1552,3	2209,1	2837,7
Темп зміни чисельності працівників	0,9825	0,9865	0,9614	0,9548	1,0005	0,9205	0,8844
Фондоозброєність праці, тис. грн./чол.	220,72	256,92	308,85	365,05	477,81	612,83	1053,1
Частка оплати праці (з відрахуваннями на соціальні заходи) у випуску продукції	0,0904	0,0550	0,0975	0,0895	0,0716	0,0538	0,0498
Виробничо-технічна підсистема							
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,545	0,053	0,108	0,152	0,110	0,116	0,086
Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,219	0,242	0,173	0,168	0,263	0,096	0,574
Коефіцієнт виходу основних засобів	0,0062	0,0035	0,0097	0,0022	0,0019	0,0031	0,0173
Фондовіддача, грн./грн.	4,30	4,292	3,436	3,078	3,165	3,694	2,725
Матеріалоємність продукції, грн./грн.	0,618	0,391	0,406	0,378	0,427	0,448	0,461

Джерело: розраховано авторами за даними Агентства з розвитку інфраструктури фондового ринку України (<https://smida.gov.ua/>)

від'ємного значення індикатора з одночасним зсувом граничних значень (на цю саму величину), що дозволяє зберегти існуючі пропорції.

Далі для кожного з індикаторів задано вектор граничних значень, який містить у собі нижнє та верхнє оптимальні значення (тобто межі найсприятливіших умов для функціонування системи), нижнє та верхнє граничні значення (тобто діапазон, порушення меж якого призводить до виникнення негативних тенденцій на підприємстві). При цьому можливі 2 варіанти:

– для індикаторів, які не мають нормативних значень (наприклад, рентабельність, продуктивність праці, матеріалоемність продукції тощо), вектор граничних значень задається на основі довірчого інтервалу за допомогою *t*-критерію Стюдента. Діапазон оптимальних значень визначається як $\mu \pm \sigma_x$, а діапазон граничних значень як $\mu \pm t\sigma_x$ (де μ – середнє значення

певного індикатора; σ – його середнє квадратичне відхилення; *t* – коефіцієнт довіри, що вибирається із статистичних таблиць *t*-розподілу Стюдента);

– для індикаторів, що мають нормативні значення (наприклад, коефіцієнт автономії, коефіцієнт абсолютної ліквідності та інші), встановлення граничних значень відбувається на основі їх загальновідомих нормативів.

Виконання вищенаведених рекомендацій дає можливість визначити інтегральні граничні значення кожної ресурсно-функціональної складової економічної безпеки підприємства (табл. 4).

Як свідчать розрахунки, вектори інтегральних граничних значень складових економічної безпеки підприємства (табл. 4) відрізняються один від одного, що свідчить про різну наближеність інтегральних індексів кожної складової до їх середніх оптимальних значень.

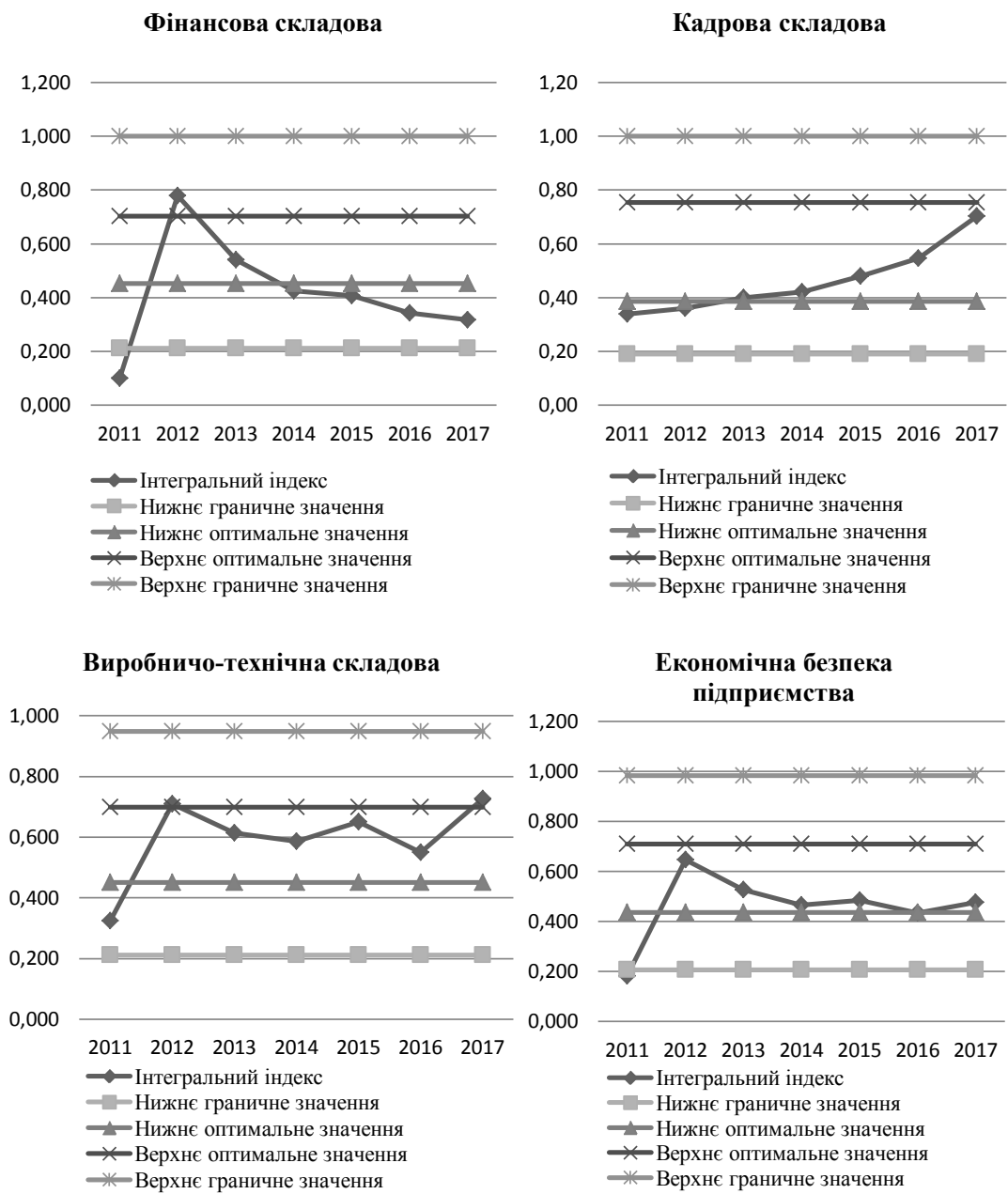


Рис. 2. Динаміка інтегрального індексу економічної безпеки енергокомпанії та його складових

Таблиця 4. Вектор інтегральних граничних значень складових економічної безпеки енергетичного підприємства

Складові підсистеми	Нижнє граничне значення	Нижнє оптимальне значення	Верхнє оптимальне значення	Верхнє граничне значення
Фінансова	0,213	0,452	0,702	1,0
Кадрова	0,190	0,386	0,753	1,0
Виробничо-технічна	0,212	0,450	0,699	0,948
Економічна безпека підприємства	0,208	0,437	0,711	0,984

Джерело: розрахунки авторів

Застосовуючи згортку другого рівня до інтегральних індексів ресурсно-функціональних складових та їх граничних значень, отримано вагові коефіцієнти кожної складової економічної безпеки енергокомпанії (табл. 5).

Таблиця 5. Вагові коефіцієнти складових інтегрального індексу економічної безпеки

	Складові економічної безпеки		
	фінансова	кадрова	виробничо-технічна
Вагові коефіцієнти	0,498835	0,204524	0,296641

Джерело: розрахунки авторів

Відповідно до розрахунків, що наведені в табл. 5, найбільший вплив на рівень економічної безпеки під-

приємства, що аналізується, має фінансова безпека, вплив якої за розміром майже дорівнює сумі впливів кадрової та виробничо-технічної безпеки.

На основі визначених векторів та інтегральних індексів (першої і другої згортки) встановлюється стан економічної безпеки підприємства в цілому, та його окремих складових зокрема (рис. 2).

За результатами розрахунків, стан економічної безпеки енергетичного підприємства протягом останніх 4-х років перебуває на межі оптимальної та граничної зон (рис. 2). Така ситуація обумовлена, в першу чергу, незадовільним станом безпеки фінансових ресурсів, що мали найбільший вплив на формування загальної економічної безпеки підприємства. На поліпшення стану цієї складової у першу чергу має бути спрямована стратегія забезпечення економічної безпеки підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Запропоновані рекомендації сприяють формуванню об'єктивної характеристики економічної безпеки підприємства, яка наочно розкриває стан ресурсно-функціональних складових і динаміку їх відхилень від оптимальних інтегральних значень, та дозволяє визначити обґрунтовані кількісні орієнтири для досягнення необхідного рівня економічної безпеки.

Проведена ідентифікація стану економічної безпеки підприємства на основі запропонованих рекомендацій підтвердила доцільність врахування вагомості кожної складової та динаміки відхилень інтегральних індексів від вектору інтегральних граничних значень функціональних складових при визначенні стратегічних орієнтирів.

1. Харазішвілі Ю.М. *Методологічні підходи до оцінки рівня економічної безпеки країни. Наука та наукознавство.* 2014. № 4. С. 44–58.

2. Козаченко Г.В. *Естиметологічний аспект в економічній безпекології. Проблеми економіки.* 2016. № 1. С. 167–173.

3. Домашенко М.Д. *Економічна безпека зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств: дис. канд. екон. наук: 08.00.04 / Марина Дмитрівна Домашенко. Суми, 2012. 200 с.*

4. Чирва Ю.С., Нестеренко О.М. *Оцінка економічної безпеки цукропереробного підприємства на основі інтегральної моделі. Бізнес Інформ.* 2012. № 8. С. 67–69.

5. Черняк Г.М. *Оцінювання рівня економічної безпеки енергетичних підприємств в умовах євроінтеграції. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут».* 2015. № 12. С. 159–166.

6. Самочкин В.Н., Барахов В.И. *Экономическая безопасность промышленных предприятий. Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки.* 2014. № 3–1. С. 342–352.

7. Халіна В.Ю. *Методичний підхід до оцінки рівня економічної безпеки підприємства. Економічна безпека і підприємництво.* 2014. № 1 (53). С. 173–181.

8. Нагорна І. І. *Оцінка стійкої економічної безпеки промислового підприємства. Економічний простір.* 2008. № 19. С. 243–255.

9. Лук'янчикова А. *Методичний підхід до оцінювання економічної безпеки підприємства на основі динамічних компетентностей. Економічний простір* 2015. № 104. С. 186–195.

10. *Экономическая и национальная безопасность. Под ред. Е.А. Олейникова. М.: Экзамен, 2005. 768 с.*

11. Харазішвілі Ю.М., Ляшенко В.І. *Проблеми оцінки та інтегральні індекси сталого розвитку промисловості України з позицій економічної безпеки. Науковий журнал «Економіка України».* 2017. № 2 (663). С. 3–23.

12. Шевченко А.І. *Сталий розвиток залізничного транспорту України з позицій економічної безпеки. Вісник економічної науки України.* 2017. № 1. С. 116–124.

E-mail: pankova.mariia.v@gmail.com

УДК 657.6

Цыганова О.С.

старший викладач кафедри «Облік і економічний аналіз»,
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті узагальнено та удосконалено підходи щодо забезпечення функціонування системи контролінгу промислового підприємства та розглянуто сутність забезпечення системи контролінгу та надано йому авторське визначення. Зазначено, що ефективне функціонування системи контролінгу здійснюється в рамках організаційного, інформаційного, математичного, ресурсного та нормативно-правового забезпечення. Ресурсне забезпечення представлено людськими, матеріально-технічними та фінансовими ресурсами, які за своїм характером є взаємопов'язаними, взаємозалежними та взаємообумовленими. Побудовано схему забезпечення функціонування системи контролінгу та наведено характеристику його складових.

Ключові слова: система контролінгу, забезпечення, функціонування, сутність, характеристика, промислове підприємство.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Цыганова А.С.

В статье обобщены и усовершенствованы подходы к обеспечению функционирования системы контроллинга промышленного предприятия, а также рассмотрены сущность обеспечения системы контроллинга и дано ему авторское определение. Отмечено, что эффективное функционирование системы контроллинга осуществляется в рамках организационного, информационного, математического, ресурсного и нормативно-правового обеспечения. Ресурсное обеспечение представлено человеческими, материально-техническими и финансовыми ресурсами, которые по своему характеру взаимосвязаны, взаимозависимы и взаимобусловлены. Построена схема обеспечения функционирования системы контроллинга и представлена характеристика его составляющих.

Ключевые слова: система контроллинга, обеспечение, функционирование, сущность, характеристика, промышленное предприятие.

ENSURING THE FUNCTIONING OF THE CONTROLLING SYSTEM IN AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

Tsyganova O.

The article summarizes and improves the approaches of ensuring the functioning of the controlling system in an industrial enterprise. We examined the essence of ensuring the controlling system and gave the author's definition. We noted the effective functioning of the controlling system is carried out as part of organizational, information, mathematical, resource and regulatory ensuring. Information ensuring includes software, technical and linguistic ensuring. Resource ensuring is represented by human, logistical and financial resources. The components of ensuring are interrelated and interdependent in nature. The scheme of ensuring the functioning of the controlling system has been built and given the characteristics of its components.

Keywords: controlling system, ensuring, functioning, essence, characteristic, industrial enterprise.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку української економіки ефективність роботи промислових підприємств все більше залежить від застосованих технологій та методів управління. Сучасні підприємства децентралізують управління, тому з'являється об'єктивна необхідність координації діяльності різних підрозділів. Саме система контролінгу координує роботу функціональних служб підприємства та надає інформаційно-аналітичну підтримку керівництву при прийнятті управлінських рішень. У свою чергу, для ефективного функціонування системи контролінга потребує відповідного забезпечення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні проблема забезпечення функціонування системи контр-

олінгу представляє собою мало вивчену сферу, хоча широко обговорюється у спеціальних наукових зарубіжних виданнях та у публікаціях вітчизняних дослідників. Так, найбільша кількість науковців, в першу чергу, виділяють інформаційне забезпечення функціонування системи контролінгу (В.А. Боровкова, С. Колтович, Н.С. Нечеухіна, М.Н. Фуфигіна, П.В. Лаптев, Д. Хан, С.І. Боков, О.В. Ісаєва, Ю.П. Яковлев, Т.М. Остапенко, О.М. Старенька, І.А. Маркіна, М.В. Тарасюк, Н.О. Лоханова, І.В. Новікова). Про програмне та технічне забезпечення в своїх роботах згадують В.А. Боровкова, П.В. Лаптев, С.І. Боков, О.В. Ісаєва, О.В. Халіна, М.В. Тарасюк, І.В. Новікова, Н.С. Брехун, І.А. Маркіна. Кадрове забезпечення системи контролінгу розглядають

В.А. Боровкова, Д. Хан, О.В. Халіна, О. Лиходєдова, Л.М. Шульгіна. Інформація про організаційне забезпечення зустрічається в роботах С.І. Бокова, О.В. Халіної, А.І. Орехової, І.А. Маркіної, В.Г. Маргасової. Про нормативне забезпечення системи контролінгу згадують С. Колтович та С.Б. Ільїна, а С.І. Боков та О.В. Ісаєва пишуть про правове забезпечення. Лінгвістичне та психологічне забезпечення виділяє О.В. Ісаєва. Очевидно, що у дослідників сформувалися досить різносторонні погляди щодо забезпечення функціонування системи контролінгу на підприємстві, тому дане питання потребує подальшого розгляду.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення та удосконалення підходів щодо забезпечення функціонування системи контролінгу промислового підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. В економічній літературі словосполучення «система контролінгу» в узагальнено прийнятому вигляді означає систему, спрямовану на забезпечення управлінського процесу, орієнтованого на розв'язання поточних та стратегічних завдань підприємства шляхом інтеграції систем планування, обліку, аналізу та контролю. Для реалізації своїх цілей, завдань та функцій система контролінгу потребує відповідного забезпечення. Вважаємо, що забезпечення системи контролінгу – це наявність фінансових, матеріальних, кадрових, нормативних ресурсів, які використовуються нею з метою досягнення встановлених цілей, вирішення завдань та виконання функцій.

На наш погляд, ефективне функціонування системи контролінгу здійснюється в рамках організаційного,

інформаційного, математичного, ресурсного та нормативно-правового забезпечення. За своїм характером складові забезпечення є взаємопов'язаними, взаємозалежними та взаємообумовленими. Організаційне забезпечення створює умови для виконання персоналом системи контролінгу покладених на нього обов'язків. Інформаційне забезпечення передбачає управління документацією (електронним документообігом), а математичне – дозволяє аналізувати отриману інформацію для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Ресурсне забезпечення створює своєчасну людську, матеріально-технічну та фінансову базу необхідної якості та кількості для функціонування системи контролінгу. Нормативно-правового забезпечення формує юридично доказову інформацію, яка використовується системою контролінгу, та регламентує стосунки між персоналом на підприємстві. Схема забезпечення функціонування системи контролінгу на промислових підприємствах представлена на рис. 1.

Для організаційного оформлення системи контролінгу можливо виділити три основних варіанта:

- 1) створення колегіального органу із співробітників різних підрозділів, який збирається періодично, функції та завдання якого змінюються в залежності від того, які нові проекти починає підприємство або які проблеми у нього виникають;
- 2) створення спеціальної структурної одиниці (відділ контролінгу), яка буде підпорядковуватися генеральному директору або наглядовій раді;
- 3) виділення відділу контролінгу у складі фінансового департаменту, який займається завданнями контролінгу за обов'язком [1, с. 69].

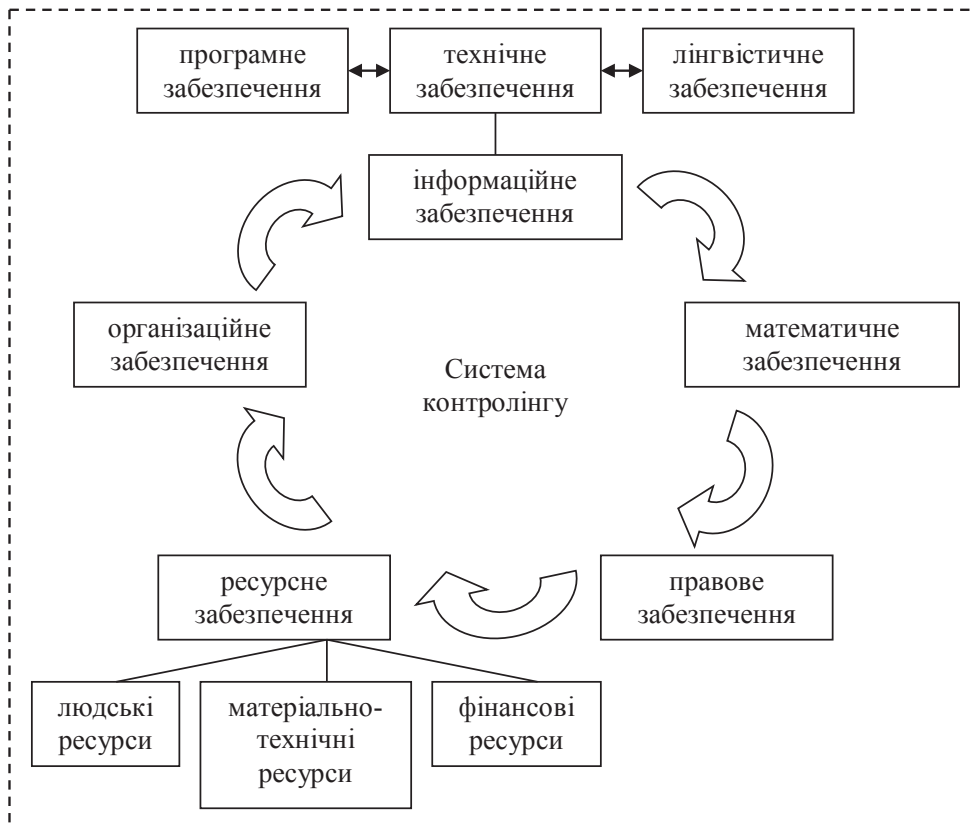


Рис. 1. Схема забезпечення функціонування системи контролінгу

Джерело: сформовано автором

Організаційна структура системи контролінгу повинна бути спроможною забезпечувати виконання її функцій на всіх рівнях управління підприємством.

Організаційне забезпечення функціонування системи контролінгу – це комплекс положень та правил, які регламентують роботу служби контролінгу, підкріплених відповідними рішеннями керівного апарату підприємства, а також як організацію взаємозв'язків між окремими елементами системи контролінгу та суб'єктами зовнішнього середовища, що передбачає адаптацію системи до зміни умов функціонування з метою забезпечення її стійкості та життєздатності [2, с. 16]. Організаційне забезпечення керування системою контролінгу передбачає, насамперед, організаційний фактор, який полягає у здатності чітко окреслити поле діяльності самої системи, організувати, координувати та контролювати її роботу. Метою організаційного забезпечення є підтримка стабільного функціонування системи контролінгу підприємства, реалізація запланованих програм через забезпечення необхідними ресурсами, організація взаємозв'язків між окремими елементами та ліквідація відхилень, які можуть виникати в системі. Формування організаційного забезпечення функціонування системи контролінгу має передбачати взаємозв'язок чітко визначених цілей та завдань кожного рівня управління, вибираючи оптимальні шляхи реалізації рішень [3, с. 241].

Функціонування системи контролінгу вимагає правильної організації інформаційного забезпечення, тобто наявності комплексу опрацьованих поточних та ретроспективних даних (класифікатори, бази даних тощо), які характеризують стан об'єктів фінансово-господарської діяльності та задовольняють вимоги управлінського апарату. Інформаційне забезпечення містить інформаційну систему, яка володіє необхідним інформаційним фондом (персоналом, технічними засобами) та системою інформаційних потоків. Інформаційна система є комунікацією персоналу підприємства стосовно питань їх професійної діяльності. Під інформаційними потоками розуміють рух (переміщення) інформації між працівниками або структурними одиницями підприємства. Комплекс потоків інформації, який дозволяє підприємству ефективно здійснювати поточну фінансово-господарську діяльність, формує систему інформаційних потоків [4, с. 68].

Матеріальним втіленням інформаційного потоку є документи, рух яких зафіксований у документообігу. Система управління документообігом призначена для досягнення наступних цілей:

- інтеграції процесів документального забезпечення управління підприємством в рамках єдиної інформаційної системи;
- підвищення інформованості керівництва та фахівців за рахунок збільшення обсягів інформаційного зберігання, централізованої обробки інформації, зменшення часу пошуку документів, підготовки звітів й доповідей, а також за рахунок підвищення повноти та достовірності звітів;
- зменшення вартості документального забезпечення управління підприємством за рахунок переходу від паперового діловодства до електронного, зниження вартості копіювання та передачі паперових документів;
- зменшення вартості й скорочення часу пошуку паперових оригіналів документів в архіві за рахунок отримання точної адресації в електронному вигляді;

– вдосконалення процесів документального забезпечення управління та технології роботи з документами [5, с. 147].

Інформаційне забезпечення системи контролінгу має бути сумісним з інформаційним забезпеченням інших систем підприємства, з якими вона взаємодіє.

В свою чергу інформаційне забезпечення включає в себе програмне, технічне та лінгвістичне.

Програмне забезпечення представляє собою можливість логічного та математичного аналізу й обробки інформації з метою контролінгу [6]. Воно будується на базі наявних пакетів прикладних програм, автоматизованих баз даних, спеціалізованого програмного забезпечення щодо реалізації функцій системи контролінгу (обліку, контролю, аналізу, регулювання, планування), а також комплексу технічних засобів, від вибору якого залежатиме швидкість обробки інформації, її точність, достовірність і оперативність.

Технічне забезпечення системи контролінгу полягає у взаємопов'язаних технічних засобах, функціонування яких спрямовано на збір, реєстрацію, накопичення, передачу, обробку, відображення та видачі інформації з метою використання для прийняття управлінських рішень [7, с. 208].

Комплекс технічних засобів системи контролінгу охоплює:

- 1) датчики та реєстратори виробництва – для збору й реєстрації інформації;
 - 2) пристрої та канали зв'язку – для передачі інформації;
 - 3) пристрої підготовки даних – для перетворення інформації з метою її введення в ЕОМ;
 - 4) електронно-обчислювальні машини, в яких здійснюється обробка інформації за заданими алгоритмами, що розробляються відповідно до характером завдань управління;
 - 5) графічні та текстові дисплеї, графічні, друкують устрою, екранні пульти – для відображення інформації.
- Засоби технічного забезпечення повинні мати наступні характеристики:
- сумісність на технічному, програмному та інформаційному рівні;
 - адаптованість в залежності від умов контролінгу;
 - можливість використання інших пристроїв [7, с. 210].

Вибір технічної бази повинен здійснюватися з урахуванням найменшої гнучкості даного елемента системи контролінгу. Будь-які невідповідності технічної бази можуть мати негативні наслідки для підприємства.

Лінгвістичне забезпечення системи контролінгу сприяє спілкуванню всіх категорій користувачів в зручній формі з технічними засобами системи контролінгу, а також реалізує процедури перетворення та графічного зображення інформації, яка використовується в системі контролінгу. Воно включає документи, що регламентують систему термінів, понять, визначень, які використовуються в процесі функціонування системи контролінгу, та забезпечує смислову однозначність та єдине тлумачення термінів [8].

У лінгвістичному забезпеченні системи контролінгу повинно бути:

- передбачено уніфіковані мовні засоби для опису інформації, яка використовується в системі контролінгу;

– застандартизовано описи однотипної інформації;

– забезпечено зручність, однозначність спілкування користувачів із технічними засобами системи контролінгу.

Математичне забезпечення системи контролінгу полягає у розробці та реалізації документованих процедур щодо вибору та використання аналітичних та статистичних методів під час прийняття управлінських рішень. Математичне забезпечення представляє собою сукупність математичних моделей, методів та алгоритмів обробки інформації

Ресурсне забезпечення системи контролінгу представлено людськими, матеріально-технічними та фінансовими ресурсами.

До людських ресурсів належить персонал відповідного професійного рівня. Працівникам повинна бути притаманна сукупність трудових, інтелектуальних, творчих, підприємницьких здібностей та моральних якостей. Раціональне використання, формування та розвиток персоналу забезпечує ефективність й конкурентоспроможність підприємства в ринковому середовищі [9].

Матеріально-технічні ресурси включають: приміщення та технічне оснащення системи контролінгу; інформаційні системи; програмне забезпечення; засоби виміральної техніки; науково-дослідну, робочу та технічну документацію.

До фінансових ресурсів належать витрати на створення системи контролінгу, на заробітну плату персоналу системи контролінгу, на утримання системи контролінгу, на розширення та удосконалення системи контролінгу тощо.

Нормативно-правове забезпечення контролінгу передбачає застосування, виконання та дотримання законодавчих норм, розробку внутрішніх положень та нормативів, внесення змін в існуючих на підприємстві постанов, скасування неактуальних нормативних актів, які були раніше прийняті на підприємстві [6]. Воно охоплює сукупність правових норм, технічних регламентів, посадових інструкцій та положень структурних підрозділів тощо, які:

– оцінюють інформацію, що використовується під час функціонування системи контролінгу та створюється системою з юридичної точки зору;

– регламентують правові стосунки між персоналом системи контролінгу (права, обов'язки, відповідальність), а також між персоналом інших структурних підрозділів підприємства.

Метою нормативно-правового забезпечення є регламентація статусу організаційної форми системи контролінгу, її положення, компетенції [8].

Висновки основного матеріалу дослідження. Система контролінгу в узагальнено прийнятому вигляді означає систему, спрямовану на забезпечення управлінського процесу, орієнтованого на розв'язання поточних та стратегічних завдань підприємства. Її функціонування залежить від відповідного забезпечення, яке представляє собою наявність фінансових, матеріальних, кадрових, нормативних ресурсів, за допомогою яких система контролінгу досягає встановлених цілей, вирішує свої завдання та виконує функції. Тому, ефективне функціонування системи контролінгу здійснюється в рамках взаємопов'язаного, взаємозалежного та взаємообумовленого організаційного, інформаційного, математичного, ресурсного та нормативно-правового забезпечення.

1. *Теоретико-методичні засади формування організаційного забезпечення управління економічною безпекою машинобудівного підприємства: монографія / О. В. Халіна та ін.; за заг. ред. А. М. Штангрета. Львів: УАД, 2016. 248 с.*

2. *Халіна О. В. Організаційне забезпечення функціонування системи контролінгу на підприємстві. Наукові записки. 2016. № 2. С. 236–243.*

3. *Маркіна І. А., Таран-Лала О. М., Гунченко М. В. Контролінг для менеджерів: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2013. 304 с.*

4. *Боков С. И., Пересади С. С. Реализация принципов контроллинга через правовое и техническое обеспечение. URL: <http://jurnal.org/articles/2013/ekon81.html> (дата обращения: 01.11.2018).*

5. *Исаева О. В. Модель структуры и процесса функционирования организационно-экономического механизма контроллинга предприятия. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/model-struktury-i-protsessa-funktsionirovaniya-organizatsionno-ekonomicheskogo-mehanizma-kontrollinga-predpriyatiya> (дата обращения: 01.11.2018).*

6. *Лукиных Т. Н. Человеческие ресурсы в условиях информационной экономики. Гуманитарная информатика: электронный журнал. 2005. № 3. URL: <http://huminf.tsu.ru/e-jurnal/magazine/3/luk.htm> (дата обращения: 02.11.2018).*

E-mail: cigalserg@gmail.com

УДК 338.48

Шелемєтьєва Т.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародного туризму,
Запорізький національний технічний університет

SWOT-АНАЛІЗ ЯК ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто теоретичні основи використання SWOT-аналізу як одного із інструментів стратегічного аналізу. На основі результатів стратегічного аналізу виробляються пріоритети розвитку туризму, а також частні стратегії протидії негативним факторам. Досліджено особливості та значення SWOT-аналізу як інструменту управління розвитком туризму в Україні. Відповідно до вибраних пріоритетів здійснюється впровадження сучасних концепцій управління для розвитку галузі. Відзначено його основні переваги та недоліки для оптимізації управління туристично-рекреаційною сферою. Узагальнено фактори впливу на розвиток туристичної галузі України та Польщі на основі використання SWOT-аналізу.

Ключові слова: туризм, SWOT-аналіз, управління, фактори впливу, переваги, недоліки, дієвий інструмент.

SWOT-АНАЛИЗ КАК ДЕЙСТВЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Шелемєтьєва Т.В.

В статье рассмотрены теоретические основы использования SWOT-анализа как одного из инструментов стратегического анализа. На основе результатов стратегического анализа вырабатываются приоритеты развития туризма, а также частные стратегии противодействия негативным факторам. Исследованы особенности и значение SWOT-анализа как инструмента управления развитием туризма в Украине. В соответствии с выбранными приоритетами осуществляется внедрение современных концепций управления для развития отрасли. Отмечено его основные преимущества и недостатки для оптимизации управления туристично-рекреационной сферы. Обобщены факторы влияния на развитие туристической отрасли Украины и Польши на основе использования SWOT-анализа.

Ключевые слова: туризм, SWOT-анализ, управление, факторы влияния, преимущества, недостатки, действенный инструмент.

SWOT-ANALYSIS AS A TOOL FOR THE PROCESS OF MANAGEMENT OF TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

Shelemetieva T.

The article considers the theoretical bases of using SWOT-analysis as one of the tools of strategic analysis. Based on the results of the strategic analysis, priorities for the development of tourism are developed, as well as private strategies to counter negative factors. The peculiarities and significance of SWOT-analysis as a tool for management of tourism development in Ukraine are explored. In accordance with the selected priorities, implementation of modern management concepts for the development of the industry is being implemented. Its main advantages and disadvantages for optimizing the management of the tourist and recreational sphere are noted. The factors influencing the development of the tourist industry of Ukraine and Poland based on the use of SWOT-analysis are summarized. The strength of their interaction and their combination determine the competitiveness of tourist products of these countries in foreign markets.

Keywords: tourism, SWOT-analysis, management, factors, advantages, disadvantages, effective tool.

Постановка проблеми. Туризм – це динамічна і багатопланова діяльність, що присутня в суспільній, культурній, психологічній, просторовій та економічній сферах. Сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Розвиток туризму є одним з пріоритетних напрямів підвищення ефективності функціонування тих чи інших територіальних утворень. У сучасних умовах глобалізації економіки туристична галузь України потребує стратегічного розвитку і розробки універсальної схеми стратегічного управління розвитку туризму. Перспективи застосування SWOT-аналізу як

ефективного інструменту менеджменту будуть сприяти здійсненню відповідно до обраних пріоритетів регулюванню та управлінню розвитком туристичної галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблем управління розвитком туризму та впровадження закордонного досвіду провідних туристичних країн знайшли своє відображення в працях зарубіжних та вітчизняних науковців та аналітиків, серед яких: О. Бартошук, Л. Богадьорова, В. Братюк, Р. Волчецький, В. Герасименко, Г. Горбань, А. Гришук, А. Гуменюк, М. Мальська, П. Подлепіна, В. Семенов, І. Школа, І. Чучка та ін. Значення, особливості та

Таблиця 1. Надходження туристичного збору до місцевих бюджетів за 2016–2017 рр. та перше півріччя 2018 р., тис. грн

Показник	2016 р.	2017 р.	1 півр. 2016 р.	1 півр. 2017 р.	1 півр. 2018 р.	1 півр. 2018р. / 1 півр. 2017 р., %
Надходження, всього по Україні	54094,8	70234,48	1999074	26201,84	33825,81	29,1

методику проведення SWOT-аналізу розвитку туризму в Україні досліджували О. Коновалова, Г. Копець, Ю. Наврозова, В. Фролова, В. Шиманська та ін. Однак більш детального дослідження потребує обґрунтування необхідності використання SWOT-аналізу як дієвого інструменту процесу управління розвитком туризму в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження науково-практичних аспектів використання SWOT-аналізу як важливого інструменту управління в туризмі.

Вклад основного матеріалу дослідження. Україна має доволі значний туристичний потенціал, який зміг би допомогти витягнути економіку з кризи тому, що він взаємопов'язаний з іншими багатьма сферами діяльності. Втім, туристичні можливості країни реалізовані не повною мірою.

Всесвітній економічний форум в Давосі у 2017 році оцінив рейтинг України в туризмі, поставивши її на 88 місце [1]. Про це йдеться в звіті форуму про конкурентоспроможність в подорожі та туризм 2017 р. У плані безпеки, на думку експертів форуму, в Україну на відпочинок їхати не рекомендується. При складанні рейтингу враховувалися такі фактори, як наявність збройних конфліктів на території держави, рівень злочинності та терористична загроза. Але ситуація покращується, оскільки у 2014–2015 роках, у зв'язку з кризою та воєнними діями на сході країни, Україна взагалі не увійшла в рейтинг. У питанні ціноутворення для європейського туриста Україна досить приваблива і займає 45 місце у 2017 році. Вкрай низьке місце Україна займає в питанні інвестицій в туристичний бізнес – 124 місце у 2017 році.

Не зважаючи на вищезгадані рейтинги, спостерігається позитивна динаміка стосовно обсягів надходжень від сплати туристичного збору України. Зазначимо, що теорією та практикою регіонального управління визнано, що туризм у сучасній регіональній економіці став одним із важливих її секторів, забезпечуючи значну частину податкових надходжень у місцевий бюджет, розвиток регіону та інфраструктури туристично-рекреаційної сфери [2, с. 436]. Надходження у I півріччі 2018 р. склали 33,8 млн грн, що на 29,1% більше, ніж у I півріччі 2017 р. При цьому його обсяг за січень-червень 2017 р. у порівнянні з аналогічним періодом 2016 р. зріс на 31,1%. (табл. 1).

Найбільше зростання суми туристичного збору за I півріччя 2018 р. у порівнянні з I півріччям 2017 р. відбулось у областях: Миколаївській (на 68,9%), Київській (на 61%), Херсонській (на 59,6%), Донецькій (на 45,6%), Чернігівській (на 45,1%) та Черкаській (на 45,0%). ТОП-5 областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати туристичного збору, що надійшли до місцевих бюджетів, у I півріччі 2018 р.: м. Київ – 13,9 млн грн (41,1% від загальної суми); Львівська обл. – 6,1 млн грн (17,9%); Івано-Франківська обл. – 2,4 млн грн (7,0%); Одеська обл. – 2,1 млн грн (6,1%); Закарпатська обл. – 1,6 млн грн (4,7%).

Найважливішим етапом при формуванні стратегії розвитку туризму в країні (регіоні, місті) є стратегічний і конкурентний аналіз. Одним із інструментів стратегічного аналізу виступає SWOT-аналіз, який широко використовується в зарубіжній практиці корпоративного управління. Цей універсальний метод особливо ефективний при аналізі переваг і недоліків туристичного ринку країни. На основі результатів стратегічного аналізу виробляються пріоритети розвитку туризму, а також частині стратегії протидії негативним факторам. SWOT-аналіз допомагає з'ясувати обставини, за яких розвивається туристичний ринок України, збалансувати вплив внутрішніх переваг і недоліків із впливом сприятливих можливостей і загроз. Такий аналіз допомагає визначити не тільки можливості країни, а й усі доступні переваги над конкурентами [3, с. 43].

Скорочення SWOT походить від перших літер англійських слів Strengths (сили), Weaknesses (слабкості), Opportunities (можливості), Threats (загрози) [4]. В процесі SWOT-аналізу виявляються загрози та можливості, які можуть виникнути у зовнішньому середовищі, а також сильні та слабкі сторони, якими володіє об'єкт дослідження. Зробивши SWOT-аналіз, можна буде визначити основну стратегію розвитку туризму в регіоні і конкретні напрямки стимулювання розвитку цієї галузі, як найдинамічнішої, високорентабельної, екологічно чистої, низькоенергоємної. На основі SWOT-аналізу можна пояснити стратегічну інтерпретацію впливу описаних факторів на тенденції в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму [2, с. 437].

Існує багато визначень поняття SWOT-аналіз, але всі вони зводяться до оцінювання сильних та слабких сторін, можливостей та загроз. В загальному вигляді визначення поняття SWOT-аналізу як важливого інструменту менеджменту в туризмі надамо наступне: SWOT-аналіз – це аналіз, що дає змогу узагальнити сильні та слабкі сторони туристичної галузі, дестинації (внутрішнє середовище), можливості та загрози з боку інших галузей (зовнішнє середовище), результати якого є основою для прийняття управлінських рішень щодо стратегічного розвитку туристичної галузі.

