

ВІСНИК



Дніпропетровського університету

Науковий журнал

№ 10/1

Том 20

2012

РЕДАКЦІЙНА РАДА:

акад. Академії наук ВО України, д-р фіз.-мат. наук, проф. **М. В. Поляков** (голова редакційної ради); ст. наук. співроб., проф. **В. І. Карплюк** (заст. голови); д-р фіз.-мат. наук, проф. **О. О. Кочубей**; д-р хім. наук, проф. **В. Ф. Варгалоук**; чл.-кор. НАПН України, д-р філос. наук, проф. **П. І. Гнатенко**; д-р фіз.-мат. наук, проф. **О. Г. Гоман**; д-р філол. наук, проф. **В. Д. Демченко**; д-р техн. наук, проф. **А. П. Дзюба**; д-р пед. наук, проф. **Л. І. Зеленська**; чл.-кор. НАН України, д-р фіз.-мат. наук, проф. **В. П. Моторний**; чл.-кор. НАПН України, д-р психол. наук, проф. **Е. Л. Носенко**; д-р філос. наук, проф. **В. О. Панфілов**; д-р біол. наук, проф. **О. Є. Пахомов**; д-р екон. наук, проф. **І. Л. Сазонець**; д-р іст. наук, проф. **С. І. Світленко**; акад. Академії наук ВО України, д-р фіз.-мат. наук, проф. **В. В. Скалозуб**; д-р філол. наук, проф. **Т. С. Пристайко**; чл.-кор. НАН України, д-р біол. наук, проф. **А. П. Травлєєв**; д-р техн. наук, проф. **Ю. Д. Шептун**.

Серія: **ЕКОНОМІКА**

Випуск 6(4)

Дніпропетровськ

2012

*Друкується за рішенням вченої ради
Дніпропетровського національного університету
імені Олеся Гончара*

Висвітлюються досягнення в галузі економіки та публікуються розробки провідних спеціалістів і вчених, а також потенційних здобувачів ступенів і звань, спрямовані на підвищення ефективності національної економіки, вдосконалення економічних відносин в умовах трансформації і кризи. Пропонуються результати економіко-математичних досліджень соціально-економічних процесів.

Для науковців, викладачів, аспірантів та студентів старших курсів.

Рассматриваются достижения в области экономики и публикуются разработки ведущих специалистов и ученых, а также потенциальных соискателей степеней и званий, направленные на повышение эффективности национальной экономики, усовершенствование экономических отношений в условиях трансформации и кризиса. Предлагаются результаты экономико-математических исследований социально-экономических процессов.

Для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов старших курсов.

Редакційна колегія:

д-р екон. наук **Н. І. Дучинська** (відп. редактор), д-р екон. наук, проф. **Л. В. Попкова**, д-р екон. наук, проф. **І. Л. Сазонець**, д-р фіз.-мат. наук, проф. **С. О. Смирнов**, д-р екон. наук, проф. **Л. М. Тимошенко**, д-р екон. наук, проф. **О. Й. Шевцова**, д-р екон. наук, проф. **С. Ю. Хамініч**, канд. фіз.-мат. наук, доц. **В. В. Огліх** (відп. секретар).

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. **П. В. Гудзь**;
д-р екон. наук, проф. **Л. І. Дмитриченко**.

© Дніпропетровський
національний університет
імені Олеся Гончара,
2012

© Колектив авторів, 2012

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

УДК 330

Д. О. Бесчастна, О. Г. Песикова

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ОСОБЛИВОСТІ СТАТИСТИЧНОЇ МЕТОДОЛОГІЇ АНАЛІЗУ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ІННОВАЦІЙ

Розглянуто роль інновацій у розвитку економіки регіонів. Виявлено особливості формування ринку інновацій як комплексної категорії. Вивчено специфіку функціонування регіональних інноваційних ринків.

Ключові слова: інновації, регіональний розвиток, інноваційна активність, статистичні групування, кластерний аналіз.

Рассмотрена роль инноваций в развитии экономики регионов. Выявлены особенности формирования рынка инноваций как комплексной категории. Изучена специфика функционирования региональных инновационных рынков.

Ключевые слова: инновации, региональное развитие, инновационная активность, статистические группировки, кластерный анализ.

The article examined the role of innovations in development of economy of regions. It is identify features of formation of the market of innovations as complex category. It is studied specifics of functioning of the regional innovative markets.

Key words: innovations, regional development, innovations activity, statistical groups, cluster analysis.

В умовах підвищення самостійності регіонів великого значення набуває визначення регіональних потреб в інвестиціях на продуктивний розвиток суб'єктів господарювання і можливостей цих суб'єктів освоїти очікувані інвестиції.

Головним елементом інвестиційної привабливості будь-якого регіону є його інноваційна складована. Попереднє визначення ефективності інноваційного проекту, періоду окупності, норми прибутку дозволяє залучити більший обсяг інвестицій та більш вигідне їх використання.

Інноваційний розвиток, залучення прогресивних технологій є головною якісною складовою інтенсивного економічного росту будь-якої країни. Інноваційний розвиток економіки стає передумовою конкурентоспроможності країни. На жаль, за рейтингом економічної свободи 2010 року, що надає характеристику інвестиційної привабливості країн та рівню їх конкурентоспроможності, Україна посіла 162-гу сходинку та увійшла до складу країн із недостатнім рівнем економічної свободи.

Ефективна система функціонування та розвитку інноваційної діяльності є пріоритетним напрямом розвитку економіки, оскільки результатом впровадження інновацій є якісне зростання, підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможної продукції, а саме останнє може забезпечити стабільні та високі темпи соціально-економічного розвитку [1]. Український досвід щодо інновацій відбувається поступо, проте цей розвиток не настільки ефективний, як цього

очікує суспільство, однією з головних причин чого є недосконалість політики щодо рівномірності розвитку регіонів.

В останні роки дедалі більша увага приділяється регіональній складовій цієї проблематики. Утверджується усвідомлення того, що в умовах глобалізації неодмінною ознакою сталості економіки будь-якої країни виступають її внутрішня господарська організація і здатність регіонів гнучко реагувати на зміни кон'юнктури глобальних ринків [2].

Із 2007 року Україна включена до переліку країн, інноваційна діяльність яких підлягає освітленню в міжнародному рейтингу інноваційної активності країн – European Innovation Scoreboard (EIS). Ставши учасником, Україна так жодного разу і не брала участь у порівнянні, оскільки кількість представлених нею інноваційних мір або дорівнювала нулю, або була зовсім несуттєвою порівняно з розвинутими Європейськими країнами.

Для того щоб Україна стала конкурентоспроможною у світових рейтингах, необхідно розвивати економіку регіонів країни. Саме цей аспект розвитку вимагає, з одного боку, вивчення специфіки функціонування ринку інновацій кожного регіону, виділення в Україні регіонів з однаковим рівнем інноваційного розвитку, а з іншого – виявлення особливостей формування регіонального інноваційного ринку як комплексної категорії та методів оцінки специфіки на мезорівні і погодження отриманих результатів з інвестиційною діяльністю на регіональному рівні.

Дослідженню шляхів і проблем інноваційного розвитку економіки на регіональному рівні присвячено низку наукових праць українських учених. У їхніх останніх публікаціях містяться: аналіз рейтингу регіонів за рівнем інноваційної діяльності – О. Амоша, В. Денисюк; дослідження теоретичних засад формування регіональної політики і напрямів зміцнення ресурсного потенціалу регіонів України – М. Долішній, З. Варналій; дослідження проблем і перспектив інноваційної діяльності в регіоні – І. Кукурудза; методичні підходи до аналізу інвестиційної привабливості регіонів – Л. Мурмуль. Але так і залишається невисвітленим питання саме щодо формування цих інноваційних регіонів, їхніх меж і особливостей та методичних підходів, на які б можна було спиратися при формуванні групвань.

Отже, метою роботи є дослідження особливостей інноваційної діяльності регіонів України та визначення відмінних рис у побудованих за допомогою різних методів групвань класифікаціях, що відображають сучасний стан інноваційної діяльності України у регіональному розрізі.

У теперішній ситуації поняття «успішність» та «інноваційність» для підприємств регіонів країни є синонімами. Ринкова економіка обумовила трансформування інноваційної сфери, необхідність її адаптації до радикальних змін. Аналіз світових тенденцій економічного зростання і чинників, що його обумовлюють, переконливо доводить, що інновації забезпечують 80–90 % приросту ВВП країн, які стали на шлях інноваційного розвитку.

Ефективність функціонування національної економіки значною мірою залежить від рівня соціально-економічного розвитку регіонів, які на сьогодні відзначаються суттєвою галузевою, територіальною та функціональною диференціацією. Саме через ці причини виникає гостра необхідність розробки політики розвитку для кожного окремо взятого регіону країни із врахуванням інноваційної складової.

Посилення регіональної компоненти в реалізації інноваційної політики держави і формуванні передумов інтелектуальної економіки обумовлює важливість розвитку регіонального науково-технічного потенціалу та підвищення ефективності його використання.

В сучасних умовах розвиток регіону постає як частина інноваційно-інвестиційного простору, де формуються інноваційні ринки, межі функціонування яких визначаються системою економічних відносин і зв'язків між суб'єктами господарювання (виробниками), продавцями, покупцями, посередниками з приводу руху новин та інновацій. Інноваційно-інвестиційний розвиток регіону базується на ринкових відносинах та потребує розроблення нових теоретичних моделей, які за своїми сутнісними ознаками визначають і відповідну модель управління ним.

Складність і масштабність процесів регіонального розвитку в координатах інноваційного розвитку дає можливість знаходити все нові недосліджені аспекти проблеми інноваційної активності регіонів й продовжувати наукові дослідження [3].

Для вироблення адекватної моделі групування областей за рівнем інноваційного розвитку першочергово необхідно дослідити стан регіональних інноваційних ринків України в цілому.

Стан інноваційної активності в регіонах України більшістю експертів-науковців визначається як кризовий і такий, що не відповідає сучасному рівню інноваційних процесів у промислово розвинених країнах та потребам інноваційного розвитку економіки [5].

За період 2000–2010 рр. динаміка кількості підприємств України, що займалися інноваціями, не мала чітко вираженої тенденції. Максимальний відсоток підприємств (18 %), які займалися інноваціями спостерігався лише у 2000 та 2002 рр., найменший (11,2 %) – у 2006 р. За період 2002–2006 рр. частка підприємств, що впроваджували інновації, скоротилася на 6,8 в.п. Однією з причин цього може бути невизначеність підприємств у стратегіях свого розвитку, пов'язаних із дуже напруженою та нестабільною політичною ситуацією в країні. За період 2007–2010 рр. спостерігався сповільнений спад частки підприємств, що змінився сповільненим ростом.

Та ж сама динаміка спостерігається серед промислових інноваційних підприємств. У структурі промислових підприємств протягом 2004–2010 рр. найбільша частка підприємств, що займалися інноваціями, спостерігається у галузі переробної промисловості, найменша – у підприємствах по виробництву та розподіленню електроенергії. Найбільша частка промислових інноваційних підприємств у загальній кількості підприємств спостерігалася у 2007 році та склала 14,2 %, найменша в 2006 році – 11,2 %.

У 2010 р. інноваційну продукцію реалізували 964 підприємства на суму 33,7 млрд. грн. (3,8 % загального обсягу промислової продукції). Продукцію, що була новою або суттєво вдосконаленою для ринку, поставляли 270 підприємств. Її обсяг становив 11,0 млрд. грн., або 32,6 % реалізованої інноваційної (проти 8,5 млрд. грн. і 27,1 % у 2009р.). Найбільший її обсяг реалізували підприємства машинобудування – 5,6 млрд. грн., що складало 51,9 % загального обсягу інноваційної продукції цих підприємств, підприємства з виробництва коксу та продуктів нафтопереробки – 2,6 млрд. грн. (39,2 %), виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – 0,9 млрд. грн. (18,6 %), целюлозно-паперового виробництва та видавничої діяльності – 0,8 млрд. грн. (84,4 %), а також хімічної та нафтохімічної промисловості – 0,8 млрд. грн. (49,7 %).

У 2010 р. майже кожне четверте інноваційно-активне підприємство поставляло свою продукцію на експорт, обсяг якої становив 13,7 млрд. грн., у т.ч. до країн СНД – 8,1 млрд. грн. (у 2009 р. – 13,2 млрд. грн. і 7,9 млрд. грн.).

За джерелами фінансування інноваційної діяльності протягом цього періоду спостерігалися значні структурні зрушення. Так, у 2005 році основним джерелом фінансування були власні кошти (майже 88 %), частки всіх інших джерел були несуттєвими, у 2010 році частка власних коштів у загальному обсязі фінансування зменшилась на 28,4 в. п., але залишила позиції лідера, та окрім неї значну частку у фінансуванні стали займати кошти іноземних інвесторів (30 %). Для оцінювання структурних зрушень у джерелах фінансування інноваційної діяльності 2005 та 2010 рр. можна використати коефіцієнт структурних зрушень К. Гатєва, що вираховується за формулою:

$$K = \sqrt{\frac{\sum (d_1 - d_0)}{\sum (d_1^2 - d_0^2)}}, \quad (1)$$

де d_1 і d_0 — частки окремих видів джерел фінансування інноваційної діяльності, відповідно в 2010 та 2005 роках.

Цей показник дорівнюватиме нулю, якщо порівнювані структури залишилися незмінними; він дорівнюватиме одиниці, якщо ці структури повністю змінилися. За розрахунками коефіцієнт структурних зрушень К. Гатєва склав 0,39 та свідчить про те, що структура джерел фінансування суттєво не змінилась і в середньому зрушилась на 7 в. п.

Щодо напрямів упровадження інновацій, структура кількості підприємств, що впроваджували її в 2009 році, майже не відрізняється від структури 2010-го, про що свідчить дуже низький коефіцієнт К. Гатєва (0,07).

На технологічні інновації у 2010 р. 1088 підприємствами було витрачено 8,0 млрд. грн. Із загального обсягу витрат найбільше коштів витрачено на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення – 5051,7 млн. грн. На придбання внутрішніх науково-дослідних розробок (далі – НДР) – 818,5 млн. грн., зовнішніх НДР – 177,9 млн. грн., придбання інших зовнішніх знань – 141,6 млн. грн.; загалом на навчання та підготовку персоналу для розробки та запровадження нових або значно вдосконалених продуктів та процесів, діяльність щодо ринкового запровадження інновацій та інші роботи, пов'язані зі створенням та впровадженням інновацій, – 1855,7 млн. грн.

Оцінка і прогнозування інноваційної привабливості регіонів України мають бути безпосередньо ув'язані з державною регіональною політикою, метою якої є забезпечення розвитку окремих регіонів з урахуванням таких факторів, як раціональне використання різноманітних економічних можливостей кожного з них, ефект оптимальної інтеграції, територіальний розподіл праці та взаємна економічна кооперація.

Як уже зазначалося, у нашій країні відсутня загальноприйнята методологія розподілу України за зонами інноваційної привабливості. Для виявлення особливостей регіонального інноваційного розвитку доцільно використовувати метод статистичних групувань.

Метод групування застосовують при аналізі масових соціально-економічних явищ, факторів і показників. У системі аналітичних методів групування займають особливе місце. Це пояснюється тим, що, на відміну від інших методів, статистичне групування виконує дві функції: по-перше, розподіляє сукупності на однорідні групи, а, по-друге, визначає межі й можливості застосування інших методів (середніх величин, кореляційного та ін.). Використання цих методів по-

требує однорідності аналізованих сукупностей, що зумовлює статистичне групування як неминучий етап обробки вихідної інформації [7]. Зазвичай виділяють типологічні, структурні, аналітичні, комбінаційні групування.

Типологічне – це групування, за допомогою якого виділяють соціально-економічні типи явищ, визначають істотні відмінності між ними та ознаки, що є спільними для всіх груп. Необхідність проведення типологічного групування зумовлена, перш за все, потребою теоретичного узагальнення первинної статистичної інформації та одержання на цій основі узагальнюючих статистичних показників.