Найбільш важливим етапом SWOT-аналізу, на нашу думку, є усвідомлення саме загроз. Загрози – це зовнішні чинники, що є бар'єром, перешкодою, небезпекою або тягнуть за собою додаткові витрати [5, с. 156]. Оскільки загрози існують і на них вплинути важко, то необхідно вжити заходів уникнення негативних наслідків. Ігнорування загроз може призвести до втрати ринків, гальмування розвитку туризму, а це, своєю чергою, до зниження темпів розвитку економіки загалом. Усвідомивши перешкоди, які можуть похитнути створену інфраструктуру туризму, ретельно оцінивши проблеми, які будуть виникати на шляху розвитку галузі, зможемо сформулювати заходи для їхнього уникнення або зменшення їх дії на розвиток туристичної галузі. Наступним кроком буде побудова ієрархії можливостей, що їх може використати галузь для досягнення позитивних результатів через здійснення стратегічних цілей. Це нові можливості, які

в майбутньому будуть необхідними та корисними для постійного оновлення туристичних послуг та поступу вперед [2, с. 437]. В загальному вигляді можливості – це тенденції та зміни в бізнес-середовищі, які можуть бути використані для стимулювання розвитку та долання існуючих труднощів [5, с. 156].

Урахування усіх чотирьох складових SWOT-аналізу у комплексі дасть змогу визначити основні стратегічні напрямки розвитку туризму, сформулювати цілі та конкретні завдання. Крім того, SWOT-аналіз дасть змогу намітити план стратегічного розвитку туристичної галузі в майбутньому, передбачити необхідні дії та засоби, врахувати нові можливості.

Нижче наведено узагальнений SWOT-аналіз розвитку туристичної галузі в Україні та Польщі, на основі якого можна порівняти окремі напрямки, недоліки та переваги туристичної діяльності (табл. 2, 3).

Польща відома як центр міжнародного туризму. Світовими курортами і центрами культурної спадщини є Сопот, Зелена-Ґура, Бельсько-Бяла, Краків, Варшава, Ґданськ. Історично пов'язана із західноєвропейською культурою, Польща – країна своєрідна і екзотична. Останнім часом туризм в Польщі розвивається досить швидкими темпами, і ця галузь стала важливою складовою польської економіки. Взагалі, в наші дні Польща займає сьоме місце в світі за кількістю іноземних туристів, що приїжджають в країну. Польщу щороку відвідують майже 16 млн закордонних туристів, а їх витрати сягають 13 млрд євро. В Польщі частка туризму у ВВП – 6%, в Україні – 1,5%. Причини зростання туризму в Польщі вельми зрозумілі. Польща дуже різноманітна країна. Тут кожен може знайти заняття і провести свій час по своєму смаку. Велика кількість польських туристичних компаній готові зустріти туристів і

Таблиця 2. SWOT-аналіз туристичної галузі України

Strength – сильні сторони (внутрішні)	Weakness – слабкі сторони (внутрішні)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Давня унікальна історична і культурна спадщина. 2. Сім чудес України, які можна порівняти зі світовими. 3. Сприятливе геополітичне положення України. 4. Високий транспортний потенціал. 5. Високий рівень освіти населення. 6. Можливості для розвитку всіх видів туризму. 7. Збільшення конкуренції туристичних операторів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низька якість туристичних послуг. 2. Застаріла туристична інфраструктура, яка не відповідає європейським стандартам якості. 3. Незадовільний стан транспортної інфраструктури країни, низька якість послуг з перевезення. 4. Державне фінансування туризму. 5. Відсутність загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі. 6. Недосконалість нормативно-правової бази. 7. Відсутність сформованого цілісного бренда України.
Opportunity – можливості (зовнішні)	Threats – загрози (зовнішні)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Популяризація країни в інших регіонах і континентах. 2. Розвиток внутрішнього туризму. 3. Розвиток людських ресурсів. 4. Впровадження конкурентоспроможного національного туристичного продукту. 5. Удосконалення державної політики. 6. Впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу. 7. Інвестиційні механізми розвитку туристичної інфраструктури. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабільна політична ситуація (події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей). 2. Фінансово-економічна криза. 3. Розвиток туризму в близько розташованих країнах. 4. Можливість виникнення епідеміологічних захворювань. 5. Техногенні катастрофи – зношеність інфраструктури та комунікацій. 6. Демографічна катастрофа. 7. Збільшення ціни на туристичні послуги, зменшення попиту.

Таблиця 3. SWOT-аналіз туристичної галузі Польщі

Strength – сильні сторони (внутрішні)	Weakness – слабкі сторони (внутрішні)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Інституційне забезпечення в сфері туризму. 2. Високий стандарт інфраструктури (загальної і туристичної). 3. Історичні місця та споруди (замки, фортеці, церкви). 4. Багатий природний та культурний ландшафт. 5. Інвестиційна привабливість Польщі. 6. Безпека та чистота. 7. Розвинений внутрішній туризм. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недооцінка ролі туризму в економіці країни. 2. Високий рівень цін, несприятливе співвідношення «ціна-якість». 3. Недосконала законодавча та нормативно-правова база щодо розвитку курортів, курортних територій і курортно-туристичних регіонів. 4. Соціально-економічні проблеми розвитку курортно-туристичних регіонів. 5. Екологічно некоректна поведінка відпочивальників. 6. Погіршення якості навколишнього середовища.
Opportunity – можливості (зовнішні)	Threats – загрози (зовнішні)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Популяризація польської культури, історичної спадщини, природних багатств на закордонних ринках. 2. Вступ до ЄС, зняв обмеження в подорожах. 3. Привабливість медичного туризму Польщі. 4. Зростання патріотичних настроїв («залишайся вдома»). 5. Висока безпека подорожей. 6. Поява нових ринків-постачальників туристів (розширення зони Євросоюзу). 7. Тенденція до короткотривалих та екскурсійних подорожей. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Розвиток туризму в інших країнах світу (більшість поляків уже давно можуть дозволити собі трансконтинентальні мандрівки й екзотичні розваги). 2. Зростання мобільності для виїзду за кордон. 3. Зростання конкуренції між туристичними регіонами/країнами. 4. Економічні кризи. 5. Природні катастрофи. 6. Неузгодженість дій міжнародних інституцій розвитку транскордонного співробітництва, які мають складну структуру.

Джерело: розроблено автором

запропонувати гостям Польщі найрізноманітніші тури: гірськолижні курорти в Карпатах взимку і відпочинок на пляжах Балтики влітку, екскурсії по фортецях і замках Польщі та старовинних польських містах, екологічний туризм і багато іншого. Потрібно відзначити, що відпочивати у Польщі значно дешевше, ніж в інших країнах Європейського союзу [6].

SWOT-аналіз розвитку туризму України та Польщі вказує на внутрішні сильні і слабкі фактори, а також на зовнішні можливості і загрози (ризик), які впливатимуть на розвиток туристичної галузі. Сила їх взаємодії і їх комбінування визначають конкурентоспроможність турпродуктів цих країн на зовнішніх ринках.

З точки зору корпоративного управління SWOT-аналіз має багато особливостей:

- є початковим етапом стратегічного планування для більшості організацій;
- є складовим етапом в процесі опрацювання стратегії корпорації;
- є інформаційною основою для формування стратегічних проблем і альтернативних стратегічних рішень;
- передбачає спільне вивчення зовнішнього і внутрішнього середовищ;
- передбачає встановлення парних комбінацій між загрозами, можливостями в зовнішньому оточенні, з одного боку, і сильними та слабкими сторонами корпорації, з іншого;
- в центрі його уваги – чинники, що найбільше впливають на конкурентну позицію і конкурентні переваги корпорації;
- передбачає наступну послідовність дослідження чинників оточення: відстеження змін чинника → аналіз стану чинника → виявлення характеру впливу чинника на фірму → прогнозування можливих наслідків впливу чинника на фірму у перспективі;
- в ньому широко застосовуються експертні оцінки;
- передбачає обов'язкову бальну оцінку чинників макросередовища, безпосереднього оточення і внутрішнього середовища корпорації [4].

Як зазначає О.В. Коновалова, переваги SWOT-аналізу полягають в комплексній оцінці можливостей і ризиків, сильних і слабких сторін; поглибленні розуміння бізнесу, керівників та фахівців; швидкому переходу від процесу аналізу до стратегічного планування. Стосовно недоліків SWOT-аналізу – це є суб'єктивізм: неможливість врахування всіх сильних і слабких сторін, можливостей і загроз; суб'єктивність вибору та ранжування факторів зовнішнього і внутрішнього середовища; погана адаптація до середовища, що постійно змінюється [7].

В умовах євроінтеграційних процесів в туризмі, застосування SWOT-аналізу необхідно поєднувати з іншими інструментами менеджменту, які дають змогу підвищити якість туристичного продукту до міжнародних стандартів, залучити більшу кількість споживачів туристичних послуг, які, за даними дослідників, не задоволені оцінкою параметрів «витрати-якість» щодо туристичних продуктів вітчизняних підприємств. Отже, в умовах трансформаційних змін національної економіки необхідно звернути особливу увагу на розвиток інструментів менеджменту в туризмі.

Висновки з проведеного дослідження. Наявний туристичний потенціал України можна реалізувати за допомогою впровадження дієвих підходів і для розвитку туристично-рекреаційної сфери та управління майном туристично-курортних комплексів. На основі аналізу сильних та слабких сторін, можливостей та загроз розвитку туристичної галузі в Україні, можна зробити висновок, що перспективний розвиток туризму в країні повинен ґрунтуватися на таких складових: інвестиції та інновації в розвиток інфраструктури; реорганізація транспортного забезпечення; підготовка кваліфікованих кадрів; нормалізація політичного, економічного та законодавчого клімату тощо. Результати SWOT-аналізу є основою для визначення стратегічних напрямків розвитку туристичної галузі та оптимізації управління туристично-рекреаційною сферою.

1. У рейтингу туризму Україна посідає 88 місце. URL: https://zik.ua/news/2017/04/17/u_reytingu_turyzmu_ukraina_posidaie_88_mistse_zvit_davosu_1081057 (дата звернення: 13.12.2018).
2. Копець Г.Р. Актуальні проблеми розвитку логістики туризму в Україні. *Логістика*. 2007. № 594. С. 436–441.
3. Фролова В.Ю. SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичного ринку України. URL: http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/10_6.pdf (дата звернення: 13.12.2018).
4. Стратегічне управління корпораціями. [текст] навч. посіб. / О.М. Скібіцький, В.В. Матвеев, В.І. Щелкунов, С.М. Подреза. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 480 с.
5. Шеленко Д.І., Смушак М.В. Стратегічне управління в системі економічних відносин. URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/ecupark_2012_9_37.pdf (дата звернення: 13.12.2018).
6. Польща для українців. URL: <http://ostarbeiter.vn.ua/turyzm-pol.html>
7. Коновалова О. SWOT-аналіз як основний інструмент стратегічного управління, його переваги і недоліки. URL: http://www.rusnauka.com/3_SND_2010/Economics/58123.doc.htm
8. Наврозова Ю.О., Кацюк В. Свот-аналіз передумов створення туристичного кластеру в Одеському регіоні. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. № 4 (57). 2016. С. 57–72.
9. Шиманська В.В. SWOT-аналіз туристичного комплексу Житомирщини. URL: http://eprints.zu.edu.ua/21766/1/eui_2011_1_32.pdf (дата звернення: 13.12.2018).

E-mail: t.shelemetieva@gmail.com

УДК 338

Юдіна М.І.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри обліку, аудиту та оподаткування,
Хмельницький національний університет

ВПЛИВ ПОДАТКОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто понятійний апарат щодо визначення економічного потенціалу вітчизняних підприємств за умови впливу на діяльність ряду внутрішніх та зовнішніх чинників. Обґрунтовано найосновніші напрями розвитку економічного потенціалу підприємства з метою пришвидшення отримання поставлених цілей господарювання. Проаналізовано особливості податкового навантаження на фінансово-господарську діяльність підприємств в умовах посиленого впливу інтеграційних процесів. Розглянуто концептуальні засади підвищення податкового потенціалу підприємства та сукупність методів його оцінювання та наведено напрями удосконалення податкової політики України з метою надання підприємствам можливості розвитку їх економічного потенціалу.

Ключові слова: економічний потенціал, чинники впливу на потенціал, податкове навантаження, податкова політика країни, показники податкового навантаження, податковий потенціал.

ВЛИЯНИЕ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Юдина М.И.

Рассмотрено понятийный аппарат по определению экономического потенциала отечественных предприятий при условии влияния на деятельность ряда внутренних и внешних факторов. Обоснованно самые основные направления развития экономического потенциала предприятия с целью ускорения получения поставленных целей хозяйствования. Проанализированы особенности налоговой нагрузки на финансово-хозяйственную деятельность предприятий в условиях усиленного влияния интеграционных процессов. Рассмотрены концептуальные основы повышения налогового потенциала предприятия и совокупность методов его оценки и приведены направления совершенствования налоговой политики Украины с целью предоставления предприятиям возможности развития их экономического потенциала.

Ключевые слова: экономический потенциал, факторы влияния на потенциал, налоговая нагрузка, налоговая политика страны, показатели налоговой нагрузки, налоговый потенциал.

EFFECT OF TAX LOADING FOR DEVELOPMENT OF ECONOMIC POTENTIAL OF DOMESTIC ENTERPRISES

Yudina M.

In this work a conceptual apparatus is devoted to determining the economic potential of domestic enterprises, subject to the influence of a number of internal and external factors. The most important directions of development of economic potential of the enterprise are grounded in order to accelerate the achievement of the set objectives of management. The peculiarities of the tax load on the financial and economic activity of enterprises in the conditions of the enhanced influence of integration processes are analyzed. The system of indicators of tax burden, which depends on the results of the management of enterprises and the possibility of increasing their own economic potential, is characterized. The conceptual bases of increase of tax potential of the enterprise and set of methods of its estimation are considered. The directions of perfection of the tax policy of Ukraine are given in order to give enterprises the opportunity to develop their economic potential.

Keywords: economic potential, factors of influence on potential, tax burden, tax policy of the country, indicators of tax burden, tax potential.

Постановка проблеми. Сучасні промислові підприємства, функціонуючи у нестабільних економічних умовах, вимагають значної державної підтримки, упровадження новітніх механізмів, зокрема і у податковій політиці. Покращення економічного потенціалу підприємств та існуюче податкове навантаження мають суттєвий взаємозв'язок, тому є актуальними для вирішення ряду проблематичних аспектів господарювання. Нагальним є покращення інструментарію фінансового механізму, до якого входить існуюча система оподатку-

вання. Податкове навантаження має характеризуватися таким рівнем, який буде забезпечувати надходження коштів до державного та місцевих бюджетів та, водночас, надавати можливість розвитку фінансово-господарської діяльності підприємствам.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питань щодо податкового навантаження, визначення податкового потенціалу та можливостей його розвитку, зв'язок впливу податкового навантаження на розвиток економічного потенціалу підпри-

емства, займалися такі науковці як: О.В. Ареф'єва, Б.Є. Бачевський, І.М. Бурлакова, Т.А. Васильєва, В.О. Григоренко, І. Крисоватий, А. Лаффер, А.Д. Мельник, В.Ф. Савченко, Н. Ткачук, К. Шмельов, О.О. Шеремет, О.С. Федонін та ін.

Зважаючи на зміни у законодавстві, потребу розвитку економічного потенціалу та покращення умов функціонування вітчизняних підприємств, варто деталізовано дослідити сучасне податкове навантаження, особливості його оцінювання, вплив на економічний потенціал господарюючих суб'єктів.

Мета і завдання дослідження. Основною метою статті є дослідження впливу податкової системи на покращення економічного потенціалу господарюючих суб'єктів для реалізації напрямів його розвитку, забезпечення поставлених цілей функціонування.

Виклад основного матеріалу. Існує досить багато визначень вчених щодо трактування потенціалу підприємства. У більшості випадків потенціал підприємства визначають як існуючі засоби, можливості, сукупність резервів, які в будь-який момент можуть бути використані господарюючим суб'єктом. Важливим, за нинішніх умов, для кожного підприємства, є збільшення власних можливостей та резервів.

Основоположним елементом, що визначає величину та умови зростання економічного потенціалу, є потенціал підприємства, який є частиною економічного потенціалу і відрізняється від останнього тим, що в його структуру не входять економічні зв'язки, які повністю належать до виробничих зв'язків первинних ланок промисловості і розглядається як сукупні можливості максимально можливого обсягу виробництва матеріальних благ і послуг в умовах, які забезпечують найефективніше використання за часом і продуктивністю наявних економічних ресурсів. За такого трактування поняття «економічний потенціал» стосовно окремого підприємства характеризує не стільки виробничі можливості (виробничу потужність), скільки інтегральні здібності підприємства максимально задовольняти потреби споживачів і враховувати інтереси держави, оптимально використовуючи наявні економічні ресурси.

О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк вважають, що основний зміст поняття «потенціал підприємства» полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси за допомогою притаманних їй персоналу підприємницьких здібностей в економічні блага, максимально задовольняючи в такий спосіб корпоративні та суспільні інтереси [1, с. 61–62].

Залежно від типу виробництва, слід виділяти ті фактори зовнішнього середовища, які надають більший вплив на ту чи іншу складову потенціалу. Це дозволить уникнути надмірного ускладнення моделі формування потенціалу в цілому. Однак, при вирішенні питання про те, який чинник враховувати, а який на дану структурну одиницю потенціалу не робить істотного впливу і його допустимо не розглядати, слід залучати досвідчених експертів в даній сфері і на них буде покладена відповідальність за адекватність майбутнього результату. Крім цього, у структурі кожної соціально-економічної системи слід виділяти ключові точки, що зумовлюють розвиток всієї структури (потенціалу) внаслідок комплексних зв'язків.

Модель економічного потенціалу будь-якого підприємства визначається: обсягом та якістю наявних у нього ресурсів (чисельністю зайнятих, основними виробничими та невиробничими фондами, оборотними фондами або матеріальними запасами, фінансами та нематеріальними ресурсами патентами, ліцензіями, інформацією, технологією); здібностями співробітників (спеціалістів, робітників, допоміжного персоналу) до створення будь якої продукції, іншими словами, їх освітнім, кваліфікаційним, психофізіологічним та мотиваційним потенціалом; здібностями менеджменту оптимально використовувати наявні у підприємства ресурси (підготовкою, талантом і професійною адаптацією менеджерів, вмінням створювати і оновлювати організаційні структури підприємства); інноваційними здібностями (тобто здібностями підприємства до оновлення виробництва, зміні технології і т. д.); інформаційними здібностями (тобто здібностями обробляти інформацію для використання її у виробництві); фінансовими здібностями (кредитоспроможністю підприємства, внутрішньої і зовнішньої заборгованістю в області фінансів та ін.) [2, с. 133].

Однією з найважливіших проблем у діяльності підприємства є проблема податкового навантаження та її вплив на його підприємницьку активність. Оптимальний розмір податкового тягаря – центральна макроекономічна проблема будь-якої держави. Доволі розповсюдженою є думка про зв'язок податкового тягаря та розвитку економіки: чим нижче рівень податкового тягаря, тим стрімкіше і динамічніше розвивається економіка держави, чим менші податки, тим міцніше економіка. В економічній літературі підходи до визначення поняття «податкове навантаження» різняться за суттю. В одних виданнях увага акцентується на його кількісній характеристиці, в інших – дають його якісну характеристику, розкриваючи його сутність. На мікрорівні застосування показника податкове навантаження на підприємство набуло широкого вжитку. Доцільність його застосування полягає в тому, що підприємство являє собою окремий суб'єкт господарювання, який відрізняється від фізичних осіб, що володіють ним. Знеособлені податки, які платить до бюджету підприємство, не можна порівнювати з податками на окрему особу, адже перші реально впливають на підприємство як окремий суб'єкт господарської діяльності, зменшуючи його оборотні кошти і обмежуючи можливості інвестування нерозподіленого прибутку в розвиток виробництва, підвищення заробітної плати працівникам тощо [3].

З метою розрахунку величини податкового навантаження підприємств використовують як абсолютні, так і відносні показники. Абсолютними показниками є сума всіх податків і зборів, які підлягають сплаті до бюджетів та цільових фондів за звітний період, і величина окремих податків та зборів, зокрема податку на прибуток підприємств, податку на доходи фізичних осіб, податку на додану вартість, єдиного соціального внеску тощо. Однак розрахунок величини абсолютного податкового тиску не дає повного уявлення про ступінь впливу сукупності податків і зборів на результати діяльності підприємства. Тому, поряд із показниками абсолютного податкового тиску розраховуються показники відносного податкового тиску, що включають аналіз структури загального податкового тиску на підприємство, аналіз зовнішніх аналітичних коефіцієнтів

податкового тиску, аналіз внутрішніх аналітичних коефіцієнтів податкового тиску, специфічних для конкретної галузі економіки. Ці показники достатньо повно характеризують вплив на кінцеві результати діяльності підприємства [4, с. 123].

Кількісна оцінка податкового потенціалу може бути дана як в абсолютному вираженні, так і у вигляді індексів, що характеризують відношення податкового потенціалу даного економічного суб'єкта до середнього показника по галузі, країні тощо. Відзначимо також двоїсту природу оцінки податкового потенціалу – з одного боку, вона спрямована на визначення обсягу фінансових ресурсів, які можуть трансформуватися в потік податкових платежів, а з іншого боку, вона передбачає виявлення гранично допустимого податкового навантаження для суб'єктів податкових відносин. Іншими словами, податковий потенціал, так чи інакше, кореспондується з податковим навантаженням. Серед економістів немає єдиної думки з приводу прийнятих до розрахунку показників при визначенні податкового навантаження на підприємство.

Для зростання податкового потенціалу і удосконалення бізнес-оточення слід провести такі заходи з покращення податкової політики країни, зокрема:

а). Серед багатьох пріоритетів та цілей податкової політики чітко обрати стимулювання ділової активності як основи розбудови конкурентоспроможної економіки, а отже, перспективної фіскальної ефективності та економічного зростання у цілому.

б). Слід враховувати фундаментальну відмінність між цілями та механізмами реалізації податкової політики за умов глобалізації та інтеграції. Економічна інтеграція в довгостроковій перспективі має призвести

до податкової конвергенції податкових систем різних країн на основі єдиної податкової політики.

в). Проводити скоординовану м'яку податкову політику паралельно з жорсткою бюджетною, обмежувальною грошово-кредитною та гнучкою курсовою (валютною) політиками. Це буде найбільш прийнятний варіант для вітчизняної економіки.

г). Удосконалення фіскальної ефективності податкової системи в умовах гострого дефіциту державних фінансів слід проводити не на шкоду реалізації цілей стимулювання ділової та інвестиційної активності.

д). Впровадження стимулюючого потенціалу податкової системи у напрямку залучення бізнесу до реалізації пріоритетних цілей соціально-економічного розвитку шляхом обґрунтованого надання різних видів податкових преференцій [5].

Висновки. Отже, визначено, що розвитку економічного потенціалу вітчизняних промислових підприємств сприятиме забезпечення досягнення поточних та стратегічних цілей господарювання. З боку менеджерів підприємства необхідним є деталізований аналіз усіх внутрішніх та зовнішніх чинників, що впливають на рівень потенціалу господарюючих суб'єктів з метою визначення системи управлінських рішень. Доведено, що податкове навантаження має суттєвий вплив як на діяльність будь якого підприємства, так і, відповідно, на підвищення його економічного потенціалу. Вимагають впровадження заходи із удосконалення податкової політики країни. Використовуючи досвід економічного розвитку країн, а саме позитивну практику удосконалення податкової системи, наша країна може посприяти розвитку промислових підприємств, що позитивно вплине на економіку держави в цілому.

1. Коваль Л. В. Економічний потенціал підприємства: сутність та структура. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2010. № 690: Логістика. С. 59–65.

2. Філіппова С. В., Боденчук Л. Б. Основи формування економічного потенціалу виробничого підприємства. Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Економіка / В. П. Мікловда, М. І. Пітюлич, Н. М. Гапак. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2012. Вип. 2 (36). С. 131–135.

3. Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6–8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. Суми: СумДУ, 2014. Т. 2. С. 22–23.

4. Ткачук Н. Вплив податкового навантаження на діяльність суб'єктів господарювання в умовах реформування фінансової системи України. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2015. № 4. С. 121–128.

5. Шеремет О. О., Гордійчук Ю. О. Податковий потенціал підприємств та можливості його підвищення в Україні. Ефективна економіка. 2013. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2022>.

E-mail: yudinam26@ukr.net

ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

УДК 338.436

Апанасенко В.С.

аспірант кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

АНАЛІЗ ФІНАНСУВАННЯ ОСНОВНОГО КАПІТАЛУ
НА РІЗНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РІВНЯХ ЕКОНОМІКИ

Розглянуто вплив макроекономічних показників на розвиток країни, досліджено динаміку інвестування в основний капітал на макро-, мезо- та мікрорівнях. Сформовано та розглянуто структуру та основні макроекономічні показники держави та інвестицій на регіональному рівні. Визначено важливість інвестування коштів у основні засоби на всіх економічних рівнях держави. Загальні показники мають низхідну тенденцію станом на кінець 2018 року. В цілому, структура використання інвестицій не є позитивною та потребує подальшого реформування та активізації інвестиційної діяльності у всі сектори економіки як зі сторони держави, так і зі сторони інвесторів (вітчизняних та закордонних) та підприємців.

Ключові слова: основний капітал, капітальні інвестиції, фінансування основного капіталу, рівні економіки, показники інвестування.

АНАЛИЗ ФИНАНСИРОВАНИЯ ОСНОВНОГО КАПИТАЛА
НА РАЗНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УРОВНЯХ ЭКОНОМИКИ

Апанасенко В.С.

Рассмотрено влияние макроэкономических показателей на развитие страны, исследована динамика инвестирования в основной капитал на макро-, мезо- и микроуровнях. Сформирована и рассмотрена структура и основные макроэкономические показатели государства и инвестиции на региональном уровне. Определены важность инвестирования в основные средства на всех экономических уровнях государства. Общие показатели имеют нисходящую тенденцию по состоянию на конец 2018 года. В целом, структура использования инвестиций не является положительной и требует дальнейшего реформирования и активизации инвестиционной деятельности во все сектора экономики как со стороны государства, так и со стороны инвесторов (отечественных и зарубежных) и предпринимателей.

Ключевые слова: основной капитал, капитальные инвестиции, финансирование основного капитала, уровне экономики, показатели инвестирования.

ANALYSIS OF FINANCING OF BASIC CAPITAL
IN DIFFERENT ECONOMIC LEVELS OF ECONOMY

Apanasenko V.

The article discusses about examines the impact of macroeconomic indicators on the country's development, and investigates the dynamics of investment in fixed capital at macro, meso and micro levels. The structure and main macroeconomic indicators of the state and investments at the regional level were formulated and considered. It is described the importance of investing in fixed assets at all economic levels of the state. The general indicators have a downward trend by the end of 2018. In general, the structure of investment use is not positive and requires further reformation and intensification of investment activity in all sectors of the economy, both from the state side and from the side of investors (domestic and foreign) and entrepreneurs.

Keywords: fixed capital, capital investments, financing of fixed capital, level of economy, investment indicators.

Постановка проблеми. Динаміка основного капіталу і його накопичення в Україні зумовлюються загальноекономічними факторами. В початковий період кардинального реформування економіки держави визначальний вплив має економічний спад у всіх сферах економіки, що, в свою чергу, зумовило обвальне падіння виробництва і ВВП, порушення законності всього суспільного відтворення і основного капіталу зокрема, різке скорочення його накопичення. Процесу накопичення основного капіталу являє

собою певну складність у зв'язку з відсутністю точної порівнянної інформаційної бази на всіх рівнях управління – від підприємства до національної економіки, що і зумовило дослідження теоретичних аспектів накопичення основного капіталу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Використання основного капіталу на різних економічних рівнях та заходи щодо ефективності використання основного капіталу на макrorівні розглянуто у працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених: З.Н. Бори-

сенко, В.О. Вишневецький, В.Є. Козак, О.Є. Кузьмін, Е.В. Лапін, Й.М. Петрович, А.Е. Фукс. Найбільше уваги науковці приділяли визначенню показників ефективності використання основних виробничих засобів та встановленню можливостей їх відтворення; інвестування в оновлення основних засобів; лібералізації амортизаційної політики.

Економічна природа та місце власності в економічній системі досліджували такі видатні економісти свого часу, як: А. Сміт, Д. Рікардо, Ж. Сей, К. Маркс, А. Маршалл, А. Картер та інші вчені-економісти. Згодом основні положення теорії людського капіталу були доповнені західними науковцями. Значний внесок у розробку теорії, методології й практики підвищення ефективності відтворення і використання основного капіталу на мезорівні досліджувалися в працях українських економістів: А. Геєця, Б. Кваснюка, С. Мочерного, Ю. Ніколенка, А. Поручника, Н. Редіної, А. Чухна.

Проблемам використання основного капіталу, вибору способів підвищення ефективності його використання присвятили свої праці: Д. Норт, Й. Шумпетер, М. Кондратьєв, Р. Коуз, Н. Нельсон, С. Вінтер, О. Тоффлер, Г. Хакен, Г. Менш, І. Пригожин, П. Нійкамп, Л. Абалкін, Д. Львов, С. Глазьев та інші автори. Віддаючи належне розробкам вітчизняних та зарубіжних вчених, слід зазначити, що й надалі залишається чимало невирішених проблем, котрі вимагають поглибленого дослідження і вироблення методичних підходів, зокрема відносно дослідження процесів модернізації основного капіталу, більш детального дослідження потреби питання його комплексної оцінки на макро-, мезо-, та мікрорівнях.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз стану та використання основного капіталу і динаміки процесів інвестування в основний капітал. в нього з різних джерел, оцінка ефективності цих процесів та обґрунтування напрямів активізації інвестиційної діяльності в Україні і посилення її позитивного впливу на динаміку економічного зростання на різних економічних рівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проблеми модернізації та інноваційного розвитку економіки передбачають пошук нових підходів до практичної реалізації оновлення основного капіталу.

Нагромадження капіталу завжди персоналізоване і реалізується через діяльність господарюючих суб'єктів, якими можуть виступати окремі підприємства, об'єднання підприємств, галузь, регіон, держава. Нагромадження капіталу, як певного виду діяльності, уособлює всю сукупність дій суб'єктів нагромадження з постійного збільшення масштабів використання суспільного капіталу, а також дій щодо налагодження економічного механізму функціонування сфери нагромадження капіталу. Зазначений економічний механізм передбачає існування системних заходів зі стимулювання, фінансування, управління, регулювання процесу нагромадження капіталу.

Основою розвитку будь-якої країни є активізація інвестування в основний капітал підприємств. Економічна діяльність суб'єктів господарювання, рівень їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках визначається значною мірою станом основних засобів, які є основою виробничого процесу підприємства.

Для досягнення економічної стабільності в Україні необхідно вирішити проблеми, пов'язані з управлінням

розвитком інвестиційного процесу. Зокрема, недостатньо з'ясовано є роль державного управління інвестиціями як одного з важливих елементів механізму економічного регулювання. Через недостатнє державне управління, відсутність серйозних економічних важелів підтримки виробничих та фінансових структур Україна втрачає необхідні їй інвестиційні ресурси на структурну переорієнтацію економіки.

Інвестування в основний капітал, як відомо, визначає перспективу розширеного відтворення та інноваційного розвитку економіки будь-якої держави. Тому одним з найважливіших факторів переходу до нового етапу – періоду економічного зростання і фундаментальної структурної перебудови економіки держав – учасниць Співдружності Незалежних Держав, ефективності їх взаємодії в період виходу з економічної кризи, стабілізації і підйому національної економіки – є розвиток міждержавної інвестиційної діяльності [1].

Ці питання є стратегічними і загальними для всіх держав незважаючи на те, що в кожній з них є свої особливості, що вимагають тактичної конкретизації і прив'язки до реальних національних умов.

Інвестиційна активність в кожній державі у вирішальній мірі визначається можливостями і поведінкою національних інвесторів, проте велика роль і міждержавного співробітництва в цій сфері. Значний спад виробництва та інвестиційної активності вимагають особливого підходу.

Тому основним напрямком ефективної економічної політики зараз може стати інвестиційна підтримка пілотних секторів та стратегічних програм реальної економіки з метою загальної стабілізації та поживлення виробництва.

Оскільки можливості по реалізації стратегічних програм розвитку країни залежать від рівня доходів бюджету, а основними індикаторами національного розвитку є макроекономічні показники, то цілком доцільним буде вивчення особливостей впливу останніх [2], на обсяги капітальних інвестицій за останні роки (табл. 1) [3].

Як свідчать дані таблиці, впродовж 2015–2018 рр. спостерігається зниження обсягу капітальних інвестицій на макрорівні у 1,15 рази у 2018 р. порівняно із 2017 р., що ілюструє негативні тенденції стосовно здійснення капіталовкладень у даному періоді. Варто зазначити, що у 2018 р. відбувається падіння рівня капітальних інвестицій майже за усіма видами економічної діяльності господарюючих суб'єктів, чого не спостерігалось уже впродовж десяти років. Так, найвищий рівень падіння капітальних інвестицій – у сільському господарстві – у 1,4 рази, будівництві – у 1,1 рази, оптово-роздрібній торгівлі – у 1,35 рази, освіті – у 1,1 рази, охороні здоров'я – у 1,5 рази, у сфері телекомунікацій та інформатизації майже у 2 рази. Дана ситуація зумовлена низкою дестабілізуючих чинників, зокрема, затяжною політичною кризою; непродуманою фінансовою та бюджетною політикою; неефективними реформами банківської системи; економічною нестабільністю; посиленнями інфляційними очікуваннями; геополітичними проблемами із Російською Федерацією; недієздатною системою регулювання курсу національної валюти; дефіцитом кредитних ресурсів, що призводить до зниження витрат на оновлення виробничого потенціалу суб'єктів господарювання, галь-

мування у запровадженні інноваційних технологій та унеможливленні будь-які позитивні зрушення щодо розширеного відтворення основного капіталу підприємств реального сектора економіки.

Проте, у 2018 р. зберігається загальне пошкваллення інвестиційної діяльності в контексті нарощування капітальних вкладень. Так, капітальні інвестиції в 2018 році зменшуються на 15,95%. В розрізі видів економічної діяльності зростання демонструють сільське, лісове та рибне господарство – у 1,4 рази, що дозволяє стверджувати про відносно відновлення політики фінансування капітальних вкладень та свідчить про адаптацію підприємств даних галузей до вітчизняних реалій. За іншими видами економічної діяльності впродовж 2018 р. спостерігається подальше падіння обсягу капітальних інвестицій, що є загрозливим процесом, який звужує і без того вузькі інвестиційні можливості та не створює прерогатив для реновації основного

капіталу суб'єктів господарювання, що функціонують у даних галузях.

Аналіз обсягів капітальних інвестицій на макрорівні за джерелами фінансування (табл. 2) свідчить, що частка власних коштів підприємств та організацій є найвищою у структурі інвестицій – складає більше 45%. Зменшилась частка капітальних інвестицій за рахунок кредитів банків та інших позик [3].

Незначна частка іноземних інвестицій (за даними попередніх років) обумовлена несприятливим інвестиційно-підприємницьким кліматом та високою конкуренцією у світі за інвестиційні ресурси. Тому недостатні обсяги іноземних інвестицій не в змозі вирішити проблеми забезпечення соціально-економічного розвитку України. До того ж, вони спрямовуються у ті галузі економіки, які можуть гарантувати відносно швидкий економічний результат – банківську сферу, переробку, харчову промисловість та інші. Для більш повного

Таблиця 1. Капітальні інвестиції до реального сектора економіки за видами економічної діяльності 2015–2018 (січень-червень)

Усього	2015	2016	2017	2018 січень- червень	Відхилення базисного періоду від останнього звітнього періоду (у відсотках)
	4334225	4324071	6126758	2574896	-15,95%
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	456541	563450	1481224	417379	-43,64%
Сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг	400050	491918	1433936	373236	-47,94%
Лісове господарство та лісозаготівлі	53816	70108	40374	39342	94,89%
Рибне господарство	2675	1424	6914	4801	38,88%
Промисловість	1869427	1282332	1547774	973350	25,77%
Будівництво	1154889	1167742	1516560	697792	-7,98%
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	132015	182019	367661	119245	-35,13%
Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт	25759	11269	21904	14919	36,22%
Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	67734	130730	267350	79809	-40,30%
Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами	38522	40020	78407	24517	-37,46%
Транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність	75202	144715	189952	94061	-0,96%
Наземний і трубопровідний транспорт	55671	131026	168805	89973	6,60%
Тимчасове розміщування й організація харчування	3832	4507	7685	1665	-56,67%
Інформація та телекомунікації	4087	11326	8209	724	-82,36%
Телекомунікації (електрозв'язок)	849	3958	6675	277	-91,70%
Операції з нерухомим майном	79308	81777	75132	25118	-33,14%
Професійна, наукова та технічна діяльність	6819	7612	5990	1769	-40,93%
Діяльність у сферах права та бухгалтерського обліку, архітектури та інжинірингу, технічні випробування та дослідження	6200	6824	4394	1547	-29,59%
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	64494	162016	13366	8089	21,04%
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	408587	620298	720211	168522	-53,20%
Освіта	29822	36070	67267	28483	-15,31%
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	37564	51147	114628	26505	-53,75%
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	9240	6906	9701	5863	20,87%

¹ Дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: складено автором на підставі [2]

аналізу необхідно розглянути капітальні інвестиції за регіонами.

Таблиця 2. Структура капітальних інвестицій в основний капітал за січень-червень 2018

Усього	Використано капітальних інвестицій	
	тис. грн	у % до загального обсягу
	2574896	100
у т. ч. за рахунок		
коштів державного бюджету	28482	1,1
коштів місцевих бюджетів	191716	7,4
власних коштів підприємств та організацій	1189369	46,2
кредитів банків та інших позик	470717	18,3

Джерело: складено авторами на підставі [1]

Згідно даних Державного комітету статистики, в першому кварталі 2018 року освоєно 89 млрд грн капітальних інвестицій (без урахування тимчасово окупованих Криму, Севастополя і частини зони проведення операції Об'єднаних сил (в минулому АТО), що на 37,4% більше від обсягу капітальних інвестицій за відповідний період 2017 року.

У регіональному розрізі (на мезорівні) найбільше збільшення капітальних інвестицій в основні засоби спостерігається в першому кварталі 2018 року, в порівнянні з аналогічним періодом 2017 року, зафіксовано в Донецькій (в 2,3 разу), Чернігівській (вдвічі), Житомирській (на 64,6%) областях і Києві (на 61,1%).

Згідно зі статистикою представленою Державним комітетом статистики, капітальні інвестиції за звітний період зменшилися в Луганській (на 23,9%), в Чернівецькій (на 0,5%) областях.

У галузевому розрізі найбільше зростання капітальних інвестицій в першому кварталі поточного року зафіксовано на підприємствах інформації та телекомунікацій – вдвічі, фінансової і страхової діяльності – на 80,2%, транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності – на 69,3%.

Водночас у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування падіння капітальних інвестицій становило 3,1% і будівництві – на 3,4%.

Головним джерелом фінансування капітальних інвестицій залишаються власні кошти підприємств та організацій, за рахунок яких фінансується 76,2% загального обсягу.