Структурні групування характеризують розподіл якісно однорідної сукупності на групи за певною ознакою. Вони використовуються для пізнання явищ суспільного життя, виявлення закономірностей розподілу одиниць сукупності за варіюючими значеннями досліджуваної ознаки, вивчення складу сукупності та структурних зрушень.

Слід зауважити, що типологічні групування відрізняються від структурних лише метою дослідження, за формою ж вони повністю збігаються. Структурні і типологічні групування описові, вони характеризують структуру сукупності, виділяють характерні риси та особливості, але відрізняються рівнем якісних відмінностей між групами.

За кількістю ознак, покладених в основу групування, розрізняють два види групування – просте і складне. Просте групування – це групування за будь-якою однією ознакою. Складне групування може бути комбінаційним, якщо в його основі послідовно скомбіновано дві і більше ознак, або багатомірним, якщо воно проводиться за певною множиною ознак одночасно. Застосування комбінаційних групувань дозволяє провести більш ґрунтовний аналіз розвитку явищ, виявити взаємозв'язки і залежності між ними.

Якщо результативна ознака кількісна, для кожної групи за факторною ознакою можна визначити середнє значення результативної ознаки. За наявності зв'язку між ознаками групові середні результативної ознаки систематично змінюються від групи до групи (збільшуються чи зменшуються). Таке групування називається аналітичним. Аналітичне групування докладніше й виразніше, ніж комбінаційний поділ, описує зв'язок між ознаками і є найбільш дієвим методичним інструментом для обробки економічної інформації. Масштаби практичного застосування аналітичних групувань ставлять їх у низку пріоритетних методів економічних досліджень.

Також одним з найрезультативніших методів утворення класифікацій є кластерний аналіз – це сукупність методів, що дозволяють класифікувати багатомірні спостереження, кожне з яких описується набором вихідних змінних $X_1, X_2, \dots, X_n$. Метою кластерного аналізу є утворення груп схожих між собою об'єктів, які прийнято називати кластерами. У результаті кластерного аналізу, за допомогою попередньо заданих змінних, формуються групи спостережень. Члени однієї групи (кластера) повинні мати схожі прояви змінних, а члени різних груп – різні. Головним недоліком даного методу є те, що при групуванні масиву даних можуть спотворюватися чи взагалі втрачатися індивідуальні риси окремих об'єктів за рахунок заміни їх характеристиками узагальнених значень параметрів кластера [7].

Розрахований за показником витрат на інноваційну діяльність коефіцієнт вирівнювання 0,004 менший за 0,1. Це свідчить про те, що доцільно проводити групування з нерівними інтервалами.

Через неоднорідність вихідних даних доцільно розпочати групування за принципом однорідності в групах. Для проведення групування обрано сукупність показників інноваційної діяльності за 2010 рік: витрати на інноваційну діяльність, обсяг реалізованої інноваційної продукції за регіонами, кількість підприємств, що займалися інноваційною діяльністю. В результаті отримано 7 груп областей (табл. 1).

Таблиця 1

Основні показники інноваційної діяльності в розрізі сформованих груп областей України станом на 2010 рік*

N з/п	Адміністративно територіальні одиниці	Витрати на інноваційну діяльність, тис.грн.		Обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис.грн.		Інноваційно активні підприємства, % до загального підсумку	Інвестиції в основний капітал, млн.грн.	
		всього	середній рівень	всього	середній рівень		середній рівень	%, до загальної обсягу інвестицій
1	м. Севастополь, Тернопільська обл.	12129	6064	288436	144218	3	1881,3	4,6
2	Черкаська, Чернігівська, Житомирська обл.	64790	21596	3006999	1002333	8,4	2524,2	6,2
3	Рівненська, Чернівецька, Херсонська, Закарпатська обл.	198326	49581	1587105	396776	8,9	1996,8	4,9
4	Волинська, Вінницька, Кіровоградська, Полтавська, Запорізька, Київська, Львівська обл., АР Крим	955627	119453	9712271	1214033	30,3	6086,5	15,0
5	Одеська, Сумська, Луганська, Дніпропетровська обл.	998538	249634	9048554	2262138	17,7	6876,7	16,9
6	Миколаївська, Харківська, Хмельницька, Донецька обл.	2580767	645192	6672027	1668006	22,8	6265,3	15,4
7	м. Київ, Івано-Франківська обл.	3235315	1617657	3382179	1691089	9	15042,0	37,0

*Розраховано автором за даними Державної служби статистики України та статистичного збірника «Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2010 році» [4; 6].

Усі сформовані групи однорідні в своєму складі (коефіцієнт варіації в кожній < 33,3 %). Области кожної групи не близькі за територіальним аспектом. З ростом витрат не спостерігається така ж сама тенденція за іншими показниками. Найбільша концентрація витрат на інноваційну діяльність у 7-й групі (м. Київ, Івано-Франківська область). Обсяг реалізації вищий у тих групах, де затрачені менші кошти та знаходиться більша кількість підприємств. Найбільша концентрація реалізованої інноваційної продукції у 4-й та 5-й групах, відповідно 29 % та 27 %. Не всі області, що входять до їх складу, можна позиціонувати як інноваційно активні. На базі сформованого групування проведено розподіл інвестицій в основний капітал. Середній рівень інвестицій в основний капітал зростає так само, як і витрати в основний капітал. Розрахований парний коефіцієнт ко-

реляції ($r=84,8\%$) свідчить про доволі тісний зв'язок між інвестиціями в основний капітал та обсягами реалізованої інноваційної продукції.

Також проведено групування на базі кластерного аналізу за показниками: розподіл загального обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності та регіонами; обсяг реалізованої інноваційної продукції за регіонами; загальна кількість підприємств, які займалися інноваційною діяльністю; кількість підприємств, які займалися впровадженням інновацій; впровадження нових технологічних процесів (їх кількість); обсяг реалізованої інноваційної продукції за межами України.

В ході опрацювання даних було визначено, що інформативно опишуть дану сукупність 3 кластери. Найбільш вдало сукупність згрупована за допомогою методу «Дальнього сусіда» з евклідовою метрикою. За цим методом відстань між кластерами визначається найбільшою відстанню між будь-якими двома об'єктами в різних кластерах. Було вибрано саме цей метод, оскільки об'єкти доволі різноманітні за своїм складом та показниками. Отримали наступні кластери, які пропонується визначити таким чином:

1-й кластер – області зі слабкою інноваційною активністю – АР Крим, Вінницька, Волинська, Житомирська, Закарпатська, Київська, Кіровоградська, Миколаївська, Одеська, Рівненська, Сумська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська, м. Севастополь.

2-й кластер – області із високою інноваційною активністю – Дніпропетровська, Львівська, Івано-Франківська, Донецька.

3-й кластер – області із достатньою інноваційною активністю – Луганська, Полтавська, Запорізька.

Вилучені перед процедурою кластеризації м. Київ та Харківська область, через суттєве відхилення їхніх показників від загальної сукупності, сформували 4-й кластер областей з найвищою інноваційною активністю.

Таблиця 2

Показники інноваційної діяльності в розрізі сформованих кластерів станом на 2010 рік*

Кластер	Середній обсяг витрат на інноваційну діяльність, тис.грн.	Середній обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис.грн.	Середня кількість підприємств, які займалися інноваційною діяльністю	Середня кількість підприємств, які займалися впровадженням інновацій	Частка інноваційно активних підприємств, %	Середній обсяг реалізованої ІП за межами України, тис. грн.	Середній обсяг інвестицій в основний капітал, млн. грн.
I	137932,5	533683,5	290	32	49,2	294175,9	3456,7
II	848972,5	1298819	686	70	25,9	746222,9	6452,9
III	165379,3	4782075	442	35	12,5	1346566	8991,3
IV	835342,1	2274885	658	128	12,4	696645,4	16561,5
Україна	297981,3	1248058,3	393	45	100	507890,6	5580,2

*Розраховано автором за даними Державної служби статистики України та статистичного збірника «Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2010 році» [4; 6].

Області зі слабкою інноваційною активністю мають низький рівень витрат, реалізують найменший обсяг інноваційної продукції, в областях кластеру сконцентрована найменша кількість підприємств, які як проводять інновації, так і впроваджують їх (табл. 2). У них дуже низька частка інноваційної продукції, що йде

на експорт. Середні значення показників по кластеру значно нижчі за середні показники по Україні. Високі значення за всіма показниками в областях з високою інноваційною активністю – області-учасники мають різну спрямованість вкладення інновацій. Дніпропетровська і Донецька спрямовують інновації в сферу виробництва, внутрішні НДР, придбання машин та обладнання, покращення та впровадження нових технологій, оскільки є крупними промисловими центрами та регіонами суцільної промислової агломерації з високою концентрацією виробництва і населення, Львівська та Івано-Франківська – основні зусилля покладені на впровадження зовнішніх НДР та освоєння інших зовнішніх знань. Середні значення показників за цим кластером вищі за середні по Україні в цілому. Середню позицію займають області з достатньою інноваційною активністю. Найвищі показники зафіксовані у четвертому кластері, що й надало підстави характеризувати області як такі, що мають найвищу інноваційну активність.

За проведеними групуваннями, в групи, де було зафіксовано найвищі показники, увійшов майже однаковий склад областей, а саме, Харківська, Донецька, Івано-Франківська, Дніпропетровська області та м. Київ, що засвідчує їхні лідерські позиції. Отже, маємо можливість виділити наступні регіони інноваційної активності.

Харківська область та м. Київ є найбільш потужними центрами інноваційної діяльності і лідерами цього процесу в Україні. На їх території знаходяться найбільші технопарки України: Інститут електрозварки ім. Е.О. Патона (м. Київ), ЗАТ «Технопарк «Інститут монокристалів» (м. Харків), Напівпровідникові технології та матеріали, оптоелектроніка та сенсорна техніка (м. Київ), Технопарк «Інститут технічної теплофізики» (м. Київ), Технопарк «УКРИНФОТЕХ» (м. Київ), Технопарк «Київська політехніка» (Київ), Технопарк «Інтелектуальні інформаційні технології» (м. Київ).

За обсягами реалізованої продукції добувної і обробної промисловості Київ посідає шосте місце серед 27 регіонів України. При цьому, за виробництвом товарів широкого використання Київ лідирує, а за випуском інвестиційної продукції посідає друге місце після Донецької області. Київ орієнтується не на виробництво сировинної, а більш технологічної продукції.

Харківська область перевищує загальнодержавний показник питомої ваги підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, у загальній кількості обстежених промислових підприємств, який у цілому по Україні склав 13,8 % у 2010 році. За цим показником область поступається тільки м. Києву (23,9 %) і посідає друге місце по Україні. Серед регіонів Східної України Харківська область помітно випереджає такі промислово орієнтовані області, як Луганська (11,2 %), Донецька (10,6 %), Дніпропетровська (9,1 %), Запорізька (5,3 %). Загальний обсяг інноваційних витрат промислових підприємств області склав 525,9 млн. грн.

Наступний за значимістю регіон охоплює у своєму складі Донецьку, Дніпропетровську, Львівську та Івано-Франківську області. Донецька та Дніпропетровська області є крупними промисловими центрами та регіонами суцільної промислової агломерації з високою концентрацією виробництва і населення, що є привабливими для інвестування та розвитку інноваційної діяльності. На території Донецької області розташований великий технопарк ЗАТ «Технопарк «Вуглемаш», що відіграє не останню роль у інноваційному розвитку країни. Львівська та Івано-Франківська області – центри розвитку рекреаційної сфери послуг, що є також інвестиційно привабливим для інвесторів, а отже, має місце належний розвиток інноваційної діяльності у цій сфері.

Висновки. Інноваційний розвиток є пріоритетним чинником розвитку конкурентоспроможності окремих суб'єктів. Український досвід щодо інновацій постійно розвивається, проте не настільки ефективно, як цього очікує суспільство. Для вдалого інноваційного «стрибка» Україна має всі необхідні складові та потенціал. Високий рівень освіченості людського фактора, джерел фінансування проєктів, підготовлений ринок збуту нових інноваційних продуктів.

Досить гостро наразі постало питання про рівномірність розвитку регіонів, як наслідок відсутності адекватної державної політики з цього приводу. За результатами дослідження розвиток інноваційної діяльності за регіонами дуже нерівномірний, що ставить під загрозу ефективність інноваційної політики держави.

Для надання відчутного імпульсу інноваційного розвитку регіонів України та суспільства з метою підвищення наукоємності економіки регіонів, на забезпечення її структурної переорієнтації за рахунок випереджаючого розвитку високотехнологічних галузей, виробництво продукції з високою часткою доданої вартості доцільно насамперед:

- удосконалити законодавчу базу та нормативно-правові акти, що стримують розвиток інноваційної діяльності;

- стимулювання капіталовкладень у створення, реконструкцію та оновлення інфраструктури виробництва;

- більш широкий розгляд інноваційного процесу, що дозволить суттєво покращити його управління і досягти кращих результатів, а також зміщення акцентів в інноваційній політиці у бік покращення організації інноваційної діяльності.

Для істотного аналізу інноваційної діяльності України в регіональному розрізі були запропоновані різні методи групувань та кластерного аналізу, найбільш результативними з яких став кластерний аналіз. Обраний метод дав можливість одночасно спиратися при групуванні на всі основні результуючі показники інноваційної діяльності, враховуючи вплив інших факторів, та надав можливість сформулювати групи, що відповідають реальній ситуації на ринку інновацій України.

Бібліографічні посилання

1. **Бардачов Ю.** Проблеми та перспективи інноваційного розвитку економіки Херсонської області: точка зору Херсонського національного технічного університету / Ю. Бардачов, Л. Наумова // Економіст. – 2007. – № 9. – С. 43–46.
2. **Ковальська Л. Л.** Аналіз і оцінка інноваційної активності регіону / Л. Л. Ковальська, Ю. В. Кругляк // Економічні науки. Серія «Регіональна економіка»: зб. наук. праць; Луцький національний технічний університет. – 2008. – Вип. 5 (17). – Ч. 2. – 360 с.
3. **Терон І.** Диференціація інноваційного простору і формування стратегій регіонального розвитку / І. Терон // Економіст. – 2007. – № 9. – С. 48–51.
4. **Сайт** Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. **Денисюк В.** Оцінка інноваційної активності економіки країн та регіонів / В. Денисюк // Економічний часопис-XXI [Електронний ресурс]. – 2006. – №1–2. – Режим доступу : <http://soskin.info>
6. **Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2010 році** : стат. зб. – К. : ДП «Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України», 2011. – 282 с.
7. **Матковський С. О.** Теорія статистики : навч. посіб. / С. О. Матковський, О. Р. Марець. – К. : Знання, 2009. – 534 с.

Надійшла до редколегії 22.10.2012

Т. В. Гринько

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Розглянуто сучасний стан туристичної сфери в Україні, як однієї зі сфер національної економіки, що характеризується позитивною динамікою розвитку. Визначено міжнародний туризм, як один з перспективних напрямків соціально-економічного розвитку держави, основою конкурентоспроможності якого є конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – юридичних та фізичних осіб, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги або здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг. Визначено основні параметри конкурентоспроможності підприємств, складові конкурентних переваг та напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму.

Ключові слова: міжнародний туризм, підприємства галузі міжнародного туризму, конкурентоспроможність туристичних підприємств, конкурентні переваги, система маркетингу.

Рассмотрено современное состояние сферы туризма в Украине, как одной из сфер национальной экономики, характеризующейся позитивной динамикой развития. Международный туризм определяется как одно из перспективных направлений социально-экономического развития страны, основой конкурентоспособности которого является конкурентоспособность субъектов хозяйствования – юридических и физических лиц, которые создают туристический продукт, предоставляют туристические услуги или совершают посредническую деятельность по предоставлению характерных и сопутствующих услуг. Определены основные параметры конкурентоспособности предприятий, составляющие конкурентные преимущества и направления повышения конкурентоспособности предприятий отрасли международного туризма.

Ключевые слова: международный туризм, предприятия области международного туризма, конкурентоспособность туристических предприятий, конкурентные преимущества, система маркетинга.

In this paper a study of modern state of tourism in Ukraine, as one of the areas of the national economy, which is characterized by positive dynamics of development. International tourism is identified as one of the promising areas of socio-economic development of the country, which is the basis of competitiveness of economic entities – businesses and individuals that create a tourism product, tourism services, or commit the brokering activities to provide specific and related services. The main parameters of the competitiveness of enterprises that constitute competitive advantages and ways to increase the competitiveness of the international tourism industry.

Keywords: international tourism, the industry of international tourism, tourist enterprises competitiveness, competitive advantage, marketing system.

Актуальність теми полягає в тому, що конкурентоспроможність галузі міжнародного туризму є однією з умов розвитку туристичної сфери України в цілому і водночас відіграє значну роль у системі світогосподарських зв'язків. Сучасний стан туристичної сфери характеризується позитивними змінами, але, незважаючи на це, існує низка проблем, які потребують вирішення і, в тому числі, вирішення питань підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму.

Питання конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі висвітлені в наукових працях вітчизняних та зарубіжних науковців – А. Ю. Александрова, С. П. Гаврилюк, Г. А. Карпова, В. А. Квартальнов, М. А. Жукова, В. Ф. Кіфяка, П. Р. Пуцентейла, І. М. Школа та ін., які аналізують та висвітлюють основні аспекти функціонування підприємств туристичної галузі та фактори впливу на підвищення їхньої конкурентоспроможності. Але за сучасних умов відсутній

єдиний механізм підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму.

Метою роботи є обґрунтування необхідності підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму в Україні, виділення основних елементів формування конкурентних переваг та визначення напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму.

Сучасний туризм є однією з високоприбуткових сфер національної економіки, яка доволі швидко розвивається. Завдяки мультиплікативному ефекту спостерігається вплив туризму на такі суміжні галузі, як транспорт, будівництво, зв'язок, сільське господарство тощо та генерується активність виробництва супутніх споживчих товарів, що є складовою національного туристичного продукту.

Крім того, на галузь туризму сьогодні приходить майже 6 % світового валового національного продукту, 7 % світових інвестицій, кожне 16-те робоче місце та 11 % світових споживчих витрат. А тому туризм доцільно назвати міжгалузевою сферою економіки, яка охоплює не тільки засоби розміщення, але й транспорт, зв'язок, індустрію харчування, розваг і багато іншого. Ця сфера впливає на державу та її розвиток.

Завдяки особливостям соціально-економічного впливу туризму на національну економіку країн, питання пошуку та впровадження напрямків підвищення конкурентоспроможності сфери туризму є одним із пріоритетних у державних програмах. Місце туризму в економіці країни та вагомість уваги, що приділяється його розвитку, залежать від рівня розвитку країни, що також впливає на динаміку туристських потоків (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка туристичних потоків за рівнем економічного розвитку країн [1], (млн. осіб)

Країни	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Розвинені країни	495	474	498	522
Країни, що розвиваються	421	407	440	457

У національній економіці України туризм визнано однією з пріоритетних галузей народногосподарського комплексу. За даними Світового економічного форуму в 2010 році в рейтингу країн за розвитком туристичної сфери Україна посіла 85-те місце серед 124 країн світу (78-ме місце – у 2007 році, 77-ме – у 2008, 2009 роках).

За даними Державної служби статистики України щодо туристичних потоків в Україні спостерігається позитивна динаміка розвитку галузі міжнародного туризму (за напрямком в'їзного туризму) та зниження туристичних потоків за напрямком внутрішнього туризму (табл. 2).

Завдяки проведенню в Україні Чемпіонату Євро-2012 збільшення туристичного потоку в'їзного туризму у 2012 році було визначено на 30-40 % більше, ніж у 2011 році. Але, незважаючи на позитивні прогнози, в Державній програмі економічного і соціального розвитку України на 2012 рік та основні напрямки розвитку на 2013 і 2014 роки [3] зазначено, що туристична галузь України є неконкурентоспроможною завдяки моральному та фізичному зносу туристичної інфраструктури, незавершеності процесів сертифікації та категоризації послуг, невідповідності обслуговуючого персоналу до надання послуг на рівні світових стандартів.

Таблиця 2

Динаміка туристичних потоків в Україні за 2005–2011 роки [2]

Рік	Туристичні потоки в'їзного туризму	Туристичні потоки виїзного туризму	Туристичні потоки внутрішнього туризму
2005	326389	566942	932318
2006	299125	868228	1039145
2007	372455	336049	2155316
2008	372752	1282023	1386880
2009	282287	913640	1094170
2010	335835	1295623	649299
2011	343511	1395257	604728

Відповідно до Постанови № 583 «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки» [4] в'їзний туризм визнаний одним з пріоритетних напрямків розвитку туризму, який є важливим чинником підвищення якості життя в Україні, утворення додаткових робочих місць, поповнення валютних запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені.

В'їзний туризм є формою міжнародного туризму, що становить собою подорожі в межах України осіб-нерезидентів. Отже, підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери України значною мірою залежить від розвитку галузі міжнародного туризму.

Основою конкурентоспроможності галузі міжнародного туризму є конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – юридичних та фізичних осіб, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги або здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг. Особливої уваги потребують питання підвищення конкурентоспроможності таких підприємств як туристичні оператори та туристичні агентства, які беруть участь у створенні та реалізації туристичних продуктів. Законом України «Про туризм» [5] визначення цих категорій подано наступним чином:

– туристичні оператори – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туристичну операторську діяльність;

– туристичні агенти – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи-суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туристичних операторів та туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туристичну агентську діяльність.

У науковій літературі під конкурентоспроможністю туристичного підприємства розуміють узагальнюючу характеристику стійкості підприємства, що обумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати більш привабливі за ціновими та неціновими характеристиками туристичні послуги, можливістю адаптуватися до змін динамічного конкурентного середовища [6]. Чим вище ступінь задоволення туристських потреб, який характеризується кількісними та якісними параметрами, тим більш конкурентоспроможний продукт випускає підприємство. До параметрів конкурентоспроможності

сті підприємства відносяться кількісні характеристики властивостей продуктів, які враховують специфіку галузі міжнародного туризму [7]:

- технічні – характеризують технічні та фізичні властивості продукту відповідно до специфіки галузі;
- економічні – характеризують собівартість вироблених продуктів та споживчі ціни через витрати на купівлю, обслуговування, споживання та утилізацію товарів;
- нормативні – характеризують відповідність товарів встановленим нормам, стандартам відповідно до нормативних документів.

Технічні параметри конкурентоспроможності туристичних підприємств відображають особливості туристичного продукту, а тому характеризуються відсутністю матеріально-речової форми, що призводить до необхідності підвищення якості послуг, які надаються споживачам. А сутність поняття туристичний продукт розкривається його наступним визначенням: «туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менш ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо)» [5]. Отже, головними критеріями конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму є якість і витрати у процесі виробництва туристичного продукту, які є складовими конкурентних переваг.

Складовими конкурентних переваг підприємств галузі міжнародного туризму також є переваги туристичного продукту, які пов'язані або з порівняно нижчими цінами, або з високою якістю продукції, відповідно до обраної ринкової стратегії.

До факторів, що впливають на ефективне використання конкурентних переваг, належать:

- наявні конкурентні переваги;
- ринкова конкуренція;
- туристський попит;
- витрати на створення туристичного продукту;
- цінова стратегія;
- використання інноваційних впроваджень у створення та просування туристичного продукту на міжнародний туристичний ринок.

Конкурентні переваги можна оцінювати за показниками, що характеризують частку ринку (збільшення або зменшення частки ринку, що обслуговує туристичне підприємство); цінову політику; рівень якості та асортименту туристичних продуктів; рівень розвитку та застосування системи маркетингу тощо.

Водночас, при формуванні напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств міжнародної туристичної індустрії необхідно враховувати, що однією з найбільш значущих тенденцій розвитку світового туризму є різке посилення конкуренції на ринку туристичної пропозиції та, як наслідок, перенасичення на ринку туристичної пропозиції. В результаті цього країни, що прагнуть зберегти або зміцнити свої позиції на міжнародному ринку, здійснюють планування туризму на основі принципів сталого розвитку, передбачають довгострокові інвестиції в дану сферу та мають чіткі державні стратегії розвитку туризму. Відповідно, підвищується роль державної політики розвитку туризму країни в цілому,

а також просування окремих туристських продуктів на вітчизняному та міжнародному ринках.

Висновки. Таким чином, розвиток підприємств міжнародного туризму як рентабельної галузі економіки є одним з головних факторів економічного росту країни. Міжнародний туризм в Україні на сучасному етапі знаходиться на початковій стадії розвитку, тому цікавим є досвід зарубіжних країн, де ця галузь має високий рівень конкурентоспроможності.

Крім того, слід відзначити, що основним напрямком підвищення конкурентоспроможності підприємств міжнародного туризму є вдосконалення системи маркетингу за допомогою використання інновацій. За сучасних умов інновації в туризмі полягають у застосуванні розробок для покращення системи менеджменту туристичних підприємств та підвищення прибутковості за рахунок оптимізації наданих послуг. Спираючись на якісну систему маркетингу, підприємства міжнародної туристичної індустрії отримують можливість вивчати ключові зовнішні фактори – ринкову конкуренцію та споживчий туристський попит, тим самим формуючи обґрунтовану стратегію підвищення конкурентоспроможності власної діяльності.

Бібліографічні посилання

1. **UNWTO** World Tourism Barometr, Volume 10, January 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mkt.unwto.org/en/barometer>.
2. **Туристичні** потоки (2002–2011 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. **Державна** програма економічного і соціального розвитку України на 2012 рік та основні напрямки розвитку на 2013 і 2014 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kr-admin.gov.ua/Comitet/Ua/gromada/141011.pdf>.
4. **Постанова** «Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=583-2002-%EF>
5. **Закон** України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=324-%2F95-%E2-%F0>.
6. **Гаврилюк С. П.** Конкурентоспроможність підприємств на ринку туристичних послуг: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / С. П. Гаврилюк. – К., 2001. – 19 с.
7. **Шершньова З. Є.** Стратегічне управління : підручник / З. Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
8. **Александрова А. Ю.** Международный туризм: учебник / А. Ю. Александрова. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 470 с.

Надійшла до редколегії 22.11.2012

УДК 336

А. Ю. Кабак, О. М. Корнілова

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

**ЕКОНОМІКО-СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ
ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ
ПРОТЯГОМ 2001–2010 РОКІВ**

Досліджено сучасний стан та динаміку розвитку основних показників діяльності паливно-енергетичного комплексу України протягом 2001–2010 років.

Ключові слова: електроенергетична галузь, паливна промисловість, паливно-енергетичні ресурси.

Проанализировано нынешнее состояние и динамика развития основных показателей деятельности топливно-энергетического комплекса Украины на протяжении 2001–2010 годов.

Ключевые слова: электроэнергетика, топливная промышленность, топливно-энергетические ресурсы.

The article examined current state of the main indicators of the fuel and power complex's activities in Ukraine from 2001 to 2010.

Keywords: electric power industry, fuel industry, fuel and energy resources.

Паливно-енергетична система — складний міжгалузевий комплекс видобутку й виробництва палива та енергії, їхнього транспортування, розподілу й використання. До складу цієї системи входять паливна промисловість (нафтова, газова, вугільна, сланцева, торфова) та електроенергетика, які тісно пов'язані з усіма галузями господарства. Значення палива для економіки будь-якої держави величезне: без нього неможливий виробничий процес, робота промисловості, сільського господарства і транспорту.

Від розвитку паливно-енергетичного комплексу значною мірою залежать динаміка, масштаби і техніко-економічні показники суспільного виробництва, насамперед промисловості. Наявні паливно-енергетичні ресурси виступають основою формування різних торгово-виробничих комплексів (ТБК), у тому числі промислових, визначаючи їхню спеціалізацію на енергомістких виробництвах.

Якщо економіка країн Західної Європи орієнтована на сектор надання послуг, то українська — на виробництво первинної продукції, що визначає її енерго- і матеріаломісткість. І тому найважливішою проблемою для України на сучасному етапі економічного розвитку є паливно-енергетична. Успішне її розв'язання визначає можливості, темпи й напрями економічного та соціального розвитку. А для цього пріоритетним для вивчення стають стан та тенденції розвитку основних показників діяльності паливно-енергетичного комплексу України, детальний аналіз яких дасть змогу виявити основні важелі для вдосконалення функціонування даного комплексу.

Різного роду аспекти діяльності паливно-енергетичного комплексу України розглядали такі вчені, як І. Сотник, Л. Жарова, І. Андріанова, В. Арсірій, Т. Науменко, Ю. Маковецька.

Так, І. Сотник оцінює в своїх дослідженнях макроекономічні наслідки ресурсозбереження та пропонує систему методів його стимулювання в контексті стійкого розвитку України; І. Андріанова та В. Арсірій аналізують з економічної точки зору роль енерго- та ресурсозберігаючих технологій для теплової енергетики; Т. Науменко аргументує доцільність зниження енергоємності підприємств завдяки їх

інноваційній діяльності, Ю. Маковецька розглядає фінансово-економічні важелі забезпечення розвитку вторинного ресурсовикористання.

Проте комплексне дослідження стану показників діяльності самого паливно-енергетичного комплексу України проводиться не досить часто.

Тому за мету статті було взято саме аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку в діяльності паливно-енергетичного комплексу України протягом останнього десятиліття.

Як уже говорилося, діяльність паливно-енергетичного комплексу представлена діяльністю двох самостійних галузей – електроенергетичної та паливної промисловості. Для початку проаналізуємо діяльність електроенергетичної галузі. Динаміка основних показників її функціонування наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

**Динаміка основних показників електроенергетичної галузі
у 2001–2010 роках (млрд. кВт.год) [2]**

Рік	Вироблено електроенергії	Темп росту, %	Одержано електроенергії із-за меж України	Темп росту, %	Втрати у мережах загального користування	Темп росту, %	Відпущено електроенергії за межі України	Темп росту, %
2001	173		2,1		34,1		5,2	
2002	173,7	100,40	5,5	261,90	33,5	98,24	8,6	165,38
2003	180,4	103,86	7,2	130,91	32	95,52	12,2	141,86
2004	182,2	101,00	2,2	30,56	27,3	85,31	7,5	61,48
2005	186,1	102,14	1,7	77,27	24,8	90,84	10,1	134,67
2006	193,4	103,92	2,1	123,53	23,9	96,37	12,5	123,76
2007	196,3	101,50	3,4	161,90	23	96,23	12,6	100,80
2008	192,6	98,12	2,1	61,76	22,4	97,39	8,8	69,84
2009	173,6	90,13	1,4	66,67	20,7	92,41	5,5	62,50
2010	188,8	108,76	1,9	135,71	21,7	104,83	6,1	110,91

За даними таблиці видно, що кількість виробленої енергії в Україні протягом 2001–2007 років з кожним роком зростала на 1–3 % та збільшилася у 2007 році в порівнянні з 2001 роком на 23,3 млрд. кВт/год, або на 13 %. Але у 2008 та 2009 роках спостерігається падіння даного показника. Так, у 2008 році виробництво електроенергії зменшилося на 3,7 млрд. кВт/год, або на 1,8 % у порівнянні з 2007 роком; а у 2009 році – на 19 млрд.кВт/год, або на 9,9 %. Проте у 2010 році виробництво електроенергії знову зросло. Середньорічний темп приросту виробництва протягом усього періоду становив близько 1 % (0,98 %).

Падіння виробництва у 2008–2009 роках пов'язано з кризовими явищами в економіці, які вплинули на усі сфери діяльності.

Падіння виробництва електроенергії у 2009 році було досить значним і практично знизилося до обсягів виробництва у 2001 році. Проте за останній 2010 рік виробництво зросло, і хоча воно й не досягло попередніх показників, проте збільшилося на 15,2 млрд. кВт/год. Тому можемо сказати, що для даного показника характерна тенденція зростання з роками.