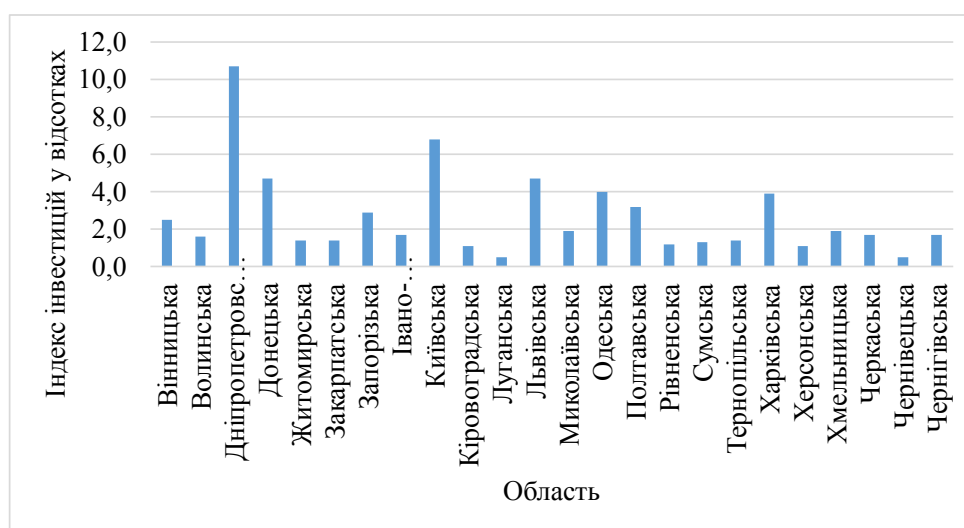
Вагому частку капітальних інвестицій вкладено в машини, обладнання та транспортні засоби – 49,3%, в будівлі та споруди – 38,2% всіх інвестицій.

На капітальний ремонт активів спрямовано 5 млрд грн капітальних інвестицій (5,7% загального обсягу).

Дані стосовно капітальних інвестицій на регіональному рівні за 2 квартали 2018 року представлено на рис. 1 [5].

У січні-червні 2018 року підприємства та організації України використали 206,9 млрд грн капітальних інвестицій, що на 26,5% більше, ніж за аналогічний період 2017 року. Про це йдеться в пояснювальній записці до проекту Державного бюджету України на 2019 рік.

Найбільше зростання було зафіксовано в сферах інформації та телекомунікації – на 64,9%, в сферах транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності – на 61,1%, сферах фінансової та страхової діяльності – на 47%, галузях оптової та роздрібною торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів – на 46,4%. Значними темпами зросли обсяги капітальних інвестицій також в промисловість – на 34,4%. Частка капітальних інвестицій за рахунок кредитів банків та інших позик зросла з 5,2% за I півріччя 2017 року до 7,5% в I півріччі 2018 року, коштів державного і місцевих бюджетів зросла на 0,1%



1 Дані вказано у відсотках до загального обсягу використаних капітальних інвестицій

2 Дані вказано без урахування м. Київ з огляду на естетичний вигляд таблиці (м. Київ – 36,2%)

Рис. 1. Капітальні інвестиції на мезорівні за січень-червень 2018 року

Джерело: складено авторами на підставі [1]

в порівнянні з торішнім періодом і склав 0,9%. При цьому основним джерелом капітальних інвестицій залишаються власні кошти підприємств та організацій, частка яких склала 75,4% від загального обсягу в січні-червні 2018 з порівнянні з 74,3% в січні-червні 2017 року.

Загалом слід зазначити, що починаючи з 2008 р. відбувалося зниження інвестиційної активності, яке спостерігається й досі та свідчить про наявність проблем у сфері фінансового забезпечення інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств. Значне уповільнення темпів оновлення основного капіталу значною мірою стало наслідком світової фінансово-економічної кризи, що призвело до обвального згортання інвестиційної діяльності в Україні. Зокрема, у 2009 р. обсяги інвестування в основний капітал скоротились більш ніж на 41,5% порівняно з 2008 р. Процес відновлення інвестиційної активності у після кризовий період розпочався із суттєвим відставанням від динаміки економічного зростання. Лише у 2011 р. вдалося забезпечити приріст обсягу капітальних інвестицій, що становив 23,9% порівняно з 2010 р., проте ця цифра виглядає вагомою лише через низьку базу порівняння. Утім вже у 2013 р. відбулося скорочення обсягу капітальних вкладень на 15,8 млрд грн у порівнянні із 2012 р. та було освоєно 247,9 млрд грн [4]. Зберігається негативна тенденція і в 2014 р., зокрема здійснено капітальних інвестицій на 18% менше від обсягу капітальних інвестицій 2013 р. У 2018 році, безумовно, значний вплив на динаміку інвестиційних процесів здійснювала політична нестабільність та невизначеність зовнішньоекономічного вектору розвитку України [5]. У сукупності із неефективною диференційованою політикою державної підтримки експортно-орієнтованих галузей та відсутності дієвих механізмів міжгалузевого переливання капіталу і стимулювання реінвестування прибутків, отриманих експортними галузями завдяки високим світовим цінам, це призвело до суттєвого звуження фінансових можливостей інвестиційного розвитку вітчизняних промислових підприємств.

З метою підвищення інвестиційної привабливості та ефективності використання основного капіталу на мікрорівні, виникає необхідність в координації дій держави і господарського сектору щодо вироблення загальноприйнятних дій для покращення існуючої ситуації. На думку автора, необхідно:

- визначити ключові напрямки і механізми мобілізації існуючих і залучення додаткових інвестиційних ресурсів для реалізації регіональних інвестиційних програм;
- встановити пріоритетність проектів, що мають високу значущість, швидку окупність і вигідність з погляду створення нових робочих місць і надходжень «швидких грошей» у місцевий бюджет;
- формувати та здійснювати популяризацію сприятливого для інвесторів іміджу регіону;
- провести реструктуризацію та оптимізацію неефективних виробництв у регіоні;

1. Кулінич О.А. *роль зовнішньої торгівлі в економічному розвитку в умовах ринкової трансформації: дисертація на здобуття наукового ступеня канд. ек. наук: 08.01.01. Харків 2016 р.*

2. Маслій Н.Д., Дем'янчук М.А. *Дослідження зв'язку між макроекономічними показниками розвитку країни та податковими надходженнями. Економічний форум. Луцьк, 2017. № 1. С. 19–25.*

– сприяти формуванню і розвитку інноваційної діяльності, яка забезпечить сталий науково-технічний прогрес та створення конкурентоспроможного виробництва, що, своєю чергою, сприятиме прискореному технологічному переоснащенню виробництва.

У виробничій сфері західного регіону для підвищення ефективності використання основного капіталу, автор пропонує здійснити такі заходи:

- підвищити ефективність використання основних засобів і відповідно фондовіддачі повнішим завантаженням обладнання і вчасного та висококваліфікованого нагляду за його роботою;
- забезпечити зниження показника фондомісткості за рахунок збільшення обсягів виробництва і реалізації продукції шляхом підвищення її якості, чи випуску нової;
- провести вчасне і якісне технічне переоснащення, модернізацію або реконструкцію виробництва для запобігання моральному і фізичному зношенню основних засобів;
- впровадити нову техніку і технології, що ґрунтуються на інноваційній основі;
- підвищити рівень використання амортизаційних відрахувань як вагомого джерела власних інвестиційних ресурсів.

Отже, коли йдеться про основні засоби, обов'язково виникає питання про ефективність їх використання і застосування. Ефективне їх використання є дуже важливим економічним завданням. Його вирішення означає збільшення виробництва необхідної суспільству продукції, підвищення віддачі створеного виробничого потенціалу і більш повне задоволення потреб населення, поліпшення балансу обладнання в країні, зниження собівартості продукції, зростання рентабельності виробництва, отримання прибутків підприємств.

Висновки. Підсумовуючи результати дослідження можна зробити висновок, що структура інвестиційних ресурсів, на всіх економічних рівнях, не є оптимальною. У нинішній ситуації інвестиції здебільшого здійснюються за рахунок коштів вітчизняних підприємств (72%). На другому місці є кошти населення та кредити банківських установ. Суттєво зменшились іноземні інвестиції та зовсім незначним є інвестування за рахунок коштів державного бюджету. З урахуванням цього особливу увагу Уряду має бути спрямовано на підтримку діяльності вітчизняних компаній шляхом сприяння малому і середньому бізнесу. Вимагає додаткового дослідження інвестиційний потенціал населення, передусім українських мігрантів. Незадовільний стан справ у сфері іноземного інвестування є відбиттям несприятливого інвестиційного клімату і потребує також кардинального вдосконалення державної політики в цій сфері.

Загалом, між усіма джерелами інвестування простежується взаємозалежність щодо використання їх у сучасних умовах. Лише в комплексі вони утворюють систему фінансового забезпечення інвестиційної діяльності в Україні на всіх економічних рівнях.

3. Інструкція щодо складання форм державних статистичних спостережень № 2 «Звіт про капітальні інвестиції» та № 1 «Звіт про інвестиції в основний капітал» № 476 від 9 жовтня 2006 р. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

4. Макконнелл К., Брю С. Економіка: принципи, проблеми, політика. Пер. з англ. 20-го вид. К.: 2014. 785 с.

5. Наказ державного комітету статистики України «Про затвердження Методики розрахунку індексу капітальних інвестицій» від 25 грудня 2009 р. № 494. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

6. Кравченко О.В. Оцінка інвестиційної активності промислових підприємств в Україні. Ефективна економіка, вид. № 10 від 10.05.18. URL: <http://www.investplan.com.ua/>

7. Методика розрахунку індексів основних засобів за первісною (переоціненою) вартістю. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

E-mail: masliy.natalia@gmail.com

УДК 330.34:658

Кравчун А.С.

кандидат наук з державного управління, здобувач,
Класичний приватний університет

МЕТОДОЛОГІЯ ПРОСТОРОВОГО АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЛАНДШАФТУ УКРАЇНИ

Стаття присвячена дослідженню особливостей формування вітчизняного інвестиційного ландшафту на основі просторового підходу. Обґрунтовано суть поняття «Інвестиційного ландшафту» як упорядкованої просторової структури, що характеризує зміну інвестиційних реалій визначеної території. Прийнято, інвестиційний ландшафт будь-якої територіальної одиниці можна описати наступними показниками: обсяг капітальних інвестицій; обсяг прямих іноземних інвестицій; обсяг фінансових вкладень підприємств, охарактеризовано їх вагомість та роль у структурі. Досліджено динаміку зміни компонентів інвестиційного ландшафту України за 2010–2017 роки. Побудовано тривимірне подання інвестиційного ландшафту, яке продемонструє його структуру та дає можливість виявити зони, що потребують згладження за рахунок застосування засобів і технологій фінансової компенсації, механізмів територіального перерозподілу інвестиційних ресурсів, також за допомогою пошуку інструментів усунення недоліків інвестиційного образу окремих територій.

Ключові слова: інвестиційний ландшафт, динаміка, структура, просторовий підхід, капітальні інвестиції, іноземні інвестиції, фінансові вкладення підприємств.

МЕТОДОЛОГІЯ ПРОСТРАНСТВЕННОГО АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОГО ЛАНДШАФТА УКРАИНЫ

Кравчун А.С.

Статья посвящена исследованию особенностей формирования отечественного инвестиционного ландшафта на основе пространственного подхода. Обосновано суть понятия «Инвестиционного ландшафта» как упорядоченной пространственной структуры, характеризующий изменение инвестиционных реалий определенной территории. Принято, инвестиционный ландшафт любой территориальной единицы можно описать следующими показателями: объем капитальных инвестиций; объем прямых иностранных инвестиций; объем финансовых вложений предприятий, охарактеризованы их значение и роль в структуре. Исследована динамика изменения компонентов инвестиционного ландшафта Украины за 2010–2017 годы. Построено трехмерное представление инвестиционного ландшафта, которое продемонстрировало его структуру и дает возможность выявить зоны, требующие сглаживания за счет применения средств и технологий финансовой компенсации, механизмов территориального перераспределения инвестиционных ресурсов, также с помощью поиска инструментов устранения недостатков инвестиционного образа отдельных территорий.

Ключевые слова: инвестиционный ландшафт, динамика, структура, пространственный подход, капитальные инвестиции, иностранные инвестиции, финансовые вложения предприятий.

METHODOLOGY OF THE SPATIAL ANALYSIS
OF THE INVESTMENT LANDSCAPE OF UKRAINE

Kravchun A.

The article is devoted to the study of the peculiarities of the formation of the domestic investment landscape based on the spatial approach. The essence of the "Investment Landscape" concept as an ordered spatial structure, characterizing the change in investment realities of a certain territory, is grounded. Accepted, the investment landscape of any territorial unit can be described by the following indicators: the volume of capital investments; foreign direct investment; the volume of financial investments of enterprises, characterized their importance and role in the structure. The dynamics of changes in the components of the investment landscape of Ukraine for the years 2010–2017 is investigated. To visualize the recall of the surface of the investment landscape, we used the MATLAB system. A three-dimensional representation of the investment landscape was built, which demonstrated its structure and makes it possible to identify areas requiring smoothing through the use of funds and technologies for financial compensation, mechanisms for territorial redistribution of investment resources, also by searching for tools to eliminate the deficiencies of the investment image of individual territories.

Keywords: investment landscape, dynamics, structure, spatial approach, capital investment, foreign investment, financial investments of enterprises.

Постановка проблеми. Інвестиційний ландшафт є однією з найважливіших складових економічного розвитку будь-якої території та охоплює усі галузі національної економіки тим самим забезпечуючи технічний прогрес. Вкрай важливим аспектом дослідження інвестиційного середовища є виявлення та аналіз територіальної неоднорідності. А саме застосування ландшафтного підходу дозволяє виявити просторові взаємозв'язки між усіма його складовими, оскільки базується на формуванні інвестиційної інфраструктури, що одночасно об'єднує окремі території та джерела фінансування [1]. Враховуючи необхідність комплексного підходу до вивчення інвестиційного ландшафту, виявлення тенденцій його розвитку, ми вважаємо за доцільне застосувати просторовий аналіз. Методи просторового аналізу дають можливість досліджувати інвестиційне середовище на основі його структурних складових та їх властивостей. Спираючись на результати просторового аналізу можна розробляти проекти збалансованого територіального інвестиційного розвитку, моделювати та прогнозувати розвиток окремих економічних сфер.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інвестиційна діяльність завжди була у центрі уваги багатьох зарубіжних та вітчизняних науковців, тому наукових робіт із цього напрямку досить багато. Зокрема, дослідженню сучасних тенденцій інвестиційної діяльності присвячені праці таких вчених як, А.В. Суханова, О.А. Прокопчук, Є.Ю. Мордань, К.С. Закорко [2] та інші. Особлива заслуга у теоретичному обґрунтуванні організації економічного простору належать відомому німецькому економісту Августу Льюша [3]. Проблемі просторового розвитку економічних територій присвячені праці таких науковців як, Н.И. Кожухов, Л.И. Кожухова, Н.Я. Крупинин, Ю.Ю. Павлюк [4], П.Я. Дегтярьов [5], Т.В. Пепа [6] та інші. Питанням оцінки інвестиційного ландшафту окремих територій та аналіз факторів, що впливають на приток та відтік інвестицій займався Д.В. Кораблев [1]. Та не дивлячись на значний науковий доробок у даній сфері, все ж таки дослідження інвестиційної діяльності на основі просторового аналізу є досить новими, актуальними та потребують подальших систематичних досліджень.

Постановка завдання. Дослідити особливості формування вітчизняного інвестиційного ландшафту на основі просторового підходу.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день дуже актуальною залишається проблема структурування економічного простору, яке доцільно проводити за допомогою ландшафтного підходу. Який базується на дослідженні та структуруванні економічного простору окремих територій. Детальний аналіз територіального економічного простору дозволить виявити проблеми пов'язані із розвитком окремих галузей економіки, специфіку їх інвестуванням, конкурентні переваги та взаємозв'язок між різногалузевими просторовими структурами. Застосуємо ландшафтний підхід до аналізу вітчизняної інвестиційної реальності.

Залежно від області дослідження науковці розглядають ландшафт з різних сторін, відповідно до їх видових похідних, а саме природний, антропогенний, культурний та економічний [3]. Аналізуючи існуючий понятійний апарат щодо визначень суті базовий понять на основі взаємозв'язків між основними їх складовими, обґрунтовано суть поняття «Інвестиційного ландшафту», що представлено на рис. 1.

Відповідно до наукових досліджень Августа Льюша [3], який є основоположником теорії організації економічного простору, під економічним ландшафтом він розуміє «переплетення ринкових зон різних товарів і послуг». У теорії Льюша економічний ландшафт неоднорідний за своєю природою та передбачає формування різного роду економічних сфер. Однією із таких економічних сфер є сфера інвестиційної діяльності, яку можна досліджувати в межах окремих регіонів, галузей народного господарства так і на загальнодержавному рівні. Інвестиційний простір, як і економічний в цілому, можна структурувати залежно від реалізації економічних інтересів та відповідних їм сфер діяльності. Територіальне інвестиційне планування на основі ландшафтного підходу є одним із пріоритетних напрямків розвитку конкурентних переваг окремих територій (регіонів) та країни в цілому.

Розглядаючи вітчизняний економічний простір як своєрідний інвестиційний ландшафт, варто враховувати обмежуючі фінансові фактори просторового порядку. Тобто мається на увазі обмеженість фінансових ресурсів держави та окремих підприємств. У роботі [3] доведено, що окрема територія (державна, регіон, підприємство) зазвичай знаходиться у межах визначеного економічного ландшафту. А отже, даний

факт впливає на коливальні зміни обсягів інвестиційних ресурсів. Застосування інвестиційно-просторового підходу до розміщення інвестиційних ресурсів дозволить збалансувати їх територіальний розподіл.

Просторовий ландшафтний підхід передбачає вивчення структури інвестиційного ландшафту і виділення територіальних одиниць, що дозволить виявити найбільш перспективні. Тож, важливим моментом є аналіз структури інвестиційного ландшафту, а саме усієї сукупності внутрішніх взаємозв'язків між його складовими. Єдність та цілісність ландшафту забезпечується саме існуванням постійних та стійких взаємозв'язків. Інвестиційний ландшафт під впливом різноманітних чинників постійно змінюється. Трансформації обумовлені відповідними стратегічними державними напрямками розвитку економічної системи в цілому та станом її розвитку у певний період. Відповідно до [1] інвестиційний ландшафт (LI) будь-якої територіальної одиниці можна описати наступними показниками:

- обсяг капітальних інвестицій (KI);
- обсяг прямих іноземних інвестицій (Piі);
- обсяг фінансових вкладень підприємств (Vк).

Зазначені вище показники описують динаміку інвестиційного ландшафту України, їх взаємодію представлено на рис. 2.

Саме обсяги капітальних та іноземних інвестицій становлять основу інвестиційної діяльності будь-якої території (країни чи регіону). Також вкрай важливими є фінансові вкладення підприємств, адже вони спрямовані саме на розвиток підприємницької діяльності. Зростання обсягів капітальних інвестицій та власних вкладень підприємств у своїй більшості направлені на оновлення основних засобів, впровадження новітніх інформаційних технологій, інновацій та управлінського досвіду, забезпечуючи цим стабільний розвиток як підприємства так і галузі в цілому. А зростання обсягів прямих іноземних інвестицій сприяє покращенню інвестиційної позиції країни на міжнародній арені та зменшенню зовнішнього боргу країни.

Наведемо динаміку зміни усіх компонентів інвестиційного ландшафту України за останні вісім років (рис. 3). Обсяги капітальних вкладень та прямих іноземних інвестицій в економіку України досліджуються нами у попередніх наукових працях, тому у даному дослідженні приділимо більше уваги аналізу обсягів

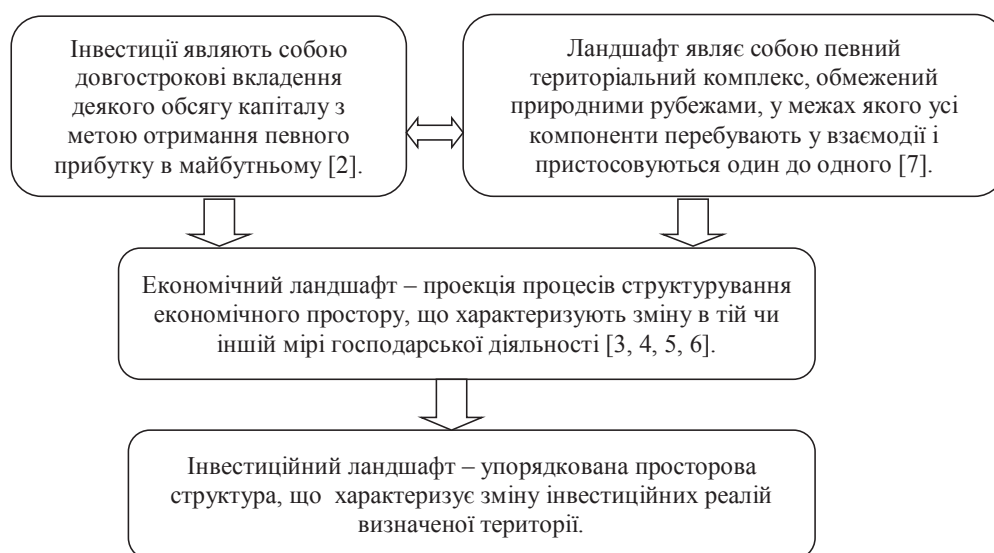


Рис. 1. Конструктивне визначення поняття «Інвестиційний ландшафт»

Джерело: запропоновано автором на основі [2; 3; 4; 5; 6; 7]

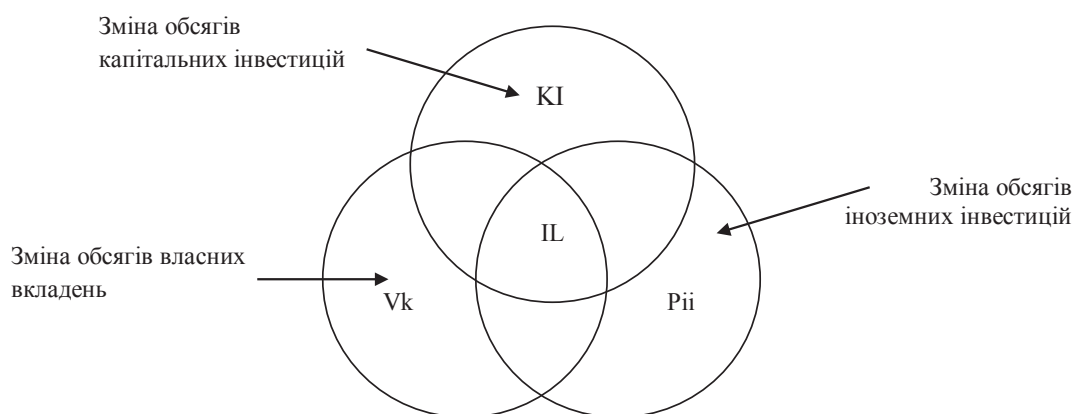


Рис. 2. Структура інвестиційного ландшафту України

Джерело: побудовано автором на основі [1]

фінансових вкладень підприємств. Обсяги фінансових вкладень підприємств мають зростаючу тенденцію.

Так у 2017 році вони зросли відносно 2016 року на 27,5% або на 62245,3 млн грн, а порівняно з 2010 роком у 2,51 рази. Щороку підприємства фінансували власне виробництво у середньому на 176337,3 млн грн, середнє лінійне відхилення складає 40592,1, що свідчить про незначне відхилення щорічних значень від середнього. Коефіцієнт варіації становить 29,21%, що менше за граничне значення ($v \leq 30\%$), а отже дискретний ряд обсягів фінансових вкладень підприємств є однорідним. Також можемо стверджувати про достатню однорідність часових рядів, що характеризують динаміку обсягів капітальних інвестицій та прямих іноземних інвестицій, оскільки значення коефіцієнту варіації складає 27,81% і 14,19% відповідно. Сукупність прямих іноземних інвестицій є найбільш однорідною та показує незначне відхилення від середнього значення.

Для здійснення якісного аналізу структури інвестиційного ландшафту України автор вважає за доцільне застосувати просторовий підхід. Оскільки одновимірний простір обмежує розуміння структури інвестиційного ландшафту, тому розглянемо його у тривимірному просторі. За даними [8, 9] побудуємо просторове подання структури поверхні інвестиційного ландшафту. Для візуалізації відклику поверхні інвестиційного ландшафту скористаємося системою MATLAB, результати графічного подання наведено на рис. 4.

Як видно з рис. 4, інвестиційний ландшафт обмежений своїми зовнішніми формами, а саме структурними складовими. Злам поверхні інвестиційного ландшафту України обумовлений стрімким відтоком іноземних інвестицій. Зменшення прямих іноземних інвестицій пов'язаний з рядом причин, однак основними з яких є війна на сході країни та відсутність дієвих зрушень. Та варто зазначити, що у 2017 році іноземні інвестиції незначно зросли (лише на 3,8%), що дає надію на подальше покращення інвестиційної ситуації в країні.

Просторова динаміка досліджуваних даних свідчить про незначне відновлення інвестиційної привабливості країни. Головна площина інвестиційного ландшафту утворюється завдяки зростанню обсягів капітальних інвестицій та фінансових вкладень підприємств. Структура багатовимірного простору інвестиційного ландшафту свідчить про його неоднорідність на основі сформованих різного роду інвестицій.

Для уточнення структури відклику поверхні розглянемо попарно показниками, що описують інвестиційний ландшафт України та побудуємо відповідні їм поверхні. На рис. 5 наведено поверхню двох складових, а саме обсягів капітальних інвестицій та власних коштів підприємств.

Дивлячись на отриману поверхню (рис. 5) структурних складових інвестиційного ландшафту, можна говорити про лінійну залежність капітальних інвестицій від обсягів фінансових вкладень підприємств. Порівнюючи їх темпи зростання бачимо, що вони майже аналогічні.

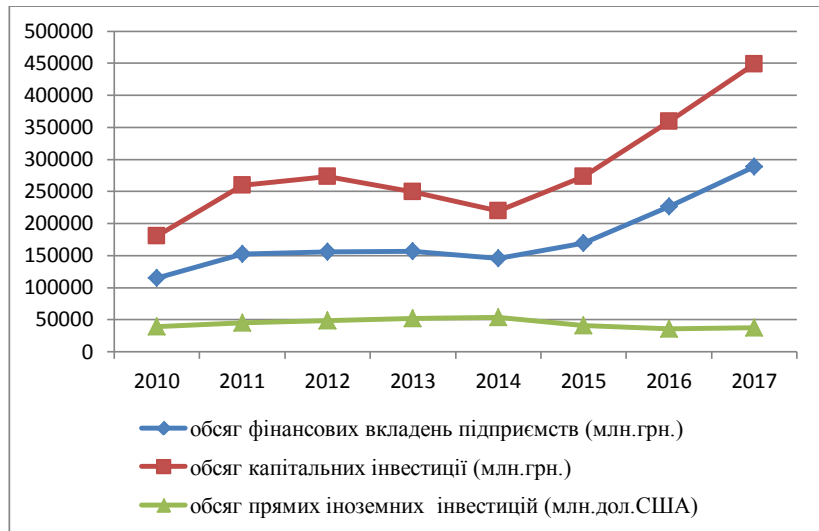


Рис. 3. Динаміка обсягів інвестиційних вкладень в економіку України

Джерело: побудовано автором за даними [8; 9]

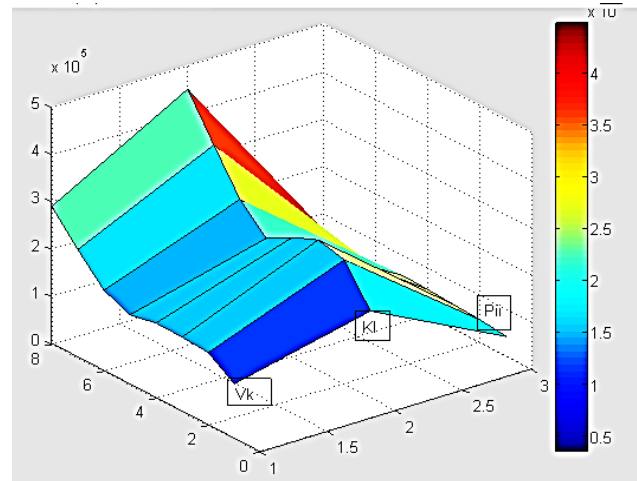


Рис. 4. Структура базового ландшафту інвестиційних процесів в Україні

Джерело: побудовано автором за даними [8; 9]

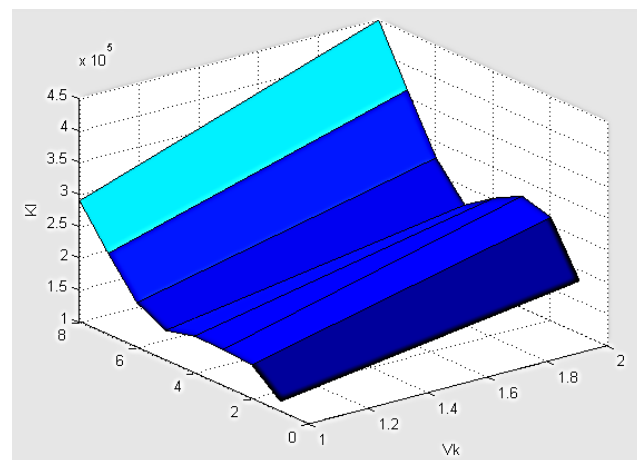


Рис. 5. Інвестиційний ландшафт: структурні складові Kl, Vк

Джерело: побудовано автором за даними [8; 9]

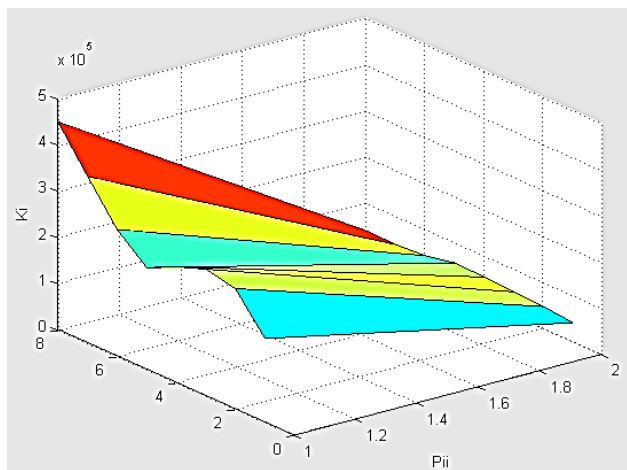


Рис. 6. Інвестиційний ландшафт: структурні складові KI, Pii

Джерело: побудовано автором за даними [8; 9]

На рис. 6 розглянемо наступну пару структурних складових інвестиційного ландшафту, а саме обсягів капітальних інвестицій та прямих іноземних інвестицій. Отримана поверхня є досить згладженою, характеризує зміну обсягів інвестування та відбиває співвідношення точок у часі. Інвестиційний ландшафт (рис. 6) демонструє гладку поверхню, що свідчить про незначні коливання у динаміці досліджуваних інвестицій.

На рис. 7 розглянемо ще одну пару відокремлених структурних складових інвестиційного ландшафту, а саме обсягів власних коштів підприємств та прямих іноземних інвестицій.

Аналізуючи рис. 6 та рис. 7 бачимо, що побудовані графіки є майже аналогічними, демонструють гладкі поверхні з незначним зломом, який зафіксовано на рівні 2014 року. Переломний період змінив динаміку обсягів інвестування та їх темпи зростання. Так після злому внутрішні інвестиції мають набагато швидші темпи зростання ніж іноземні інвестиції, що добре видно з отриманих поверхонь.

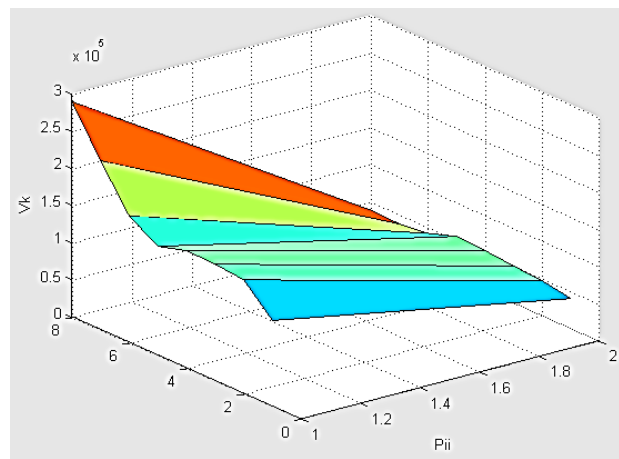


Рис. 7. Інвестиційний ландшафт: структурні складові Vk, Pii

Джерело: побудовано автором за даними [8; 9]

Висновки з проведеного дослідження. Запропонований підхід до аналізу просторового інвестиційного ландшафту дає змогу реально забезпечити системний характер досліджень територіального інвестування. Ландшафтний підхід дозволяє більш ґрунтовно та всебічно досліджувати суть інвестиційних процесів на територіальному рівні, налагоджувати та вирівнювати інвестиційні потоки у відповідності до сучасних економічних реалій. Тривимірне подання інвестиційного ландшафту наочно демонструє неоднорідність його структури та дає можливість виявити зони, які потребують згладження. Згладження інвестиційної неоднорідності можливе за рахунок застосування засобів і технологій фінансової компенсації та механізмів територіального перерозподілу інвестиційних ресурсів. А також за допомогою пошуку інструментів усунення недоліків інвестиційного образу окремих територій. Подальші дослідження будуть спрямовані на проведення просторового аналізу та побудову інвестиційного ландшафту за галузями вітчизняного народного господарства.

1. Кораблев Д.В. *Инвестиционный ландшафт макрорегиона дальнего востока. Финансовая аналитика: проблемы и решения. Экономика и экономическая наука.* 2013. № 29(167). С. 38–43. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/investitsionnyu-landshaft-makroregiona-dalnego-vostoka> (дата звернення: 26.08.18).

2. Мордань Є.Ю., Загорко К.С. *Сучасний стан інвестиційної діяльності в Україні. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.* С. 63–67. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-2-2017/16.pdf> (дата звернення: 15.08.2018).

3. Леш А. *Географическое размещение хозяйства.* Москва: Иностранная литература, 1959. 455 с.

4. Павлюк Ю.Ю. *Просторовий розвиток регіонально-економічних систем. Збірник наукових праць ВНАУ. Економічні науки.* 2011. № 2(53). С. 42–47. URL: <http://econjournal.vsau.org/files/pdf/1868.pdf> (дата звернення: 28.08.18).

5. Дегтярев П.Я. *Проблемы структурирования экономического пространства (ландшафтный подход). Региональная экономика. Проблемы теории и практики.* 2013. № 14(293). С. 55–59. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/problema-strukturirovaniya-ekonomicheskogo-prostranstva-landshaftnyu-podhod> (дата звернення: 28.08.18).

6. Пена Т.В. *Просторовий розвиток регіональних соціально-економічних систем в контексті державної регіональної політики. Держава та регіони. Серія. Державне управління.* 2009. № 2. С. 17–21.

7. Гуцуляк В.М. *Ландшафтно-геохімічне районування Чернівецької області. Науковий вісник Чернівецького університету. Вип. 587–588. Географія.* С. 7–12. URL: https://collectedpapers.com.ua/wp-content/uploads/2013/09/002_7_12_Guculak.pdf (дата звернення: 28.08.18).

8. *Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності – Офіційний сайт Державного комітету статистики.* URL: www.ukrstat.gov.ua.

9. *Капітальні інвестиції – Офіційний сайт Державного комітету статистики.* URL: www.ukrstat.gov.ua.

E-mail: kucherovahanna@gmail.com

УДК 336

Нагорний Є.О.

провідний фахівець з управління науковими проектами,
Інститут фінансового контролінгу
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ ТА КОНТРОЛЮ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ ДПП В УКРАЇНІ

У статті розглянуто основні аспекти моніторингу та контролю державно-приватного партнерства, визначено головні фактори формування ефективної системи моніторингу та контролю в ході здійснення державно-приватного партнерства. Досліджено функції моніторингу ризиків і зобов'язань, закріплених за публічним і приватним партнером в ході виконання проектів ДПП. Визначено чотири виміри регулювання проектів ДПП, всередині яких пропонується здійснювати коригувальні дії в ході виконання проектів. Проаналізовано провідні зарубіжні практики досліджуваного питання та визначено ті приклади, які є найбільш ефективними для вітчизняних реалій державно-приватного партнерства.

Ключові слова: державно-приватне партнерство (ДПП), державний партнер, приватний партнер, контроль проектів ДПП, моніторинг проектів ДПП, система моніторингу та контролю.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОНИТОРИНГА И КОНТРОЛЯ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ГЧП В УКРАИНЕ

Нагорный Е.А.

В статье рассмотрены основные аспекты мониторинга и контроля государственно-частного партнерства. Определены главные факторы формирования эффективной системы мониторинга и контроля в ходе осуществления государственно-частного партнерства. Исследованы функции мониторинга рисков и обязательств, закрепленных за публичным и частным партнером в ходе выполнения проектов ГЧП. Предложено на законодательном уровне внедрить «Положение об осуществлении контроля проектов ГЧП». Определены четыре измерения регулирования проектов ГЧП, внутри которых предлагается осуществлять корректирующие действия в ходе выполнения проектов. Проанализированы ведущие зарубежные практики изучаемого вопроса и определены те примеры, которые являются наиболее эффективными для отечественных реалий государственно-частного партнерства.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство (ГЧП), государственный партнер, частный партнер, контроль проектов ГЧП, мониторинг проектов ГЧП, система мониторинга и контроля.

IMPROVEMENT OF MONITORING AND CONTROL SYSTEM DURING REALIZATION OF PPP PROJECTS IN UKRAINE

Nagorni I.

The article deals with the main aspects of public-private partnership monitoring and control. The main factors of formation of effective system of monitoring and control during the implementation of public-private partnership are determined. The functions of risks and duties monitoring that assigned to public and private partner during the implementation of PPP projects are explored. It is proposed to introduce at the legislative level «Provisions about the control of PPP projects». Four dimensions of the regulation of PPP projects are identified, within which it is proposed to make corrective actions during project implementation. The leading foreign practices of the investigated issue are analyzed and those examples which are most effective for domestic realities of public-private partnership are defined.

Keywords: public-private partnership (PPP), public partner, private partner, control of PPP projects, monitoring of PPP projects, monitoring and control system.

Постановка проблеми. Співпраця держави та бізнесу є відносно новим форматом кооперації для вітчизняної економіки, проте у світовій практиці, вона є доволі популярним явищем і на даний момент вже довела свою ефективність. Поєднання фінансових та управлінських ресурсів має на меті покращення рівня ефективності економічних рішень та процесів, які мають соціально-важливе значення. Проте не завжди вдається досягти запланованих результатів, адже в ході

здійснення проектів можливим є наявність відхилень результату проектів в цілому. І в наслідок чого, ефективність і результативність інвестиційних проектів в цілому, та проектів ДПП зменшується, що не завжди задовольняє інтереси інвесторів та стейкхолдерів. Саме система контролю та моніторингу проектів покликана виявляти такі відхилення, та що не менш важливим причини цих відхилень, коригувати їх та приймати відповідні управлінські рішення, які будуть направлені на

оптимізації інвестиційної взаємодії державного та приватного партнера.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питання моніторингу та контролю проектів державно-приватного партнерства присвячені праці таких вчених як К. Казаренко, А. Гавриленко, В. Варнавський, С. Науменкова, Н. Бабяк, М. Соловійов, В. Кузьмін та інші. Незважаючи на високу значимість наукових робіт зазначених вчених, питання удосконалення моніторингу та контролю проектів ДПП саме в реаліях української економіки є малодослідженим і потребує подальших наукових доробок, що зумовило актуальність обраної теми.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення напрямів удосконалення системи моніторингу та контролю при інвестиційній взаємодії публічного та приватного партнера в ході здійснення державно-приватного партнерства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Моніторинг та контроль є важливими елементами при здійсненні будь-якого виду інвестиційної діяльності, і державно-приватне партнерство не є виключенням. Більше того, саме при тісній взаємодії державного та приватного партнера, чіткий контроль за використанням інвестиційних ресурсів є край необхідним. В ході здійснення проектів державно-приватного партнерства рекомендується здійснювати протягом всього терміну реалізації проекту ДПП, включаючи підготовку умов контролю проекту при розробці угоди про ДПП (процедури вирішення спорів і механізми коригування угоди) і стадію завершення проекту (контроль передачі активів та інші операції). Тільки за рахунок використання такої послідовності буде досягнуто максималь-

ного ефекту від впровадження системи моніторингу та контролю.

У порівнянні з державним/муніципальним замовленням, контроль проекту ДПП характеризується більшою тривалістю і складністю, забезпечуючи дотримання сторонами угоди про ДПП своїх зобов'язань.

Типову модель контролю проектів державно-приватного партнерства подано на рис. 1.

Контроль за дотриманням зобов'язань і ефективністю приватного партнера рекомендується виконувати як щодо процесу проведення робіт, так і в більшій мірі по відношенню до результатів, що досягаються на етапах проекту.

Контроль і аналіз діяльності приватного партнера в проекті може здійснювати на основі декількох джерел інформації:

– дані, що надаються приватним партнером – надає в органи публічної влади інформацію про виконання проекту. Регулярність уявлення, формат і зміст даної інформації повинні бути визначені в угоді про ДПП на підставі регламенту контролю проектів ДПП та інших нормативно-правових актів;

– дані незалежних експертних організацій та консультантів – незалежні експерти можуть бути залучені для збору і аналізу інформації про якість послуг, що надаються на відповідному проекту ДПП об'єкті інфраструктури.

– дані кінцевих споживачів – опитування і дослідження задоволеності споживачів є найбільш достовірним джерелом інформації про якість послуг інфраструктурного об'єкта.

Результати контролю діяльності приватного партнера можуть бути підставою для прийняття управлін-

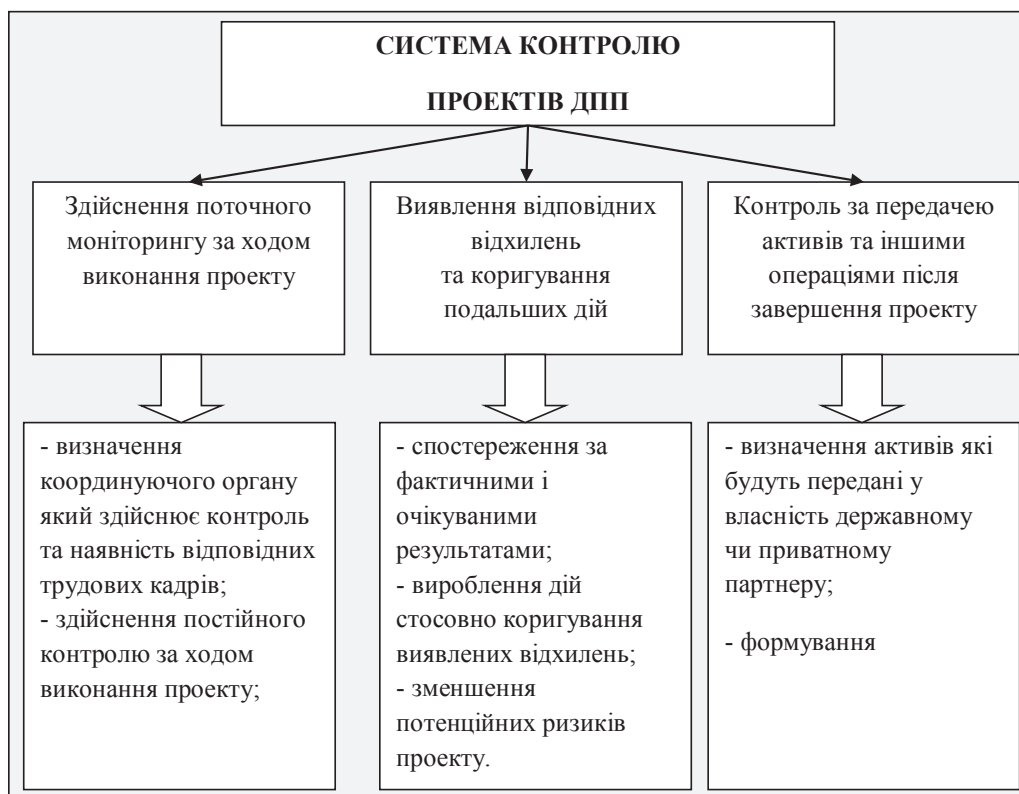


Рис. 1. Система контролю проектів державно-приватного партнерства

Джерело: систематизовано автором самостійно

ських рішень щодо коригування умов або дострокового розірвання угоди про ДПП.

До функцій моніторингу ризиків і зобов'язань, закріплених за публічним партнером, відносяться:

– спостереження за фактичними і очікуваними показниками потенційних загроз реалізації проекту для публічного партнера;

– зниження ймовірності настання ризиків, переданих публічній стороні;

– розробка заходів по усуненню нових ризиків, що виникають в процесі реалізації проекту

Також, на законодавчому рівні впровадити відповідне «Положення про здійснення контролю проектів ДПП». Відповідно до цього положення, до основних завдань контролю відносяться:

• забезпечення дотримання учасниками проекту та особами, які беруть участь в проекті, прийнятих зобов'язань по реалізації проекту;

• своєчасне виявлення ризиків, що впливають на можливість реалізації проекту, і підготовка пропозицій про реалізацію заходів щодо їх усунення;

• формування і консолідація даних про хід реалізації проектів;

• забезпечення ефективної взаємодії та координації діяльності учасників проекту та осіб, що беруть участь в проекті;

• інформаційна підтримка та висвітлення ходу реалізації проекту, в тому числі за допомогою організації та участі в громадських заходах.

Предметом контролю та моніторингу в ході здійснення проектів ДПП в даному випадку є:

• витрачання учасниками проекту коштів, передбачених паспортами проектів;

• досягнення основних результатів реалізації проектів, в тому числі показників реалізації проекту, заявлених при подачі заявок на надання бюджетних асигнувань Фонду для реалізації проектів;

• дотримання учасниками проекту та особами, які беруть участь в проекті, вимог законів та інших нормативно-правових актів у процесі реалізації проекту;

• виконання учасниками проектів прийнятих зобов'язань по фінансуванню проектів та інших зобов'язань відповідно до інвестиційних, концесійними і іншими угодами;

• хід реалізації проектів, своєчасність і повнота виконання робіт (заходів) згідно з графіком виконання робіт (заходів);

• ризики, що впливають на можливість реалізації проектів у встановлені терміни;

• система взаємодії учасників проекту та осіб, що беруть участь в проекті, щодо виконання взятих на себе зобов'язань;

• система контролю якості матеріалів і робіт, прийнята учасниками проектів.

Тепер, безпосередньо перейдемо до моніторингу проектів державно-приватного партнерства, яка є складовою системи контролю. Вона передбачає регулярну оцінку ефективності учасників партнерства і порівняння фактично досягнутих результатів із запланованими (цільовими). Це дозволяє своєчасно виявляти недопустимі відхилення кількісного і якісного компонентів показника ефективності, аналізувати їх причини і вживати відповідних заходів регулювання. Коригувальні дії пропонуються здійснювати всередині чоти-

рьох вимірів регулювання проектів державно-приватного партнерства [5, с. 87]: 1) Вимір «параметрів і умов проекту», 2) Вимір «схем реалізації ДПП», 3) Вимір «учасників проекту (партнерів)», 4) Вимір «форм взаємодії держави і приватного сектора».

Перший вимір передбачає внесення змін і коригувань в характеристики об'єкта партнерства (довжина і категорія ділянки, кількість смуг, вимоги до функцій змісту, управління і т. д.), терміни реалізації окремих етапів і проекту в цілому, деякі аспекти фінансових взаємовідносин партнерів (тарифна політика, зобов'язання приватного сектора, державна підтримка, розподіл ризиків) і ряд інших параметрів і умов.

Другий вимір дозволяє комплексно змінювати деякі правові та організаційно-економічні умови проекту шляхом переходу до іншої схеми реалізації ДПП. Схема ДПП являє собою послідовний набір елементів, що відповідають меті проекту. До таких елементів в сфері розвитку дорожньої інфраструктури, зокрема, належать наступні: Build (Будівництво), Design (проекткування), Finance (фінансування), Maintain (обслуговування), Operate (експлуатація), Own (володіння), Renovate (модернізація), Transfer (передача) та інші. Прикладом поєднання названих елементів служать популярні за кордоном схеми BOT (Build-Operate-Transfer, будівництво об'єкта приватним партнером – управління ним (експлуатація) – передача об'єкта державі), BOOT (Build-Own-Operate-Transfer, будівництво об'єкта приватним партнером – закріплення за приватним партнером права власності на об'єкт на обумовлений період – експлуатація об'єкта приватним партнером – передача об'єкта у власність державі), DBFO (Design-Build-Operate-Transfer, проектування – будівництво – фінансування об'єкта – передача державі) і ін. [2, с. 51].

Учасниками проекту є держава, від імені якого виступає держава чи органи виконавчої влади, в т. ч. муніципальні освіти, і компанії приватного сектора – фізичні або юридичні особи. Таким чином, в рамках третього виміру передбачається можливість переходу відповідних функцій від одного державного органу виконавчої влади до іншого, або припинення угоди про партнерство з діючою компанією приватного сектора і укладення нової угоди з іншою приватною компанією.

Четвертий вимір має на увазі відмову від механізму ДПП і перехід до інших форм взаємодії держави та бізнесу (договори на виконання робіт, надання послуг; договори довірчого управління; різні види оренди; спільні підприємства; приватизація та ін.). Або повна відмова від подібного роду взаємодій.

Перераховані виміри регулювання і черговість звернення до них відповідають рівням відхилень досягнутих значень ефективності (її компонентів) від запланованих і/або прогнозованих, а також містяться в них заходів впливу. Так, при виявленні необхідності внесення коригувань і змін в умови реалізації проекту, проводиться аналіз причин відхилення поточного показника ефективності від прогнозного, і приймається рішення про прийняття регулюючих заходів всередині першого простору «параметрів проекту». У разі якщо цільове значення ефективності в результаті проведених дій не досягається, необхідно перейти в наступний простір регулювання. Самою крайнім заходом є перехід в четверте простір і відмова від механізму партнерства держави і приватного сектора.

У разі внесення будь-яких коректив на певному етапі, необхідно провести новий розрахунок цільових показників ефективності партнерства з урахуванням зроблених змін. Дана система має циклічний характер і повинна працювати протягом всього життєвого циклу проекту аж до його повного завершення. Так, на блок-схемі якій подана на рис. 2 буде зображено основні аспекти системи моніто-

рингу проектів ДПП, які необхідно впроваджувати в Україні.

Наведена блок-схема покликана підвищити роль моніторингу як інструменту інвестиційного контролю в ході здійснення проектів державно-приватного партнерства. За рахунок своєї постійної циклічності та врахування усіх можливих недоліків, можливим є коригування дій протягом усієї тривалості проекту. Тільки

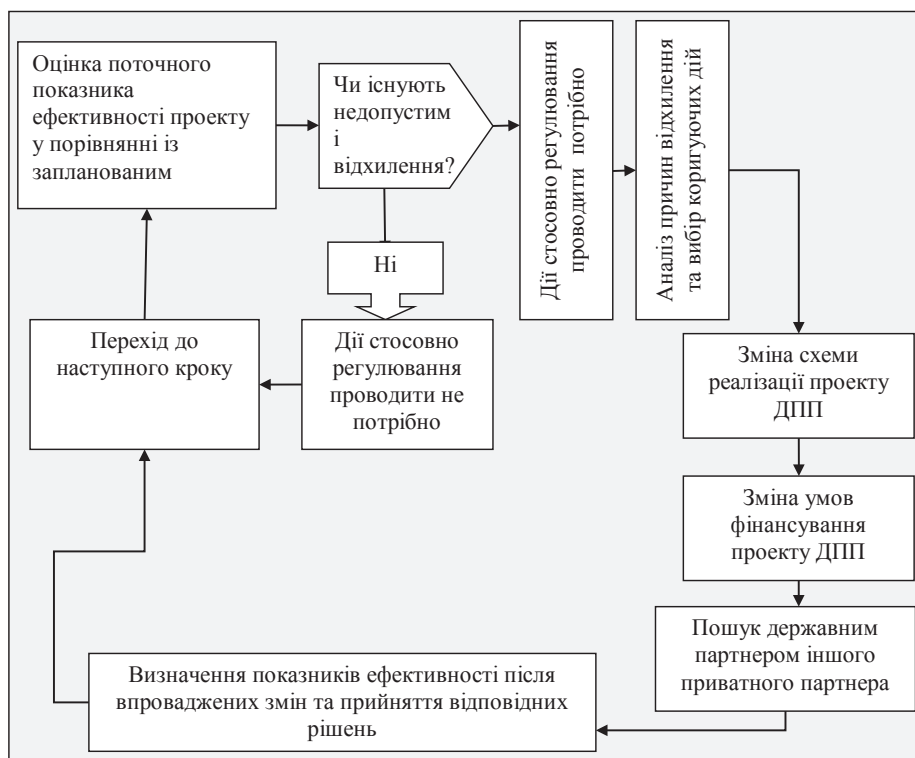


Рис. 2. Блок-схема системи моніторингу та регулювання проектів державно-приватного партнерства

Джерело: розроблено автором самостійно

Таблиця 1. Особливості побудови систем контролю та моніторингу проектів державно-приватного партнерства в зарубіжних країнах

Країна	Регулюючий орган і наявність інститутів консультаційної підтримки	Процедура контролю	Особливості моніторингу
Великобританія	Міністерство фінансів Великобританії. Департамент великих інфраструктурних проектів (Mayor Projects Authority)	Формалізована з 2012 р.	З огляду на посилення державного контролю проектів, сам механізм контролю все більшою мірою формалізується. Діє типовий контракт державно-приватного партнерства. Застосовуються суворі правила і процедури
Німеччина	Незалежна консалтингова компанія OPP Deutschland AG. У регіонах діють спеціальні групи розвитку ДПП	Неформалізована	Наявність багатоступінчастого алгоритму підготовки проекту, проводиться розрахунок економічного обґрунтування проекту, відсутній безперервний процес моніторингу, діють типові угоди і стандарти реалізації проектів ДПП
Бельгія	Регулюючий інститут «Центр знань про державно-приватне партнерство Фландрії»	Ситуаційний підхід. Більшою мірою носить неформалізований характер	У процес контролю залучено велику кількість учасників. Моніторинг реалізується на основі діалогу, спеціальних зустрічей і консультацій. Застосовується соціальний контроль. Для стандартних проектів достатнім є моніторинг результатів
Франція	Міністерство економіки Франції	Ситуаційний підхід. Більшою мірою носить неформалізований характер	Висновок всеосяжного контракту (між адміністрацією, банками, операторами та ін.), в якому розподіляються всі ризики проекту. Моніторинг оціночних показників якості проекту, які прив'язані до винагороди приватного партнера.

Джерело: [1]

при такому підході буде забезпечено максимальну ефективність моніторингу в проектах державно-приватного партнерства в цілому.

Як вже було вище зазначено, при здійсненні моніторингу, особлива роль належить взаємодії між приватним та державним партнером, і в більшості випадків, здійснення моніторингу проектів ДПП належить державному партнеру. Саме він, згідно із вдалими прикладами зарубіжної практики, має належно контролювати хід виконання проекту та дотримання всіх умов. Для проведення моніторингу реалізації проектів державно-приватного партнерства, приватним партнером подається наступна така звітна інформація державному партнеру:

- 1) звіт з моніторингу;
- 2) зведена довідка з моніторингу.

Звіт з моніторингу містить інформацію про фактичні й планові обсяги виконаних робіт і суми освоєння інвестиційних коштів за проектом за звітний період і видається за формою, визначеною правилами. Зазвичай, звіт з моніторингу має щоквартальну та річну форму.

Державний партнер має право на здійснення перевірок, які можуть бути описані в договорі ДПП. Крім того, важливо відмітити, що в цілому, здійснення перевірок які здійснюються державним партнером, не повинно:

- 1) перевищувати необхідних меж перевірки;
- 2) впливати на управлінську самостійність приватного партнера;
- 3) перешкоджати його господарській діяльності;
- 4) призводити до перешкодження або переривання діяльності приватного партнера по наданню послуг.

Приватний партнер щоквартально (до 15 числа місяця, що слідує за звітним) та щорічно, повинен подавати державному партнеру звіт про виконання договору, який обов'язково має містити відомості про внесені інвестиції протягом звітного періоду, а також кількісні і інші показники надання Послуг. У звіті, що подається приватним партнером за квартал, в якому приватним партнером подана річна фінансова звітність, вказується показник чистого фінансового результату приватного партнера за попередній рік.

Щодо використання зарубіжної практики моніторингу проектів державно-приватного партнерства, то спочатку буде здійснено порівняльний аналіз провідних практик моніторингу проектів державно-приватного партнерства. Її буде подано в табл. 1.

Як видно з вищеподаної таблиці, процедура моніторингу та контролю в різних країнах має різні інструменти впливу, відрізняється ступенем формалізованості та відповідно різниться регулюючими органами, що здійснюють цей контроль та моніторинг. Так наприклад в Німеччині створено окрему консалтингову компанію, а у Франції контролюючим органом за проектами державно-приватного партнерства є Міністерство економіки.

Щодо вітчизняних реалій, то тут на нашу думку, найбільш оптимальним буде використання німецького досвіду в сфері контролю та моніторингу проектів державно-приватного партнерства. Особливістю німецької моделі моніторингу та контролю проектів

державно-приватного партнерства є багатоступінчастий алгоритм підготовки проекту, в якому вагоме місце приділено досконалим розрахункам економічної доцільності реалізації проекту в порівнянні з традиційним державним контрактом.

«В проектах, що реалізуються в Німеччині, відсутня формалізована процедура моніторингу реалізації проекту державно-приватного партнерства, моніторинг являє собою одноразовий акт, який здійснюють на вимогу концедента, відсутній безперервний процес моніторингу ризиків. Однак з метою визначення доцільності реалізації проектів за схемою державно-приватного партнерства в порівнянні з традиційними державними закупівлями досить досконало оцінюється ефективність витрачання бюджетних коштів (із застосуванням моделі Value for money). Також проводиться оцінка та розподіл ризиків (risk evaluation and allocation), оцінка управління контрактами (contract management) і управління змінами (manage variations).

Оцінка ризиків проектів державно-приватного партнерства традиційно здійснюється зовнішніми консультантами (Transaction Advisors), такими як, наприклад, PWC, E&Y. Оцінюються: ймовірність настання ризику та вплив ризику на реалізацію проекту. З цією метою використовуються такі методи: метод аналогів, експертний метод і статистичний метод. Потім ризики підлягають розподілу між учасниками проекту державно-приватного партнерства. Розробляється також система заходів щодо зниження/запобігання ризиків» [4].

Ще однією відмінною рисою німецької моделі контролю і моніторингу є участь банківських груп практично у всіх видах експертиз проекту: попередній експертизі про реалізацію проекту державно-приватного партнерства, експертизі кредитоспроможності і платоспроможності приватної компанії, техніко-економічної, фінансово-бюджетній, правовій експертизи. І в принципі, вплив фінансово-кредитних установ Німеччини, які фінансують державно-приватне партнерство, на ступінь успішності реалізації проекту є доволі значимим. Про високих рівнях перед проектної підготовки і ефективності систем контролю реалізації проектів державно-приватного партнерства в Німеччині, чітко відомим є факт, що в більшості випадків фактичні показники реалізації проектів збігаються з самого початку із запланованими і прописаними в контактних умовах [3].

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок, що за рахунок впровадження комплексної системи моніторингу та контролю буде забезпечений максимально можливий соціальний та економічний ефект від здійснення державно-приватного партнерства. Згідно проведеного аналізу, слід відмітити, що значиму роль в практиці реалізації проектів державно-приватного партнерства в розвинених країнах відіграє контроль та моніторинг, організований державним партнером, особливо якщо за проектом передбачається здійснення соціально значимих функцій. Моніторинг і контроль в світовій практиці розвивається як формалізована і неформалізована процедура, і саме за неформалізованими процедурами слід надавати перевагу в ході здійснення контролю та моніторингу проектів державно-приватного партнерства в Україні.

1. Анализ зарубежного опыта формирования системы управления проектами государственно-частного партнерства. Казаренко К.О. Учет и статистика. 2017. № 2 (46). С. 146–152.
2. Варнавский В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. М.: Наука, 2005.
3. Кузьмин В.А. Государственно частное партнерство: опыт реализации механизма в Германии и возможности его использования в России. URL: http://www.fcprf.ru/upload/iblock/094/Kuz_min_PPP_Germany.pdf
4. Опыт реализации проектов государственно-частного партнерства в Германии. URL: http://www.fcprf.ru/upload/iblock/64c/PPP_in_Germany.pdf
5. Соловьев М.М., Жалкубаева К.Г. Мониторинг и регулирование эффективности проектов государственно-частного партнерства. Экономика и управление собственностью. Специальный выпуск. 2008. С. 85–92.

E-mail: zhekon.ref@gmail.com

УДК 001.92:334.021

Удовиченко С.М.

кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник,
завідувач сектору інтелектуальної власності та правового забезпечення,
Донецька державна сільськогосподарська дослідна станція
Національної академії аграрних наук України

ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті розглянуто нормативно-правову базу, яка визначає напрями здійснення трансферу технологій. Реалізація цього процесу перебуває на стику різних сфер діяльності, тому і документи, які його регулюють, є різноплановими. Попри прийняття взаємоузгоджених законодавчих документів, процес трансферу нових розробок не ввійшов в активну фазу через відсутність прозорих механізмів його реалізації та нерозвиненість ринку інновацій, тому постало питання створення органів координування, які здійснюватимуть функції посередника та будуть налагоджувати дієві зв'язки між науковцями та бізнесовими структурами на стадії комерціалізації наукових розробок. Важливим чинником для розвитку процесу трансферу технологій є оновлення наукової сфери.

Ключові слова: інноваційний розвиток, трансфер технологій, державне регулювання, законодавча база, наукова сфера, аграрна наука.

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ТРАНСФЕРА ТЕХНОЛОГИЙ

Удовиченко С.Н.

В статье рассмотрена нормативно-правовая база, которая определяет направления осуществления трансфера технологий. Реализация этого процесса находится на стыке разных сфер деятельности, потому и документы, которые его регулируют, являются разноплановыми. Несмотря на принятие взаимосогласованных законодательных документов, процесс трансфера новых разработок не вошел в активную фазу из-за отсутствия прозрачных механизмов его реализации и неразвитость рынка инноваций, поэтому возник вопрос создания органов координирования, которые будут осуществлять функции посредника и будут налаживать действенные связи между учеными и бизнесом на стадии коммерциализации научных разработок. Важным фактором для развития процесса трансфера технологий является обновление научной сферы.

Ключевые слова: инновационное развитие, трансфер технологий, государственное регулирование, законодательная база, научная сфера, аграрная наука.

LEGAL BASIS FOR THE IMPLEMENTATION OF TECHNOLOGY TRANSFER

Udovychenko S.

A normatively-legal base that determines directions of realization of transfer of technologies is considered in the article. Realization of this process is on the joint of different spheres of activity, that is why and documents that regulate it are diverse. Despite the adoption of mutually agreed legislative documents, the process of transfer of new developments did not enter an active phase for lack of transparent mechanisms of his realization and lack of development of market

of innovations. Therefore there was a question of creation of organs co-ordinating that will carry out the functions of mediator and will put right effective connections between scientists and business on the stage of commercialization of scientific developments. An important factor for development of process of transfer of technologies is updating of scientific sphere. The pre-arranged reformation of home science envisages updating of normative base, optimization of structure and organizational alteration of her activity.

Keywords: innovative development, technology transfer, government regulation, legislative framework, science, agrarian science.

Постановка проблеми. Наукова сфера України переживає глибоку кризу, що є перепорою на шляху інноваційного розвитку держави. Відірваність наукових досліджень від реальної економіки та її викликів не дозволяє в повній мірі адаптувати наукові розробки до промислового використання. Налагодження конструктивних взаємовідносин між наукою і бізнесом забезпечить взаємовигідний процес передачі нових знань до комерційного сектору. Цей процес – трансфер технологій – надасть можливість вдосконалити технологічні процеси на виробництві та підняти конкурентоспроможність виготовленої продукції.

Фундаментом здійснення трансферу технологій є нормативно-правова база, яка визначає особливості передачі технологій від розробника технології до її покупця, місце посередницьких структур у цьому процесі, умови передання права власності та інше. Сучасне оновлення законодавчих актів потребує постійного вивчення їх положень для визначення ефективних напрямів у розбудові інноваційного простору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання державного регулювання інноваційної діяльності висвітлене в численних наукових працях таких авторів, як О.А. Біловодська, К.О. Бояринова, М.М. Єрмошенко, М.Б. Жураковська, В.П. Соловійов, Т.В. Тарасенко, Л.І. Федулова та інші. Проте, недостатньо повно вивчені питання державного забезпечення процесу трансферу технологій, який підпадає під дію різних нормативних документів, що регулюють відносини в інноваційній, освітній, науково-технічній, виробничій діяльності та інших сферах.

Постановка завдання. Метою дослідження є різнобічне вивчення нормативно-правової бази щодо забезпечення процесу трансферу технологій та виявлення гальмівних чинників, що впливають на його якісне здійснення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Здійснення трансферу технологій перебуває на стику різних сфер діяльності, тому і документи, які його регулюють, є різноплановими і стосуються не лише безпосередньо трансферу технологій, а й інноваційної, науково-технічної, виробничої діяльності, відношень інтелектуальної власності, освітньої галузі.

Формування законодавчої бази, яка стосується регулювання процесів трансферу технологій, розпочалось прийняттям Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» у 2006 році [1]. Він визначив поняття трансферу технологій та форми його державного регулювання, встановив види договорів про трансфер та задекларував можливість фінансово-економічної підтримки з боку держави у разі передачі технологій, позначив суб'єктів трансферу.

Задля забезпечення реалізації цього Закону було прийнято низку нормативно-правових актів:

– Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку проведення державної акре-

дитації фізичних та юридичних осіб на провадження посередницької діяльності у сфері трансферу технологій» (втрата чинності 04.04.2013 р.) [2];

– Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Порядку державної реєстрації договорів про трансфер технологій та ведення Державного реєстру договорів про трансфер технологій» (втрата чинності 22.02.2013 р.) [3];

– Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження мінімальних ставок винагороди авторам технологій і особам, які здійснюють їх трансфер» [4];

– Наказ Державного комітету України з питань науки, інновацій та інформатизації «Методичні рекомендації з комерціалізації розробок, створених в результаті науково-технічної діяльності» [5];

Оновлення Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» відбувалося постійно (останні зміни внесені 10.11.2015 р.), деякі документи стали неактуальними. Проте, процес трансферу нових розробок не ввійшов в активну фазу через відсутність прозорих механізмів його реалізації та нерозвиненість ринку інновацій. Тому стало питання налагодження дієвих зв'язків між науковцями (розробників інновацій) та бізнесом (сфера впровадження) через створення органів координування, які здійснюватимуть функції посередника.

У січні 2016 року було опубліковано нову редакцію Закону «Про наукову і науково-технічну діяльність» [6], що модернізує законодавчі підвалини для провадження зазначеної вище діяльності.

З метою забезпечення ефективної взаємодії представників наукової громадськості, органів виконавчої влади та реального сектору економіки у формуванні та реалізації єдиної державної політики у сфері наукової і науково-технічної діяльності Статтею 20 цього Закону було закріплено утворення Національної ради України з питань розвитку науки і технологій, яка координуватиме всю наукову та науково-технічну діяльність [7]. Окрім інших основних функцій вона буде опікуватися розробленням разом з представниками реального та фінансового секторів економіки та іншими заінтересованими сторонами пропозицій щодо створення механізмів комерціалізації результатів наукових досліджень та надавати рекомендації щодо оптимальних шляхів реалізації проектів і програм міжнародної технічної допомоги у сфері наукової і науково-технічної діяльності.

Сприятиме налагодженню науково-технічного співробітництва між науковими установами, закладами вищої освіти та представниками реального сектору економіки і сфери послуг буде новоутворений Національний фонд досліджень України [8]. Він також буде сприяти міжнародному обміну інформацією та вченими, надавати допомогу виробничо-орієнтованим (галузевим) науковим установам шляхом організації конкурсів за запитом центральних органів виконав-

чої влади або інших замовників за умови виділення такими центральними органами виконавчої влади або замовниками відповідних коштів. Національний фонд досліджень забезпечить дослідникам можливість отримувати додаткові кошти на конкурсній основі для здійснення конкретних наукових проектів.

Важливим чинником для розвитку процесу трансферу технологій є оновлення наукової сфери, яка продукує інновації, вкрай необхідні для інноваційної розбудови країни.

17 жовтня 2018 року Кабінет Міністрів України затвердив План заходів щодо реформування вітчизня-



Рис. 1. Заходи реформування вітчизняної наукової сфери

ної наукової сфери [9], в якому передбачається приділити значну увагу усім чинникам діяльності наукової сфери. Зокрема, планується оновити нормативну базу, оптимізувати структуру та здійснити організаційну перебудову науки (рис. 1).

У розробці заходів щодо реформування науки задіяна велика кількість структур: Національна рада з питань розвитку науки і технологій, Науковий комітет Національної ради з питань розвитку науки і технологій, Міністерство освіти і науки, Міністерство економічного розвитку і торгівлі, Міністерство фінансів, Міністерство охорони здоров'я, Міністерство аграрної політики та продовольства, Міністерство культури, Міністерство внутрішніх справ, Національна академія наук, національні галузеві академії наук, Національна поліція, Державна служба статистики, зацікавлені центральні органи виконавчої влади.

Аграрна наука, як невід'ємна частина економічного простору країни, також потребує сучасних змін.

У жовтні 2011 року Кабінет Міністрів України своїм розпорядженням № 279-р схвалив Концепцію реформування і розвитку аграрної освіти та науки [10], яка передбачала інтеграцію освіти і науки з метою створення науково-виробничих комплексів. Це мало б стати базою для адаптації наукових розробок до ринку інновацій. Реалізація перетворень планувалась за двома напрямками:

1) структурним –

– створення Міжвідомчої координаційної ради з питань формування державних замовлень на наукову продукцію для агропромислового комплексу;

– реорганізація центрів наукового забезпечення агропромислового виробництва регіонів;

– оптимізація мережі наукових установ Національної академії аграрних наук і чисельності їх працівників;

2) організаційним –

– приведення ринку освітніх послуг у відповідність з ринком праці;

– концентрація фінансових ресурсів на прикладних та інноваційних розробках наукових установ;

– проведення наукових досліджень і створення наукової продукції для агропромислового комплексу за галузевим принципом та наукове забезпечення трансферу інновацій – за територіальним;

– посилення інтеграції освіти, науки та виробництва, тощо.

Положення щодо розробки нормативно-правових актів та внесення змін до існуючих документів не були внесені до Концепції, тому заплановані зміни мали декларативний характер і ефективних змін не відбулося.

Наразі, Національною академією аграрних наук України анонсовано прийняття Програми реформування аграрної науки, яка сприятиме всебічному аналізу її діяльності та дозволить удосконалити процес трансферу технологій в економіку. Законодавчо закріпити виконання пунктів Програми та сприяти розбудові аграрної науки має розробка закону України, який би визначав основні принципи, пріоритети та шляхи розвитку аграрного сектору і сільських територій. Прийняття такого закону сприяло б формуванню ефективного ринку наукової продукції, налагодженню процесу трансферу технологій та активізації інноваційної діяльності.

Висновки з проведеного дослідження. Інноваційне оновлення економіки України є вкрай актуальним. Входження в Європейський Союз вимагає зосередити зусилля на підвищенні конкурентоспроможності виробленої продукції. Основою цього процесу є розбудова системи трансферу інновацій, що передбачає реформування наукової сфери, розвиток ринку інновацій, удосконалення системи стимулювання учасників.

Фундаментом для здійснення цих перетворень слугує нормативно-правова база, яка має відповідати вимогам економічного простору, що розвивається. Положення прийнятих концепцій розвитку, програм реформування та інших планових документів мають бути законодавчо обґрунтовані. Це дозволить учасникам ринку інновацій ефективно перетворювати наукові розробки на продукцію з високою часткою доданої вартості.

1. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій: Закон України від 14 вересня 2006 р. № 143-V / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/143-16> (дата звернення: 20.11.2018).

2. Про затвердження Порядку проведення державної акредитації фізичних та юридичних осіб на провадження посередницької діяльності у сфері трансферу технологій: Постанова Кабінету Міністрів України від 26 червня 2007 р. № 861. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/861-2007-n/ed20070626> (дата звернення: 20.11.2018). Втрата чинності від 04.04.2013.

3. Про затвердження Порядку державної реєстрації договорів про трансфер технологій та ведення Державного реєстру договорів про трансфер технологій: Наказ Міністерства освіти і науки України від 14 травня 2008 р. № 409. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0464-08> (дата звернення: 20.11.2018). Втрата чинності 22.02.2013.

4. Про затвердження мінімальних ставок винагороди авторам технологій і особам, які здійснюють їх трансфер: Постанова Кабінету Міністрів України від 04 червня 2008 р. № 520. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/520-2008-n> (дата звернення: 23.11.2018).

5. Методичні рекомендації з комерціалізації розробок, створених в результаті науково-технічної діяльності: Наказ Державного комітету України з питань науки, інновацій та інформатизації від 13 вересня 2010 р. № 18. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN58763.html (дата звернення: 23.11.2018).

6. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України 26 листопада 2015 р. № 848-VIII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19> (дата звернення: 27.11.2018).

7. Про утворення Національної ради України з питань розвитку науки і технологій: Постанова Кабінету Міністрів України від 05 квітня 2017 р. № 226. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/226-2017-n> (дата звернення: 22.11.2018).

8. Про Національний фонд досліджень України: Постанова Кабінету Міністрів України від 04 липня 2018 р. № 528. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/528-2018-n#n23> (дата звернення: 27.11.2018).

9. Про затвердження плану заходів щодо реформування вітчизняної наукової сфери: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 жовтня 2018 р. № 776-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/776-2018-p> (дата звернення: 30.11.2018).

10. Про схвалення Концепції реформування і розвитку аграрної освіти та науки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 06 квітня 2011 р. N 279-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/279-2011-p> (дата звернення: 30.11.2018).

E-mail: sudovichenko@ukr.net

БІЗНЕС ТА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ

УДК 336.67

Бабяк Н.Д.

кандидат економічних наук, професор,
професор кафедри корпоративних фінансів і контролінгу,
ДВНЗ «Київський економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

Білоцька І.А.

здобувач кафедри корпоративних фінансів і контролінгу,
ДВНЗ «Київський економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

**БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ – КОРПОРАТИВНІ ФІНАНСОВІ СТРАТЕГІЇ:
ПРОБЛЕМИ СИНХРОНІЗАЦІЇ В УКРАЇНІ**

Стаття присвячена проблематиці формування та реалізації корпоративних фінансових стратегій в умовах мінливості зовнішнього бізнес-середовища. На прикладі підприємств електроенергетики України розглянуто вплив ринкових факторів на діяльність суб'єктів господарювання. Детерміновано ключові чинники, що визначають результативність вітчизняних підприємств електроенергетики – нормативно-правове регулювання, тарифна політика, кількісні та якісні параметри споживання електроенергії в Україні. Охарактеризовано основні базові корпоративні стратегії учасників вітчизняного енергетичного ринку.

Ключові слова: зовнішнє фінансове середовище, бізнес-середовище, корпоративна стратегія, фінансова стратегія, фінансові індикатори, електроенергетика, енергетична стратегія.

**БИЗНЕС-СРЕДА – КОРПОРАТИВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ СТРАТЕГИИ:
ПРОБЛЕМЫ СИНХРОНИЗАЦИИ В УКРАИНЕ****Бабяк Н.Д., Білоцька І.А.**

Стаття посвячена проблематике формирования и реализации корпоративных финансовых стратегий в условиях изменчивости внешней бизнес-среды. На примере предприятий электроэнергетики Украины рассмотрено влияние рыночных факторов на деятельность субъектов хозяйствования. Детерминированы ключевые обстоятельства, которые определяют результативность отечественных предприятий электроэнергетики – нормативно-правовое обеспечение, тарифная политика, количественные и качественные параметры потребления электроэнергии в Украине. Охарактеризованы основные базовые стратегии участников отечественного энергетического рынка.

Ключевые слова: внешняя финансовая среда, бизнес-среда, корпоративная стратегия, финансовая стратегия, финансовые индикаторы, электроэнергетика, энергетическая стратегия.

**BUSINESS ENVIRONMENT – CORPORATE FINANCIAL STRATEGIES:
PROBLEMS OF SYNCHRONIZATION IN UKRAINE****Babiak N., Bilotska I.**

This article is devoted to the problems of formation and implementation of corporate financial strategies in the conditions of variable external business-environment. On the example of Ukrainian electric-power companies, the influence of market factors on the activity of economic entities is considered. Determined key factors that define the effectiveness of domestic electric-power companies, which are legislative regulation, tariff policy, quantitative and qualitative parameters of electricity consumption in Ukraine. The main basic corporate strategies of the domestic energy market participants are described.

Keywords: external financial environment, business environment, corporate strategy, financial strategy, financial indicators, electric power, energy strategy.

Постановка проблеми. В процесі своєї діяльності кожна бізнес-одиниця стикається з численними викликами, які сконцентровані і на рівні внутрішнього, і на рівні зовнішнього середовища. Очевидно, що від здатності реагувати на вплив зазначених чинників багато чому залежить і результативність діяльності будь-якого

підприємства. Особливо гостро зазначені проблеми виявилися в останні десятиліття, коли багатократно зросла турбулентність світової економіки, а з нею – посилилася невизначеність в протіканні економічних процесів. Відповідно, виникає проблема синхронізації корпоративних стратегій та тенденцій розвитку бізнес-середовища.