Проте в Україні джерелом електроенергії було не лише власне виробництво, але й електроенергія, отримана з інших країн. Так, протягом даного періоду до країни щороку в середньому надходило 2,96 млрд. кВт/год. Причому кількість

отриманої електроенергії коливається протягом усього періоду то в сторону зростання, то в сторону падіння.

Наглядно динаміка одержаної з-за меж електроенергії, а також динаміка відпущеної електроенергії за межі країни зображена на рис. 1.

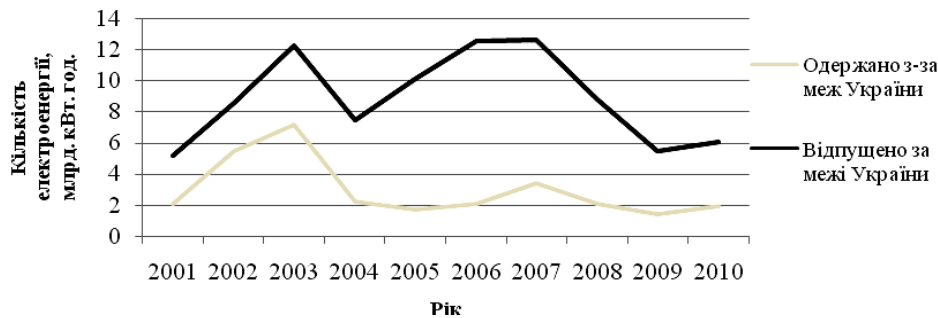


Рис. 1. Динаміка кількості електроенергії, одержаної з інших країн та відпущеної за межі України за даними [2]

За рисунком можна побачити, що обидва показники коливалися протягом 2001–2010 років. У 2001–2003 роках для обох показників характерне зростання їх обсягів, а у період 2004 року – падіння. Причому після цього кількість одержаної з-за меж країни електроенергії дещо більше зросла лише у 2007 році – у 2 рази в порівнянні з 2005 роком, до 3,4 млрд. кВт/год. У 2010 році даний показник знизився до 1,9 млрд. кВт/год.

Також для України характерне зростання обсягу відпущеної електроенергії у 2003 році та в період 2005–2007 років. У середньому за ці роки за межі України було відпущено 12 млрд. кВт/год. Електроенергії. У наступні роки відпуск за межі країни скоротився до 5,5 млрд. кВт/год. у 2009 році та становив у середньому 6,8 млрд. кВт/год. протягом 2008–2010 років.

Ще одним та дуже важливим показником діяльності галузі є обсяг втрат електроенергії у загальних мережах користування. Оскільки збільшення їх обсягів говорить про неефективність використання електроенергії та економічні втрати, пов'язані з невикористанням даної енергії.

Протягом останнього десятиліття кількість втрат мала позитивну тенденцію – до зниження. Середньорічна кількість втрат протягом усього періоду становила 26,34 млрд. кВт/год. Причому з кожним роком їх кількість знижувалася – в середньому на 4,9 % щороку. Лише у 2010 році кількість втрат зросла на 1 млрд. кВт/год. у порівнянні з 2009 роком.

Щодо виробництва електроенергії за видами електростанцій, то практично 100 % електроенергії в Україні виробляється великими електростанціями. Найбільша кількість енергії у 2010 році виробляється тепловими електростанціями – 86473,5 млн. кВт/год., і, таким чином, найбільша кількість енергії відпускається також ТЕС – 77076,5 млн. кВт/год. Їхня потужність у 2010 році становила 35185,7 млн. кВт/год.

За рис. 2 можна розглянути обсяги виробництва електроенергії за типами електростанцій у 2010 році в порівнянні з 2009 роком.

Бачимо, що обсяги виробництва електроенергії за усіма видами електростанцій зросли у 2010 році в порівнянні з 2009 роком. Так, обсяг виробництва тепловими електростанціями зріс на 6908,6 млн. кВт/год., або на 9,7 % у порівнянні

з 2009 роком, причому для ТЕС даний приріст найбільший у порівнянні з іншими видами електростанцій. Обсяг виробництва електроенергії атомними та гідроелектростанціями зросли у 2010 році відповідно на 6227,8 млн. кВт/год. (7,5 %) та 1188,2 млн. кВт/год. (10,09 %) у порівнянні з 2009 роком, а блокстанціями та комунальними ТЕЦ – на 674,5 млн. кВт/год., або на 9,45 %.

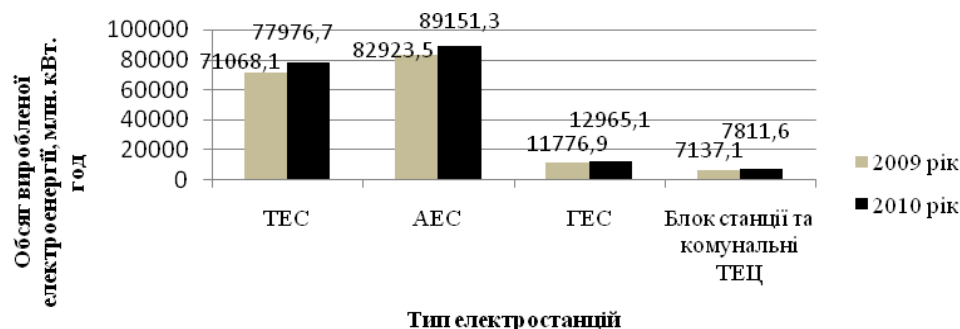


Рис. 2. Обсяги виробництва електроенергії за видами електростанцій у 2009–2010 роках за даними [4]

У структурі виробництва електроенергії основна частка припадає на ТЕС та АЕС, частки яких практично однакові – 41,5 % та 47,44 % відповідно для тепло- та атомних електростанцій. Причому за змінами абсолютних розмірів виробництва у 2009–2010 роках можна сказати, що структура виробництва у 2009 році була практично такою ж.

Окрім того, виділяється також розподіл виробництва електроенергії за категоріями електростанцій. Так, серед загальної кількості виробленої у 2010 році електроенергії 98,13 % виробництва припадає на станції загального користування; а 1,87 % – виробництво електроенергії електростанціями при підприємствах різного роду діяльності. Дані щодо виробництва електроенергії за категоріями електростанцій приведено у табл. 2. Відповідно до неї виробництво електроенергії на підприємствах різного роду діяльності становило у 2010 році 3529,4 млн. кВт/год.

Таблиця 2

Виробництво електроенергії за категоріями електростанцій у 2010 році [1, с. 7]

Категорія електростанцій	Виробництво, млн. кВт/год.	Частка, %
Електростанціями загального користування	185298,2	–
Електростанціями при підприємствах:	3529,4	100
транспорту та зв'язку	4,2	0,12
с/г, мисливництва, лісового господарства та рибальства, рибництва	74,9	2,12
добувної, переробної промисловості та виробництва і розподілення газу та води	3425	97,04
будівництва	17,8	0,51
при підприємствах, організаціях, установах інших видів зв'язку	7,5	0,21

Окрім того, із табл. 2 видно, що найбільша кількість виробленої серед них електроенергії припадає на підприємства добувної, переробної промисловості та виробництва і розподілення газу та води – 3425 млрд. кВт/год., що становило

97,04 %. Електростанціями при підприємствах с/г, мисливництва, лісового господарства та рибальства, рибництва було вироблено 74,9 млрд. кВт/год., що становило 2,12 %; та при підприємствах інших видів діяльності – менше 1 %.

Звичайно ж, дане виробництво є незначним. Воно не покриває навіть десяту частину споживання електроенергії даними галузями, тому основне значення мають електростанції загального користування.

Так, найбільша кількість споживання електроенергії припадає на підприємства добувної, переробної промисловості, будівництва та з виробництва і розподілення електроенергії, газу та води. Цими підприємствами у 2010 році було спожито 94,5 млрд. кВт/год. електроенергії. Підприємствами транспорту та зв'язку у 2010 році спожито 10,3 млрд. кВт/год., а підприємствами сільського господарства, мисливства, лісового господарства та рибальства, рибництва – 3,3 млрд. кВт/год.

Тож зрозуміло, що значними споживачами електроенергії є найбільш важливі та рентабельні галузі господарської діяльності. Підприємствами усіх інших видів діяльності у 2010 році було спожито 18,3 млрд. кВт/год. електроенергії.

На рис. 3 зображено структуру споживання електроенергії у 2010 році за основними споживачами, розраховану за даними джерела [8].

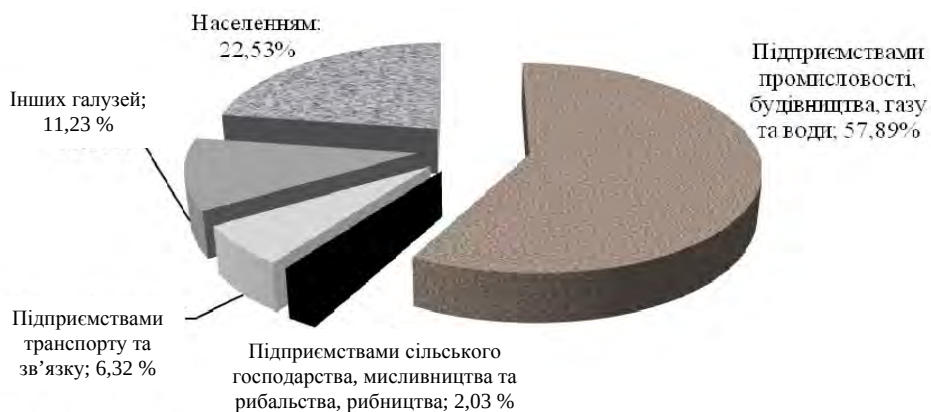


Рис. 3. Структура споживання електроенергії в Україні у 2010 році за основними споживачами

Звичайно ж, найбільша частка споживання припадає на підприємства промисловості, будівництва, виробництва та розподілу газу і води. У 2010 році вона склала 57,89 %. Наступним споживачем відповідно до обсягів використання електроенергії йде населення – 22,53 % спожитої у 2010 році електроенергії із загальної кількості її споживання. 6,32 % електроенергії було спожито підприємствами транспорту та зв'язку, 2,03 % – підприємствами сільського господарства, мисливництва та рибальства, рибництва; та 11,23 % підприємствами інших галузей господарства.

Загальна кількість споживання електроенергії протягом 2001–2010 років стабільно зростала до 2007 року, а потім обсяг споживання дещо знизився у кризові роки, проте у 2010 році почав вирівнюватися до кризового стану. Так, у 2007 році кількість спожитої електроенергії зросла на 28,3 млрд. кВт/год. у порівнянні з 2001 роком та склала 164,1 млрд. кВт/год. У 2009 році споживання знизилося до

148,8 млрд. кВт/год.; а у 2010 році зросло на 9,4 % або 14,1 млрд. кВт/год. до 162,9 млрд. кВт/год. Причому темп приросту споживання електроенергії у 2010 році дещо перевищив навіть темп падіння у 2009 році, за який обсяг спожитої електроенергії знизився у порівнянні з 2008 роком на 8,99 %.

Таким чином, бачимо, що споживання електроенергії в Україні має тенденцію до зростання. Темп зростання становить у середньому 1,02 за рік.

Щодо основних показників галузі у регіональному аспекті, то найбільша кількість виробництва електроенергії припадає на Запорізьку область. Її частка виробництва у загальному для України обсязі склала у 2010 році 27,75 %, що становить 50797,7 млн. кВт/год. Наступними за обсягами виробництва йдуть Донецька, Миколаївська та Рівненська області, частки виробництва електроенергії якими у загальному для України обсязі виробництва у 2010 році склали відповідно 14,44 %, 10,07 % та 9,27 %; а абсолютні розміри виробництва становили 26431,6 млн. кВт/год., 18435,7 млн. кВт/год. та 16959,5 млн. кВт/год. відповідно. Частки виробництва Хмельницькою та Дніпропетровською областями становили відповідно 7,2 % та 7,05 %.

Неважко помітити, що основними виробниками електроенергії є регіони, на території яких зосереджено найбільш потужні серед усіх типів електростанцій, а саме – атомні.

Україна також займається експортом електроенергії до країн-сусідів.

Так, у 2010 році експорт електроенергії України становив 4218,1 млн. кВт/год. У порівнянні з 2009 роком обсяг електроенергії збільшився на 2,7 % або на 109,8 млн. кВт/год. Проте у порівнянні з 2008 роком даний показник зменшився на 46,4 % або на 3650,1 млн. кВт/год. У 2008 році експорт становив 7868,2 млн. кВт/год. При цьому найбільша кількість електроенергії у 2010 році експортована до Білорусі, Угорщини та Словаччини..

У діяльності паливної промисловості спостерігаємо наступні результати.

Абсолютні обсяги видобутку усіх основних видів ресурсів знизилися у 2010 році, в порівнянні з попередніми роками. Так, видобуток вугілля у 2010 році знизився на 10,9 % або на 6714 тис. т у порівнянні з 2006 роком, при цьому за даними таблиці видно, що видобуток знижувався з кожним роком, і в середньому падіння видобутку вугілля становило 2,84 % щороку.

У таблиці 3 приведено динаміку видобутку основних паливно-енергетичних ресурсів, а саме: вугілля, нафти сирової, газового конденсату та газу природного, – протягом 2006–2010 років [6; 7].

Таблиця 3

**Динаміка видобутку основних паливно-енергетичних ресурсів в Україні
протягом 2006–2010 рр.**

Рік	Вугілля		Нафта сира		Газовий конденсат		Газ природний	
	видобуток, тис т	темپ приросту, %	видобуток, тис т	темپ приросту, %	видобуток, тис т	темپ приросту, %	видобуток, млн. м ³	темپ приросту, %
2006	61671		3326		1180		20132	
2007	58935	-4,44	3310	-0,48	1149	-2,63	20154	0,11
2008	59501	0,96	3184	-3,81	1144	-0,44	20577	2,10
2009	55007	-7,55	2904	-8,79	1057	-7,60	20760	0,89
2010	54957	-0,09	2582	-11,09	987	-6,62	19863	-4,32

За таблицею бачимо також, що ще значнішими темпами зменшувався видобуток сирої нафти – в середньому на 6,1 % щороку. У 2010 році видобуток сирої нафти склав 2582 тис. т, що на 22,4 % або на 744 тис. т менше у порівнянні з 2006 роком. При цьому, за таблицею видно, що темпи падіння видобутку зростали з кожним роком.

Також за даними таблиці видно, що протягом даного періоду знижувався і видобуток газового конденсату. У 2010 році видобуток знизився на 6,6 % у порівнянні з 2009 роком та на 16,36 % (193 тис. т) у порівнянні з 2006 роком. У середньому протягом даного періоду видобуток газового конденсату знижувався на 4,37 % з кожними роком.

Щодо природного газу, то його видобуток був практично незмінним протягом даного періоду – в середньому на рівні 20297,2 млн. м³ щороку. Падіння видобутку відбулося у 2010 році – на 1,34 % або на 269 млн. м³ у порівнянні з 2006 роком та на 4,32 % або на 897 млн. м³ у порівнянні з 2009 роком.

На сьогодні всі говорять про проблему обмеженості природних ресурсів, в тому числі й паливних, проте їх використання залишається значним та незмінним.

Абсолютний показник використання паливно-енергетичних ресурсів постійно коливається.

У 2000 році він знизився на 22,14 % – до 144,9 млн. т умовного палива в порівнянні з 1995 роком. Далі протягом 2003–2007 років відбувається зростання даного показника. Обсяги використання паливно-енергетичних ресурсів зросли у 2007 році до 175,7 млн. т умовного палива – на 21,25 % у порівнянні з 2000 роком. Проте уже в 2008 та 2009 роках спостерігається падіння до 137,7 млн. т умовного палива. А в 2010 році даний показник становив 149,6 млн. т умовного палива.

При цьому протягом усього періоду найбільша частка у структурі використання паливно-енергетичних ресурсів припадає на котельно-пічне паливо – 69,4 % у 2000 році та 68,2 % у 2010 році; далі 21,8 % у 2010 році та 20,2 % у 2000 році становила електроенергія; та 10,0 % і 10,4 % відповідно у 2010 році та у 2000 році становила теплоенергія. Таким чином, знову бачимо, що паливні ресурси є основним та незмінним ресурсом у діяльності паливно-енергетичного комплексу.

Всього (включаючи обсяги енергетичних матеріалів та продуктів перероблення нафти, реалізованих населенню) в Україні в 2010 році спожито 180 млн. т умовного палива. При цьому, найбільшу частку, звичайно ж, становила промисловість – це 76 % усього споживання. 3,2 % споживання припадало на діяльність транспорту та зв'язку та близько 2 % припадало на сільське господарство, мисливство, лісове господарство (1,7 %) та підприємства і організації інших видів діяльності (1,9 %). Найменша частка – 0,5 % припадала на будівництво.

За видами палива найбільшу частку споживання у 2010 році становив газ природний – 43,27 % та вугілля – 34,06 %. Споживання сирої нафти (включаючи газовий конденсат) становило 10,91 % усього споживання, дизельного палива – 5,58 % та бензину моторного – 4,61 %. Споживання усіх інших видів енергетичних матеріалів та продуктів переробки нафти у структурі споживання становило менше 1 % загального споживання. Найменша частка припала на торф, яка складала 0,12 %.

У порівнянні зі структурою споживання енергетичних матеріалів та продуктів перероблення нафти у 2005 році в 2010 році збільшилася частка споживання вугілля, бензину моторного та дизельного палива. При цьому, збільшення даних часток відбулося за рахунок зменшення часток споживання природного газу та сирої нафти.

Усі енергетичні матеріали можуть використовуватися за різними напрямками споживання: на перетворення в інші види палива та енергії, для неенергетичних цілей, тобто як сировина чи матеріали; на кінцеве споживання.

У 2010 році структура їх споживання за даними напрямками була наступною.



Рис. 4. Структура витрат енергетичних матеріалів та продуктів перероблення нафти за напрямками споживання у 2010 році [2]

Відповідно до рис. 4 більша половина витрат енергетичних матеріалів та продуктів перероблення нафти йде на перетворення в інші види палива та енергії – це 55,3 % усіх витрат, та значна частка також йде на кінцеве споживання – 39,5 %. Як сировина та матеріали, тобто на неенергетичні цілі, використовується 4,8 % ресурсів та 0,6 % становлять втрати при транспортуванні, розподілі та зберіганні.

У структурі витрат за напрямками споживання кожного з видів палива, окрім газу природного та бензину моторного, найбільша частка витрат йде також на перетворення в інші види палива та енергії. Бензин моторний практично повністю використовується на кінцеве споживання – на 99,9 %, та половина витрат природного газу – 53 %, і 46 % коксу та напівкоксу теж використовуються на кінцеве споживання.

При цьому починаючи з 2006 року і до 2010 року змін у структурі витрат за напрямками споживання за кожним з видів палива практично не відбулося. Основними напрямками залишаються перетворення в інші види палива та енергії та на кінцеве споживання.

Підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити такі **висновки**. Для України на сьогодні характерним є ріст виробництва електроенергії та незначне зниження її втрат у мережах загального користування; при цьому у виробництві електроенергії найважливішу роль відіграють теплові та атомні електростанції, частки виробництва електроенергії якими у 2010 році становили 41,5 % та 47,4 % відповідно.

Серед регіонів України найбільша кількість виробництва електроенергії припадає на Запорізьку область, на території якої зосереджені електростанції усіх

типів, і її частка у виробництві електроенергії у 2010 році становила 27,75 % серед усіх регіонів країни; далі за показником виробництва йдуть Донецька, Миколаївська та Рівненська області.

При цьому спостерігається і ріст споживання електроенергії (в основному за рахунок росту споживання населенням). Середньорічний приріст споживання протягом 2001–2010 років становив 2 %. При цьому, найбільша частка споживання припадає на підприємства промисловості, будівництва, вироблення електроенергії, газу та води. У 2010 році частка споживання даними підприємствами становила 57,9 %. Найбільшими темпами на сьогодні зростає споживання електроенергії населенням – у середньому на 6 % щороку.

Щодо паливно-енергетичних ресурсів, то обсяги видобутку основних їх видів на сьогодні мають тенденцію до скорочення, а ось обсяги споживання залишаються практично незмінними – середньорічний приріст споживання протягом 2003–2010 років становив 0,4 %. У структурі споживання найбільша частка, звичайно ж, припадає на підприємства промисловості – 91,24 % у 2010 році.

За напрямком споживання основна частка паливно-енергетичних ресурсів йде на перетворення в інші види палива та енергії – 55,3 % усіх спожитих паливно-енергетичних ресурсів у 2010 році. На кінцеве споживання використовується 39,3 %.

Бібліографічні посилання

1. **Виробництво** та споживання електроенергії та окремі техніко-економічні показники роботи електростанцій України за 2010 рік // Статистичний бюлетень Державного комітету статистики України. – К., 2011. – 25 с.
2. **Державний** комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.
3. **Державне** регулювання розвитку паливно-енергетичного комплексу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.info-works.com.ua/kursovi/econimichna_teoria/1383.html.
4. **Міністерство** палива та енергетики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/category>.
5. **Статистичний** збірник Регіони України : стат. зб. – Ч. II / за ред. О. Г. Осауленка. – К., 2011. – 791 с.
6. **Паливно-енергетичні** ресурси України : стат. зб. / за ред. В. О. Піщейка. – К., 2010. – 315 с.
7. **Паливно-енергетичні** ресурси України : стат. зб. / за ред. В. О. Піщейка. – К., 2009. – 444 с.
8. **Статистичний щорічник** України за 2010 рік / за ред. О. Г. Осауленка. – К. : «ДП «Інформаційно-аналітичне агенство», 2010. – 566 с.

Надійшла до редколегії 05.07.2012

УДК 316.342.136 : 338.244.2

І. О. Кірнос

*Донецький національний технічний університет***ЗМІНА ПАРАДИГМИ СОЦІАЛЬНОЇ ДЕРЖАВИ**

Проаналізовано доктрини реформування соціальної держави та їх базові положення. Виявлено, що доктрина «класичної соціальної держави» поступається доктринам «активного громадянства» та «активної соціальної держави», «держави соціальних інвестицій» та «держави, що надає можливості». Обґрунтовано зсув парадигми у бік посилення відповідальності громадян за власний добробут та переміщення фокуса соціальної політики з перерозподілу доходів на підвищення зайнятості, соціального інвестування та економічної ефективності.

Ключові слова: соціальна держава, активація, активне суспільство, активне громадянство, соціальні інвестиції, соціальна політика, відповідальність громадян.

Проанализированы доктрины реформирования социального государства и их основные положения. Выявлено, что доктрина «классического социального государства» уступает доктринам «активного гражданства» и «активного социального государства», «государства социальных инвестиций» и «государства, предоставляющего возможности». Обоснован сдвиг парадигмы в сторону усиления ответственности граждан за собственное благополучие и смещение фокуса социальной политики с перераспределения доходов в сторону повышения занятости, социального инвестирования и экономической эффективности.

Ключевые слова: социальное государство, активация, активное общество, активное гражданство, социальные инвестиции, социальная политика, ответственность граждан.

Doctrines of the welfare state reforming are analyzed and their basic concepts are revealed. It is found that the doctrine of «the classic welfare state» is supplanted by the concept of «active citizenship and active welfare state», «social investment state» and «enabling state». A shift of the paradigm towards increased responsibility of the citizens for their own welfare is grounded. The focus shift of the social policy from an income redistribution towards increased employment, social investment and economic efficiency is disclosed.

Key words: welfare state, activation, active society, active citizenship, social investment, social policy, responsible citizens.

Починаючи з другої половини ХХ ст., у розвинених країнах інтенсивно експлуатується ідея соціальної держави. Україна сприйняла її в останньому десятилітті минулого століття, задекларувавши в Конституції. Історія довела, що європейські держави втілили ідею в моделі свого економічного розвитку. Моделі постійно реформувалися з урахуванням змін як національних економік, так і глобальних трансформацій. При цьому ідея соціальної держави не піддавалася суттєвим змінам до початку 1980-х рр. і лише через 10 років від того почала підпадати під постійні ревізії. У наукових дискусіях, а пізніше в політичних програмах і планах національного економічного розвитку, з'являються такі доктрини, як «третій шлях», «активне суспільство», «держава соціальних інвестицій», «змішана економіка добробуту», «прихована соціальна держава», «держава, що надає можливості» та інші. Втілення названих теоретичних концепцій на практиці привело до виникнення нових інструментів соціальної політики, що відповідають сучасним економічним реаліям. Проте вони не отримали належної уваги з боку вітчизняного політичного істеблішменту. Глобалізація, демографічні зміни та економічні імперативи є стимулом пошуку нових шляхів для України. Актуальним завданням є вивчення напрямів реформування і виявлення базових положень теоретичних доктрин сучасної соціальної держави.

Соціальна держава – явище комплексне і багатогранне. Вона розглядається з позицій державного управління, політики, права, економічних дій та широко об-

говорюється як вітчизняними, так і зарубіжними вченими. Так, Е. Лібанова розглядає соціальну орієнтацію економіки з погляду людського розвитку, соціальних інвестицій та консолідації суспільства [1; 2]. Із точки зору політико-правового підходу проблеми розвитку соціальної держави досліджуються у працях О. Скрипнюка [3], А. Крусяна [4], Н. Хоми [5], І. Ворчакової [6]. Із позицій соціальної політики соціальну державу вивчають С. Федоров та колектив його наукових однодумців [7]. Серед зарубіжних вчених трансформації соціальної держави досліджуються Н. Роузом [10], П. Тергайстом [13], Е. Гідденсом [14], Дж. Дженсоном [18], О.Добровольською [20] та ін. При цьому слід констатувати відставання поглядів вітчизняних вчених від передових досягнень західної наукової думки у сфері соціальних доктрин.

Мета дослідження – систематизація базових положень і виявлення тенденцій розвитку теоретичних доктрин соціальної держави, що дозволить створити теоретико-методологічну основу соціально-економічних реформ в Україні.

Розвиток і розквіт соціальної держави в післявоєнні роки мали місце під час індустріалізації і високих темпів економічного зростання, що забезпечило високий рівень соціальної захищеності широких верств населення. При цьому основною функцією соціальної держави була її відповідальність за добробут своїх громадян і захист їх від основних соціальних ризиків. Соціальний захист вважався основним громадянським правом і гарантувався суспільством. Однак перехід до постіндустріального етапу і глобалізація, що супроводжувалися розвитком економіки знань та високим рівнем безробіття і посиленням міжнародної конкуренції, поставили на порядок денний питання фінансової стійкості соціальної держави. Уповільнення темпів економічного зростання і зміна економічних умов викликали необхідність пошуку нових рішень, що привело до переосмислення парадигми соціальної держави та її реформування.

Загальновизнаним показником соціальної орієнтації держави є рівень соціальних витрат у відсотках від ВВП. У таблиці 1 наведено значення даного показника за 32 роки щодо європейських держав [8].

Таблиця 1

Соціальні витрати, % ВВП за період 1980–2012 рр. (2012 р. прогнозовано)

Країна	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2007	2010	2012
Франція	20,8	26,0	25,1	28,6	27,9	29,2	28,4	31,0	29,9
Данія	24,8	23,2	25,1	28,9	25,8	27,1	26,0	30,1	29,5
Бельгія	23,5	26,0	24,9	26,2	25,3	26,4	26,3	29,4	28,6
Австрія	22,5	23,8	23,9	26,5	26,4	27,2	26,4	28,9	28,1
Фінляндія	18,0	22,5	24,2	30,9	24,3	26,1	24,9	29,1	28,0
Швеція	27,1	29,4	30,2	32,1	28,5	29,4	27,3	28,2	26,5
Італія	18,0	20,8	20,0	19,9	23,2	25,0	24,9	27,5	26,4
Німеччина	22,7	23,2	22,3	26,5	26,2	26,7	25,2	27,3	25,8
Іспанія	15,6	17,8	19,9	21,4	20,3	21,2	21,6	26,7	25,3
Великобританія	16,7	19,8	17,0	20,2	19,2	21,3	20,5	24,4	22,9
Норвегія	16,9	17,8	22,3	23,3	21,3	21,6	20,8	24,0	22,4
Люксембург	20,6	20,2	19,1	20,8	19,1	23,2	20,6	23,5	23,6
Греція	10,2	16,0	16,5	17,3	19,2	20,5	21,3	23,2	23,1
Угорщина	–	–	–	–	20,0	22,5	22,9	23,5	22,1
Нідерланди	24,8	25,3	25,6	23,8	19,8	20,9	20,1	22,6	21,5
Польща	–	–	14,9	22,6	20,5	21,0	19,8	21,8	21,1
Чехія	–	–	16,0	18,2	19,8	19,5	18,8	20,4	20,4

Як свідчать дані таблиці, ознаки кількісного скорочення розмірів соціальної держави відсутні. Більш того, має місце протилежний тренд. Так, за період 1980–2012 рр. соціальні витрати зросли: в Греції – на 12,9 %, Фінляндії – 10 %, Іспанії – 9,7 %, Франції – 9 %, Італії – 8,4 %, Австрії – 5, 6 %, Данії – на 4,7 %. Зниження має місце тільки в Нідерландах – із 24,8 % до 21,5 %. Таким чином, кількісні показники не підтверджують думку про скорочення соціальної держави. Проте в постіндустріальних соціальних державах відбулися якісні зміни у бік згортання щедрості допомоги, приватизації та впровадження ринкових інструментів, що дало змогу говорити про зрушення в парадигмі соціальної держави. Хоча дана теза не означає кінець програм соціального забезпечення, адже неможливо уявити собі повну відмову від соціального захисту, медичного страхування, допомоги з інвалідності, безробіття та ін. Сферу соціальної політики обмежують демографічні і ринкові умови, що породжують нове інституційне середовище, підпорядковуючи політику соціального захисту економічним міркуванням, таким як необхідність гнучкості ринку праці, відкриття нових ринків для приватного сектора, тиск міжнародної конкуренції, а також обмеження дефіцитних бюджетів.

У результаті таких обмежень наприкінці ХХ ст. роль уряду в моделі соціальної держави поступово слабшала та доходила до меж моделі, що більшою мірою апелює до особистої відповідальності громадянина. Дану зміну можна охарактеризувати як перехід від соціальної держави до соціального суспільства. У даній моделі відповідальність за забезпечення соціального захисту покладається не тільки на державу, але також розподіляється між ринком, суспільством (в особі громадських організацій), індивідумом і його неформальними мережами (сім'єю, друзями, сусідами). Цей крок в еволюції соціальних держав характеризується введенням елементів активації в системі соціального захисту на шляху до «активуючої» держави, або «держави, що надає можливості».

У 1990 р. у щорічному звіті ОЕСР про зайнятість з'являється термін «активне суспільство» на позначення поняття як кращого, якщо не єдиного способу впоратися з бідністю і соціальним відторгненням [9]. Сутність переходу від «соціальної держави» до «активного суспільства», і в зв'язку з цим перехід від «цивільних прав» до «активного громадянства», полягала у «... новому акценті на персональній відповідальності осіб, їх сімей та громад за своє майбутнє благополуччя, а також в їх власних зобов'язаннях вживати активних заходів для забезпечення добробуту» [10, с. 328]. На відміну від соціальної держави активне суспільство прагне до досягнення максимальної зайнятості громадян. «Активна соціальна держава» спрямована на формування іншого ставлення до «неявного контракту» між громадянами і державою. Роль держави передбачається як менш захищаюча й більш керуюча або напрямна, в той час як від громадян очікується більш активна, заснована на особистій відповідальності, поведінка. Побудована на цих принципах соціальна політика все більше спрямована на допомогу людям у пошуку роботи та надання можливості ринку і добровільному сектору брати на себе зростаючу роль у наданні соціального захисту.