Очевидно, що в економічно розвинених країнах бізнес теж щоденно стикається з впливом зовнішніх факторів, проте саме в країнах з «транзитивними» економіками їх роль може бути надзвичайно руйнівною. Не варто зайвий раз нагадувати щодо проблем розвитку бізнесу в Україні – саме екзогенні фактори найчастіше є визначальними з погляду перспектив діяльності тисяч бізнес-одиниць. В таких умовах постає питання щодо наукового обґрунтування шляхів забезпечення результативності корпоративних стратегій в умовах створеного в Україні конкурентного ландшафту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та прагматичні питання впливу екзогенних факторів на діяльність бізнесу в Україні розглядалися в роботах В. Бабіченка, Г. Кіндрацької, М. Марченка, М. Мельника, К. Редченко, В. Савельєва, А. Старостіної, С. Страшного, О. Терещенка, З. Шершньової та ін. Разом з тим, значна частина проблем залишаються не вирішеними. Особливо це стосується тих галузей вітчизняної економіки, в яких зберігається суттєвий вплив держави як власника, та регулятора. Невизначеність та непослідовність реформ в таких секторах є додатковим фактором дестабілізації діяльності підприємств та потребує додаткових досліджень.

Мета статті – охарактеризувати ключові фактори та канали впливу бізнес-середовища на діяльність бізнесу (на прикладі стратегічно важливих галузей української економіки).

Вклад основного матеріалу. Для характеристики середовища, в якому функціонують підприємства, сучасна економічна наука використовує доволі широку термінологію. «Бізнес-середовище», «макросередовище», «зовнішнє середовище», «інституційне середовище» і т. д. – усі ці поняття знайшли свої відображення в наукових роботах вчених, які досліджували діяльність бізнес-одиниць у світовій економіці. Ми не будемо детально зупинятися на сутнісній різниці зазначених термінів, лише зауважимо наступне.

Під терміном «інституційні фактори» (від лат. *institutio* – настанови, вказівки) зазвичай мається на увазі сукупність факторів, які пов'язані з управлінням, регулюванням окремих сфер суспільних відносин [1]. В свою чергу, терміном «бізнес-середовище» в економічній літературі прийнято називати сукупність зовнішніх факторів, що впливають на діяльність суб'єктів господарювання (кон'юнктура ринку товарів та послуг, що споживаються та/або поставляються суб'єктом господарювання, державне регулювання, соціальні, політичні, технологічні, правові та екологічні умови діяльності). Наприклад, окремі вчені зазначають, що бізнес середовище складається з набору інституціональних, нормативно-правових та регуляторних умов, за яких працює бізнес [2, с. 128]. Наведемо і позицію наступного автора: «Бізнес-середовище виступає, з одного боку, індикатором розвитку економіки країни, а з іншого – здійснює позитивний чи негативний вплив на функціонування суб'єктів господарювання» [3, с. 38]. Отже, до числа інституційних факторів бізнес-середовища треба відносити сукупність фінансових, інвестиційних, науково-технічних та соціальних умов, а також відповідних заходів, спрямованих на вдосконалення управління підприємствами.

Вибір для подальшого аналізу компаній електроенергетичної галузі зумовлений наступним: слабкою

ефективністю використання паливно-енергетичних ресурсів, недостатніми темпами диверсифікації джерел їх постачання та відсутністю активної політики енергозбереження. Все це створює загрозу енергетичній безпеці держави, що є складовою національної безпеки України [4]. На наш погляд, характеристика впливу інституційних факторів бізнес-середовища на корпоративні стратегії підприємств цієї галузі має враховувати насамперед: державне регулювання галузі; структуру ринку електричної енергії та перспективи розвитку його окремих складових; тарифну політику та ціноутворення на ринку електричної енергії.

Зазначимо, що ринок електроенергії України станом на початок 2018 року все ще знаходився в перехідному стані. Зокрема, оптовий ринок електричної енергії України з 1996 року функціонував за моделлю «єдиного покупця». З 2017 року набрав чинності Закон України «Про ринок електричної енергії», яким запроваджено нову модель ринку електроенергетики [5]. Зокрема, передбачено: одночасне функціонування ринку двосторонніх договорів, ринку «на добу вперед», внутрішньодобового ринку, балансуєного ринку і ринку допоміжних послуг. Проте практичне його запровадження передбачає розробку та імплементацію більше ста нормативно-правових актів. Тому фактично в 2017 році оптовий та роздрібний ринки електричної енергії в Україні працювали за старою організаційною схемою. Окрім згаданого закону на розвиток електроенергетики в найближче десятиліття суттєво впливатиме схвалена 2017 року «Енергетична стратегія України на період до 2035 року» [6], яка передбачає підвищення конкуренції.

Важливим чинником бізнес-середовища є його конкурентність. Якщо проаналізувати структуру виробництва електроенергії за джерелами, яка існувала в Україні протягом 2010–2017 років, то видно, що більше ніж 90% електроенергії, яка була поставлена на Оптовий ринок, було вироблено з використанням атомної та теплової енергії (рис. 1):

Наявною тенденцією, яку можна виділити аналізуючи рис. 1, є зменшення частки генерації теплової енергії на користь атомної енергетики та альтернативних джерел енергії. Можна припустити, що у перспективі компанії, які спеціалізуються на виробництві електроенергії на теплових електростанціях (зокрема, ТОВ «ДТЕК Східенерго», ПАТ «ДТЕК Західенерго», ПАТ «ДТЕК Дніпроенерго», ПАТ «Центренерго», ПАТ «Донбасенерго») будуть втрачати частку на ринку та зменшувати обсяги виробництва, оскільки навіть за умов зростання обсягів промислового виробництва в країні, передбачене зниження енергоємності ВВП неминуче призведе до скорочення обсягів споживання електроенергії, виробленої на ТЕС та ТЕЦ.

Аналіз структури загального кінцевого енергоспоживання за видами діяльності за період за останнє десятиліття показує, що серед ключових споживачів електроенергії найбільші зміни відбулись споживанні електроенергії промисловістю, домашніми господарствами та сектором послуг. Так, частка промисловості в споживанні електроенергії зменшилась на 9,2 п.п., натомість частка домашніх господарств зросла на 7,3 п.п., а частка сектору послуг виросла більше ніж на 60% або на 3,6 п.п.

Актуальні зміни в моделі функціонування та в під-

ходах до державного регулювання енергетичного ринку в Україні, закріплені в новому законодавстві, а також глобальні процеси щодо зменшення використання вугілля, нафти і газу у виробництві електроенергії на користь альтернативних джерел енергії, можна віднести до факторів, що вже суттєво впливають і впливатимуть надалі на діяльність енергетичних підприємств в Україні. На наш погляд, найбільші зміни стосуватимуться: компаній теплоенергетики, які будуть змушені реконструювати виробництво, щоб зменшити його собівартість та знизити шкідливість; компаній альтернативної енергетики, яким держава сьогодні намагається створити привабливі умови для розвитку (в тому числі і через застосування так званого «зеленого тарифу»); обленерго, з яких будуть виділені компанії-оператори постачання електроенергії (які будуть виконувати функцію захисту інтересів споживачів щодо якості поставок електроенергії). Самі обленерго перетворюються на операторів розподілу, функцією яких буде обслуговування електричних мереж.

До 2017 року на території України діяли єдині роздрібні тарифи на електроенергію, які розраховувались як середньозважена величина роздрібних тарифів енер-

гостачальних компаній. Тобто всі виробники продавали електричну енергію на Оптовому ринку єдиному оптовому покупцеві (ДП «Енергоринок»), а всі постачальники купували її за однаковою «середньою» ціною. З січня 2017 року розпочався відхід від застосування єдиних тарифів на електричну енергію та перехід до ринкового формування роздрібних тарифів для споживачів. З 01 травня 2017 року «єдині тарифи» в Україні скасовані (крім тарифів для населення) і роздрібні тарифи формуються ліцензіатами з постачання електроенергії за регульованим тарифом індивідуальної самостійно доводяться ними до відома споживачів [9].

В структурі оптової ринкової ціни в 2017 році найбільшу частку (43,38%) складала вартість електроенергії, виробленої компаніями теплової енергетики – ТЕС та ТЕЦ, при цьому ці компанії були постачальниками лише 35,03% електроенергії (табл. 1).

З табл. 1 видно, що найбільш дешевою була електроенергія, яка була вироблена на АЕС і поставлялась на оптовий ринок НАЕК «Енергоатом»: атомна електроенергія забезпечувала 56,6% обсягу оптового ринку, при цьому її вартість займала лише 20,57% в структурі оптової ціни. Найдорожчою ж для споживачів вияви-

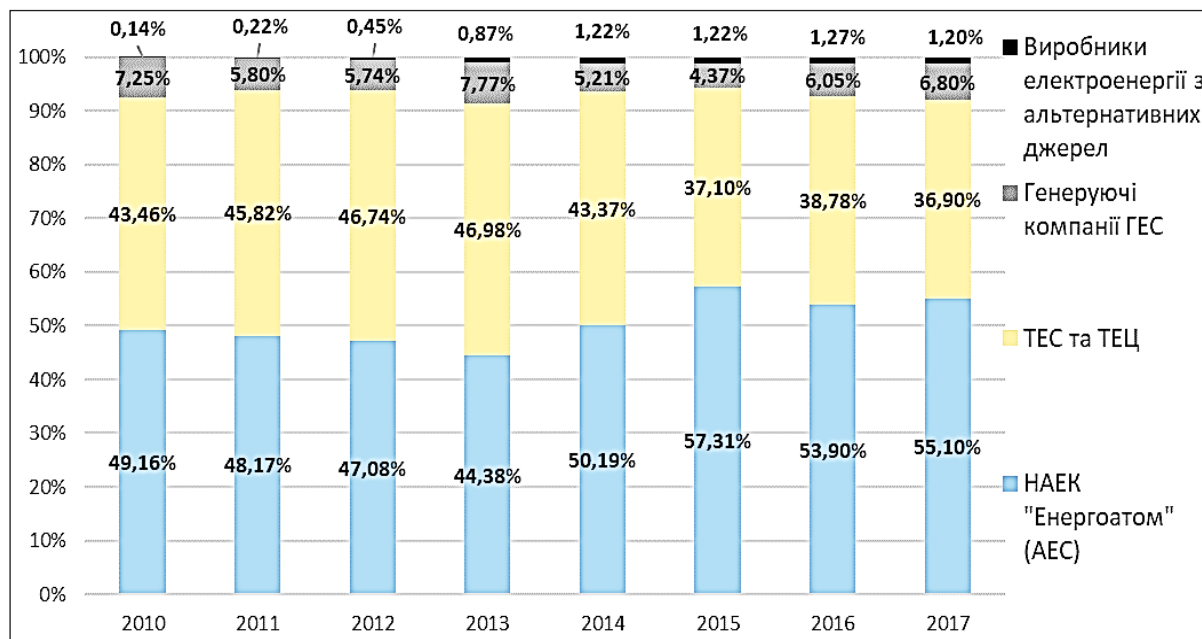


Рис. 1. Основні складові балансу електричної енергії на Оптовому ринку електроенергії України в 2010–2017 роках, %

Джерело: побудовано авторами за [7–8])

Таблиця 1. Структура оптової ринкової ціни електроенергії в 2013–2017 рр., %

	2013	2014	2015	2016	2017	Співвідношення частки у ціні до частки в обсягах поставки на ОР
ТЕС	34,19	32,71	25,09	31,18	34,03	1,19
НАЕК «Енергоатом»	13,66	17,27	21,03	20,09	20,57	0,36
Дотаційні сертифікати та ін.	32,16	31,18	30,75	25,87	20,54	-
ГЕС	2,18	1,93	2,87	3,35	3,07	0,45
ТЕЦ	9,93	8,28	9,69	8,47	9,35	1,43
ВДЕ	3,20	4,30	4,92	4,75	5,47	3,72
НЕК «Укренерго»	2,64	2,30	3,42	3,94	4,30	-
Цільова надбавка	2,04	2,03	2,24	2,34	2,51	-

Джерело: розраховано авторами за [8]

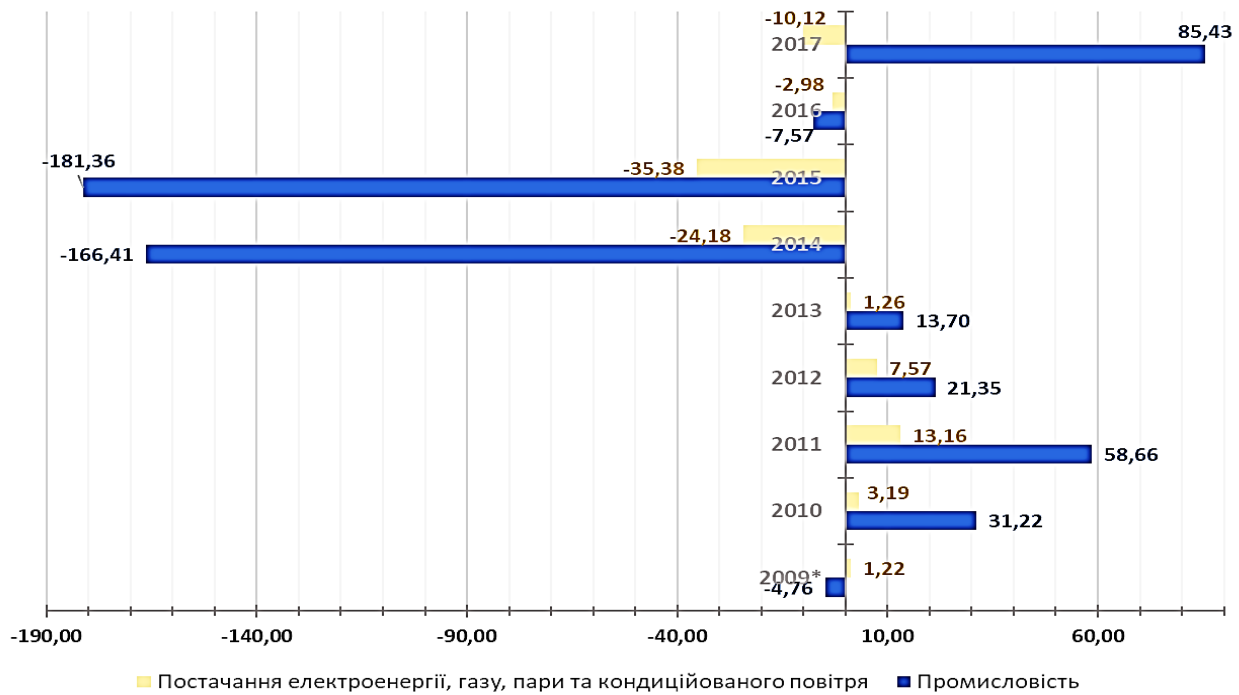


Рис. 2. Сукупні фінансові результати до оподаткування промислових підприємств та підприємств, що здійснюють постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря у 2009–2017 рр., млрд грн

Джерело: складено авторами за [10]



Рис. 3. Формування базових корпоративних стратегій вітчизняних підприємств-виробників електроенергії на сучасному етапі під впливом інституційних факторів

Джерело: розроблено авторами

лась електроенергія з відновлювальних джерел енергії (ВДЕ): співвідношення між часткою в оптовій ціні та часткою в обсягах поставки на ринок склало 3,72. Проте така висока привабливість компаній ВДЕ для їх власників пояснюється наявністю державного стимулюючого тарифоутворення, або так званого «зеленого тарифу», який покликаний стимулювати розвиток цієї галузі електроенергетики в Україні.

Отже, ТЕС та ТЕЦ сьогодні виглядають найменш конкурентоздатними виробниками електроенергії і мають високе співвідношення між часткою вартості в оптовій ціні та часткою в обсягах поставки на оптовий ринок. Виробники ВДЕ, які мають ще вищий показник, умовно знаходяться поза конкуренцією по причині пріоритетності їх розвитку для держави. Тому енергетичним компаніям, що є власниками ТЕС і ТЕЦ в Україні, доведеться вживати заходів для зниження собівартості електроенергії, оскільки з 1 липня 2019 року, коли запрацюють інші сегменти ринку, всі угоди на ньому будуть закриватися по рівноважній ціні для всіх виробників. Тому електростанції з меншою собівартістю зможуть отримувати більшу надбавку до неї (маржу), яка формуватиме прибуток цих компаній.

Розглянемо результативність підприємств галузі та порівняємо її з даними по промисловості (рис. 2).

Як бачимо з рис. 2, п'ять з останніх дев'яти років підприємства, що постачають електроенергію, працювали зі збитком, що свідчить про наявність проблем в енергетичній галузі, викликаних або низькою ефективністю діяльності, або пов'язаних з навмисним заниженням фінансових результатів керівництвом компанії, у зв'язку з ухиленням від оподаткування та/або з нецільовим використанням коштів.

Ґрунтуючись на проведеному вище аналізі, визначимо корпоративні стратегії розвитку вітчизняних підприємств-виробників електроенергії на сучасному етапі розвитку енергетичного ринку в Україні (рис. 3).

Висновки. Таким чином, узагальнюючи вищеведене, можна зазначити, що такі фактори бізнес-середовища, як державне регулювання галузі, структура та перспективи розвитку сегментів ринку електричної енергії, а також тарифна політика і ціноутворення на ринку електричної енергії впливають

на формування корпоративних стратегій підприємств енергетичної галузі. Проте самі ці фактори, в свою чергу, підвладні впливу сукупності інших факторів. Наприклад, ціна на ринку електричної енергії в найближчі роки визначатиметься не лише собівартістю її виробництва по окремих виробниках, але і рівнем інфляції в країні, валютним курсом, структурою балансу виробництва електричної енергії в об'єднаній енергетичній системі України, сукупним попитом на ринку, який визначатиметься темпами економічного зростання, тощо.

Крім того, інтенсивність і напрямок впливу окремих факторів на конкретні енергетичні компанії залежить від того, чи є компанія виробником чи постачальником електроенергії (якщо виробником – то який вид енергії виробляє), яка структура власності компанії, наскільки вона є фінансово стійкою тощо. Загалом, можна зробити висновок, що електроенергетика України вступила в період активних змін, які визначатимуть її стратегічний розвиток.

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. *Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с.*
2. Біла І.С., Насікан Н.І. *Бізнес-середовище в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 17. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/29.pdf>.*
3. Швець Г. *Сучасне бізнес-середовище малого та середнього підприємництва в Україні. Вісник Приазовського державного технічного університету: зб. наукових праць / ДВНЗ ПДТУ. Маріуполь, 2017. Вип. 34. С. 31–39.*
4. Закон України «Про основи національної безпеки України» від 19.06.2003 № 964-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/964-15>.
5. Закон України «Про ринок електричної енергії» від 13.04.2017 № 2019-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2019-19>.
6. *Нова енергетична стратегія України до 2035 року: «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. URL: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/docscatalog/document?id=245214949>.*
7. *Інформаційна довідка про основні показники розвитку галузей паливно-енергетичного комплексу України за грудень і 12 місяців 2017 року. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. URL: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/article?art_id=245270103&cat_id=3508.*
8. *Річний звіт НКРЕКП за 2017 рік. НКРЕКП. Офіційний сайт. URL: http://www.nerc.gov.ua/data/filearch/Catalog3/Richnyi_zvit_NKREKP_2016.pdf*
9. *Про ринкове формування роздрібних тарифів на електричну енергію, що відпускається для кожного класу споживачів, крім населення, на території України. Постанова НКРЕКП від 24 квітня 2017 року № 538. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1199-16>.*
10. *Статистична інформація. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрана.*

E-mail: natali.babyak@gmail.com

E-mail: inna.bilotska@gmail.com

УДК 338.31:[655.15:005.1]

Гуткевич С.О.

доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародної економіки,
Національний університет харчових технологій

Шендерівська Л.П.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри менеджменту видавничо-поліграфічної галузі,
Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПОЛІГРАФІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто питання взаємозв'язку між розвитком підприємства та ефективністю його діяльності. Запропоновано напрями перспективного розвитку поліграфічних підприємств для підвищення їх конкурентоздатності: диверсифікація на основі розширення діяльності, зміна організаційної будови підприємств, інвестиційний розвиток. Визначено, що найбільш прийнятною організаційною формою підприємств є корпорація. Запропоновано концепцію розвитку поліграфічних підприємств, яка враховує особливості їх діяльності, та доведено необхідність формування організаційних змін процесу управління розвитком для успішного втілення концепції.

Ключові слова: ефективність, прибуток, розвиток, інвестиційний розвиток, концепція, модель управління, поліграфічні підприємства.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПОЛИГРАФИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Гуткевич С.А., Шендеровская Л.П.

Рассмотрен вопрос взаимосвязи между развитием предприятия и эффективностью его деятельности. Предложены направления перспективного развития полиграфических предприятий для повышения их конкурентоспособности: диверсификация на основе расширения деятельности, изменение организационного построения предприятий, инвестиционное развитие. Определено, что наиболее приемлемой организационной формой предприятий является корпорация. Предложено концепцию развития полиграфических предприятий, которая учитывает особенности их деятельности, и доказана необходимость формирования организационных изменений процесса управления развитием для успешного воплощения концепции.

Ключевые слова: эффективность, прибыль, развитие, инвестиционное развитие, концепция, модель управления, полиграфические предприятия.

MANAGEMENT OF PRINTING ENTERPRISES DEVELOPMENT

Gutkevych S., Shenderivska L.

The questions of the interrelationship between the enterprise development and the earning capacity of its activity are considered. The directions of perspective development of printing enterprises for increase of their competitiveness are offered: diversification on the basis of activity expansion, change of enterprises organizational structure, investment development. It is determined that corporations are the most acceptable organizational form of enterprises. The concept of printing enterprises development, which takes into account the peculiarities of their activity, is proposed, and the necessity of forming organizational changes of the development management process for the successful implementation of the concept is proved.

Keywords: earning capacity, profit, development, investment development, concept, management model, printing enterprise.

Постановка проблеми. Об'єктивною передумовою, що уможливує функціонування підприємств в сучасних умовах, є їх розвиток, який пов'язаний з різними підходами до його сутності. В основі процесу розвитку розглядається стан економічної системи; різні види змін, що зумовлюють розвиток; розмаїття зв'язків між факторами усіх середовищ діяльності підприємства. Підприємство, як об'єкт управління, виконує функції, які впливають на його розвиток, у тому числі стратегічні, а це є постійний пошук напрямів розвитку та економічного росту, які пов'язані з економічними змінами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення питань управління розвитком підпри-

ємств є предметом досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема, І. В. Коберник [1], О. С. Школович, В. П. Хорольського, К. Д. Хорольського [2], Р. Заярскас, Д. Рузевічіус [3], І. М. Хвостіної [4], Т. О. Меліхової [5], М. Є. Рогози [6] та інших

Загалом автори концентруються на дослідженні факторів, що впливають на розвиток підприємств, обґрунтуванні шляхів розвитку бізнесу, доводять актуальність державної підтримки передусім для малих і середніх підприємств. Водночас існує необхідність розробки моделі управління розвитком поліграфічних підприємств, що враховуватиме особливості їхнього функціонування.

З метою обґрунтування напрямів удосконалення управління розвитком підприємств для забезпечення їх ефективності і конкурентоздатності, авторами поставлено і виконано такі **завдання дослідження**:

- охарактеризовано сучасні тенденції розвитку поліграфічних підприємств в Україні;
- обґрунтовано взаємозв'язок між розвитком і ефективністю діяльності підприємства;
- визначено шляхи підвищення ефективності розвитку підприємств;
- розроблено модель управління розвитком підприємств, що забезпечить їх конкурентоздатність на ринку в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підвищення ефективності розвитку зумовлюється:

- прискоренням змін у внутрішньому і зовнішньому середовищах функціонування підприємств;
- загостренням рівня конкуренції, а саме, внутрішньогалузевої, міжгалузевої, міжнародної;
- активізацією процесів модернізації виробництва, пропозиції інноваційної продукції;
- зростанням ролі інвестицій для прогресу підприємства.

Таким чином, прискорення науково-технічного прогресу, зміна кон'юнктури ринків, необхідність пошуку джерел інвестиційних ресурсів та напрямів їх ефективного використання підвищує теоретико-практичний інтерес до розвитку підприємств. В процесі управління розвитком потрібно прагнути збалансованого удосконалення усіх підсистем підприємства.

Вивченість управління розвитком поліграфічних підприємств, що пов'язано з їх значенням для суспільства для задоволення його інформаційних потреб і забезпечення доступу до якісної поліграфічної продукції, а також рядом особливостей, таких як, переважно малий розмір, зв'язок із видавничою діяльністю, високий рівень вартості поліграфічного обладнання, матеріаломісткості, імпортозалежності, набуває все більшої актуальності в сучасних умовах розвитку вітчизняної економіки.

Діяльність підприємств поліграфічної промисловості є комерційною, підприємства мають на меті отримання прибутку, а їх спеціалізація на виконанні робіт на замовлення усіх галузей економіки, зокрема, тиражування періодичних і неперіодичних видань, рекламної продукції, упаковки, етикеток, бланків тощо, формує значний потенціал розвитку. Видавнича продукція – книги, газети, журнали, супроводжує людину у процесі навчання, праці, відпочинку, розвитку, формуючи її світогляд, рівень культури, патріотизму, глибину і ширину знань, освіченість, компетентність, таким чином утворюється і розвивається рівень самосвідомлення та інтелектуальний потенціал нації, що у свою чергу впливає на рівень добробуту населення, як наслідок, інвестиційну привабливість, репутацію країни. А в умовах збереження, примноження і продуктивного використання інтелекту нації відбувається ефективний соціально-економічний розвиток країни та забезпечується її внесок у світовий прогрес.

Таким чином ринок друкованої продукції є складником ринку інформації, який в сучасних умовах характеризується ускладненням зв'язків в інформаційному просторі, урізноманітненням форм поширення і збуту продукції, збільшенням обсягів ринку та

посиленням диференціації, трансформаціями у культурі споживання інформації, що потребує розробки ефективних стратегій розвитку видавничо-поліграфічних підприємств.

Структура ринку видавничої продукції тісно пов'язана з рівнем розвитку економіки, рівнем освіти і культури, від яких залежить рівень попиту, відтак, економічний стан, інвестиційні можливості підприємств видавничо-поліграфічного комплексу. Збільшення попиту на інформаційні продукти у електронному форматі підвищує рівень інвестиційної привабливості їх виробників, і одночасно призводить до частково відтоку капіталу від виробників традиційних друкованих продуктів, у цих умовах зростає значення як інноваційного розвитку видавничо-поліграфічних підприємств, так і потреба у державній підтримці. Надання податкових пільг, збільшення обсягів державних замовлень, державні інвестиції у науково-технічне забезпечення сприятимуть ефективній відтворювальній політиці у галузі, відтак, досягненню рівня європейських стандартів розвитку.

Нами проведено аналіз динаміки обсягу випуску книг і брошур в Україні, згідно з даними Книжкової палати України [7], з метою визначення тенденцій виробництва за 2011–2017 роки. Виявлено негативні тенденції, а саме, скорочення в середньому за рік обсягу випуску книг і брошур на 0,6%, а загального тиражу на 0,5%. За період дослідження середній тираж книг і брошур становив 2,3 тис. прим., що недостатньо для ефективного використання традиційного офсетного способу друку та стимулює підприємства впроваджувати альтернативні менш ресурсомісткі технології цифрового друку. Також малі тиражі активізують скорочення масштабів бізнесу, як наслідок, в Україні, як і у Європейському Союзі, відбувається трансформація розмірів поліграфічних підприємств до більш актуального формату – це мікробізнес. Згідно з даними Державної служби статистики України питома вага мікробізнесу за видом економічної діяльності «Поліграфічна діяльність і тиражування записаної інформації» збільшилася з 91% у 2010 р. до 93% у 2017 р.

У зазначених умовах особливої актуальності набуває завдання економії витрат підприємств. Структуру витрат поліграфічних підприємств представлено на рис. 1.

За аналізований період структура витрат не зазнала істотних якісних змін, за виключенням відрахувань на соціальні заходи, питома вага яких скоротилася удвічі внаслідок зниження ставки відрахувань на соціальні заходи. А основним резервом скорочення витрат поліграфічного виробництва є матеріальні витрати, їхня питома вага у собівартості зросла з 78% у 2012 р. до 81% у 2018 р. Беручи до уваги, що поліграфічне виробництво характеризується високим рівнем матеріаломісткості, це актуалізує необхідність удосконалення політики матеріально-технічного постачання підприємств, у тому числі постійного моніторингу цін на ресурси. Водночас, варто вказати на позитивні зрушення у сфері матеріального забезпечення у поліграфії:

- розширення товарної пропозиції матеріальних ресурсів, що сприяє диверсифікації поліграфічного виробництва, модернізації асортименту, активізації інноваційної діяльності;
- збільшення диференціації пропозиції поліграфічних матеріалів за співвідношенням «ціна-якість»,

що дозволяє поліграфічним підприємствам гнучко планувати політику управління витратами та пропонувати товари різних цінових категорій;

– збільшення обсягів постачання матеріалів з Китаю, що в цілому сприяє скороченню питомих матеріальних витрат поліграфічного виробництва;

– загострення конкурентного тиску на ринку постачальників ресурсів, що стимулює підвищення якості послуг в цілому та посилює цінову конкуренцію.

Узагальнюючими показниками ефективності використання ресурсів є прибуток і рентабельність (табл. 1).

За період аналізу спостерігається негативна тенденція динаміки фінансових результатів у 2014 та 2015 рр., що пояснюється політичною кризою в Україні, яка спричинила спад в економіці. Виявлено також нераціональне співвідношення між фінансовими результатами від операційної діяльності та усієї діяльності поліграфічних підприємств. Менші фінансові результати від усієї діяльності свідчать про нецілісне бачення менеджерами і власниками економіки підприємств. Таким чином, увага менеджменту зосереджується на операційній діяльності, а недоліки в управлінні фінансово-інвестиційною та іншими видами діяльності призводять до зниження їх ефективності.

Позитивним явищем є підвищення частки прибуткових поліграфічних підприємств, що пояснюється як оптимізацією масштабів підприємств, так і збільшенням досвіду функціонування у ринкових умовах, як наслідок, виробленням ефективних корпоративних стратегій.

Для забезпечення ефективної діяльності з випуску видавничої продукції, необхідна налагоджена сис-

тема взаємодії між партнерами, яка, як показав аналіз, змінюється в поточний період у зв'язку з появою нового засобу комунікації – інтернету, а це впливає на ефективність розвитку поліграфічних підприємств. В умовах несприятливої кон'юнктури ринку потрібно шукати шляхи збереження обсягів виробництва і збуту продукції, підвищення обсягів прибутку як основного джерела розвитку.

Авторами статті визначено такі перспективні напрями розвитку поліграфічних підприємств:

- диверсифікація діяльності підприємств;
- зміна організаційної будови підприємств на основі їх корпоратизації;
- інвестиційний розвиток.

Необхідність комплексного задоволення потреб споживачів, пошуку нових, більш прибуткових ринків збуту, впровадження досягнень науково-технічного прогресу обґрунтовує доцільність диверсифікації діяльності підприємств на основі її розширення.

На макрорівні диверсифікації підприємств сприятимуть пільгові ставки оподаткування, реалізація державних програм підтримки галузі, застосування механізмів забезпечення об'єктивності розміщення державних замовлень. На мікрорівні проведення диверсифікації пов'язане зі спрямуванням інвестицій на інноваційну діяльність, застосуванням ресурсозаощаджувальних технологій, своєчасним впровадженням стандартів якості, гармонізованих з європейськими, стимулюванням працівників покращувати показники якості продукції тощо.

Удосконалення організації управління пов'язано з впровадженням програмно-цілевих організаційних

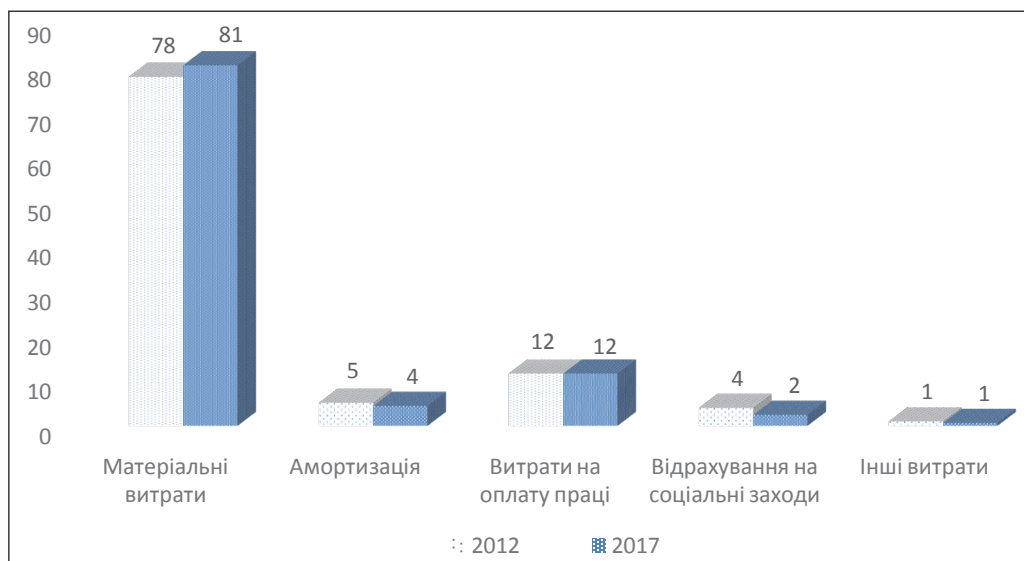


Рис. 1. Структура витрат на виробництво поліграфічних підприємств за 2012, 2017 рр. [8]

Таблиця 1. Прибуток і рентабельність поліграфічних підприємств [8]

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Фінансовий результат від операційної діяльності (сальдо), млн грн	215,4	2,6	227,2	268,7	-1179,2	-999	648,9	69,8
Рентабельність операційної діяльності, %	5,9	1,8	6,1	5,4	-4	-2,1	5,1	4,3
Фінансовий результат прибуткових підприємств, млн грн	345,7	186,7	458,9	477,1	317,2	624,9	1040,4	922,0
Частка прибуткових підприємств, %	64,9	67,7	67,8	65,6	66,5	79,4	76,2	75,8
Рентабельність усієї діяльності, %	2,8	-0,7	1,6	2,2	-10,9	-7,5	3,5	-0,5
Чистий прибуток, млн грн	146,2	-38,5	109,2	173,2	-1232,8	-1086,1	494,4	-83,5

структур управління, систем управління якістю, що сприяє підвищенню якості, конкурентоздатності продукції, росту рівня рентабельності. Актуальність програмно-цілевих структур в умовах диверсифікації спричинена передусім необхідністю оцінки усіх можливих ризиків, пов'язаних із виходом на нові ринки збуту, випуском інноваційних товарів, діагностики ресурсних можливостей підприємства, що потребує залучення компетентних фахівців у різних сферах з метою відбору найбільш ефективних напрямів диверсифікації.

Для підвищення ефективності діяльності підприємств нами пропонується на основі диверсифікації їх діяльності та власних джерел інвестування більш досконала форма організації, така як корпоратизація. Необхідність укрупнення бізнесу обумовлена двома чинниками: дефіцитом власних фінансових ресурсів для реалізації великих виробничо-технологічних проектів і обмеженою місткістю цільових ринків [1, с. 125]. Основними мотивами створення корпорацій є пошук шляхів підвищення ефективності функціонування підприємств, перспективних напрямів інвестування, розширення ринку збуту. На основі визначених мотивів обґрунтовується склад потенційних учасників, партнерами доцільно залучати тих, які посилять або розширять конкурентні переваги об'єднання і забезпечать отримання економічного ефекту. Друкарням доцільно створювати об'єднання з видавництвами, які мають висококваліфікований персонал, комерційно успішні видавничі проекти, значну частку на ринку, застосовують інноваційні технології, забезпечують високу якість продукції та орієнтуються на запити споживачів. До складу корпорацій можуть бути залучені

книготорговельні підприємства, бажано мережеві або гуртові, з широкою географією збуту та високим рівнем платіжної дисципліни, що сприятиме скороченню витрат на збут, прискоренню оборотності капіталу.

Інтеграція учасників корпорації передбачає дотримання таких базових положень, як єдині економічні правила, реальні інвестиції, спільне формування і використання ресурсів.

Єдині економічні правила у корпораціях насамперед необхідно встановити щодо ціни та оплати послуг, які надаються учасниками. В об'єднанні виникають додаткові можливості щодо встановлення знижок з ціни, оскільки розміщення замовлень на одній виробничій базі сприяє скороченню постійних витрат, а знижка з ціни визначається пропорційно до суми економії витрат.

Діяльність корпорації потребує удосконалення політики платежів, оскільки на сучасному етапі розвитку поширеною серед видавництв є співпраця з книготорговельними підприємствами на умовах оплати за фактом реалізації видань кінцевим споживачам, що спричиняє дефіцит фінансування поточної діяльності.

При об'єднанні підприємств створюються умови для підвищення якості продукції. Удосконалення системи управління якістю – це задача рівня стратегічного менеджменту, а формальне впровадження стандартів якості не гарантує ефективності системи управління якістю [3, с. 860, 863].

При створенні об'єднання підприємств доцільно централізувати функцію управління якістю, що дозволить дотримуватися єдиних високих стандартів в роботі і сформувати позитивний імідж корпорації.

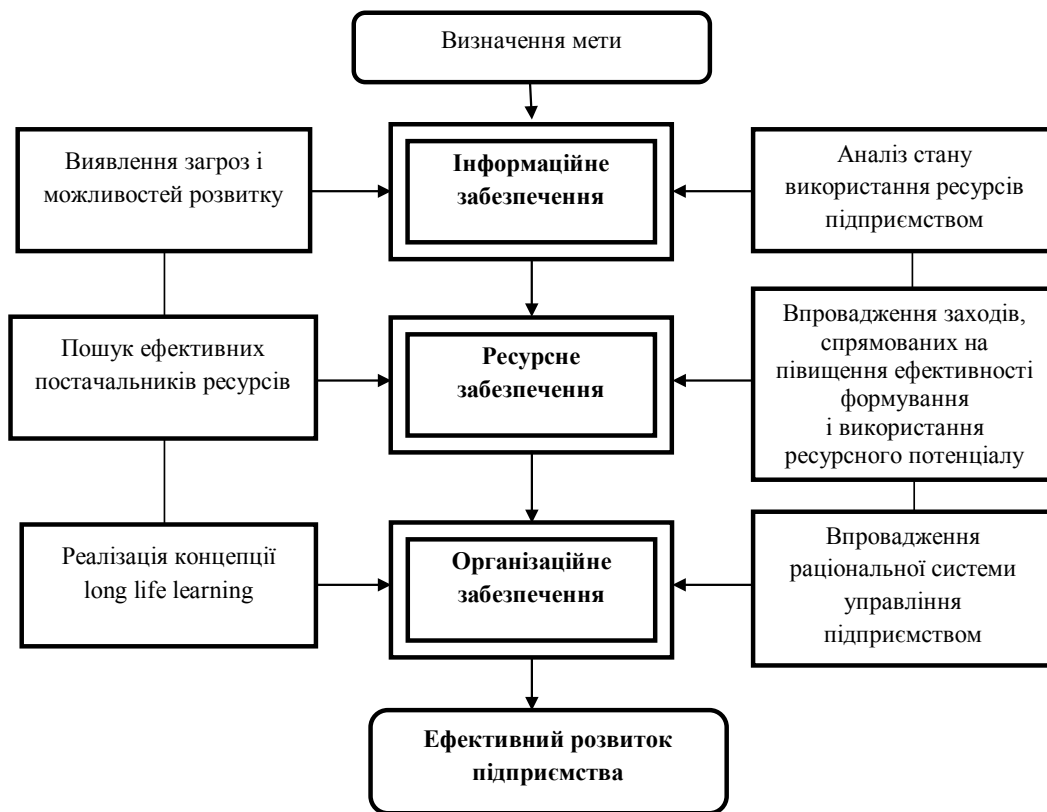


Рис. 2. Складники ефективного управління розвитком підприємств

Джерело: розроблено авторами

Ще одним напрямом підвищення ефективності розвитку підприємств є інвестиційний розвиток. Як показав аналіз, інвестиційний розвиток залежить від ряду факторів, на основі яких визначаються напрями активізації інвестиційної діяльності. До таких факторів належать рівень забезпеченості власними джерелами фінансування, вартість позикових ресурсів, стан розвитку підприємств, рівень матеріально-технічної бази.

Заходами, спрямованими на активізацію інвестиційної діяльності, визначено інновації як форма інвестицій, підвищення якості продукції, інвестиційної привабливості підприємств, розвиток організаційних форм використання основних засобів (оренда, фінансовий лізинг та інші), використання амортизаційних відрахувань за функціональним призначенням, раціональне формування і використання джерел фінансування.

Для досягнення ефективності інноваційної діяльності підприємствам потрібно виконувати комплекс завдань, а саме, економічних, тобто, розробка комерційно успішних інновацій, що здатні забезпечити підвищення прибутковості, конкурентоздатності; суспільних, які передбачають більш якісне задоволення потреб споживачів щодо обсягу, асортименту, часу, місця, умов виконання замовлень на поліграфічну продукцію, формування високого рівня культури виробництва і обслуговування на основі залучення фахівців для створення, просування і збуту продукції; безпеки життєдіяльності – це підвищення рівня захисту навколишнього природного середовища, удосконалення умов праці.

Управління розвитком підприємств потребує належних рівнів інформаційного, ресурсного, організаційного забезпечення (рис. 2).

На рівні інформаційного забезпечення управління розвитком здійснюється аналіз стану підприємства та зовнішнього середовища. До функцій інформаційного забезпечення належать визначення необхідності змін, постановка мети і завдань управління розвитком. На другому рівні з метою раціонального ресурсного забезпечення розробляються і впроваджуються заходи, спрямовані на підвищення ефективності процесів постачання і споживання ресурсів. Третій рівень – організаційне забезпечення – передбачає побудову організаційної структури та на її основі і функцій управління з урахуванням розробки такої системи мотивації праці, що буде сприяти досягненню мети управління розвитком підприємств. Згідно з [2] у процесі управління розвитком досягаються монетарні, немонетарні, соціальні цілі. А при обґрунтуванні стратегії підприємства потрібно враховувати фактори, що впливають на розвиток [9].

Ефективність управління розвитком підприємств залежить від перспектив діяльності, які пов'язані з визначенням стратегічних напрямів їх розвитку. В основі моделювання процесу управління розвитком – концепція розвитку поліграфічних підприємств. Формування концепції розвитку підприємств передбачає визначення мети їх діяльності та задач для її досягнення, обґрунтування напрямів ефективного розвитку підприємств.

В нестабільних ринкових умовах, як показав аналіз, першочерговими завданнями поліграфічних підприємств є стабілізація обсягів виробництва і прибутку, збереження ринкової частки, рівня якості продукції та

зменшення плинності кадрів. Визначення чітких стратегічних пріоритетів підприємств сприяє їх ефективному розвитку.

Нами визначено основні положення концепції розвитку поліграфічних підприємств:

- євроінтеграційні процеси та підвищення рівня використання наявних виробничих потужностей на основі забезпечення потреб внутрішнього ринку та активізації зовнішньоекономічної діяльності;
- організація випуску продукції та сертифікації згідно з міжнародними стандартами якості;
- впровадження сучасних інформаційних технологій для прискорення процесу прийняття замовлень до виконання та виробничого циклу в цілому;
- підвищення рівня інноваційної діяльності підприємств на основі модернізації виробництва;
- розширення виробничих зв'язків суб'єктів видавничо-поліграфічного комплексу, а також зв'язків в межах більш широкої структури з метою збільшення ефективності діяльності;
- підвищення значення екології в сучасних умовах, що стимулює використання екологічно безпечних матеріалів, зменшення відходів виробництва;
- скорочення дефіциту кадрів належного рівня кваліфікації, що, в тому числі, пояснюється швидкою зміною технологій у господарській діяльності підприємств.

Враховуючи сучасний стан розвитку поліграфічних підприємств, необхідна переорієнтація завдань управління розвитком, що визначені нами в ході дослідження, а саме:

- підвищення конкурентоздатності поліграфічної продукції, порівнюючи з товарами-замінниками насамперед за показником ціни, що пояснюється тенденціями до збільшення частки інформації, яка поширюється в електронній формі;
- оптимізація розмірів підприємств згідно з потребами ринку, впровадження прогресивних технологій, модернізація основних засобів;
- впровадження прогресивних методів товаропросування, використання потенціалу зовнішніх ринків збуту, застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, удосконалення форм і методів збуту продукції, розвиток науково-технічної інтеграції;
- підвищення культури споживання продукції, що необхідно для зменшення безповоротних відходів у обігу друкованої продукції, передусім, упаковки, а також зменшення забруднення навколишнього середовища синтетичними матеріалами.

На основі положень концепції розвитку поліграфічних підприємств пропонується концептуальна модель управління розвитком. Модель побудована на прикладі поліграфічних підприємств (рис. 3). В основі розробки – мета – підвищення ефективності діяльності підприємств в сучасних умовах стрімких змін на макро- і мікрорівнях, а елементами визначено такі як, диверсифікаційні процеси, зміна організаційної будови підприємств, створення єдиного ланцюга замовник-виробник-споживач і використання реальних інвестицій.

Диверсифікаційні процеси мають на меті освоєння нових ринків збуту, розподіл ризиків між окремими напрямами діяльності, дозавантаження наявних виробничих потужностей. Визначено, що здійснення

диверсифікації потребує комплексного підходу, а саме, розширення асортименту, впровадження нових технологій, змін в управлінні. Вид диверсифікації залежить від умов та цілей функціонування підприємств. В поліграфії доцільно впроваджувати горизонтальну та змішану диверсифікацію. На протипагу диверсифікації актуальною може бути і стратегія спеціалізації, яка типова для ринків поліграфічної продукції розвинених країн. Поглиблення спеціалізації шляхом удосконалення існуючих продуктів доцільне для підприємств, які забезпечують високу якість і конкурентоздатність основних видів продукції.

Рішення про зміну організаційної структури підприємств необхідно ухвалювати з урахуванням економічної доцільності перетворень. Перевагу при реалізації стратегії диверсифікації доцільно надати програмно-цільовим організаційним структурам управління. Потрібно активізувати застосування прогресивних засобів комунікації, передусім, інтернету для удосконалення взаємодії із замовниками. Організація прийому замовлень через інтернет сприяє розширенню географії замовників, забезпечує оперативність підготовки виробництва і безпосередньо виробничого процесу.

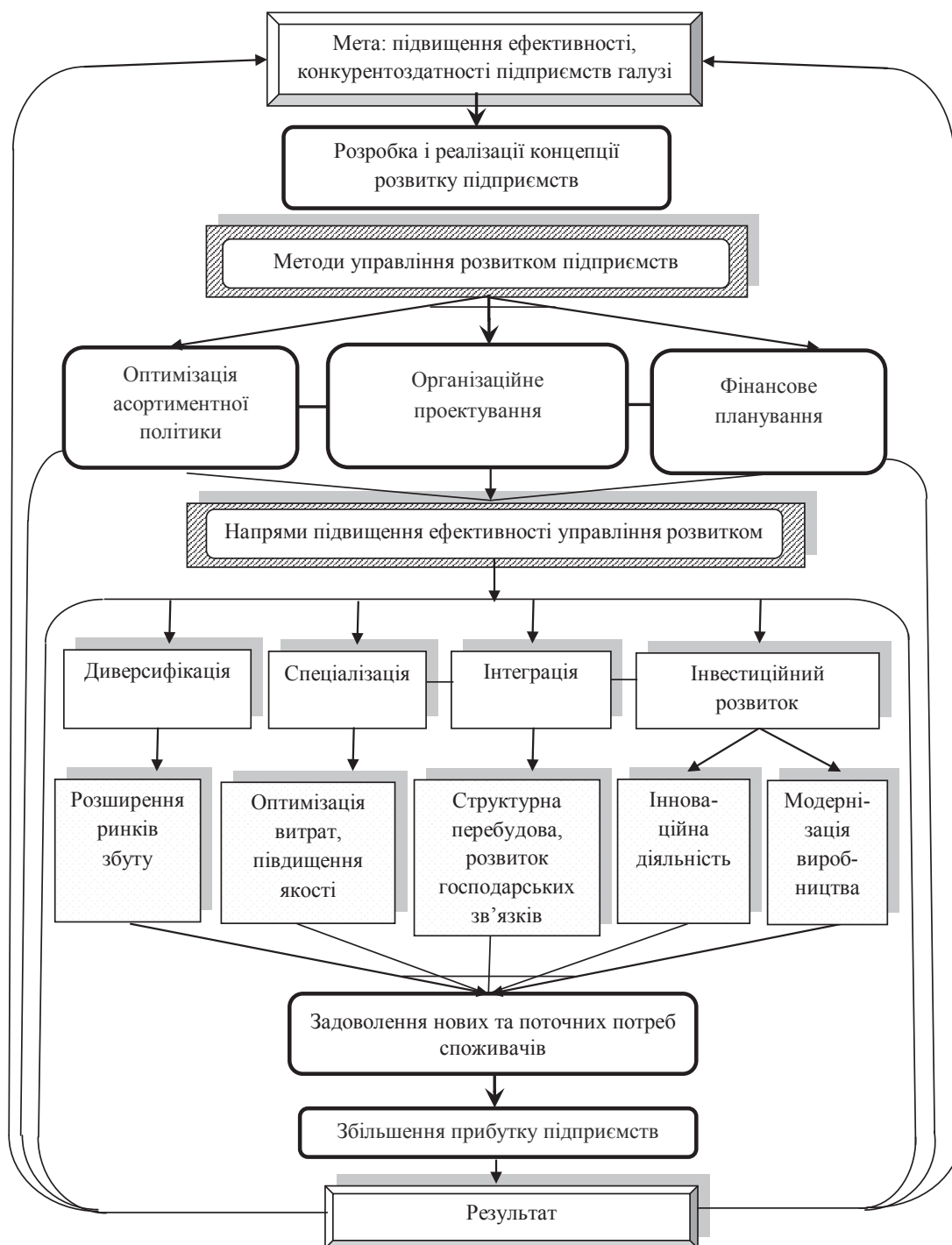


Рис. 3. Концептуальна модель розвитку поліграфічних підприємств

Джерело: розроблено авторами

Другим напрямом авторами обрано інтеграцію шляхом корпоратизації підприємств. Визначено, що підприємства, які утворюватимуть корпорацію, не втрачатимуть своєї юридичної самостійності. Співпраця учасників на постійній основі забезпечить поетапне вирішення завдань завантаження потужностей підприємств поліграфічної галузі, підвищення прибутковості їх діяльності, а для видавництва – пошуку ефективної виробничої бази для тиражування видавничої продукції.

В сучасних умовах інтеграційних і глобалізаційних процесів потрібен раціональний розподіл обмежених інвестиційних ресурсів, тому авторами запропоновано напрям – інвестиційний розвиток підприємств. Для підвищення ефективності інвестиційного розвитку доцільно впроваджувати комплекс напрямів активізації інвестування. Пріоритетною має бути модернізація підприємств за такими основними напрямками, як техніко-технологічне оновлення для забезпечення випуску якісної продукції невисокої вартості, персоналізованих замовлень, відповідно, розширення ринку збуту за рахунок некорпоративних споживачів; впровадження прогресивних технологій, зокрема, цифрового друку для досягнення економічної ефективності виробництва малих тиражів, що відповідає сучасним тенденціям ринку – зменшення тиражності продукції; технічне забезпечення друку на складних поверхнях з метою виходу на нові ринки.

Виробництво продукції, що відповідає міжнародним стандартам якості, забезпечить підвищення конкурентоздатності підприємств та галузі, зростання доходу і прибутку підприємств, що дозволить збільшити фінансування модернізації виробництва, за рахунок якого задовольняти потреби споживачів, які постійно змінюються, відтак здійснювати вихід на нові стратегічні ринки та отримувати приріст рівня віддачі капіталу за рахунок реальних інвестицій в інноваційний розвиток.

Ефективність діяльності щодо управління розвитком потребує передусім об'єктивного прогнозування ринку для виявлення перспективних напрямів розширення діяльності, раціональної комбінації джерел фінансування, пріоритетності якості та інноваційної діяльності як умов підвищення фінансових результатів підприємства та конкурентоздатності.

Ефект від впровадження моделі управління розвитком підприємства виявляється у збільшенні прибутку, зниженні рівня витрат, що створює умови для збільшення власних джерел розвитку підприємства. Більш

активна позиція підприємств на ринку щодо постійного пошуку актуальних напрямів розвитку сприятиме кращому задоволенню потреб споживачів.

Висновки з проведеного дослідження. Політика ефективного розвитку підприємств визначається особливостями розвитку підприємств, в т. ч. видавничо-поліграфічного комплексу, а саме, рівнем якості продукції, обсягом попиту, масштабами діяльності, інтеграційними процесами, рівнем інвестиційної привабливості тощо. Понад 90% підприємств за розміром є малими, що обмежує їх можливості щодо фінансування за рахунок власних та залучених джерел, зменшує рівень стійкості функціонування.

Аналіз стану і тенденцій розвитку поліграфічних підприємств показав, що перспективними напрямками розвитку підприємств є: диверсифікація на основі розширення діяльності, зміна організаційної будови підприємств, інвестиційний розвиток. Створення корпорації буде здійснюватися на основі інтегрованої структури для ефективного досягнення цілей і вирішення спільних завдань. Створення корпорацій, впровадження сучасних методів роботи дозволить зменшити час виробництва і надходження продукції на ринок, сприятиме підвищенню її конкурентоздатності, що потребує врахування життєвого циклу товару, який в сучасних умовах нетривалий і залежить насамперед від попиту на товар і пропозиції. Підвищення ефективності діяльності поліграфічних підприємств потребує їх інвестиційного розвитку, в якому інновації є основною формою інвестицій, а інвестиційний розвиток спрямовується переважно на модернізацію матеріально-технічної бази підприємств.

Запропоновано концепцію розвитку поліграфічних підприємств, в якій визначено цілі, задачі і напрями розвитку підприємств малого і середнього бізнесу. Для успішного втілення концепції необхідне формування організаційних змін процесу управління розвитком.

На основі концепції побудовано модель управління розвитком підприємств, яка враховує напрями ефективного управління і особливості діяльності підприємств поліграфічної промисловості та необхідність постійної і комплексної адаптації до умов зовнішнього і внутрішнього середовища, а це направлено на підвищення ефективності діяльності. Модель прогнозує створення корпорацій товаровиробників на основі єдиних економічних правил для усіх підприємств галузі.

1. Коберник І. В. Особливості розвитку інтеграційних процесів підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 10. С. 124–130.

2. Щекович О. С., Хорольський В. П., Хорольський К. Д. *Стратегічне управління розвитком публічних акціонерних товариств Групи «Метінвест»*. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 8. С. 81–94.

3. Zajarskas, R., Ruževičius, J. *Evaluation of the effectiveness of the quality management system of the service enterprise*. *Ekonomika ir Vadyba – Economics and Management*. 2010. No 15. Pp. 857–864.

4. Хвостіна І. М. *Механізм управління розвитком підприємства. Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 1. С. 30–33.

5. Меліхова Т. О. *Економічна безпека підприємства: формування, контроль, ефективність*. Херсон: Гельветика, 2018. 631 с.

6. Рогоза М. Є. *Управління економічними об'єктами: інформаційний аспект вдосконалення бізнес-процесів*. Полтава: ПУЕТ, 2018. – 179 с.

7. Книжкова палата України // *Офіційний сайт*. URL: <http://www.ukrbook.net> (дата звернення 11.12.2018).

8. Державна служба статистики України // *Офіційний сайт*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 10.12.2018).

9. Гуткевич С. О., Дунда С. П. *Вплив управління на ефективність діяльності підприємств*. *Інтелект XXI*. 2013. № 1/2. С. 63–68.

УДК 005.583.1:004

Задорожнюк Н.О.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економічних систем
і управління інноваційним розвитком,
Одеський національний політехнічний університет

ЗАСТОСУВАННЯ ОСНОВ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У МОТИВАЦІЇ ІТ-ФАХІВЦІВ

У статті розкрито переваги та недоліки роботи фахівців в ІТ-сфері. Особливу увагу приділено визначенню переваг та недоліків ІТ-фахівців саме креативного типу. Визначено та охарактеризовано основні риси, головні завдання та ключові функції ІТ-фахівця креативного типу: HR-менеджеру ІТ-компанії, UI/UX-дизайнерів, Game designer, Program Manager. Розглянута структура потенціалу ІТ-фахівців креативного типу, яка складається з чотирьох складових: інтелектуального, організаційно-поведінкового, психологічного та професійно-пізнавального потенціалів. Запропоновано мотиваційні фактори для ІТ-фахівців з урахуванням креативного підходу до управління персоналом: аналітично-дослідні здібності; стратегічне мислення; готовність до підвищення рівня знань; стресостійкість; лідерство та робота у команді; інноваційність; самостійність та гнучкість у прийнятті рішень; самоорганізованість та системне сприйняття ситуації.

Ключові слова: креативний тип, мотивація, ІТ-фахівці, ІТ-сфера, корпоративна культура, команда.

ПРИМЕНЕНИЕ ОСНОВ КРЕАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В МОТИВАЦИИ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ

Задорожнюк Н.А.

В статье раскрыты преимущества и недостатки работы специалистов в ИТ-сфере. Особое внимание уделено определению преимуществ и недостатков ИТ-специалистов именно креативного типа. Определены и охарактеризованы основные черты, главные задачи и ключевые функции ИТ-специалистов креативного типа: HR-менеджера ИТ-компания, UI/UX-дизайнеров, Game designer, Program Manager. Рассмотрена структура потенциала ИТ-специалистов креативного типа, которая состоит из четырех составляющих: интеллектуального, организационно-поведенческого, психологического и профессионально-познавательного потенциалов. Предложены мотивационные факторы для ИТ-специалистов с учетом креативного подхода к управлению персоналом: аналитически-исследовательские способности; стратегическое мышление; готовность к повышению уровня знаний; стрессоустойчивость; лидерство и работа в команде; инновационность; самостоятельность и гибкость в принятии решений; самоорганизованность и системное восприятие ситуации.

Ключевые слова: креативный тип, мотивация, ИТ-специалисты, ИТ-сфера, корпоративная культура, команда.

APPLICATION OF THE BASIS OF CREATIVE MANAGEMENT IN MOTIVATION OF IT PROFESSIONALS

Zadorozhniuk N.

The article reveals the advantages and disadvantages of the work of specialists in the IT field. Particular attention is paid to identifying the advantages and disadvantages of IT specialists of exactly the creative type. The main features, main tasks and key functions of creative-type IT specialists are defined and characterized: HR-manager of an IT company, UI/UX-designers, Game designer, Program Manager. The structure of the potential of creative-type IT specialists is considered, which consists of four components: intellectual, organizational-behavioral, psychological and professional-cognitive potentials. Motivational factors for IT specialists are proposed, taking into account the creative approach to personnel management: analytical and research skills; strategic thinking; willingness to increase knowledge; stress resistance; leadership and teamwork; innovation; independence and flexibility in decision making; self-organization and systemic perception of the situation.

Keywords: creative type, motivation, IT specialists, IT sphere, corporate culture, team.

Постановка проблеми. Динамічність ІТ-галузі відображається на вимогах до ІТ-фахівців, креативність та кваліфікація яких повинні постійно підвищуватися. А підприємствам слід створювати необхідні умови для професійного розвитку ІТ-фахівців та забезпечувати ефективний мотиваційний механізм. Тому у сучасних умовах мотивація персоналу ІТ-галузі є актуальним напрямком наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання

креативного менеджменту є ключовими у дослідженнях багатьох сучасних науковців. Так, М.Х. Беноєва [1] та О.Г. Макаренко [2] розкривають ключові поняття креативного менеджменту, Т. Божидарнік [3] – розвиток цього виду менеджменту, Н.Л. Сінева [4] особливу увагу приділяє креативності персоналу, а О.В. Дьомкіна [5] досліджує розвиток персоналу ІТ-галузі. Проте, можливість щодо використання креативного менеджменту для розвитку та мотивації ІТ-фахівців

сучасними науковцями досі не розглянуто, що обумовлює автора дослідити ці питання у даній статті.

Формулювання цілей статті. Головною метою статті є визначення мотиваційних факторів ІТ-фахівців креативного типу у сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. Для визначення особливостей мотивації ІТ-фахівців слід виявити відмінні риси роботи в ІТ-сфері. Особливої уваги потребує розгляд переваг та недоліків роботи в ІТ-сфері, врахування яких дозволить визначити найбільш ефективні фактори та методи мотивації персоналу (табл. 1).

Таблиця 1. Переваги та недоліки роботи в ІТ-сфері

Переваги роботи в ІТ	Недоліки роботи в ІТ
<ul style="list-style-type: none"> – Необмеженість у професійному розвитку ІТ-фахівців; – Креативна та різнопланова робота; – Можливість зміни діяльності без шкоди для кар'єрного зростання; – Можливість віддаленої роботи; – Високий рівень заробітної плати; – Гідні премії та бонуси; – Відсутність перенасичення ІТ-ринку фахівцями; – Можливість гнучкого графіка роботи; – Сформована ІТ-спільнота в різних країнах. 	<ul style="list-style-type: none"> – Можливий ненормований робочий графік; – Високий рівень стресу; – Високий рівень стомлюваності через постійну роботу за комп'ютером; – Високі вимоги входження в ІТ-сферу: професійні навички та знання англійської мови; – Складність навчання, висока вартість ІТ-освіти і підвищення кваліфікації; – Висока частота випадків професійного вигорання ІТ-фахівців; – Плиньність кадрів на робочих місцях.

Джерело: визначено автором

Відповідно з табл. 1 можна відзначити, що основними негативними та немотивуючими факторами ІТ-фахівців є високий рівень стресу й стомлюваності, також висока ймовірність появи синдрому емоційного вигорання.

Спеціалізація фахівців ІТ-галузі дуже широка, проте до ІТ-фахівців креативного типу можна віднести декількох:

1. HR-менеджер у ІТ-компанії. Цей фахівець працює з колективом компанії, зміцнює та розвиває корпоративну культуру, допомагає адаптуватися новим робітникам. Основне завдання HR-менеджера полягає у супроводі ІТ-фахівців та інших співробітників протягом усього часу їх роботи в компанії, тобто він:

- забезпечує сприятливий психологічний клімат у колективі, при появі конфліктних ситуацій вирішує їх;
- стежить за професійним розвитком ІТ-фахівців, підтримує на кожному етапі їх кар'єрного зростання;
- досліджує ступінь задоволеності ІТ-фахівців від роботи в компанії, що в подальшому враховується у робочому процесі;
- забезпечує мотивацію персоналу за допомогою нематеріальних бонусів, надає керівництву рекомендації щодо підвищення заробітної платні та виплати премій;
- зміцнює командний дух та розвиває корпоративну культуру шляхом залучення співробітників до різних спільних заходів; бере активну участь в організації тим-білдінгів, корпоративів, а також у формуванні бюджетів цих заходів тощо [6].

2. UI/UX-дизайнер (User Interface / User eXperience designer). UX-дизайнер планує то, як майбутній клі-

єнт / споживач буде взаємодіяти з інтерфейсом та які кроки йому потрібно зробити, щоб отримати результат. А UI-дизайнер реалізує графічний вигляд кожного з цих кроків. На практиці, найчастіше, функції UX і UI виконує один дизайнер, що потребує різнобічного креативного підходу у роботі. Тобто головне завдання UI/UX дизайнера полягає у проектуванні гарного та зрозумілого інтерфейсу, який дозволить досягати потрібної мети в використанні продукту максимально простим і зручним шляхом. UI/UX-дизайнер виконує такі функції:

- збирає інформацію про проект та його цільову аудиторію;
- аналізує як саме користувачі використовують продукт;
- займається проектуванням призначених для користувача сценаріїв;
- розробляє стиль, надає вказівки щодо завершення шрифтів, кольорів і розмірів;
- створює макети і прототипи;
- формує інтерфейс у графічних редакторах.

Слід відзначити, що для UI/UX-дизайнерів важливо розуміти теорію кольору, типографіку, композицію, ергономіку сайту, основи маркетингу, бізнес-аналізу, а також загальну психологію [6].

3. Game designer (ігровий дизайнер). Ключове завдання цього ІТ-фахівця – розробка концепції гри, її правил, змісту та ігрового процесу. До ключових обов'язків Game designer можна віднести такі:

- написання і редагування дизайн-документу;
- проектування механіки гри, її правил й ігрового процесу;
- написання сюжету і створення персонажів;
- настройка ігрового балансу;
- здійснення аналітики ігрових процесів і монетизації;
- формування технічних завдань для інших ІТ-фахівців: художників і програмістів;
- проектування емоційного досвіду, який гравець отримує під час гри [6].

4. Program Manager (програмний менеджер). Головним завданням цього ІТ-фахівця є управління проектом в цілому, він координує низку взаємопов'язаних проектів (програму) і відповідає за стратегічні ініціативи компанії. Program Manager виконує такі функції:

- управління портфелем проектів компанії в певній області корпоративних інтересів;
- координація менеджерів, що виконують проекти конкретної програми;
- опрацювання та прийняття управлінських рішень щодо проектів;
- створення оточення з ефективними процесами і комунікаціями;
- здійснення фінансового та ресурсного управління [6].

Розгляд специфіки роботи кожного ІТ-фахівця креативного типу дозволяє визначити переваги та недоліки цієї спеціалізації (табл. 2). Тобто можна зазначити, що з найбільш важливих та вагових особистих якостей ІТ-фахівців креативного типу є: допитливість і відкритість до нових знань; винахідливість та інтелектуальна гнучкість; системність, структурність і критичність мислення; готовність та вміння виконувати завдання в короткі терміни; відмінна пам'ять; стресостійкість тощо.

Стратегія розвитку ІТ-компаній повинна базуватися на підприємливості не тільки керівництва, а й усього

колективу. Для цього необхідно використовувати потенційні можливості (особливо креативні) всього персоналу. У зв'язку з цим перед керівництвом постає важливе завдання – розкрити у робітниках, які виконують управлінські функції, креативність, тобто сформулювати чи закріпити креативний тип мислення.

Таблиця 2. Переваги та недоліки ІТ-фахівців креативного типу

Переваги	Недоліки
– постійне спілкування с робітниками; – придбанням адміністративних навичок; – можливість забезпечити робочий процес комфортом та сприятливим настроєм; – реалізація креативного потенціалу надихає на нові досягнення; – цікава робота, завдяки різноманітним завданням не дає нудьгувати; – можливість розвитку, навчання та самовдосконалення.	– психологічне навантаження; – рішення складних та неординарних ситуацій, пошук способів досягнення згоди між співробітниками; – не має можливості довгий час зосереджуватися на одному завданні, тому що постійно з'являються нові запити; – складність прогнозу результатів роботи співробітників і висока ціна помилкових рішень; – необхідність здобуття нових знань у менеджменті, коучінгу, соціології, майстерності презентацій та інформаційних технологіях тощо.

Джерело: визначено автором

На думка автора, до ключових рис ІТ-фахівців, які формують креативний тип мислення можна віднести:

1. Аналітико-дослідницькі здібності. Необхідні для здійснення пошуку та обробки інформації, наприклад, формування текстових та інших завдань для виявлення проблем або перспектив робітників ІТ-компанії.

2. Стратегічне мислення. Передбачає здатність мислити стратегічно, бачити перспективи, вміння заздалегідь розпізнавати проблеми та визначити оптимальний шлях їх рішення.

3. Готовність до підвищення рівня знань. Здатність до постійного навчання обумовлена динамічністю ІТ-галузі.

4. Стресостійкість. Ця риса необхідна при постійному вирішенню різних технічних та управлінських завдань у короткі проміжки часу.

5. Лідерство і робота в команді. Ця риса передбачає уміння делегувати не тільки владу і відповідальність, але і свій авторитет лідера. Також важлива здатність до латентного (прихованого) керівництва, яке передбачає вміння звернутися до членів команди за порадою і допомогою.

6. Інноваційність. Відображає здатність вийти за межі формального та звичного, що дозволить по-іншому подивитися на ситуацію. Результат інноваційності повинен позитивно вплинути на психологічний настрій робітників.

7. Самостійність і гнучкість в прийнятті рішень. Відображає здатність швидко орієнтуватися у ситуації та адаптуватися до змін у компанії.

8. Самоорганізованість. Відображає здатність раціонально розподіляти робочий час.

9. Системне сприйняття ситуації. Базується на системному підході до вирішення поставлених завдань та можливих проблем.

Розглянуті риси формують структуру потенціалу ІТ-фахівців креативного типу, яка складається з чотирьох складових. Основні риси ІТ-фахівців креативного типу розподілені по кожній складовій потенціалу (табл. 3).

Таблиця 3. Структура потенціалу ІТ-фахівців креативного типу

Складові структури	Риси ІТ-фахівців креативного типу
1. Інтелектуальний потенціал	Аналітико-дослідницькі здібності. Стратегічне мислення. Інноваційність. Самоорганізованість.
2. Організаційно-поведінковий потенціал	Лідерство і робота в команді. Системне сприйняття ситуації.
3. Психологічний потенціал	Стресостійкість.
4. Професійно-пізнавальний потенціал	Готовність до підвищення рівня знань. Самостійність і гнучкість в прийнятті рішень.

Джерело: запропоновано автором

Розподіл рис ІТ-фахівців креативного типу по кожній складовій потенціалу дозволить враховувати ці аспекти у підвищенні ефективності роботи та мотивації ІТ-фахівців.

Запропоновано мотиваційні чинники для ІТ-фахівців (рис. 1).

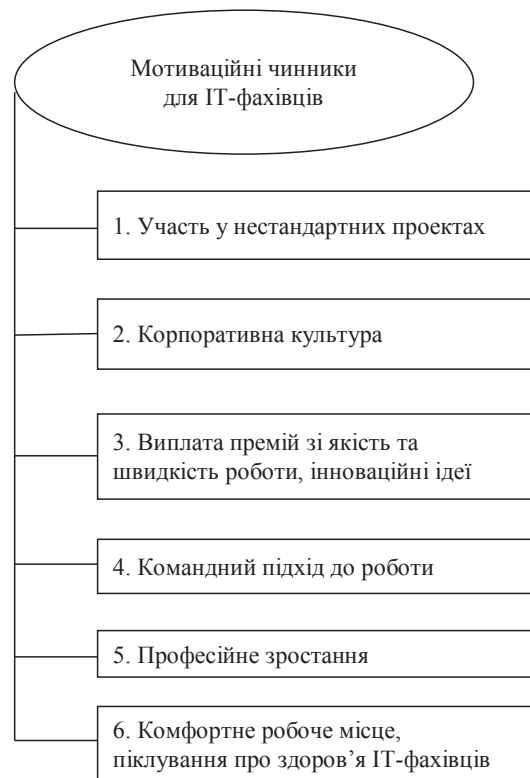


Рис. 1. Мотиваційні чинники для ІТ-фахівців

Джерело: запропоновано автором

Враховання запропонованих мотиваційних чинників для ІТ-фахівців дозволить керівництву ІТ-компанії покращувати умови праці задля підвищення якості розробки інформаційних продуктів/послуг та збільшення прибутку компанії.

Висновки. Отже, резюмуючи вищевикладене можна стверджувати, що питання креативного типу мислення ІТ-фахівців важливі не тільки для робочого процесу, а й

для мотивації спеціалістів ІТ-сфери. Врахування розглянутих мотивуючих факторів дозволить розробити більш ефективний механізм мотивації персоналу ІТ-сфери.

1. Задорожнюк Н.О., Бсноєва М.Х. Дослідження ключових понять креативного менеджменту Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Економіка». 2016. Вип. 1 (5). С. 132–135.

2. Макаренко О.Г., Лазарев В.Н. Креативный менеджмент: уч. Пособие. Ульяновск: УлГТУ, 2011. 154 с.

3. Божидарнік Т., Василик Н. Формування й розвиток креативного менеджменту на підприємстві. Економіст. 2015. № 3. С. 37–39.

4. Синева Н.Л., Яшкова Е.В. Управление развитием интеллектуально-креативной деятельности персонала современной организации. Наукоедение. 2015. № 5 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-razvitiem-intellektualno-kreativnoy-deyatelnosti-personala-sovremennoy-organizatsii> (дата звернення: 22.11.2018).

5. Дьомкіна О.В. Розвиток персоналу сфери інформаційних технологій: поняття, особливості та сучасний стан в Україні. Вісник Одеського національного університету. Серія «Економіка». 2015. № 20. Вип. 1 (2). С. 85–89.

6. Карьера в IT. URL: <https://dou.ua/lenta/articles/team-lead-position/> (дата звернення: 20.11.2018).

E-mail: zadorozhniuk.nat@gmail.com

УДК 330.341.4

Красноступ В.М.

аспірант кафедри економіки,
Класичний приватний університет

ГОТОВНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Здійснено попередню діагностику готовності машинобудівних підприємств України до впровадження організаційних змін на основі дослідження мікро- та макросередовища засобами PEST та SWOT аналізів. Узагальнено проблеми, які гальмують зростання продуктивності праці машинобудівних підприємств. Охарактеризовано процес управління змінами на підприємствах. За результатами використання PEST-аналізу доведено, що соціально-економічні системи машинобудівних підприємств перебувають у складному становищі в результаті кризи в країні, трансформації ринку збуту, девальвації національної валюти, зростання цін на енергоносії. За результатами використання SWOT-аналізу до факторного середовища машинобудівних підприємств ПАТ «Мотор Січ», ПАТ «Турбоатом», ПАТ «Сумське НВО» здійснено рекомендації щодо доцільності лінійної, лінійно-функціональної організаційної структури, або здійснення підготовки до впровадження організаційних змін.

Ключові слова: машинобудівні підприємства, організаційні зміни, PEST-аналіз, SWOT-аналіз, діагностика, готовність, ознаки.

ГОТОВНОСТЬ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ К ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ИЗМЕНЕНИЯМ

Красноступ В.М.

Осуществлено предварительную диагностику готовности машиностроительных предприятий Украины к внедрению организационных изменений на основе исследования микро- и макросреды среды средствами PEST и SWOT анализов. Осуществлен обзор проблем, которые тормозят рост производительности труда машиностроительных предприятий. Охарактеризовано процесс управления изменениями на предприятиях. По результатам использования PEST-анализа доказано, что социально-экономические системы машиностроительных предприятий находятся в сложном положении в результате кризиса в стране, трансформации рынка сбыта, девальвации национальной валюты, рост цен на энергоносители. По результатам использования SWOT-анализа факторной среды машиностроительных предприятий ПАО «Мотор Сич», ОАО «Турбоатом», ОАО «Сумское НПО» предложены рекомендации относительно целесообразности линейной, линейно-функциональной организационной структуры, или осуществлении подготовки к внедрению организационных изменений.

Ключевые слова: машиностроительные предприятия, организационные изменения, PEST-анализ, SWOT-анализ, диагностика, готовность, признаки.

READINESS OF MACHINE BUILDING ENTERPRISES TO ORGANIZATIONAL CHANGES

Krasnostup V.

The preliminary diagnostics of the readiness of machine-building enterprises of Ukraine for the implementation of organizational changes based on the study of the micro- and macroenvironment of the environment by means of PEST and SWOT analyzes have been carried out. A review of the problems that inhibit the growth of labor productivity of machine-building enterprises has been carried out. Characterized by the process of change management in enterprises. According to the results of the use of the PEST-analysis, it was proved that the socio-economic systems of machine-building enterprises are in a difficult situation as a result of the crisis in the country, the transformation of the sales market, the devaluation of the national currency, and the rise in energy prices. Based on the results of using the SWOT analysis of the factor environment of the machine-building enterprises of Motor Sich PJSC, Turboatom OJSC, Sumy NPO OJSC, recommendations on the expediency of a linear, linear-functional organizational structure, or preparation for the introduction of organizational changes are proposed.

Keywords: engineering enterprises, organizational changes, PEST analysis, SWOT analysis, diagnostics, readiness, the signs.

Постановка проблеми. Бізнес-середовище має властивість постійно змінюватись, що пов'язано зі швидким рухом інформації та розвитком технологій. Таким чином, можна вважати, що механістичні негнучкі організаційні структури мають невеликі шанси на виживання у мінливому ринковому середовищі. При цьому є науковці, які зауважують, що існування механістичних організаційних структур на великих машинобудівних підприємствах є обґрунтованим і, незважаючи на всі недоліки останніх, цим суб'єктам господарювання не доцільно переходити до адаптивної організаційної структури, що призведе до зниження рівня контролю та знизить ефективність управління. Оскільки у світі є багато прикладів великих компаній, що застосовували органічні структури управління й залишаються успішними, то можна вважати перехід українських підприємств до гнучких організаційних структур можливим і доцільним. Але при цьому важливо дослідити, чи готові вітчизняні суб'єкти господарювання до таких змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Запровадження змін на підприємстві є важливим елементом управління, що забезпечує конкурентоспроможність та розвиток суб'єкта господарювання. Засновником теорії управління змінами виступає зарубіжний вчений І. Адісес [1], свій вклад вніс Дж. Харингтон [2] та інші. Концептуальні положення теорії управління змінами набули подальшого розвитку і в Україні. Готовність сучасних підприємств та умови їх функціонування суттєво відрізняються від закордонних, тому у чистому вигляді окремі аспекти теорії потребують уточнення та перегляду з метою їх адаптації до українських реалій. У своїй роботі досліджували машинобудівні підприємства з метою оцінювання їх перспективних можливостей такі вчені як: З.М. Андрушкевич [3], А.І. Лужецький [4], Р.М. Стрільчук [9]. Проте, остаточної відповіді щодо стану їх готовності до організаційних змін, що обумовлені вимогами зовнішнього середовища, так і не було отримано. Зважаючи на те, що достовірність результатів досліджень, що передують впровадженню організаційних змін, є вирішальним фактором успіху будь-яких трансформацій, то тема дослідження є актуальною та своєчасною.