Самодостатність є домінуючим елементом у розбудові соціальної політики і протиставляється залежності від соціальної допомоги. Девіз «немає прав без обов'язків» знаходить широку підтримку не тільки неолібералів і консерваторів, а й широкого кола політичних позицій. Значна кількість нових програм соціального забезпечення у США, деяких країнах Європи і в Австралії проголошують це нове ставлення з посиленням акцентом на обов'язках й «особисту відповідальність». У суспільно-політичних дебатах щодо безробіття помітна ідея про те, що нуж-

денні повинні отримувати допомогу, але тільки в обмін на певний внесок у суспільство [11]. Соціальні права, пов'язані з поняттям громадянства та гарантіями екзистенційних основ для всіх громадян, незалежно від їх робочого стажу, поступилися місцем принципу взаємності, головним завданням якого є збалансування виплат і внесків, громадянські права й обов'язки.

Ідея активної соціальної держави знаходить схвалення на найвищому рівні у 2000 р.: в Лісабонській стратегії Євросоюзу однією з цілей соціального розвитку ЄС на наступне десятиліття висувається побудова «активної соціальної держави» [12].

Основною проблемою для соціальних держав було реформування соціальної політики відповідно зі «старими» і «новими» соціальними ризиками, що дозволяє збалансувати цілі захисту та вимоги економіки, що динамічно глобалізується. При цьому, практичним інструментом ідеологічної концепції активного суспільства й активного громадянства при реформуванні соціальної політики та політики ринку праці стала політика активації.

Згідно із П. Тергайстом, активація – це комплекс заходів, спрямованих на інтеграцію безробітних одержувачів соціальної допомоги та поліпшення їх економічної і соціальної інтеграції. Політика активації торкається законодавства, фінансових стимулів, соціальних послуг та ринку праці. Її суб'єктами є обидві сторони ринку праці – роботодавець і найманий працівник. Основною метою політики активації є посилення економічної самодостатності та соціальної інтеграції внаслідок зайнятості замість отримання допомоги з безробіття, що часто асоціюється із соціальним відторгненням [13, с. 22]. Основним інструментом політики активації на ринку праці є скасування безумовних виплат соціальної допомоги громадянам працездатного віку. Отримання допомоги стає зумовленим активністю індивідуума у спробах працевлаштування. При цьому, обов'язковою умовою подальшого отримання допомоги є не тільки активний пошук роботи, але також участь у навчанні та програмах перекваліфікації. Крім того, одержувач зобов'язаний прийняти варіанти запропонованих вакансій або схем навчання для подальшого отримання допомоги протягом певного терміну.

Розвиток економіки знань вплинув на концепцію «активної соціальної держави», задуманої урядами. Побожування, що зайнятість і конкурентоспроможність постраждають унаслідок обтяжливих соціальних витрат та рівня регулювання, перемістило фокус соціальної політики на залучення мобільного капіталу, як фінансового, так і фізичного. Соціальна політика зміщується в бік інвестування в людський капітал і формування навичок, які усе більшою мірою вважаються активними інструментами як для економічного зростання та інновацій, так і для забезпечення можливостей для всіх. У результаті з'являється концепція «держави соціальних інвестицій», уперше запропонована Е. Гідденсом, яка розглядає соціальні витрати держави як форму інвестицій у соціальний капітал. Як основні стратегії соціального інвестування, Е. Гідденс виділив довічне навчання і збільшення ролі держави, а також державне партнерство із приватним бізнесом [14, с. 124–127]. Важливість інвестицій у людський капітал підкреслюється у звіті Комісії із соціальної справедливості: «... масштабні інвестиції у навички, дослідження, технології, догляд за дітьми та розвиток спільноти – це останній і перший крок у «доброчесне коло сталого зростання» [15, с. 97, 103]. Пізніше дану тему підтримали і в ЄС. Лісабонський саміт 2000 р. визнав інвестиції в людей основним елементом модернізації Європейської соціальної моделі.

Головним завданням моделі соціальних інвестицій є визнання та інтеграція економічної і соціальної політики. Концепція соціальних інвестицій прагне запропонувати ефективну відповідь на неоліберальну критику соціальних витрат як марнотратство і джерело залежності. Водночас, держава соціальних інвестицій не є традиційно соціальною у своїй орієнтації. Держава соціальних інвестицій витрачає, але вибірково і в цільових напрямках. Кошти витрачаються у сферах з очікуваними дивідендами, такими як охорона здоров'я або освіта. Слід зазначити, що держава соціальних інвестицій ініціювала безліч напрямів соціальної політики, орієнтованих в основному на дітей або підлітків, а також спрямованих на активізацію [16].

Інвестиції припускають віддачу, тому невід'ємною частиною концепції соціальних інвестицій є націленість програм на отримання економічних результатів. Державні витрати орієнтовані тільки на ті галузі, де це «необхідно» і де вони будуть генерувати максимальну віддачу. Даний аспект сформульований у більш конкретних формулюваннях: «підвищення економічної ефективності соціального забезпечення» [17, с. 9] і «модернізація соціального захисту в напрямі стійкості» [18, с. 78].

Підхід соціальних інвестицій виходить за рамки перерозподільчої, заснованої на споживанні соціальної політики, зосередженої навколо допомоги і прав, у бік інвестицій у людський капітал, що підвищують можливості участі індивідуума. Інвестиції накладають відповідальність на людину і суспільство за перетворення і підвищення їх економічної конкурентоспроможності.

Відсутність доступу до знань і втрата або відсутність навичок є новими соціальними ризиками економіки, заснованої на знаннях. Замість забезпечення прямого захисту через механізми перерозподілу, процес інвестицій озброює громадян можливостями власної інтеграції на ринку праці. Таким чином, новою формою захисту, що надається державою соціальних інвестицій, є здатність впоратися з новими ризиками на ринку. Іншим важливим компонентом держави соціальних інвестицій є залучення громадян до ринку праці з метою забезпечення соціальної згуртованості та економічної конкурентоспроможності. Стимулювання зайнятості досягається головним чином шляхом активації на ринку праці та навчання.

Таким чином, характерними рисами, властивими державі соціальних інвестицій, є: підхід соціальних інвестицій замість підходу оподаткування та витрат; пріоритет дітей як громадян-працівників майбутнього; орієнтованість на майбутнє; розподіл можливостей для забезпечення соціальної залученості, а не розподіл доходів для забезпечення рівності; адаптація індивідуумів і суспільства до протистояння глобальній конкуренції, процвітання в економіці знань; інтеграція соціальної та економічної політики; пріоритет цільових програм і керування через державу, що надає можливості.

Реалізацію концепції держави соціальних інвестицій одержала у Великобританії. Напередодні виборів 1997 р. партія лейбористів проголосила програму New Labour, центральним елементом якої стала стратегія соціальних інвестицій у людей. Дана стратегія була спрямована на групи, здатні принести максимальну віддачу внаслідок підвищення продуктивності праці, зниження соціальних витрат або їх комбінації. Центр соціальної політики був зміщений із захисту людей від впливу ринку на створення освічених, зайнятих та активних громадян, здатних краще конкурувати й адаптуватися до нового гнучкого ринку праці. Витрати на освіту, охорону здоров'я й догляд за дітьми розглядалися як «позитивні»,

у той час як витрати на пасивну соціальну допомогу, наприклад, із безробіття, вважалися «непродуктивними». Особливу увагу нових політичних ініціатив було спрямовано на дітей і молодь. Результатом програми стало створення понад мільйон нових місць із догляду за дітьми, а важливість дошкільної освіти одержала нове визнання. Іншими важливими аспектами стратегії соціальних інвестицій нових лейбористів виявився акцент на відновленні громад і впровадженні нових форм управління. Втілено в життя національну стратегію відновлення депресивних районів і численні ініціативи, що включають співпрацю та участь у неформальних об'єднаннях, громадянську участь у партнерствах, бізнесі, а також у благодійних та волонтерських організаціях [19].

Таким чином, модель держави соціальних інвестицій заснована на трьох основних принципах. По-перше, вона об'єднує економічну і соціальну політику, розглядаючи освіту, здоров'я та інші соціальні цінності громадян як необхідну умову економічного зростання. Другою стратегічною перевагою моделі є її прихильність рівності можливостей. Третій принцип стимулювання економічної участі може розглядатися як сила і як слабкість одночасно. Вся модель спрямована на виявлення значення соціальних інвестицій із погляду економічної і соціальної продуктивності, що, безумовно, необхідно. Незважаючи на деякі недоліки, у цілому підхід соціальних інвестицій є виходом за межі неоліберальної парадигми і пропонує перспективи нових напрямів політики.

Ще одну теоретичну концепцію соціальної держави запропонував Н. Гілберт. Це модель «enabling state». У перекладі з англійської «enabling state» означає «держава, що надає можливості», «держава, яка надає право», «держава, що уповноважує». Даний термін пояснює сутнісний характер змін у США і Великобританії, заснованих на громадській підтримці особистої відповідальності, де «особиста» відповідальність включає індивідуумів, ринок і добровільні організації. Побудовані на цих принципах заходи соціального захисту все більше формуються з метою дати людям можливість працювати і дозволити ринку і добровільному сектору осмислити й розширити роль у забезпеченні соціального захисту. Керівний принцип даного підходу – «суспільна підтримка особистої відповідальності». У табл. 2 наведено основні відмінності «соціальної держави» від «держави, що надає можливості» [20].

Таблиця 2

Основні відмінності доктрин «соціальної держави» та «держави, що надає можливості»

Соціальна держава	Держава, що надає можливості
Розширення соціальних прав	Зв'язок прав із обов'язками
Фокус на прямих витратах	Зростання непрямих витрат
Трансфери у формі послуг	Трансфери готівковою або ваучери
Послуги здійснюються державними організаціями	Здійснення приватними агентствами
Соціальні витрати на споживання	Соціальні витрати на інвестиції
Зниження економічної нерівності	Відновлення соцсправедливості
Соціальна підтримка	Соціальне залучення
Універсальні права на соцзахист	Вибіркове цілеспрямовання
Безумовна допомога	Використання стимулів та санкцій

Зміст таблиці дозволяє виділити чотири основні тенденції напрямку змін – приватизації, державних витрат, зайнятості та соціальної залученості. Перша – це просування ринково орієнтованого підходу до соціального захисту. Держава, яка надає можливості, просуває приватне надання соціальних послуг шляхом

покупки контрактів, а також стимулює фінансування соціальних допомог приватному бізнесу, надаючи часткові субсидії.

Друга тенденція – це коли, відступаючи від розширення соціальних прав, гарантованих соціальною державою, держава можливостей прагне зв'язати соціальні права із обов'язками і відповідальністю, що оживляє почуття справедливості і соціального рівноправ'я, але водночас сприяє скороченню державних витрат. Скорочення державних витрат відбувається за рахунок приватизації соціального сектора та надання податкових пільг для певних груп населення. Найбільш ефективним інструментом контролю державних витрат на соціальний захист є використання адресного підходу, що включає розподіл ресурсів на основі критеріїв визначення найбільш нужденних і знедолених, замість надання їх усім громадянам на основі універсального права.

Третьою тенденцією є те, що менший акцент політики держави можливостей на соціальній підтримці заради стимулювання соціальної залученості максимально проявляється через активну участь у ринку праці. Збільшення акценту на заходах з підвищення зайнятості супроводжується розвитком соціальних допомог, спрямованих на зміцнення людського капіталу, та допомоги безробітним у пристосуванні до вимог сучасного ринку праці.

Четвертою тенденцією є орієнтованість реформ на приватизацію, скорочення державних витрат і посилення спроб стимулювання зайнятості. Посилення особистої активності і скорочення державних витрат обмежують роль держави у наданні соціальних послуг. У міру зростання вимог до особистої незалежності та працевлаштування індивідумів основа соціальної згуртованості зсувається від держави у бік приватного ринку і громадянського суспільства, що складається з добровільних організацій та неформальних сімейних і дружніх мереж.

Варто відзначити, що серед характеристик, наведених у табл. 2, існують сфери, спільні для «соціальної держави» і «держави, що надає можливості». Проте центральні тенденції мають різні вектори. На думку Н. Гілберта, «держава, що надає можливості» не існує у чистому вигляді, проте в осяжному майбутньому соціальні та економічні сили, які активували трансформацію соціального захисту, будуть продовжувати чинити тиск на найбільш розвинені індустріалізовані держави і переформовувати соціальну політику в бік пристосування до нової парадигми соціального захисту [21].

Таким чином, у даний час існує декілька теоретичних доктрин соціальної держави, реалізованих на практиці. В якості базових положень статті вибрано такі: цілі соціальної політики, інструменти соціальної політики, відповідальність сторін – держави й особистості. Порівняльну характеристику доктрин наведено у табл. 3.

Таблиця 3

Базові положення доктрин соціальної держави

Доктрина	Ціль соціальної політики	Інструмент соціальної політики	Відповідальність сторін	
			громадянин	держава
1	2	3	4	5
Класична соціальна держава	Перерозподіл доходів Боротьба із бідністю	Прямі витрати Безумовна допомога Державні соціальні послуги	Універсальні соціальні права	Соціальний захист Гарантія рівня доходів Патерналізм
Активне суспільство	Підвищення зайнятості Економічна незалежність	Обумовленість допомоги Скорочення розмірів та тривалості допомоги Санкції та стимули	Індивідуальна активність, зайнятість, участь у житті суспільства	Субсидування зайнятості Допомога при пошуку роботи

Продовження табл. 3

1	2	3	4	5
Держава соціальних інвестицій	Економічна ефективність Конкурентоспроможність в економіці знань	Навчання протягом життя; тренінг Інвестиції у дітей та молодь	Активність на ринку праці	Допомога у адаптації до нових соціальних ризиків
Держава, що надає можливості	Соціальне залучення Економічна незалежність	Непрямі витрати, податкові стимули, приватизація соц. послуг, ринково орієнтований підхід	Зв'язок соціальних прав із обов'язками	Державна підтримка приватної відповідальності Надання права вибору

Отже, очевидним є факт зміни парадигми класичної соціальної держави, що гарантувала соціальний захист своїм громадянам незалежно від їх зусиль у пошуку роботи та активності у спробах забезпечити свій добробут. Всебічний охват соцзахистом змінюється концепцією «немає прав без обов'язків».

Висновки. При розробці теоретико-методологічної основи соціально-економічних реформ в Україні необхідно брати до уваги трансформації соціальної держави в класичному розумінні внаслідок викликів і змін економічних умов, спричинених глобалізацією. Зміни відбулися у таких напрямках.

По-перше, процеси економічної приватизації та глобалізації перевели розподіл влади від держави до капіталу та ринків.

По-друге, посилюється зв'язок між соціальною та економічною політикою, змінилася політика ринку праці. Соціальна політика стає активнішою, тобто спрямованою на підвищення участі громадян на ринку праці. Отримання виплат та допомог зумовлено активністю громадян у пошуку роботи.

По-третє, з'явилися зрушення у бік підвищення особистої відповідальності громадян за власний добробут. При цьому процес перекидання відповідальності на громадян супроводжується наділенням їх великими повноваженнями і можливостями у забезпеченні соціального захисту та послуг.

По-четверте, змінюється фокус соціальної політики, що спрямовується на нові соціальні групи, які стають більш вразливими внаслідок глобальних економічних і демографічних змін. Соціальна політика стає менш розподільною, але більш інвестує й орієнтована на майбутнє. Прямі виплати та допомоги замінюються фінансуванням освіти, підвищенням кваліфікації, довічним навчанням.

По-п'яте, зростає роль недержавних організацій та об'єднань громадянського суспільства у сфері забезпечення соціального захисту.

Бібліографічні посилання

1. **Лібанова Е.** Соціальна орієнтація ринкової економіки як передумова консолідації суспільства / Е. Лібанова // Вісник НАН України. – 2010. – № 8. – С. 3–14.
2. **Людський** розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій : монографія / за ред. Е. М. Лібанової. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2006. – 356 с.
3. **Скрипнюк О.** Соціальна, правова держава в Україні: проблеми теорії і практики / О. В. Скрипнюк. – К. : Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького, 2000. – 600 с.
4. **Крусян А. Р.** Україна як соціальна держава: концептуальні положення та конституційно-правові реалії / А. Р. Крусян // Актуальні проблеми політики : зб. наук. праць ; Нац. ун-т «Одес. юрид. акад.», Південноукр. центр гендер. проблем. – О. : Фенікс, 2012. – Вип. 44. – С. 35–47.

5. **Хома Н.** Розвиток ідей про соціальну державу у світовій політико-правовій думці / Н. Хома // Держава і право. – 2011. – № 51. – С. 703–709.
6. **Ворчакова І. Є.** Проблема будівництва соціальної держави в сучасній Україні / І. Є. Ворчакова // Наукові записки. – Т. 19. – Спец. вип. : у 2-х ч. – Ч. 1 / Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія». – К. : КМ «Academia», 2001. – С. 155–157.
7. **Социальная** политика в странах Европейского союза: от неолиберализма к идеям активного социального государства / [С. М. Федоров, А. С. Автономов, И. Н. Гаврилова и др.]. – Социальная политика в контексте межсекторного взаимодействия / Ин-т соц. РАН; отв. ред. А. С. Автономов, И. Н. Гаврилова. – М. : Изд-во Главн. архивн. управления г. Москвы; ИС РАН, 2009. – 400 с.
8. **Adema W.** Is the European Welfare State Really More Expensive? / W. Adema, P. Eron. – Indicators on Social Spending, 1980–2012. – Paris : OECD, 2011. – 131 p.
9. **Employment Outlook.** – Paris : OECD, 1990. – 187 p.
10. **Rose N.** The Death of the Social? Re-figuring the Territory of Government / N. Rose // Economy and Society. – 1996. – Vol. 25(3). – P. 327–356.
11. **Jörgen Elm Larsen.** The Active Society and Activation Policy / Jörgen Elm Larsen // The Changing Face Of Welfare: Consequences and Outcomes From a Citizenship Perspective. – Jorgen Goul Andersen (Ed.), Anne-Marie Guillemard (Ed.). – Bristol : Policy Press, 2005. – 296 p.
12. **Lisbon** European Council 23 and 24 March 2000 Presidency Conclusions [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_en.htm
13. **Tergeist P.** Activation Strategies and the Performance of Employment Services in Germany, the Netherlands and the United Kingdom / Peter Tergeist, David Grubb // OECD Social, Employment and Migration Working Papers. – OECD Publishing, 2006. – № 42. – 63 p.
14. **Giddens A.** The Third Way: the Renewal of Social Democracy / A. Giddens. – Polity Press, Cambridge, 1998. – 176 p.
15. **Social Justice: Strategies for National Renewal.** – London : Vintage, 1994. – 418 p.
16. **Perkins D.** Beyond Neo-liberalism: the Social Investment State? [Електронний ресурс] / Daniel Perkins, Lucy Nelms and Paul Smyth // Social Policy Working Paper. – 2004. – № 3. – 20 p. – Режим доступу : <http://www.bsl.org.au>
17. **Midgley J.** Growth, Redistribution, and Welfare: Toward Social Investment / J. Midgley // Social Service Review. – 1999. – Vol. 73. – P. 3–21.
18. **Jenson J.** New Routes to Social Cohesion? Citizenship and the Social Investment State / J. Jenson, D. Saint-Martin // Canadian Journal of Sociology. – 2003. – Vol. 28, issue 1. – P. 77–99.
19. **Dobrowolsky A.** Rhetoric versus reality: the figure of the child and New Labour's strategic «social investment state» / Alexandra Dobrowolsky // Studies in Political Economy. – 2002. – Vol. 69. – P. 43–73.
20. **Gilbert N.** The Enabling State. An Emerging Paradigm for Social Protection / Neil Gilbert // The Welfare Society in the 21st Century. – 1999. – № 42. – 40 p.
21. **Gilbert N.** Transformation of the Welfare State. The Silent Surrender of Public Responsibility / Neil Gilbert. – Oxford University Press, 2002. – 225 p.

Надійшла до редколегії 10.07.2012

П. Г. Клівець, О. Р. Логвиненко

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РІВЕНЬ ВІТЧИЗНЯНОЇ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ: НАПРЯМИ РОЗВИТКУ

Розглянуто структурні недосконалості металургійної галузі України, виділено негативні тенденції та проблеми вітчизняних металургійних підприємств, визначено напрями підвищення техніко-технологічного рівнів виробництва на підприємствах металургійного комплексу України з метою реструктуризації виробничих потужностей, збереження можливостей конкурувати та посідати лідируючі позиції на світових ринках.

Ключові слова: переозброєння, технологічні зміни, основні виробничі фонди, металургійна галузь.

Рассмотрены структурные несовершенства металлургической отрасли Украины, выделены негативные тенденции и проблемы отечественных металлургических предприятий, определены направления повышения технико-технологического уровня производства на предприятиях металлургического комплекса Украины с целью реструктуризации производственных мощностей, сохранение возможностей конкурировать и занимать лидирующие позиции на мировых рынках.

Ключевые слова: перевооружение, технологические изменения, основные производственные фонды, металлургическая отрасль.

The article deals with structural imperfections metallurgical industry of Ukraine, highlighted the negative trends and problems of technical and technological level of production of steel companies, the directions of increasing technical and technological level of production in enterprises of metallurgical complex of Ukraine for the restructuring of production capacities, storage capacity and compete to occupy the leading position in world markets.

Keywords: upgrading, technological change, the basic production funds, metallurgical industry.

Стійка позитивна кон'юнктура на зовнішньому та поживавлення попиту на внутрішньому ринках, задовільне забезпечення технологічною сировиною та енергоресурсами є основними факторами, які протягом останніх років забезпечили доволі успішний розвиток металургійної промисловості України [2].

Галузь має величезне значення для валютно-фінансового становища України. Металургійні підприємства утримують за собою значні сегменти ринків збуту металопродукції в багатьох регіонах світу: Близький та Середній Схід, Північна Африка, Східна Європа.

Проте становище галузі, що здається благополучним, аж ніяк не є таким. Конкурентні переваги українських металургів, що досягнуті на світовому ринку, короткотермінові та дуже нестабільні. Вони базуються переважно на цінових перевагах та піддані різного роду ціновим зрушенням на світовому ринку. Так, при зростаючих фізичних обсягах експортусума валютних надходжень не збільшується пропорційно. Застосування неефективних методів конкуренції має певні передумови, адже собівартість української металургійної продукції більш низька, порівняно з аналогічною продукцією зарубіжних виробників. Це свідчить про те, що багато хто з експортерів значно знижує ціни, намагаючись захопити ринки таким «варварським» методом конкуренції, водночас викликаючи на себе вогонь антидемпінгових заходів, що шкодить не тільки галузі, а й державі в цілому. З огляду на це, вкрай важливо визначити причини негативних явищ у металургії України.

Питання розвитку гірничо-металургійного комплексу України за останні 20 років є особливо актуальними, що висвітлено в наукових працях вітчизняних

дослідників, зокрема: С. Аптекаря [2], А. Амоші [2], Т. Загорської [2], Ю. Макогона [3], В. Осипова, О. Панченко [5], О. Собкевич [7] та ін. Автори досліджують інвестиційні аспекти, напрями ресурсозбереження, світові тенденції розвитку, розкривають структурні особливості гірничо-металургійного комплексу України тощо.

Метою статті є дослідження структурних недосконалостей металургійної галузі України, виділення негативних тенденцій та проблеми вітчизняних металургійних підприємств, визначення напрямів підвищення техніко-технологічного рівня виробництва на підприємствах металургійного комплексу України.

Головною причиною недоскопалості структури металопродукції є низький техніко-технологічний рівень підприємств металургійного комплексу України.

Відсутність стимулів до модернізації зумовила переважання старих технологій у структурі виробництва [3].

Зокрема, сьогодні технологічний рівень металургійного виробництва визначається часткою електросталі та киснево-конвертерної сталі в загальному обсязі виробництва. В Україні частка мартенівської сталі (43,4 %) (табл. 1) досягає відмітку значно вищу, ніж середній світовий показник – 3,2 %. Незначна за сучасними мірками частка киснево-конвертерної сталі (6,8 %) свідчить про погані показники технологічного рівня української чорної металургії.

Сучасний стан чорної металургії України характеризується структурною недосконалістю та технологічним відставанням від розвинених країн.

Таблиця 1

Використання різних технологій виплавки сталі в окремих країнах [5]

Країна	Киснево-конвертерний спосіб	Електроплавильне виробництво	Мартенівський спосіб
Китаї	81,6	18,4	–
Японія	73,6	75,4	–
Німеччина	30,7	69,3	–
США	53,6	46,4	–
У світі	33,8	63,0	3,2
Росія	6,3	61,6	32,1
Південна Корея	43,9	56,1	–
Україна	6,8	49,8	43,4

За різними оцінками, ступінь зносу виробничих потужностей у галузі складає 70–75 %, а по окремих агрегатах – 100 %. Недоскопалості амортизаційної політики держави негативно відображаються на впровадженні нових технологій та модернізації галузі. Нормативні терміни використання обладнання на металургійних підприємствах – 20–30 років [5].

На окремих підприємствах використовують обладнання, встановлене ще в 40-х роках ХХ століття. Водночас у розвинених країнах терміни служби машин та обладнання в чорній металургії значно нижчі 5–15 років. Підприємства широко використовують різні методи прискореної амортизації для формування фондів реконструкції та фінансування науково-технічних досліджень для підвищення конкурентоспроможності. В умовах «м'яких» бюджетних обмежень саме політика «м'якої» модернізації галузі давала максимальні прибутки компаніям [4].

Більшість вітчизняних підприємств чорної металургії оснащені застарілим обладнанням, металургійні заводи експлуатуються понад нормативні терміни

(табл. 2). На обладнанні з терміном служби понад нормативний виробляється понад 50 % металопродукції. Утримання устаткування, введеного в експлуатацію на початку минулого століття, коштує підприємствам значно дорожче, ніж впровадження нових технологій, що відповідають світовим стандартам.

Таблиця 2

Ступінь зношеності основних фондів металургійних підприємств України [7]

Найменування підприємств	Дата заснування, рік	Зношеність ОФ, %
ЗАТ «Макіївський металургійний завод»	1899	67,4
БАТ «Міттал Стіл» (м. Кривий Ріг)	1934	80,8
БАТ «Дніпропетровський мет. завод ім. Комінтерну»	1899	56,6
БАТ «Дніпропетровський мет. завод ім. Петровського»	1887	79,5
БАТ «Дніпровський мет. комбінат ім. Дзержинського»	1889	55,2
БАТ Запорізький металургійний комбінат «Запоріжсталь»	1933	56,4
БАТ «Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча»	1927	57,7
БАТ «Алчевський металургійний комбінат»	1896	38,9
БАТ «Єнакіївський металургійний завод»	1897	13,4
БАТ Металургійний комбінат «Азовсталь»	1933	57,1
БАТ «Донецький металургійний завод» (ДМЗ)	1872	58,1

В умовах фінансової кризи інвестування процесів модернізації та технічного переоснащення металургійних підприємств різко скоротилося: річний обсяг інвестицій в основний капітал у 2009 р. порівняно з 2007 р. зменшився на 41 %, а прямих іноземних інвестицій – майже в 3,5 разу (табл. 3).

Таблиця 3

Інвестування металургійної галузі [7]

	Річні обсяги інвестицій в основний капітал, млн. грн.				Річні обсяги прямих іноземних інвестицій, млн. дол. США			
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
Металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів	11234	10503	6683	5161	156,2	-240,2	44,7	383,3
Промисловість (довідково)	64341	76618	57658	58558	1893	48,5	969,3	766,2

Підприємства галузі не готові йти на глобальні заходи щодо реконструкції і реорганізації виробництва, а залучені інвестиції переважно спрямовуються на завершення раніше розпочатих проєктів і здійснення короткострокових високо-рентабельних заходів. Найбільш прийнятними джерелами фінансування при реалізації проєктів модернізації залишаються власні кошти підприємств і позичкові кошти [7].

Ще однією проблемою техніко-технологічного стану металургійної галузі є споживання паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР). Надвисокі витрати енергоносіїв призводять до зниження конкурентоспроможності української металопродукції та втрати суттєвої частини зовнішнього та внутрішнього ринків. Особливо ця проблема загострилася після приєднання України до СОТ та здійснення кроків з поступової інтеграції в ЄС. Найбільш суттєва складова в енергоємності основних видів продукції чорної металургії має місце при виробництві прокату (78 %), чавуну (34 %) та агломерату (27 %).

Споживання енергоресурсів на виробництво продукції українськими металургійними підприємствами суттєво перевищує енерговитрати закордонних вироб-

ників уже з перших технологічних переділів. Так, енергоємність виробництва чавуну на українських металургійних підприємствах майже на 33 % вища, ніж на провідних підприємствах світу (табл. 4).

Якщо частка витрат на паливо та енергію у собівартості товарної продукції металургії в Україні складає 40–60 % залежно від виду виробництва, то у США, ФРН, Японії – 28–35 %.

Таблиця 4

**Витрати паливно-енергетичних ресурсів у виробництві чавуну, сталі та прокату
(кг умовного палива/т) [1]**

Країна-виробник		Виробництво сталі	Виробництво чавуну	Виробництво прокату
Україна	Мартенівське виробництво	104,5	—	—
	Конверторне виробництво	22,4	—	—
	Середнє по країні	68,4	637,8	120,6
Країни ЄС		17,4	483,4	68,8
Китай		17,7	477,4	70,1

Ці тенденції визначають необхідність технічного переоснащення та переобладнання виробництва для більшості металургійних підприємств України. Це вимагає розробки, обґрунтування та впровадження певного механізму управління відповідними змінами в поєднанні з оновленням основних засобів на підприємстві.

При існуючому економічному становищі металургійних підприємств України, коли коштів ледь вистачає на підтримання виробничого процесу, розраховувати на швидку структурну перебудову галузі відповідно до сучасних тенденцій важко. В таких умовах найбільш вірогідним є шлях раціонального маневрування існуючими виробничими потужностями з поступовою заміною їх найновішими досягненнями світового та вітчизняного металургійного машинобудування [2]. Саме тому розгляд питання управління процесом технічного переозброєння залишається актуальним і поглиблює постановку питання щодо організаційних процесів цього процесу на самих підприємствах.

Одним із найважливіших завдань підвищення ефективності використання інвестицій та основних фондів є своєчасне введення в експлуатацію нових їх видів та виробничих потужностей, швидке їх освоєння. Розглянемо це завдання крізь призму техніко-технологічного переозброєння на підприємстві, виділивши певні варіанти та етапи прийняття управлінських рішень.

Скорочення термінів введення в експлуатацію нових основних фондів дозволяє швидше одержати додаткову готову продукцію, прискорити оборот і, тим самим, уповільнити наступ їхнього техніко-економічного старіння, підвищити ефективність суспільного виробництва в цілому. Це притаманне майже всім галузям – від металургійної до легкої промисловості [3].

Традиційно поліпшення використання діючих основних фондів і виробничих потужностей промислових підприємств, у тому числі нововведених в експлуатацію, може бути досягнуте завдяки підвищенню їх інтенсивного використання та екстенсивного навантаження.