Постановка завдання. Визначити стан готовності вітчизняних машинобудівних підприємств до організаційних змін в сучасних умовах господарювання. Для реалізації цієї мети необхідно вирішити ряд завдань: про-

вести PEST-аналіз ринкового середовища, в якому функціонують підприємства машинобудівної галузі; здійснити SWOT-аналіз на прикладі кількох машинобудівних підприємств; визначити ознаки, що вказують на готовність підприємства до проведення організаційних змін.

Виклад основного матеріалу дослідження. На нашу думку, слід спочатку здійснити PEST-аналіз, щоб оцінити ситуацію на ринку машинобудівної галузі в цілому, а вже потім перейти до аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на діяльність підприємства та перспективність його щодо здійснення змін взагалі. Спочатку визначимо загальний стан справ у машинобудівній галузі України. За даними Державної служби статистики України, на кінець 2017 року індекс промислової продукції порівняно з груднем 2016 року склав 100,4%. У переробній промисловості він становив на кінець 2017 року порівняно до 2016 року 104,4%, при цьому індекс промислової продукції у машинобудуванні за цей самий період склав 107,3% [5]. Таким чином, можна зробити висновки про те, що у 2017 році вдалося досягти зростання обсягів виробництва машинобудівної галузі. При цьому слід дослідити причини цього зростання й виявити фактори, які на нього вплинули.

У табл. 1 відображено PEST-аналіз машинобудівної галузі України. Для аналізу було обрано такі підприємства машинобудування, як ПАТ «Мотор Січ», ПАТ «АвтоКрАЗ», ПАТ «ХТЗ», ПАТ «Турбоатом», ПАТ «Сумське НВО», ПАТ «ЗАЗ», ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод». У найбільш складному фінансовому становищі серед зазначених підприємств знаходиться ПАТ «ЗАЗ». Єдине підприємство з повним циклом виробництва легкових автомобілів нині знаходиться на межі банкрутства. Найбільш успішним є запорізьке підприємство ПАТ «Мотор Січ», але стабільності його роботи перешкоджають постійні перевірки СБУ, які викликані продажем контрольного пакету акцій китайському інвестору. З PEST-аналізу можна зробити висновки, що машинобудівна галузь України перебуває у складному становищі, що викликано дією усіх чотирьох груп факторів. При цьому потенціал до ефективного розвитку вітчизняного машинобудування беззаперечно є. Але для його реалізації слід розробити дієву стратегію розвитку машинобудівної галузі на державному рівні та втілити її в життя.

Слід зазначити, що політична криза та несприятливі економічні умови для деяких підприємств стали загрозою

для подальшої діяльності на ринку, а для інших каталізатором втілення змін. Проведемо SWOT-аналіз для таких підприємств машинобудівної галузі, як ПАТ «Мотор Січ», ПАТ «Турбоатом», ПАТ «Сумське НВО», щоб дати відповідь на питання, чи готові вітчизняні суб'єкти господарювання до запровадження організаційних змін. Для SWOT-аналізу застосуємо наступну шкалу (табл. 2).

На підставі даних публічної фінансової звітності було встановлено такі результати SWOT-аналізу для ПАТ «Мотор Січ» (табл. 3). У табл. 3 проведено дослідження впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища за якісним та кількісним (експертним) методом. Отже, за підсумком проведеного SWOT-аналізу у табл. 3 можна зробити висновки, що для ПАТ «Мотор Січ» сильні сторони переважають над слабкими, а можливості над загрозами. Вектор спрямованості розвитку підприємства знаходиться у площині SO, що свідчить про те, що для підприємства необхідно обрати стратегію успіху. При цьому слід зважати на те,

що розриви між позитивними та негативними факторами впливу на діяльність підприємства є незначними. Загроза стабільності діяльності підприємства існує. Сучасний стан підприємства вказує на доцільність втілення організаційних змін, адже є значний потенціал для подальшого розвитку і велика кількість внутрішніх обмежень для ефективної діяльності.

Проведемо SWOT-аналізу факторів впливу на діяльність ПАТ «Турбоатом» – одного з найбільших турбобудівних підприємств у світі, що має повний цикл виробництва (табл. 4). З табл. 4 можна зробити висновки, що сильні сторони переважають над слабкими, при цьому зовнішні загрози є більшими, ніж можливості підприємства. Вектор спрямованості розвитку підприємства знаходиться у площині ST. Для ПАТ «Турбоатом» має бути застосована стратегія збереження, яка в принципі й реалізується шляхом внесення його до переліку підприємств, що мають стратегічне значення для економіки та безпеки держави.

Таблиця 1. PEST-аналіз машинобудівної галузі України

Р (політичні фактори)	Е (економічні фактори)
<ul style="list-style-type: none"> – військові дії на Сході країни, що веде до втрати людських ресурсів та відлякує іноземних інвесторів; – погіршення відносин з колишнім стратегічним партнером – Росією; – невизначеність відносин з ЄС через невиконання його умов щодо проведення реформ та подолання корупції; – недовіра до влади з боку суспільства; – часта зміна посадових осіб у Кабміні, профільних міністерствах, на місцях; – вступ до СОТ обмежив можливість державного регулювання конкуренції; – надмірна політизація суспільства; – недосконалість нормативно-правової бази, що регулює діяльність в галузі 	<ul style="list-style-type: none"> – відмова від державного регулювання цін та одночасне необгрунтоване підвищення мінімальної заробітної плати; – інфляція та нестабільність валютного курсу; – збільшення кількості фінансово неспроможних підприємств у галузі; – несприятливий економічний клімат для ведення бізнесу (80 місце в світі за простотою ведення бізнесу) [8]; – низька інвестиційна привабливість; – складність сплати податків (84 місце в світі за простотою сплати податків) [8]; – висока облікова ставка НБУ; – недостатня конкуренція на внутрішньому ринку; – низький внутрішній та зовнішній попит на продукцію через низький рівень якості; – низький рівень розвитку кластерів виробництва
S (соціальні фактори)	T (технологічні фактори)
<ul style="list-style-type: none"> – низька продуктивність праці; – низька вартість праці в середині країни з широкими можливостями працевлаштування за кордоном; – високий рівень трудової міграції; – використання застарілих методів мотивації праці; – низька престижність праці на підприємствах машинобудівної галузі; – скорочення чисельності персоналу; – наявність висококваліфікованих спеціалістів; – достатній рівень інтелектуального потенціалу для запровадження інновацій на підприємствах. 	<ul style="list-style-type: none"> – технології, що використовуються на більшості підприємств є застарілими, що не дає можливості конкурувати на світовому ринку; – високий рівень зносу матеріальних активів підприємств; – за показником глобального індексу інновацій у 2017 році Україна зайняла 50 місце серед 142 країн світу; – продукція машинобудівних підприємств відноситься до III та IV технологічних укладів, хоча вже існує VI технологічних укладів; – незначні витрати з державного бюджету на розвиток наукових досліджень; – залежність від іноземних комплектуючих; – зростання кількості підприємств, що запроваджують інновації.

Джерело: складено за [3; 4; 5; 9; 10]

Таблиця 2. Шкала оцінювання впливу факторів матриці SWOT-аналізу

Значення оцінки	Характеристика оцінки
1 (-1)	Несуттєвий вплив на підприємство
2 (-2)	Вплив фактору не є суттєвою можливістю чи загрозою для підприємства
3 (-3)	Вплив фактору може створити умови для підвищення ефективності або завдати несуттєвої шкоди підприємству
4 (-4)	Вплив фактору підвищує або знижує конкурентоздатність
5 (-5)	Середній вплив фактору на показники діяльності підприємства
6 (-6)	Впливає на швидкість розвитку підприємства
7 (-7)	Впливає на посилення або послаблення конкурентних позицій
8 (-8)	Сильно впливає на загальну діяльність та кінцеві результати підприємства
9 (-9)	Дуже сильно впливає на загальну діяльність та кінцеві результати підприємства
10 (-10)	Впливає на формування стійкої конкурентної переваги або руйнацію підприємства

Джерело: складено автором

Оскільки внутрішні слабкі сторони не досить яскраво виражені, на відміну від зовнішніх загроз, які мають політичний характер, то, на нашу думку, на даному етапі підприємство не готове до змін в організаційній структурі. Низький рівень диверсифікації виробництва вказує на доцільність застосування лінійно-функціональної структури.

Перейдемо до SWOT-аналізу чинників, що впливають на функціонування ПАТ «Сумське НВО» (табл. 5). З табл. 5 можна зробити висновки, що слабкі сторони ПАТ «Сумське НВО» переважають над сильними, хоча перевага перших лише в 3 бали за експертною оцінкою. При цьому слід відмітити, що це підприємство зі значним науковим та виробничим потенціалом є збитковим. Зовнішні загрози переважають можливості також лише на 2 бали, але у 2017 році поставки продукції до Росії збільшились на 16,4% порівняно з 2016 роком, незважаючи на конфлікт. Це свідчить про перспективність співпраці ПАТ «Сумське НВО» з російськими підприємствами-замовниками.

Вектор спрямованості розвитку підприємства знаходиться у площині WT. Для ПАТ «Сумське НВО» має бути застосована стратегія оборони. Підприємство потребує організаційних змін, адже частин працівників переведена на неповний робочий день, а виробничі потужності не задіяні. Це свідчить про неповне використання ресурсного потенціалу підприємства та неефективність роботи, що підтверджується збитком, який було отримано у 2017 році у розмірі 1 045 101 тис. грн [7].

Проведений аналіз дає змогу визначити наступні ознаки для встановлення готовності підприємств галузі машинобудування до організаційних змін: наявність внутрішнього потенціалу до подальшого розвитку підприємства; вплив внутрішніх негативних факторів має переважати над зовнішніми загрозами; перехід на неповний робочий день за наявності стійкого попиту на продукцію; брак фінансових ресурсів для ефективного розвитку підприємства; підприємство повинно мати зовнішні можливості для ефективного розвитку.

Таблиця 3. Матриця SWOT-аналізу для ПАТ «Мотор Січ»

		Сильні сторони (S)		Слабкі сторони (W)	
Внутрішні фактори	Розвиток нової вертолітної програми	8	Низька продуктивність праці		-6
	Створення мережі сервісних центрів, наближеної до споживача	7	Використання застарілого обладнання та технологій		-5
	Ефективна маркетингова політика	8	Нестача фінансових ресурсів для модернізації виробництва		-7
	Наявність представництв підприємства у 8-ми країнах світу	6	Лінійно-функціональна організаційна структура		-8
	Диверсифікація діяльності	6	Висока трудомісткість продукції		-7
	Усього S	35	Усього W		-33
	Внутрішні фактори (Y) = Сильні сторони (S) + Слабкі сторони (W)				
		Можливості (O)		Загрози (T)	
Зовнішні фактори	Освоєння нових ринків збуту продукції	8	Низький попит на продукцію на внутрішньому ринку		-7
	Зростання попиту на авіаційну продукцію на внутрішньому та зовнішньому ринку	7	Недосконалість законодавства щодо експортного контролю та митного оформлення		-6
	Використання нових технологій	8	Нестабільність валютного курсу та політичний ризик		-8
	Державна фінансова та правова підтримка авіаційної галузі	7	Наявність сильних конкурентів на міжнародному ринку		-8
	Усього O	30	Усього T		-29
	Внутрішні фактори (Y) = Сильні сторони (S) + Слабкі сторони (W)				

Джерело: складено автором за [6] та результатом експертного опитування

Таблиця 4. Матриця SWOT-аналізу для ПАТ «Турбоатом»

		Сильні сторони (S)		Слабкі сторони (W)	
Внутрішні фактори	Висока якість та надійність продукції	6	Морально застаріле та фізично зношене обладнання		-6
	Значні витрати на НДДКР	8	Незначна диверсифікація виробництва		-5
	Достатній рівень фінансового забезпечення	8	Використання у виробництві імпортних комплектуючих		-7
	Висококваліфікований персонал	5	Лінійно-функціональна організаційна структура		-7
	Усього S	27	Усього W		-25
	Внутрішні фактори (Y) = Сильні сторони (S) + Слабкі сторони (W)				
		Можливості (O)		Загрози (T)	
Зовнішні фактори	Подальша експансія на міжнародному ринку	7	Обмеження участі у тендерах країн ЄС		-7
	Підприємство включене до переліку таких, що мають стратегічне значення для держави	8	Обмеження участі у міжнародних тендерах за фінансуванням регіональними банками розвитку		-7
	Високий рівень попиту на внутрішньому ринку	6	Закриті торги та відсутність достатнього рівня банківських гарантій		-8
	Застосування нових технологій	7	Коливання курсу валют		-8
	Усього O	28	Усього T		-30
	Внутрішні фактори (Y) = Сильні сторони (S) + Слабкі сторони (W)				

Джерело: складено автором за [8] та результатом експертного опитування

Таблиця 5. Матриця SWOT-аналізу для ПАТ «Сумське НВО»

	Сильні сторони (S)		Слабкі сторони (W)	
Внутрішні фактори	Значний науковий потенціал, наявність науковців у складі персоналу	7	Неповне завантаження виробничих потужностей, скорочення робочого часу	-8
	Диверсифікація виробництва	6	Середній вік працівників 48 років	-7
	Унікальність та висока якість продукції	7	Недостатнє фінансування, збиткова діяльність	-8
	Значний парк інстальованого обладнання	7	Лінійно-функціональна організаційна структура	-7
	Усього S	27	Усього W	-30
	Внутрішні фактори (Y) = Сильні сторони (S) + Слабкі сторони (W)			
Зовнішні фактори	Можливості (O)		Загрози (T)	
	Просування продукції на європейський ринок	7	Продовження конфлікту України з Росією	-8
	Освоєння ринку Близького Сходу	7	Економічна криза в Україні	-8
	Наявність попиту на продукцію на внутрішньому ринку	6	Конкуренти на міжнародному ринку	-7
	Залучення зовнішніх інвестицій	7	Стрімке коливання курсу валют	-6
	Усього O	27	Усього T	-29
	Внутрішні фактори (Y) = Сильні сторони (S) + Слабкі сторони (W)			

Джерело: складено автором за [7] та результатом експертного опитування

Таким чином, можна стверджувати, що не всі підприємства машинобудівної галузі України готові до змін організаційної структури управління. Хоча лінійна та лінійно-функціональна структури мають певні вади, що стримують ефективний розвиток підприємств, але при цьому їх доцільно використовувати, якщо зовнішні загрози привалюють над внутрішніми слабкими сторонами та з метою підвищення результативності контролю.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, завдяки проведеному у роботі PEST-аналізу було встановлено, що галузь машинобудування України знаходиться в критичному стані. Це пов'язано з політичною кризою в країні та невизначеністю пріоритетів розвитку економіки. Проведений SWOT-аналіз для підприємств

ПАТ «Мотор Січ», ПАТ «Турбоатом», ПАТ «Сумське НВО» показав, що підприємства мають значний внутрішній потенціал для ефективної діяльності, але через внутрішні та зовнішні чинники не вдається успішно його реалізувати. Серед зазначених підприємств найбільше потребує організаційних змін ПАТ «Сумське НВО». Хоча на ПАТ «Мотор Січ» переважають сильні сторони над слабкими і можливості над загрозами, ця перевага не є стійкою і в будь-який момент стан підприємства може погіршитись. Тому для ПАТ «Мотор Січ» організаційні зміни є також доцільними. Розвитку ПАТ «Турбоатом» сильно перешкоджають зовнішні загрози, що робить проведення організаційних змін тимчасово недоцільним.

1. Адизес Іцхак. *Управляя изменениями*. СПб.: Питер, 2008. 224 с.

2. Харрингтон Дж. *Совершенство управления изменениями*. РИА «Стандарты и качество», Москва, 2008, 192 с.

3. Андрушкевич З.М. *Перспективний аналіз умов інноваційного розвитку машинобудівних підприємств України*. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. 2010. № 683. С. 9–13.

4. Лужецький А.І. *Діагностика зовнішнього середовища машинобудівних підприємств України*. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2015. Вип. 11. С. 121–123.

5. *Офіційний сайт Державної служби статистики України*. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>

6. *Річний звіт ПАТ «Мотор Січ» за 2017 р.* URL: <http://www.motorsich.com/files/998-2017%20rik.pdf>.

7. *Річний звіт ПАТ «Сумське НВО» за 2017 р.* URL: http://snpo.ua/ru/o-kompanii/dlya-aksionerov/osobaya-i-regulyarnaya-informatsiya-emitenta/regulyarnaya-informatsiya-emitenta/2017_1/

8. *Річний звіт ПАТ «Турбоатом» за 2017 р.* URL: http://www.turboatom.com.ua/content/documents/59/5821/files/2017_16.pdf.

9. Стрільчук Р.М. *Управління стратегічними можливостями машинобудівних підприємств*: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Луцьк, 2016. 322с.

10. *Doing Business Annual Reports*. URL: <http://www.doingbusiness.org/~media/WBG/DoingBusiness/Documents/Annual-Reports/English>.

E-mail: kucherovahanna@gmail.com

УДК 336.71

Кузьменко О.В.

доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри економічної кібернетики,
Сумський державний університет

Доценко Т.В.

аспірант кафедри економічної кібернетики,
Сумський державний університет;
Керуючий ТБВВ № 10018/0172
Філії Сумського обласного управління АТ «Ощадбанк»

Гапонова О.О.

аспірант кафедри фінансів і підприємництва,
Сумський державний університет

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПОЗИЧАЛЬНИКА В НОВІТНІХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті розглядається сутнісна характеристика та наводяться теоретичні аспекти оцінки фінансового стану юридичних осіб. Визначено поняття активної банківської операції, внутрішнього кредитного рейтингу, кредитоспроможності, платоспроможності та класу контрагента, внутрішнього кредитного рейтингу. Здійснюється математична формалізація оцінювання фінансового стану позичальника шляхом аналізу головних кількісних та якісних показників діяльності клієнта. Проводиться дослідження особливостей, умов та залежностей при оцінюванні фінансового стану шляхом побудови складної економіко-математичної моделі. Пропонується розрахунок інтегрального показника фінансового стану контрагента з використанням багатofакторної дискримінантної моделі.

Ключові слова: активна банківська операція, внутрішній кредитний рейтинг Контрагента (ВКР), клас Контрагента, кредитоспроможність, кредитна історія, платоспроможність, інтегральний показник фінансового стану контрагента.

ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ЗАЕМЩИКА В НОВЕЙШИХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Кузьменко О.В., Доценко Т.В., Гапонова О.А.

В статье рассматривается сущностная характеристика и приводятся теоретические аспекты оценки финансового состояния юридических лиц. Определено понятие активной банковской операции, внутреннего кредитного рейтинга, кредитоспособности, платежеспособности и класса контрагента, внутреннего кредитного рейтинга. Осуществляется математическая формализация оценки финансового состояния заемщика путем анализа главных количественных и качественных показателей деятельности клиента. Проводится исследование особенностей, условий и зависимостей при оценке финансового состояния путем построения сложной экономико-математической модели. Предлагается расчет интегрального показателя финансового состояния контрагента с использованием многофакторной дискриминантной модели.

Ключевые слова: активная банковская операция, внутренний кредитный рейтинг контрагента (ВКР), класс контрагента, кредитоспособность, кредитная история, платежеспособность, интегральный показатель финансового состояния контрагента.

ECONOMIC AND MATHEMATICAL MODELING ASSESSMENT OF THE FINANCIAL STATE OF THE LENDER IN THE NEW CONDITIONS OF BUSINESS

Kuzmenko O., Dotsenko T., Haponova O.

The article deals with the essential characteristic and gives theoretical aspects of assessing the financial status of legal entities, defines the concept of active banking operations, internal credit rating, creditworthiness, solvency and counterpart class, internal credit rating. The mathematical formalization of the assessment of the financial condition of the borrower is carried out by analyzing the main quantitative and qualitative indicators of the client's activity. The study of peculiarities, conditions and dependencies in the evaluation of the financial state by constructing a complex economic-mathematical model is carried out. The calculation of the integral index of the financial condition of the counterparty using the multi-factor discriminant model is proposed.

Keywords: active banking operation, Internal credit rating of the Contractor (ICR), Class of the Contractor, creditworthiness, credit history, solvency, integral indicator of the financial condition of the counterparty.

Постановка проблеми. Результати дослідження сучасних тенденцій розвитку банківської системи свідчать, що у підприємств все частіше постає необхідність залучення кредитних коштів у свою діяльність, і обсяги кредитування тільки зростають.

При наданні кредитів у кожного банку виникає необхідність оцінювання фінансового стану позичальників, їх кредитоспроможності для прийняття рішення про можливість та умови надання кредитних коштів. Оцінка фінансового стану є важливою як для банку, так і для самого позичальника. Для банківської установи оцінка фінансового стану здійснюється для уникнення негативних наслідків кредитних ризиків від можливого неповернення кредиту клієнтом. Достовірність оцінки фінансового стану контрагента суттєво впливає і на результати кредитних домовленостей, і на загальну кредитну діяльність банку, а також на положення самого банку.

В Україні банки застосовують традиційні методи оцінки фінансового стану позичальників. Ці методи передбачають аналіз найпростіших математичних зв'язків та залежностей між показниками фінансової звітності шляхом визначення певних показників та подальше порівняння цих значень з нормативними, середніми та в динаміці. До типових недоліків при оцінці фінансового стану контрагентів в українській банківській системі належать наступні: неврахування галузевих особливостей позичальників; довольність обрання нормативних рівнів окремих показників; суб'єктивність формування вибірки аналізованих показників; ігнорування різного впливу окремих показників на кінцевий загальний результат оцінки; окремі параметри фінансового стану можуть розраховуватися за використанням різної кількості використаних показників; внутрішньобанківські методики не враховують усі фінансові чинники; недостатність об'єктивності показників звітності; неврахування показників чистих грошових потоків, особливостей оподаткування, специфіки нарахування амортизації.

Отже, оцінка фінансового стану позичальників за існуючими методиками не дає необхідної інформації для прийняття обґрунтованих рішень щодо надання кредитів, і досить часто використовуються тільки для формального виконання вимог нормативної документації та здійснення обов'язкового резервування.

Тому, з метою забезпечити точність у оцінці фінансового стану позичальників та відповідну диференціацію кредитних ризиків банків, потрібно розробити актуальну модель розрахунку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасній економічній літературі набули поширення питання оцінки фінансового стану позичальника [3, с. 7; 6, с. 118; 10, с. 30]. Але виявилось, що єдиного визначення цієї категорії немає.

В першу чергу, оцінка фінансового стану позичальника банку регламентується «Положенням про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків» Національного банку України [5, с. 12].

Але критерії оцінки фінансового стану контрагента визначаються самостійно згідно внутрішніх положень кожного банку [2, с. 6; 4, с. 19] щодо здійснення активних (кредитних) операцій, а також методикою оцінки фінансового стану клієнта банку з урахуванням вимог

вищевказаного Положення. У цих внутрішніх нормативних актах повинні бути визначені ґрунтовні, технічно зважені критерії оцінювання фінансової діяльності позичальників на основі аналізу їх фінансової звітності (баланс та звіти про фінансові результати в динаміці).

Здійснення оцінювання фінансового стану Контрагента описується як складна динамічна система, основні складові якої взаємопов'язані та взаємообумовлюють одна одну. Але існують ситуації, за яких є неможливим однозначно формалізувати повний спектр аспектів проведення складових ланок даного комплексу, що пояснюється окремим ступенем невизначеності стосовно ситуації, коли необхідно приймати рішення.

На сьогоднішній день існує ряд методик [1, с. 12; 7, с. 13; 8, с. 67; 9] здійснення аналізу фінансового стану позичальника, а також його надійності стосовно вчасного повернення заборгованості.

В американській банківській системі використовують «правило п'яти сі» [7, с. 230; 9], за якого критерії відбору контрагентів позначені наступними символами, що розпочинаються з літери «сі», а саме: customer's character (характер, репутація клієнта), capacity to pay (фінансові можливості, джерела погашення коштів: cash flow – поточні касові надходження, кошти від продажу активів, інші джерела фінансування, включаючи кошти, запозичені на грошовому ринку); capital (майно, капітал); collateral (забезпечення); current business conditions (загальні економічні умови).

У діяльності англійських банків принципи кредитування описуються аббревіатурою CAMPARI [8, с. 67; 9], що значить таке: C (character) – характеристика позичальника; A (ability) – здатність клієнта до погашення позики; M (margin) – маржа (дохідність); P (purpose) – ціль позички; A (amount) – розмір кредиту; R (repayment) – умови погашення заборгованості; I (insurance) – страхування ризику несплати боргу.

Такі методи оцінки кредитоспроможності клієнта набули широкої популярності через вдале поєднання аналізу особистісних та ділових якостей позичальника. Але в українській економіці класичним підходом проведення оцінки кредитоспроможності контрагента є аналіз бухгалтерського балансу юридичної особи.

Враховуючи специфіку проведення активних банківських операцій виникає необхідність розробки конкретного інструментарію економіко-математичного моделювання, що дозволить вирішити вказані вище проблеми.

Формулювання цілей статті. Ціллю роботи є розробка науково-методологічного підходу до оцінювання фінансового стану позичальника в новітніх умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу. Оцінка фінансового стану юридичних осіб в установах Банку проводиться з метою виявлення та оцінки кредитних ризиків Банку під час здійснення активних банківських операцій з юридичними особами, а також з метою оцінки кредитоспроможності Контрагента та встановлення класу та внутрішнього кредитного рейтингу Контрагента, визначення окремих умов певної активної операції.

Під активною банківською операцією розглядають операцію розміщення банківських ресурсів, що обліковується за активними балансовими або позабалансовими рахунками Банку згідно Плану рахунків бухгалтерського обліку України. До активних операцій відносять: усі кредитні операції, розташування коштів

на кореспондентських рахунках інших банків, операції придбання цінних паперів, дебіторська заборгованість, документарні операції, інші активні операції банку, нараховані доходи за вищеперерахованими операціями.

Поняття внутрішнього кредитного рейтингу Контрагента (ВКР) розуміють як літерний вираз кредитного рейтингу, що присвоюється банком позичальнику по активній банківській операції, враховуючи методичні підходи, визначені згідно вимог НБУ. ВКР застосовується Банком при прийнятті управлінських рішень за активними банківськими операціями, під час внесення змін до умов кредитних операцій, з метою затвердження внутрішньобанківських умов, лімітів та обмежень, та в інших випадках, встановлених внутрішньобанківськими нормативними документами.

Клас Контрагента трактують як набір показників у цифровому або літерному значенні для характеристики кредитного рейтингу позичальника по активній банківській операції, що визначається по результатам оцінки його фінансового стану, розраховується з метою визначення та формування резервів банку за активними операціями.

Кредитна історія – це комплекс наявної в Банку інформації про дисципліну виконання Позичальником своїх зобов'язань за кредитним договором у минулому та по діючим кредитам у будь-якій установі Банку, а також інформації одержаної Банком із бюро кредитних історій про дисципліну виконання Клієнтом своїх зобов'язань за кредитним договором у минулому та по діючим кредитам інших банків.

В сучасній економічній літературі кредитоспроможність трактується як наявність у юридичної особи передумов за конкретних умов кредитування для залучення кредитних коштів, здійснення активної банківської операції, його спроможність в майбутньому обслуговувати свої зобов'язання та повністю повернути борг в обумовлений кредитною угодою термін за рахунок грошових коштів, що генеруються клієнтом у ході його діяльності; це такий певний фінансовий стан юридичної особи, що дає можливість отримати кредитні кошти та своєчасно їх повернути банку. Кредитоспроможність контрагента визначається за спеціальними показниками, що характеризують здатність клієнта своєчасно здійснювати розрахунки за раніше отриманими кредитами, його поточний фінансовий стан, спроможність за необхідності мобілізувати кошти з усіх можливих джерел та забезпечити швидке перетворення активів у ліквідні кошти.

Механізм проведення оцінки кредитоспроможності можливих позичальників – юридичних осіб на практиці складається з двох наступних етапів: перший – аналіз фінансового стану клієнта; другий – аналіз якісних показників діяльності контрагента. Саму оцінку фінансового стану клієнта здійснюють у такій послідовності: розрахунок значень показників, що описують фінансовий стан контрагента; оцінка обчислених показників, що приймає одне із значень в залежності від параметрів, в яких розташовується фактично розраховане значення параметра.

Під час оцінки фінансового стану позичальника – юридичної особи на базі вивчення його фінансової звітності, банк має враховувати та аналізувати наступні основні економічні компоненти діяльності клієнта в динаміці: платоспроможність (коефіцієнти миттєвої, поточної та загальної ліквідності); фінансову стійкість

(коефіцієнти маневреності власних коштів, співвідношення залучених і власних коштів); обсяг реалізації; обороти за рахунками (співвідношення надходжень на рахунки позичальника і суми кредиту, наявність рахунків в інших банках, наявність картотеки неплатежів; склад і динаміку дебіторсько-кредиторської заборгованості (за останній звітний та поточний роки); собівартість продукції; прибутки та збитки; рентабельність; кредитну історію (погашення кредитної заборгованості в минулому, наявність діючих кредитів).

Необхідним і вкрай важливим продовженням процесу визначення фінансового стану потенційного позичальника – юридичної особи є аналіз суб'єктивних факторів, які характеризуються якісними показниками діяльності підприємства керівництва юридичної особи та середовища функціонування, серед яких наступні:

- оцінювання ефективності менеджменту (управління) позичальника (професійний досвід керівників, здібності менеджерів, зв'язки у ділових колах, рівень освіти, практичні знання, професійні навички, підприємницький дух, частота зміни менеджерів, ефективність системи управління, ділова репутація, ступінь довіри до клієнта, відкритість, чесність позичальника, готовність надавати потрібну інформацію, повага до банку-кредитора, фінансовий консерватизм, можливість розширення, вивчення форми власності клієнта, установчої документації, статуту, перелік засновників, повноваження керівництва, організаційна структура, функціональні обов'язки, підбір та навчання кадрів, наявність судових справ, діяльність підзвітних структур, аналіз історії позичальника, період існування, тощо);

- оцінювання ринкового середовища (місцезнаходження підприємства, вид діяльності, ринкова позиція позичальника, ступінь залежності позичальника від циклічних і структурних змін в економіці та окремій галузі діяльності, макроекономічна ситуація, стан розвитку галузі, державна підтримка позичальника, привабливість продукту, фактори виробництва, наявність забезпечення).

Для кредитного аналізу банком можуть використовуватись різні джерела інформації, які об'єднують у три групи та висвітлюють різні сторони діяльності клієнта: інформація безпосередньо отримана від клієнта (фінансова звітність; установчі документи; матеріали по кредитному заходу (техніко-економічне обґрунтування, бізнес-план); інформація занатована з бесіди з клієнтом, додаткові матеріали на вимогу банків (довідки, документи по заставі); внутрішньобанківська інформація (архів, база банку); зовнішні (ринкові) джерела інформації (матеріали, зібрані безпекою банку; відвідування позичальника; інформація, отримана від партнерів клієнта; звітність та інформація приватних і державних установ (статистика), інших банків; засоби масової інформації).

Отже, оцінка фінансового стану юридичної особи здійснюється на підставі інформації, отриманої безпосередньо з пакету документів, необхідних для проведення активної банківської операції, які Контрагент надає для одержання кредиту. Оцінку якісних показників Банк може здійснюватися на підставі отриманої безпосередньо від Контрагента усної інформації, а також інформації, яка отримана з інших відкритих джерел.

Для оцінки фінансового стану Контрагента використовують дані його офіційної фінансової звітності,

враховуючи належність Контрагента до суб'єктів великого, середнього чи малого підприємництва. Для суб'єктів великого та середнього підприємництва – фінансова звітність за формами бухгалтерського балансу підприємства – ф. № 1, звіту про фінансові результати діяльності – ф. № 2, для суб'єктів малого підприємництва – фінансову звітність за формами № 1-м (№ 1-мс) та № 2-м (№ 2-мс).

Оцінка платоспроможності (класу Контрагента та його внутрішнього кредитного рейтингу) проводиться протягом строку дії договору активної банківської операції.

Під платоспроможністю розуміють здатність Позичальника своєчасно, впевнено виконувати розрахунки за всіма своїми борговими зобов'язаннями відповідно до визначених строків або згідно умов договорів.

Для проведення аналізу динаміки певних показників діяльності клієнта, перевірки адекватності значень показників його фінансовим результатам діяльності, а також визначення негативних тенденцій, проводиться оцінка здійснюється фінансової звітності станом на останні п'ять звітних періодів (кварталів), для позичальників із сезонним виробництвом – на останні шість звітних періодів (кварталів), для юридичних осіб, які здають річну звітність за вимогами законодавства – три останніх звітних роки, для контрагентів, які працюють до одного року – на підставі існуючої фінансової звітності.

Головною передумовою повернення позики банку є дохід позичальника, його прибуток, цільові надходження грошових коштів. Але активні кредитні операції завжди пов'язані з певним ризиком. Тому банки вимушені в більшості випадків вимагати від клієнтів певного забезпечення.

Під забезпеченням кредиту розуміють способи мінімізації Банком можливих ризиків невиконання або неналежного виконання клієнтом зобов'язань по договору шляхом укладання угод за існуючими формами забезпечення виконання зобов'язань позичальника відповідно до вимог законодавства та внутрішніми положеннями банків. Розмір забезпечення повинен бути достатнім для погашення боргу у випадку невиконання позичальником його зобов'язань за кредитом згідно вимогам банківських продуктів та Кредитної політики банку на поточний рік.

На даний час в Україні банки згідно законодавчих актів приймають наступні форми забезпечення виконання зобов'язань за позичками: застава (іпотека, рухоме майно, товарно-матеріальні цінності, дебіторські рахунки, депозити, цінні папери, векселі, дорогоцінні метали і т. п.); гарантія (поручительство); цесія (перевідступлення); страхування відповідальності; пеня (штрафи); формування резервів.

Заставне майно повинно відповідати наступним вимогам: відповідність заставного майна рекомендованих банком видам забезпечення та встановленим банком для них відповідних характеристик; мати високу ліквідність та надійність; тривалий термін зберігання; переважно стабільні ціни; низький обсяг витрат на зберігання та реалізацію; доступність для здійснення контролю банком за зберіганням заставного майна; наявність належних умов збереження, охорони та використання предметів застави; вартість заставного майна повинна перевищувати обсяг позики, щоб мати

можливість повернути і позику, і відсотки, і пеню; підлягає страхуванню; підлягає незалежній оцінці.

Процес оцінки фінансового стану юридичної особи відбувається шляхом визначення інтегрального показника фінансового стану Контрагента, що розраховується з використанням багатofакторної дискримінантної моделі за наступною формулою [2, с. 13]:

$$I = a_1K_1 + a_2K_2 + a_3K_3 + a_4K_4 + a_5K_5 + a_nK_n - a_0, \quad (1)$$

де I – інтегральний показник;

K_1, K_2, \dots, K_n – фінансові коефіцієнти, що визначаються на підставі даних фінансової звітності Позичальника для великого або середнього підприємства. Для малого підприємства замість зазначених коефіцієнтів застосовуються коефіцієнти MK_1, MK_2, \dots, MK_n ;

a_1, a_2, \dots, a_n – параметри, що визначаються з урахуванням вагомості та розрядності фінансових коефіцієнтів і щорічно актуалізуються НБУ на підставі даних фінансової звітності юридичних осіб;

a_0 – вільний член дискримінантної моделі, значення якого щорічно актуалізуються НБУ.

Розрахунок інтегрального показника юридичної особи проводиться, враховуючи алгоритми розрахунку інтегрального показника Контрагента [2, с. 21; 4, с. 18] в залежності від видів економічної діяльності, що визначаються за Національним класифікатором України "Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД)", а також залежно від приналежності Клієнта до великого, середнього або малого підприємства.

Вибір виду економічної діяльності для подальшого обрання моделі розрахунку інтегрального показника проводиться враховуючи максимальне значення питомої ваги чистого доходу від окремого виду діяльності (у відсотках) у загальному обсязі чистого доходу (виручки), що отриманий від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг, зазначеного в довідці клієнта про розшифрування графі 2000 Форми № 2 (№ 2-м, № 2-мс) «Звіт про фінансові результати». У випадку відсутності вищевказаної довідки клієнта, вибір виду економічної діяльності можна зробити на підставі інформації іншої звітності, що подається до фіскальних органів чи органів статистики та включають дані про розшифровки рядку 2000 Форми № 2 (№ 2-м, № 2-мс). Якщо величина питомої ваги доходу по двох та більше видах діяльності однакова, то визначення інтегрального показника клієнта здійснюється самостійно банком на підставі одного з видів діяльності контрагента.

Клас позичальника-юридичної особи встановлюється в залежності від значення інтегрального показника фінансового стану з урахуванням розміру та виду економічної діяльності підприємства (велике, середнє, мале) [2, с. 8].

Банком визначається клас позичальника – юридичної особи та позичальника – емітента цінних паперів, що виступає юридичною особою, по одному з 10 класів [4, с. 49]. Окремо банк визначає клас боржників за дебіторською заборгованістю, що виступає фінансовим активом, термін сплати якої відповідно до умовам угоди не перевищує три місяці, та боржників за дебіторською заборгованістю по господарській діяльності за одним із 2 класів. Клас інших контрагентів Банк визначає по одному з 5 класів.

На основі даних проведеної оцінки фінансової роботи позичальника та його актуального фінансового

стану, а також можливих майбутніх перспектив діяльності банк розподіляє клієнтів – юридичних осіб за певними категоріями. В сучасній економічній літературі існують різні підходи до такого розподілу:

– Клас А – свідчить про добру фінансову діяльність, можливість своєчасної виплати зобов'язань за активними кредитними операціями, в тому числі сплата основного боргу та процентів згідно з умовами кредитного договору; визначені економічні показники знаходяться в межах дозволених значень; керівний склад контрагента має бездоганну ділову репутацію; кредитна історія клієнта є відмінною;

– Клас Б – рівень фінансової діяльності клієнта близька за властивостями до класу А, але існуюча ймовірність підтримки її на такому рівні протягом певного тривалого терміну низька. Позичальники такого класу потребують більшої уваги у зв'язку з можливими потенційними недоліками, що спричиняють виникнення загрози достатності надходжень грошових коштів для забезпечення сплати зобов'язань та стабільності отримання позитивного фінансового результату роботи клієнта.

– Клас В – передбачає задовільну фінансову діяльність і вимагає здійснення більш детального контролю. Фінансовий стан контрагента свідчать про існуючу ймовірність невчасної виплати заборгованості по кредиту в повному обсязі та в призначені строки згідно договору, у випадку не усунення недоліків. В той же час існує можливість покращення покращення ситуації та фінансового стану боржника..

– Клас Г – свідчить про незадовільну фінансову діяльність, економічні характеристики не відповідають затвердженим значенням, спостерігається нестабільна робота протягом останнього року; існує високий ризик великих втрат та збитків; ймовірність сплати кредитної заборгованості та процентів повністю та у визначений термін низька; проблемним може бути стан забезпечення по кредиту, необхідних документації по забезпеченню, що свідчить його наявність, схоронність і ліквідність. Також до цього класу відноситься контрагент, проти якого уже порушено справу про банкрутство.

– Клас Д – означає, що фінансова діяльність клієнта є незадовільною та збитковою; фінансові характеристики позичальника не відповідають визначеним значенням, операція по кредиту не забезпечена ліквідною заставою, ймовірність виконання зобов'язання клієнтом майже відсутня. До такого класу відносяться контрагенти, що визнані банкрутами в законодавчому порядку.

Для розрахунку внутрішнього кредитного рейтингу позичальника – юридичної особи враховують основні та додаткові показники.

До основних показників належать наступні: коефіцієнт поточної ліквідності; коефіцієнт миттєвої ліквідності; коефіцієнт загальної ліквідності; коефіцієнт маневреності власних коштів; коефіцієнт незалежності; показник грошового потоку; динаміка виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); динаміка дебіторської заборгованості; динаміка кредиторської заборгованості; коефіцієнт співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованості; діяльність звітного періоду; рентабельність активів; рентабельність продажу; динаміка рентабельності активів; динаміка рентабельності продажу; коефіцієнт покриття

кредитів банків чистим доходом; погашення кредитів; сплата процентів за користування кредитом.

Додатковими показниками є: коефіцієнт покриття фінансових витрат EBIDTA; коефіцієнт співвідношення тривалості обороту оборотних активів та строку надання кредиту; агрегований коефіцієнт покриття зобов'язань за кредитом EBIDTA; термін існування підприємства; коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами; коефіцієнт забезпечення необоротних активів власним капіталом та довгостроковими пасивами; питома вага власних коштів підприємства у вартості кредитного проекту; коефіцієнт співвідношення ліквідних та необоротних активів; коефіцієнт співвідношення заборгованості за кредитами та власного (акціонерного) капіталу (Гіринг); наявність державної підтримки; тривалість користування рахунками у Банку; професіоналізм керівництва; аналіз кредитного проекту (бізнес-плану); стратегічне значення підприємства для держави; специфіка діяльності; місцезнаходження об'єкта застави (для нерухомості), вид майна (для рухомого майна та майнових прав).

Також при розрахунку внутрішнього кредитного рейтингу позичальника-юридичної визначаються показники, що здійснюють оцінку відповідності обсягу кредиту існуючим розмірам діяльності контрагента, тобто [2, с. 16]: співвідношення обсягу заборгованості (тобто наданих зобов'язань) за основною величиною боргу перед Банком і валюти балансу; співвідношення розміру чистого доходу від реалізації та величини зобов'язань за основним обсягом боргу перед Банком. Величина таких показників повинна враховуватися при встановленні внутрішнього кредитного рейтингу позичальника.

Проведення оцінки показників певного Контрагента – юридичної особи відбувається на базі певних скорингових карт [2, с. 71]. Після чого результати проведених розрахунків оціночних величин показників переносяться до відповідних таблиць [2, с. 60] попереднього та поточного висновків щодо визначення класу та внутрішнього кредитного рейтингу Контрагента.

Визначення внутрішнього кредитного рейтингу контрагента – юридичної особи здійснюється на основі відповідної рейтингової шкали [2, с. 118] загального показника, що знаходиться підсумовуючи оціночні значення всіх показників. При чому кількість балів по додаткових показниках, визначається не більше 30% загальної суми балів, що отримана при проведенні оцінки всіх показників. На основі здійснених розрахунків формується інформаційна база про позичальника.

По здійснених розрахунках ми отримуємо інформацію щодо класу потенційного позичальника – юридичної особи; зону кредитного ризику; категорію кредиту.

Оже, узагальнюючи отримані дані потрібно скласти обґрунтований та мотивований висновок щодо можливості надання кредитних коштів позичальнику. Важливо зібрати до окремої групи показники з несприятливими значеннями та які вагомо вплинули на зменшення класу позичальника – юридичної особи.

Висновки. Таким чином, для забезпечення процесу якісної видачі кредитних коштів потрібно правильно оцінити фінансовий стан позичальника, бо це необхідно і для кредитора, і для позичальника коштів.

При оцінюванні банком фінансового стану позичальників – юридичних осіб здійснюється аналіз головних кількісних та якісних показників діяльності клі-

ента. При цьому банками самостійно розробляються власні методики оцінки фінансового стану позичальників, з урахуванням усіх необхідних критеріїв, що допоможуть отримати більш якісну характеристику фінансового стану та діяльності позичальника.

Підводячи підсумок, слід зазначити, що запропоновані методологічні засади оцінки фінансового стану позичальників-юридичних осіб на основі застосування економіко-

математичного моделювання дозволяють: провести моделювання процесу оцінки фінансового стану як складної динамічної системи з ціллю визначення та дослідження основних закономірностей; сформулювати інформаційну основу прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо доцільності видачі кредитних коштів позичальнику в новітніх умовах господарювання; надати кількісну та якісну оцінку причинно-наслідкових зв'язків.

1. Агапова Т.Н. Кластеризація заємицьов с многомерными характеристиками. *Финансы и кредит*. 2004. № 4 (142). С. 12–15.
2. Методика оцінки фінансового стану юридичних осіб та бюджетних установ в установах АТ «Ощадбанк», затверджена постановою правління АТ «Ощадбанк» від 26 грудня 2012 р. № 738 (із змінами і доповненнями в редакції постанови правління АТ «Ощадбанк № 152 від 26.02.2016 р.). 128 с.
3. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання: Монографія / А.О. Єпіфанов, Н.А. Дехтяр, Т.М. Мельник, І.О. Школьник та ін.; За ред. д-ра екон. наук А.О. Єпіфанова. Суми: УАБС НБУ, 2007. 288 с.
4. Положення про визначення банками України розміру кредитного ризику за активними банківськими операціями, затверджене постановою Правління НБУ від 30 червня 2016 р. № 351. 52 с.
5. Положення «Про порядок формування та використання резерву для відшкодування можливих втрат за кредитними операціями банків», затверджене постановою Правління НБУ від 06.07.2000 р. № 279 (зі змінами і доповненнями). 228 с.
6. Потійко Ю.А. Аналіз кредитоспроможності підприємств в умовах ринкових відносин. *Фінанси України*. 2001. № 1. С. 118–123.
7. Редхэд К., Хьюс С. *Управление финансовыми рисками* / Пер. с англ. М.: ИНФРА – М, 1996. 288 с.
8. *Руководство по кредитному менеджменту* / Пер. с англ. Под ред. Б. Эдвардса 3е изд. М.: ИНФРАМ, 1996. 464 с.
9. Фурик В.Г., Кулик І.М. *Фінанси підприємства: практикум*. URL: <http://posibnyku.vntu.edu.ua/fin/7.htm>.
10. Чайковський Я. Удосконалення методики комплексної оцінки кредитоспроможності позичальників. *Вісник НБУ*. 2003. № 11. С. 30–34.

E-mail: tvdocenko85@gmail.com

УДК 332.8[338.5: 338.465]

Станкевич І.В.

доктор економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу,
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

Борисевич Є.Г.

старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу,
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

Жуковська Л.Е.

старший викладач кафедри менеджменту та маркетингу,
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

РОЗВИТОК СУЧАСНОГО ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТУ: ТАРИФОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ СПОЖИВАЧАМ

У статті визначено, що сьогодні основними принципами державної політики у сфері енергоменеджменту є створення державою економічних і правових умов зацікавленості в енергозбереженні юридичних та фізичних осіб. Визначено здійснення державного регулювання діяльності у сфері енергозбереження на основі застосування економічних, нормативно-технічних заходів управління. Розглянуто пріоритетність вимог енергозбереження під час здійснення господарської діяльності, створення енергозберігаючої структури матеріального виробництва на основі комплексного вирішення питань економії та енергозбереження з урахуванням екологічних вимог, широкого впровадження новітніх енергозберігаючих технологій. Авторами статті обґрунтовано доцільність застосування двоставкових тарифів на послуги теплопостачання та наданий приклад їх розрахунку для конкретного підприємства.

Ключові слова: енергоменеджмент, житлово-комунальне господарство, підприємство теплопостачання, беззбитковість, двоставковий тариф, послуги теплопостачання.

РАЗВИТИЕ СОВРЕМЕННОГО ЭНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТА: ТАРИФООБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Станкевич И.В., Борисевич Е.Г., Жуковская Л.Э.

В статье определено, что сегодня основными принципами государственной политики в сфере энергоменеджмента является создание государством экономических и правовых условий заинтересованности в энергосбережении юридических и физических лиц. Определено осуществление государственного регулирования деятельности в сфере энергосбережения на основе применения экономических, нормативно-технических мероприятий управления. Рассмотрено приоритетность требований энергосбережения во при осуществлении хозяйственной деятельности, создание энергосберегающей структуры материального производства на основе комплексного решения вопросов экономии и энергосбережения с учетом экологических требований, широкого внедрения новейших энергосберегающих технологий. Авторами статьи обоснована целесообразность применения двухставочных тарифов на услуги теплоснабжения и приведен пример их расчета для конкретного предприятия.

Ключевые слова: энергоменеджмент, жилищно-коммунальное хозяйство, предприятие теплоснабжения, безубыточность, двухставочный тариф, услуги теплоснабжения.

DEVELOPMENT OF MODERN ENERGY MANAGEMENT: TARIF SETTING IN PROVIDING HEAT SUPPLY SERVICES TO CONSUMERS

Stankevych I., Borysevych Ye., Zhukovska L.

The article determines that today the main principles of state policy in the sphere of energy management are creation of the state economic and legal conditions of interest in energy saving of legal and physical persons, implementation of state regulation of activities in the sphere of energy saving on the basis of application of economic, regulatory and technical measures of management, priority of energy conservation requirements in realization of economic activity, creation of energy-saving structure materials of material production on the basis of the integrated solution of issues of economy and energy saving taking into account environmental requirements, wide introduction of the latest energy-saving technologies. The authors of the article substantiated the expediency of applying two-part tariffs for heat supply services and gave an example of their calculation for a particular enterprise.

Keywords: energy supply, housing and communal services, heat supply, breakeven, two-stage tariff, heat supply services.

Постановка проблеми. Стан тарифної політики на житлово-комунальні послуги, а саме на послуги теплопостачання, в Україні протягом багатьох років залишається незмінним та є предметом гострих публічних розглядів. У засобах масової інформації з'являється чимало публікацій щодо зростання тарифів на цей різновид послуг, незадоволеності мешканців та неприпустимості їх подальшого зростання. Тарифна політика в цій сфері, сьогодні не дозволяє забезпечити повною мірою вимоги чинного законодавства до формування економічно обґрунтованих тарифів на виробництво, транспортування та постачання теплової енергії.

Тарифна політика щодо теплопостачання є одним із найскладніших питань сфери житлово-комунального господарства (надалі – ЖКГ), адже вона здійснює вплив не тільки на фінансово-економічний стан галузі, але й макроекономічну ситуацію в країні загалом: неефективне витрачання бюджетних коштів на оплату імпортованих енергоносіїв, насамперед – природного газу, неможливість залучити кошти міжнародних фінансових організацій для підтримки фінансової стабільності в державі, посилення боргової залежності нашої країни та відсутність коштів для здійснення соціальних програм.

Унаслідок недосконалого тарифоутворення в сфері теплопостачання спостерігається небезпечна динаміка постійного погіршення фінансово-економічного стану підприємств ЖКГ. Тому питання, пов'язані з особливостями тарифної політики в цій сфері є сьогодні надто актуальними.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти діяльності підприємств щодо питань адміністрування та фінансування в сфері теплопостачання висвітлені в працях таких вчених як М.І. Гордієнко, Д. Лісовської, Л.І. Панченко, П.О. Яковлева [1–4] однак дискусійною є проблема формування та розвитку саме тарифів на послуги теплопостачання з урахуванням тенденції постійного підвищення цін на енергоресурси та складових самої послуги, що враховують виробництво, транспортування та постачання теплової енергії, як опалювальний період, так і протягом року. На сьогоднішній день значною проблемою підприємств ЖКГ є їх постійна збитковість, зношеність основних засобів, зростання дефіциту обігових коштів, що призводить до збільшення кредиторської заборгованості на спожиті енергоносії, дебіторська заборгованість, непривабливість для зовнішніх інвесторів.

Як наслідок цього – істотне відставання галузі в темпах проведення ринкових реформ, неможливість забезпечити задовільну якість послуг, що надаються. Відсутність фінансових ресурсів навіть для простого відтворення основних засобів призводить до численних аварій, які відбуваються все частіше, а їх наслідки стають все серйознішими.

Слід зазначити, що основною складовою ефективною діяльності підприємств ЖКГ є збалансована тарифна політика, здатна задовольнити інтереси усіх учасників надання та споживання житлово-комунальних послуг.

Результати проведених нами досліджень, як нормативної бази, так і праць науковців у цій сфері показують, що розгляд негативних наслідків недосконалості механізму формування тарифів на комунальні послуги як для споживачів, так і для виробників, потребують обґрунтування та розробки рекомендації щодо забез-

печення ефективності діяльності підприємств сфери ЖКГ, надання пропозицій щодо удосконалення тарифоутворення з метою наближення тарифів до рівня, відповідного економічно обґрунтованим витратам на їх виробництво, транспортування та постачання та надання послуг з централізованого опалення.

Формулювання цілей статті полягає в удосконаленні та розвитку організаційно-економічних основ сучасного енергоменеджменту на засадах формування нових підходів до тарифоутворення у сфері надання послуг теплопостачання споживачам.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливості сучасної системи енергоменеджменту в сфері ЖКГ пов'язані із розвитком персоналу служби енергоменеджменту, системою обліку енергоресурсів та факторів, які впливають на енерго- та ресурсоспоживання, алгоритмом прийняття управлінських рішень та дій, а саме:

- призначення енергоменеджерами невідготовлених людей без чітких функцій може дискредитувати вимоги чинного законодавства та внести додатковий хаос і бюрократію в систему управління містом та комунальними підприємствами;

- відсутність автоматизованої системи контролю та обліку енергоресурсів стримуватиме впровадження всіх інших енергоефективних заходів, як і відсутність регламентуючих діяльність енергоменеджменту документів.

За результатами проведених досліджень визначено: основним об'єктом енергетичного менеджменту є ЖКГ, що є однією із найбільш важливих для населених пунктів сфер економіки України.

Усі об'єкти структури ЖКГ умовно можна поділити на чотири групи [5]: житлово-цивільне експлуатаційно-будівельне господарство; господарство благоустрою та послуг; енергетичне господарство; транспортне господарство.

ЖКГ споживає більш як третину загальної кількості енергоресурсів, що використовуються в країні. Питома вага споживання електроенергії та природного газу в ЖКГ перевищує середній світовий рівень майже у два рази, тому зменшення рівня споживання паливно-енергетичних ресурсів об'єктами житлово-комунальної сфери є сьогодні найактуальнішим завданням.

Відповідно до вимог чинного законодавства у сфері енергозбереження [5–8], основними принципами державної політики є створення державою економічних і правових умов зацікавленості в енергозбереженні юридичних та фізичних осіб, здійснення державного регулювання діяльності у сфері енергозбереження на основі застосування економічних, нормативно-технічних заходів управління, пріоритетність вимог енергозбереження під час здійснення господарської, управлінської або іншої діяльності, пов'язаної з видобуванням, переробкою, транспортуванням, зберіганням, виробленням та використанням паливно-енергетичних ресурсів, створення енергозберігаючої структури матеріального виробництва на основі комплексного вирішення питань економії та енергозбереження з урахуванням екологічних вимог, широкого впровадження новітніх енергозберігаючих технологій.

Основною складовою ефективною діяльності підприємств ЖКГ є збалансована тарифна політика, здатна задовольнити інтереси усіх учасників надання та споживання житлово-комунальних послуг. Тарифна політика є одним із найскладніших питань сфери ЖКГ,

а особливо тарифна політика сфери теплопостачання, що пов'язано з високою вартістю послуг. Унаслідок недосконалої тарифної політики спостерігається небезпечна динаміка постійного погіршення фінансово-економічного стану підприємств ЖКГ.

Відповідно до результатів реферування джерел [1–8], визначено, що на теперішній час законодавчо існує два види тарифів на теплову енергію та послуги з централізованого опалення: одноставковий тариф та двоставковий тариф. Одноставковий тариф на теплову енергію та послуги з централізованого опалення це вартість одиниці (1 Гкал) теплової енергії відповідної якості, що реалізується споживачам, визначена як грошовий вираз планованих економічно обґрунтованих витрат на її виробництво, транспортування, постачання, планованого прибутку. Двоставковий тариф складається з двох частин: умовно-змінної (вартість одиниці (1 Гкал) теплової енергії відповідної якості, що реалізується споживачам як грошовий вираз змінної частини планованих економічно обґрунтованих прямих витрат на її виробництво, що змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно зміні обсягу виробництва теплової енергії) та умовно-постійної (абонентська плата за одиницю (1 Гкал/годину) теплового навантаження об'єктів теплоспоживання як грошовий вираз решти планованих економічно обґрунтованих витрат, що включаються до повної собівартості виробництва, транспортування та постачання теплової енергії, є постійними і не змінюються прямо (або майже прямо) пропорційно зміні обсягу виробництва теплової енергії). У першому випадку тариф розраховується шляхом ділення планових витрат собівартості з врахуванням прибутку на планові обсяги реалізації теплової енергії. У другому випадку, отримуємо два тарифи: тариф за одиницю теплової енергії (1 Гкал), який розраховується шляхом ділення суми витрат на паливо (природний газ) та електроенергію безпосередньо для забезпечення процесу виробництва на планові обсяги реалізації теплової енергії та тариф за одиницю приєднаного теплового навантаження (надалі – ПТН) (1 Гкал/годину), який розраховується шляхом ділення суми прибутку та всіх інших витрат собівартості за виключенням палива та електроенергії на виробництво на сумарне приєднане теплове навантаження споживачів. При двоставковому тарифі тариф за одиницю теплової енергії сплачується тільки в опалювальний період, тариф за одиницю приєднаного теплового навантаження – рівними частками протягом року.

Основну частку витрат в структурі тарифів на теплову енергію займають паливно-енергетичні

ресурси, що представлено на діаграмі рис. 1. З якої видно, що питома вага витрат на природний газ та електроенергію складає 83% у структурі тарифів на теплову енергію в країні, тоді як всі інші витрати (на поточні ремонти, заробітну плату з відрахуваннями, регламентні роботи, податки та тому подібне) займають тільки 12%.

ЖКГ споживає більш як третину загальної кількості енергоресурсів, що використовуються в країні. Питома вага споживання електроенергії та природного газу в ЖКГ країни перевищує середній світовий рівень майже у два рази, тому зменшення рівня споживання паливно-енергетичних ресурсів об'єктами житлово-комунальної сфери є актуальним завданням сьогодення в нашій країні.

В той же час, існуюча практика формування одноставкових тарифів не стимулює енергопостачальні підприємства до енергозбереження у споживача. Наявність технічних недоліків і формальний підхід до встановлення тарифів стимулює підприємства до збільшення збуту більшої кількості теплової енергії, надаючи при цьому, послугу теплопостачання сумнівної якості. Для того, щоб стало зрозумілим, чому одноставкові тарифи мають недоліки, варто розглянути графік беззбитковості теплопостачальної організації, наведений на рис. 2.

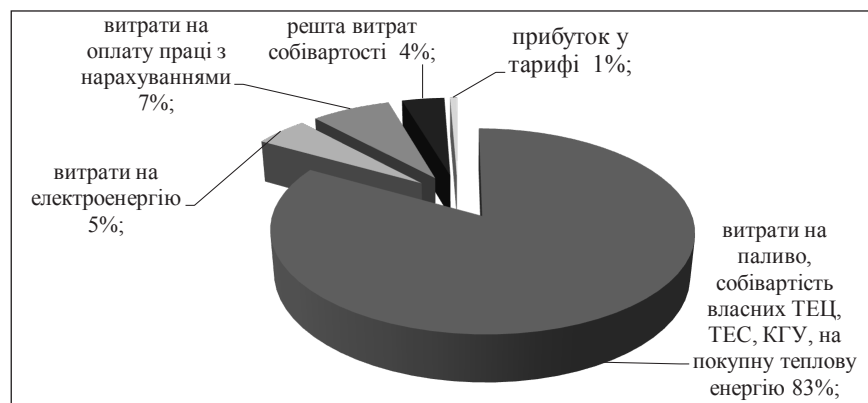


Рис. 1. Структура середньозважених діючих тарифів на теплову енергію для потреб населення в країні

Джерело: складено авторами

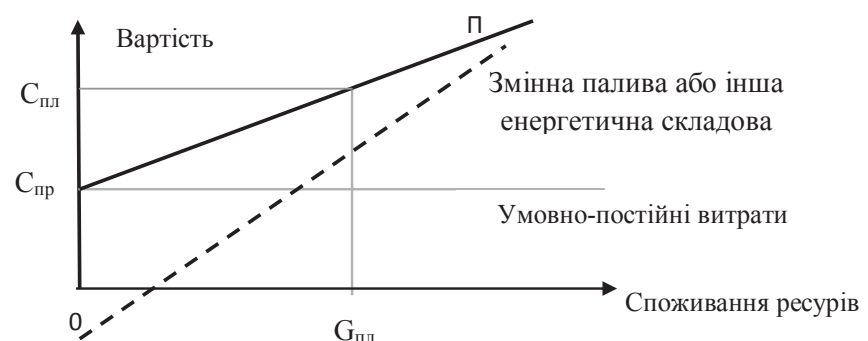


Рис. 2. Відхилення фактичних платежів від реальної вартості енергоресурсів.

Примітка: пряма $C_{пр} - П$ – це дійсна вартість енергоресурсів залежно від споживання; пряма $О - П$ – платежі за енергоресурси при одноставковому тарифі залежно від їхнього споживання

Джерело: складено авторами

Як видно з графіку, у випадку, коли енергоспоживання з будь яких причин (температура зовнішнього повітря виявилася вище планової, або споживач впровадив енергозберігаючі технології) виявилось менше планового, то дохід від реалізації не покриває витрат, понесених теплостачальною організацією. У цьому

випадку залишаються недофінансованими, як правило, статті витрат на регламентні роботи, спрямовані на підвищення надійності та енергоефективності енергетичного встаткування і теплових мереж.

У результаті відсутності коштів технологія погіршується і стає більш енерговитратною, що тягне додат-

Таблиця 1. Розрахунок двоставкових тарифів на транспортування теплової енергії КП ТМ «ХХ»

№ з/п	Найменування показників	Од. вим.	Сумарні та середньо-зважені показники	Для потреб споживачів			
				Населення	Бюджетні установи	Релігійні організації	Інші споживачі
1	Обсяг реалізації теплової енергії власним споживачам	Гкал	52338,08	46512,34	3888,04	24	1913,67
2	Теплове навантаження об'єктів теплоспоживання власних споживачів	Гкал/год	41,38	36,774	3,074	0,019	1,513
Виробництво теплової енергії							
3	Повна планова собівартість виробництва теплової енергії, усього, у т.ч.:	тис. грн	64 284,85	54 710,03	6 403,99	18,84	3 152,00
3.1	умовно змінні витрати, усього, у т.ч.:	тис. грн	52461,96	44203,14	5525,70	13,41	2719,72
3.1.1	витрати на технологічне паливо для виробництва теплової енергії котельнями	тис. грн	49884,13	41912,24	5334,20	12,22	2625,46
3.1.2	витрати на технологічну електроенергію для виробництва теплової енергії котельнями	тис. грн	2577,83	2290,89	191,50	1,18	94,25
3.2	умовно постійні витрати, усього – решта витрат повної планової собівартості виробництва теплової енергії	тис. грн	11822,89	10506,89	878,29	5,43	432,29
4	Плановий прибуток в тарифах на виробництво теплової енергії	тис. грн	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5	умовно-змінна частина двоставкового тарифу на виробництво теплової енергії	грн/Гкал	1002,37	950,35	1421,20	557,98	1421,20
6	Умовно-постійна частина двоставкового тарифу на виробництво теплової енергії – місячна абонентська плата на одиницю теплового навантаження	грн/Гкал / год	23809,60	23809,60	23809,58	23808,11	23809,64
Транспортування теплової енергії							
7	Теплове навантаження об'єктів теплоспоживання власних споживачів та споживачів інших власників теплової енергії, яка транспортується мережами ліцензіата	Гкал/год	41,38	36,774	3,074	0,019	1,513
8	Повна планова собівартість транспортування теплової енергії, усього – умовно-постійні витрати	тис. грн	3 808,90	3 384,93	282,95	1,75	139,27
9	Плановий прибуток в тарифах на транспортування теплової енергії	тис. грн	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10	Місячна абонентська плата за транспортування теплової енергії на одиницю теплового навантаження	грн./Гкал / год	7670,57	7670,57	7670,56	7670,09	7670,58
Постачання теплової енергії							
11	Повна планова собівартість постачання теплової енергії, усього – умовно-постійні витрати	тис. грн	707,23	628,51	52,54	0,32	25,86
12	Плановий прибуток в тарифах на постачання теплової енергії	тис. грн	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
13	Місячна абонентська плата за постачання теплової енергії на одиницю теплового навантаження	грн / Гкал / год	1424,26	1424,26	1424,25	1424,17	1424,26
Двоставкові тарифи на теплову енергію для кінцевих споживачів							
14	Умовно-змінна частина двоставкового тарифу на теплову енергію (п.5)	грн/Гкал	1002,37	950,35	1421,2	557,98	1421,20
15	Умовно-постійна частина двоставкового тарифу на теплову енергію – місячна абонентська плата на одиницю теплового навантаження (п. 6 + п.10 + п. 13)	грн / Гкал / год	32904,43	32904,43	32904,39	32902,37	32904,48

Джерело: складено авторами

кові кошти на закупівлю палива й електроенергії. Це, у свою чергу, тягне за собою необхідність перегляду тарифів у бік підвищення. У цьому випадку теплопостачальна організація, маючи затверджений тариф на одиницю відпущеної теплової енергії, не зацікавлена в зниженні обсягів теплоспоживання своїми абонентами, що цілком виправдано.

Успіх будь якої справи визначений тоді, коли у всіх партнерів однакова взаємовигідна мотивація та в результаті угоди кожний одержує те, що хоче. У нашому випадку теплопостачальна організація повинна одержувати свій прибуток при найменших витратах енергії, а споживач одержувати якісний товар у вигляді комфортних умов проживання по найменшій вартості. З огляду на все перераховане вище, має сенс застосувати двоставковий тариф.

Необхідність у встановленні двоставкових тарифів є дуже нагальною з наступних причин:

- тільки двоставкові тарифи на теплову енергію дозволять підприємству не бути залежним від зменшення або збільшення обсягів реалізації теплової енергії та стимулюють до впровадження заходів щодо економії тепла;

- двоставкові тарифи дозволять відшкодувати постійні витрати підприємства в повному, встановленому у тарифах розмірі, що дозволить вчасно сплачувати заробітну плату, податки, виконувати ремонти та інші заходи, які необхідні для стабільної роботи підприємства;

- двоставкові тарифи дозволять отримувати підприємству доходи протягом всього року, а не тільки в опалювальний сезон, як при одноставковому тарифі, коли доходи за січень-квітень мають відшкодувати витрати за січень-липень, а витрати за серпень-грудень мають відшкодуватися доходами, які будуть отримані тільки протягом жовтня-грудня, тобто є можливість отримати баланс між доходами та витратами протягом всього року;

- при застосуванні двоставкових тарифів калькується не одиниця теплової енергії, а послуга теплопостачання, крім того, з'являється зацікавленість теплопостачальної організації в раціональному

теплоспоживанні споживачем, тому що від цього не страждає економіка підприємства;

- в разі використання двоставкових тарифів з'являється можливість розділити зони відповідальності за витрату енергії між виробником і споживачем, стимулюється масова установка приладів обліку, починаючи від джерела й закінчуючи опалювальним приладом у кожного споживача;

- в разі застосування двоставкових тарифів з'являється потреба в нових висококваліфікованих кадрах і високих технологіях, що забезпечують надійність і високу ефективність роботи енергетичного устаткування і систем теплопостачання та теплоспоживання;

- механізм формування вартості послуги теплопостачання стає максимально прозорим і зрозумілим, знижується рівень перехресного субсидування, з'являється інвестиційна привабливість підприємств теплопостачання.

Як приклад, в статті виконано розрахунок економічно-обґрунтованих двоставкових тарифів на теплову енергію для Комунального підприємства теплових мереж (*примітка авторів статті* – назву якого для цілей цього дослідження змінено) «ХХ_ТЕПЛОКОМУНЕНЕРГО» (КП ТМ «ХХ»), підсумковий результат якого представлено в табл. 1.

Тому як, підприємство є ліцензіатом обласної адміністрації, то тариф розраховано відповідно до положень Постанови Кабінету Міністрів України № 869 в редакції від 13.09.2018 р. [9]. Тариф на теплову енергію є сумою тарифів на виробництво, транспортування та постачання теплової енергії за кожною категорією споживачів. Існує чотири категорії споживачів: населення, релігійні організації, бюджетні установи та інші споживачі. Витрати умовно-змінної частини розподіляються між категоріями споживачів пропорційно плановим обсягам реалізації теплової енергії, а витрати умовно-постійної частини розподіляються пропорційно сумарному тепловому навантаженню кожної категорії споживачів.

Для категорії споживачів «населення» розраховано двоставковий тариф на послугу з централізованого опалення, підсумковий результат якого надано в

Таблиця 2. Розрахунок двоставкових тарифів на послуги централізованого опалення

№ з/п	Назва показника	Умовно-змінна частина тарифу (грн/Гкал)	Умовно-постійна частина тарифу (грн. Гкал/на рік)
1	Собівартість власної теплової енергії, врахована у встановлених тарифах на теплову енергію для потреб населення	950,35	394853,160
2	Витрати на утримання абонентської служби, усього, у т. ч.:	X	19800,52
2.1	витрати на оплату праці	X	13459,34
2.2	внески на соціальні заходи	X	2961,06
2.3	інші витрати абонентської служби	X	3380,13
3	Решта витрат, крім послуг банку	X	1856,45
4	Послуги банку	X	4056,45
5	Повна планова собівартість послуг	950,35	420566,59
6	Планові тарифи на послуги з централізованого опалення	950,35	420566,59
7	Планові тарифи на послуги з ПДВ	1140,42	504679,91
8	Умовно-змінна частина тарифу на послугу з централізованого опалення, грн/м.кв за місяць протягом опалювального періоду, з ПДВ	X	X
9	Умовно-постійна частина тарифу на послугу з централізованого опалення, грн/Гкал/год за місяць протягом року, з ПДВ	X	42056,66

Джерело: складено авторами

табл. 2. Умовно-змінна частина тарифу залишається такою ж, як і в тарифі на теплову енергію, а умовно-постійна частина тарифу складається із вартості реалізованої теплової енергії населенню за тарифом, який приведено в табл. 1, та саме витрат на послугу з централізованого опалення: витрат на оплату праці персоналу, зайнятого розподіленням теплової енергії між споживачами, заключенням договорів та збором платежів від населення за комунальні послуги, витрат на матеріали та вартості послуг (обслуговування програмного забезпечення, інкасація, послуги охорони та інше) для забезпечення їх роботи, відсотків банкам за збір платежів за комунальні послуги.

Таким чином, одноставковий тариф є сумою двох складових тарифу: умовно-постійної та умовно-змінної. Плата за обслуговування котелень та теплових мереж не є оплатою за окрему послугу, тому як обидві частини тарифу безпосередньо пов'язані з наданням послуг з теплопостачання. Запровадження постійної частини тарифу забезпечує рівномірне фінансування капітального ремонту та оновлення обладнання котелень і теплових мереж. Права споживачів при цьому не порушуються, вони відшкодовують економічно обґрунтовані витрати підприємств теплопостачання на виробництво, транспортування та постачання теплової енергії, але більш рівномірно – впродовж року. Абонентська плата за одиницю приєднаного теплового навантаження є не додатковою платою. Це просто розщеплення тарифу на 12 місяців. У підсумку загальна сума, яку витрачає мешканець на послуги з теплопостачання за рік, є такою ж, як і при одноставковому тарифі за опалювальний період.

Висновки з проведеного дослідження. На цей час на більшості підприємств сфери теплопостачання формування вартості послуги теплопостачання спрямоване на визначення одноставкового тарифу одиниці теплової енергії, вимірюваної в гікалоріях корисного відпуску тепла. Однак, як показує практика, ніколи фактичні витрати не збігаються із планованими результатами господарської діяльності. Це пов'язано як з погодними умовами, що постійно змінюються, так і з цінами на енергоносії та інші складові витрат, що також змінюються. Існуюча практика формування одностав-

кових тарифів не стимулює енергопостачальні підприємства до енергозбереження у споживача, а саме тому, є необхідним впровадження нових підходів до тарифоутворення у сфері надання послуг теплопостачання споживачам, зокрема на засадах двоставкових тарифів. Для того, щоб зробити роботу теплопостачального підприємства вигіднішою, як для самої організації, так і для її абонентів, необхідно враховувати наступне:

– підприємство теплопостачання продає як товар не гікалорії й не кубометри гарячої води, а послугу теплопостачання, що забезпечує комфортні умови перебування жителів у даному помешканні;

– успіх будь якої справи визначений тоді, коли у всіх партнерів однакова взаємовигідна мотивація та в результаті угоди кожний одержує те, що хоче. У нашому випадку теплопостачальна організація повинна одержувати свій прибуток при найменших витратах енергії, а споживач одержувати якісний товар у вигляді комфортних умов проживання по найменшій вартості.

Таким чином, для вигідних взаємин постачальника й споживача послуг теплопостачання необхідні:

– по-перше, бажання постачальника, щоб його трудова діяльність, надання послуг теплопостачання, була прибуткова (або як мінімум беззбиткова), тобто повністю і вчасно оплачена споживачем та, щоб енергозберігаючі заходи, які впроваджує він сам та ті, що впроваджує споживач, приносили б йому, реальний економічний ефект;

– по-друге, бажання споживача, щоб послуга теплопостачання, що надається йому постачальником, була високої якості та своєчасна, а головне щоб споживач мав можливість заощаджувати свої кошти на оплату наданої йому послуги теплопостачання, виходячи з особистих міркувань комфортності й потреби в ній у конкретний момент часу.

Можливе застосування одержаних результатів полягає у прийнятті органами місцевого самоврядування на рівні міст країни розрахованих двоставкових тарифів для забезпечення стабільної роботи теплопостачальних підприємств, підвищення якості послуг та збалансування інтересів підприємств та споживачів, що у подальшому сприятиме розвитку організаційно-економічних основ сучасного енергоменеджменту.

1. Гейнц Р.М. До питання класифікації послуг у сфері житлово-комунального обслуговування. Актуальні проблеми вдосконалення чинного законодавства України. 2013. Вип. 31. С. 138–147. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/arpchzi_2013_31_16

2. Лісовська Д. Відповідальність за порушення законодавства щодо тарифоутворення в галузі теплопостачання. Національний юридический журнал: теорія і практика. 2017. С. 50–53. URL: http://www.jurnaluljuridic.in.ua/archive/2017/6/part_1/11.pdf

3. Панченко Л.І., Гордієнко М.І. Особливості дослідження розрахунку тарифу на послуги з утримання будинків, споруд і прибудинкових територій об'єднань співвласників багатоквартирного будинку. Теорія і практика судової експертизи і криміналістики. 2014. Вип. 14. С. 344–351.

4. Яковлев П.О. Адміністративно-правові засади регулювання тарифів на житлово-комунальні послуги: дис. ... кандидата юрид. наук: 12.00.07. Харків, 2016. 200 с. URL: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/11818/5/diss-Yakovlev.pdf>

5. Про житлово-комунальні послуги: закон України від 24.06.2004 № 1875-IV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1875-15>

6. Про природні монополії: закон України від 20.04.2000 № 1682-III. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1682-14>

7. Про теплопостачання: закон України від 02.06.2005 № 2633-IV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2633-15>

8. Про державне регулювання у сфері комунальних послуг: закон України від 09.07.2010 № 2479-VI. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2479-17>

9. Про забезпечення єдиного підходу до формування тарифів на житлово-комунальні послуги: постанова Кабінету Міністрів України від 01.06.2011 № 869 в ред. від 13.09.2018 р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/869-2011-n>

E-mail: arnika@ukr.net

ЦЕ ЦІКАВО

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ
ЗАПРОШУЄ НА НАВЧАННЯ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ:
«МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
Освітня програма «Міжнародна економіка»**

Навчання здійснюється на базі повної загальної середньої освіти.

Перелік дисциплін спеціалізації :

- | | |
|---|---|
| o міжнародний економічний аналіз; | o інвестування; |
| o міжнародний менеджмент; | o міжнародна електронна торгівля; |
| o міжнародна економічна діяльність України; | o глобальна економіка; |
| o міжнародна економічна інтеграція; | o міжнародні стратегії економічного розвитку; |
| o міжнародні організації; | o міжнародний ринок праці; |
| o міжнародна комерційна логістика; | o міжнародні інвестиції; |
| o економіка зарубіжних країн; | o міжнародні економічні відносини; |
| o зовнішня політика України; | o світова економічна кон'юнктура; |
| o сучасні глобальні ринки; | o міжнародна конкурентоспроможність. |

За результатами державної атестації випускникам присвоюється кваліфікація «бакалавр з міжнародних економічних відносин», «магістр з міжнародних економічних відносин».

Навчання здійснюється за денною формою навчання.

Термін навчання:

- Освітній ступінь «бакалавр» – 4 роки (на базі повної загальної середньої освіти).
- Особи з дипломом ОКР молодшого спеціаліста відповідного напрямку підготовки можуть бути зараховані на 3 курс.
- Освітній ступінь «магістр» – 1 рік 6 місяців (на основі базової вищої освіти відповідного напрямку (диплом бакалавра або спеціаліста)).

• **Вступні випробування: на I курс ОС «Бакалавр»:**

Конкурс сертифікатів Українського центру оцінювання якості освіти з трьох дисциплін:

1. Української мови та літератури,
2. Математика,
3. або Історія України, або іноземна мова (за вибором вступника одна з вказаних дисциплін)

• **на III курс ОС «Бакалавр»:**

фахове випробування

• **на ОС «Магістр»:**

1. Конкурс сертифікатів Українського центру оцінювання якості освіти з іноземної мови
2. Фахове випробування

Національний університет харчових технологій має договірні відносини з факультетом військової підготовки Військового інституту телекомунікації та інформатизації НТУУ «КПІ». Це дає можливість бажаним студентам отримати військову підготовку та звання лейтенанта запасу Збройних Сил України.

За потреби студенти забезпечуються гуртожитком

Адреса:

01601, м. Київ, вул. Володимирська 68,
кафедра міжнародної економіки (044)287-97-60, (044)287-96-19
menedger_2012@ukr.net