У цілому, сукупність резервів покращення використання основних фондів підприємства може бути поділена на три групи:

– технічне вдосконалення засобів праці, яке передбачає технічне переозброєння на базі комплексної автоматизації та впровадження гнучких виробни-

чих систем, оновлення та заміну застарілої техніки, модернізацію обладнання, ліквідацію вузьких місць та диспропорцій у виробничих потужностях підприємства, механізацію допоміжних та обслуговуючих виробництв, розвиток винахідництва та раціоналізаторства;

- збільшення тривалості роботи машин та обладнання за рахунок ліквідації недіючого обладнання (здавання його в оренду, лізинг, реалізація тощо), скорочення строків ремонту обладнання, зниження простоїв: цілозмінних та всередині змін;

- покращення організації та управління виробництвом, а саме – прискорення досягнення проектної потужності введених в експлуатацію основних фондів, упровадження наукової організації праці та виробництва, покращення забезпечення матеріально-технічними ресурсами, вдосконалення управління виробництвом на базі сучасної комп'ютерної техніки, розвиток матеріальної зацікавленості працівників, що сприяє підвищенню ефективності виробництва.

Рішення щодо заміни обладнання не повинно базуватися на тривалості періоду експлуатації обладнання, оскільки практичний досвід технічно розвинених країн свідчить про той факт, що «великовікове» обладнання займає значну питому вагу в загальному парку обладнання. Це характерно як для самої металургії, так і для важкого машинобудування, яке повинне здійснювати це переозброєння. Отже, щоб забезпечити металургійну галузь сучасним обладнанням, слід спочатку підняти на відповідний рівень важке машинобудування.

Враховуючи вищезазначені проблеми металургійної галузі України, на технологічному рівні повинно відбуватися стимулювання розвитку металургійного комплексу:

- впровадження енерго- та ресурсозберігаючих, екологічно чистих технологій I–III металургійних переділів;

- оптимізації виробничої структури металургійних підприємств, зокрема шляхом поширення застосування електроплавильних виробництв;

- підвищення якості і розширення асортименту металопродукції (в тому числі, збільшення обсягів виробництва спеціальних сталей і сплавів, економічних видів прокату і труб з антикорозійним покриттям, каліброваного металу, гнутих профілів, розвиток виробництва титанових зливків і сплавів, організація випуску алюмінієвої фольги, нових видів цирконової продукції тощо);

- розвиток транспортної інфраструктури та мінерально-сировинної бази і забезпечення підвищення якості сировини, крім того, використання нових видів енергоносіїв у доменному виробництві;

- виробництво нових видів конструкційних та функціональних матеріалів, зокрема, з високими характеристиками міцності та точності [6].

Висновок. Подолання ризиків та розв'язання зазначених завдань можливо забезпечити шляхом реалізації державної політики в таких напрямках:

- розвиток внутрішнього ринку. Національна економіка характеризується високою зношеністю основних фондів, тому розвиток внутрішнього ринку металопрокату необхідно забезпечити шляхом модернізації інфраструктури та заміни зношеного металофонду обсягом 350 млн. тонн. З огляду на масштабність проблеми її розв'язання потребує впровадження механізму інфраструктурного оновлення та розроблення відповідної державної програми;

- модернізація виробництва та впровадження сучасних екологічних стандартів. Державне стимулювання процесів модернізації здійснюється шляхом

здешевлення інвестиційних ресурсів і державного фінансування науково-дослідних робіт із захисту навколишнього природного середовища, ресурсо- та енергозбереження.

Вищесказане вимагає створення концептуальних завдань управління процесом формування, оновлення та відтворення техніко-технологічної бази і організаційно-економічного механізму управління досягненням результатів його дії, розробки та затвердження інвестиційних планів зростання виробництва, затвердження програм операційних покращень, інвестиційних програм для основних переділів металургійних підприємств, організаційного вирішення та системи забезпечення їх упровадження.

Бібліографічні посилання

1. **Енергоефективність** як ресурс інноваційного розвитку: Національна доповідь про стан та перспективи реалізації державної політики енергоефективності у 2008 році / С. Ф. Єрмілов, В. М. Геєць, Ю. П. Яценко, В. В. Григоровський, В. Е. Лір та ін. – К.: НАЕР, 2009. – С. 18.
2. **Наумов Д. Ю.** Інвестиції в модернізацію металургійних підприємств України та їх вплив на формування структури і якості кадрового потенціалу галузі / Д. Ю. Наумов // Український соціум. – 2008. – № 4. – С. 71–86.
3. **Олійник Л. Г.** Оновлення техніко-технологічної бази підприємств [Електронний ресурс] / Л. Г. Олійник. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/ONG_2006/Economics/17956.doc.htm.
4. **Оцінка** наслідків угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС / Міжнародний центр перспективних досліджень. – К., 2007. – 319 с.
5. **Панченко О. М.** Фактори конкурентоспроможності металургійної галузі України / О. М. Панченко, О. Г. Лищенко // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки: зб. наук. ст. – Запоріжжя : ЗНУ, 2010. – С. 164–172.
6. **Про затвердження** Державної програми розвитку внутрішнього виробництва / постанова КМУ від 12 вересня 2011 р. № 1130 [Електронний ресурс]. – К., 2011. – <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1130-2011-%D0%BF/page?text=%EC%E5%F2%E0%EB%F3%F0%E3>.
7. **Собкевич О. В.** Реструктуризація промисловості України у процесі посткризового відновлення / О. В. Собкевич // Національний інститут стратегічних досліджень. – К. : НІСД, 2011. – С. 10–12.

Надійшла до редколегії 03.07.2012

УДК 330.130

О. С. Максимчук*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***РОЗВИТОК СВІТОВОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ
ЯК ДОСВІД ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Розглянуто стан та особливості функціонування підприємств сфери послуг у сучасних умовах розвитку. Визначено перспективні напрями підвищення конкурентоспроможності сфери послуг в Україні.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, сфера послуг, інноваційний розвиток підприємства, чинники інноваційного розвитку, конкурентоспроможність.

Рассмотрены состояние и особенности функционирования предприятий сферы услуг в современных условиях развития. Определены перспективные направления повышения конкурентоспособности сферы услуг в Украине.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, сфера услуг, инновационное развитие предприятия, факторы инновационного развития, конкурентоспособность.

The paper considers the status and features of the functioning service industries in modern conditions of development. Perspective directions of improving the competitiveness of services in Ukraine.

Keywords: innovation, innovation, service, innovation enterprise development, factors of innovation, competitiveness.

Особливістю сучасного суспільства є перехід від індустріальної економіки до сервісної, тому сфера послуг перетворюється в рушійну силу господарського розвитку. Інновації вже давно вважаються джерелом економічного розвитку.

У сучасних умовах цивілізована держава характеризується не стільки рівнем виробництва, скільки наявністю і рівнем послуг.

Одна з важливих особливостей міжнародного обміну послугами полягає в тому, що вони є не тільки джерелом підприємницького доходу, але й інструментом підвищення ефективності економіки, тим більше, якщо взяти до уваги сучасну структуру світової торгівлі послугами, в якій лідирують так звані ділові послуги, що забезпечують швидке зростання продуктивності праці в матеріальному виробництві.

В якості інновації в сфері послуг виступає результат діяльності (сервісний продукт, технологія або її окремі елементи, нова організація сервісної діяльності тощо), який здатний більш ефективно задовольняти потреби споживачів.

Саме тому в сучасних умовах багато вчених присвячують свої дослідження проблемам розвитку підприємств сфери послуг: Ю. А. Власюк, В. А. Тілічкін, Ю. В. Поканевич, О. В. Липовий, С. П. Кучин, Л. Г. Скульмовська, О. С. Кудінова, Є. В. Селяєв та інші. Але в цих роботах не в повній мірі висвітлено значення та механізм інноваційного розвитку підприємств сфери послуг. Враховуючи існуючі вітчизняні та іноземні напрацювання для України є актуальним дослідження інноваційного розвитку сфери послуг, адже частка послуг посідає одне з лідируючих місць в експорті і саме цей сектор розвивається найбільш динамічно.

Мета даної роботи полягає у визначенні пріоритетних умов та напрямків інноваційного розвитку підприємств сфери послуг в умовах розвитку світового інноваційного простору.

Сфера послуг є складовою частиною народно-господарського комплексу і становить собою область створення нематеріальних цінностей, що збільшує сукупний фонд споживання. Відмінною особливістю ринку послуг є його локалізація, «прив'язка» до конкретних умов розвитку окремих територіальних частин національної економіки. Ці тенденції обумовлені, з одного боку, загальними закономірностями переходу до постіндустріальної економіки, а з іншого – особливостями ринкових перетворень у країні, її успіхами, суперечностями та труднощами, які особливо гостро виявляються на регіональному рівні.

Характерними ознаками ринку послуг є:

- підвищена ризикованість, пов'язана зі значною мінливістю попиту;
- різнорідність діяльності за характером і масштабами, що спричиняє значну структурованість ринку;
- мобільність суб'єктів ринкової діяльності;
- значна галузева та територіальна диференціація, викликана відмінами в рівні економічного розвитку та життя населення;

– динамізм та диверсифікація, викликані зростанням потреб населення.

Доцільно виділити низку класифікаційних ознак інновацій у сфері послуг.

У залежності від об'єкта змін можуть бути виділені такі типи інновацій:

- технічні інновації – інновації, що пов'язані з впровадженням нових видів техніки, пристроїв, інструментів, а також техніко-технологічних прийомів праці в обслуговуванні;
- організаційно-технологічні інновації – це інновації, що пов'язані з новими видами послуг, більш ефективними формами обслуговування;
- управлінські інновації, що орієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків організації, які використовують сучасні методи та форми менеджменту;
- комплексні інновації, що охоплюють одночасно різні аспекти та сторони сервісної діяльності.

В залежності від ініціатора змін інновації в сфері послуг можуть бути поділені на:

- інновації «зверху-вниз», тобто такі, що ініціюються керівництвом сервісної організації;
- інновації «знизу-вгору» – інновації, що ініціюються самими працівниками.

В залежності від причини їх появи інновації в сфері послуг поділяються на:

- інновації, викликані потребами, що розробляються для вирішення конкретної проблеми цільового ринку;
- інновації, спрямовані на підвищення ефективності розробляються для підвищення ефективності процесу, існуючої послуги або процедури.

Класифікація інновацій за ступенем новизни може бути представлена таким чином:

- проривні інновації – передбачають створення та впровадження нових послуг;
- поступові інновації – полягають у поліпшенні існуючих послуг або процесів;
- системні інновації – інновації, що передбачають створення нової системи (наприклад, нові форми співпраці та взаємодії тощо) [1].

Існують зовнішні і внутрішні передумови розвитку сфери послуг. Зовнішні передумови характеризуються впливом політичних, економічних, нормативно-

правових, демографічних, науково-технічних, національно-історичних та географічно-кліматичних факторів на розвиток галузей сфери послуг і системи споживчої кооперації на ринку послуг. Внутрішні передумови визначені внутрішньосистемними перевагами і особливостями споживчої кооперації. До них належать:

- наявність власної соціальної бази, інфраструктури, розвиненої мережі організацій, що займаються різного роду діяльністю;
- організаційна єдність і багатогалузевий характер діяльності системи, що дозволяє знизити підприємницький ризик;
- гарантований ринок збуту і кредитування [2].

Одночасно з цим доцільно виділити три основні групи змін, що відбуваються на підприємствах сфери послуг під впливом інноваційної діяльності:

- ендогенні зміни, що викликані трансформаціями у зовнішньому середовищі;
- екзогенні зміни – зміни, пов’язані з потребами самого підприємства в процесі його функціонування, зі збереженням (стабілізуючі зміни) або модифікацією його функцій (модифікуючі зміни) у сфері послуг;
- рефлекторні зміни – такі, що породжені результатами функціонування підприємства у зовнішньому середовищі та стимулюванням внутрішніх перетворень за рахунок «зворотного зв’язку» [1].

Зазначені типи змін спрямовані на забезпечення стійкої й стабільної діяльності підприємства. Але якщо результат інноваційної діяльності розглядати як послідовний ланцюжок цінностей і потреб, то можуть бути здійснені всі типи змін. Зміни можуть бути пов’язані з потребами всіх типів інновацій, наприклад, продуктових і процесорних змін у сфері послуг.

Сфера послуг привертає все більш пильну увагу політиків, науковців та бізнес-спільноти. Саме цей сектор у багатьох країнах розвивається найдинамічніше, демонструє зростаючу інноваційну активність, забезпечує значне зростання економіки і досить помітну частку в структурі зайнятості.

За оцінками Євростату, більше половини обсягу ВВП і близько 3/4 робочих місць в країнах ЄС забезпечуються за рахунок сектора послуг. Згідно з даними того ж джерела, економічне зростання і зростання зайнятості в країнах ОЕСР за останні 20 років було на 2/3 обумовлене зростанням цього сектора. Його ключове значення для економічного зростання підтверджується і в США. У цій ситуації інноваційний розвиток сфери послуг має стати потужним джерелом економічного зростання, ймовірно, навіть більш значущим, ніж технологічні інновації в промисловості.

Практика недооцінки та навіть ігнорування сектора послуг у державній політиці добігає кінця. Спільними зусиллями багатьох країн ведеться активна робота з вироблення підходів до інновацій у сфері послуг.

Відправною точкою формування єдиної загальноєвропейської стратегії в цьому відношенні є три вихідних передумови:

- зростання наукоємності послуг;
- збільшення інноваційної активності в сфері послуг;
- переважання в ній нетехнологічних інновацій.

Інноваційна активність у сфері послуг також значно зросла. Наприклад, частка послуг у ВВП США сягає 80 %, Німеччини – 70 %. За даними Держкомстату, з 2001 до 2010 р. частка послуг у ВВП України збільшилася з 44,7 % до 52,7 % [3].

Протягом останніх трьох десятиліть ХХ ст. обсяг світового експорту послуг збільшився у 22 рази і продовжує зростати. За статистикою ЮНКТАД, частка комерційних послуг у світовій торгівлі в 1980 р. становила 16,2 %, у 2005 – 19,4 %, а до 2015 р., за оцінками фахівців, здатна досягти 25–30 %.

На жаль, міжнародна торгівля послугами протягом тривалого часу залишалася поза увагою представників економічної науки в світі. Обіг у цій сфері був незначним, і проблеми, пов'язані з його регулюванням, не були чимось серйозним. У структурі міжнародної торгівлі послугами переважали такі види діяльності, як транспортні послуги, банківські і страхові операції, поштовий і телеграфний зв'язок, туризм. Кожна держава визначала порядок функціонування сфери послуг у межах своїх кордонів, а зовнішньоекономічні зв'язки досить успішно регламентувалися спеціальними міжнародними правилами і конвенціями.

Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Зазвичай, міжнародну торгівлю послугами розглядають невідривно від міжнародної товарної торгівлі, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Проте поняття послуги є більш багатогранним, ніж поняття товару. Послуга – це широка гамма різноманітних видів діяльності. На думку багатьох вчених, у практичній діяльності немає іншого поняття, яке б мало таку кількість значень, як «послуга». Адже лише така галузь, як побутове обслуговування, надає більше 800 видів послуг.

На світовому ринку послуг домінують вісім країн: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Японія, Бельгія, Нідерланди, Італія, на які припадає 2/3 світового експорту послуг і більше 50 % імпорту. Частка першої п'ятірки складає відповідно більше 50 % експорту, при набагато нижчій частці імпорту. При цьому на чотири країни (США, Великобританію, Німеччину, Францію) припадає 44 % усього світового експорту послуг. Експортна квота США і Великобританії на світовому ринку дорівнює 30 %, імпортна – значно нижча.

Відмінним від країн-лідерів на міжнародному рівні є досвід німецьких компаній, який полягає у здатності до кооперації. Ключова ланка у досягненні успіху німецьких компаній в інноваційній сфері – тісна спільна робота з постачальниками та закладами вищої освіти, дослідницькими інституціями.

У секторі послуг, особливо фінансових, оптової торгівлі та транспортних послуг інноваційні витрати помітно зменшилися. В економічному секторі інших послуг витрати на інноваційну діяльність зросли на 14 %, тобто до 8,2 млрд. євро.

Загалом слід зазначити, що стан сучасної вітчизняної економіки характеризується такими тенденціями, як уповільнення економічного зростання. В цих умовах суспільство перебуває у стані пошуку нових рішень для підвищення економічної ефективності на всіх рівнях економіки (мікро-, мезо-, макrorівні). Сфера послуг є тим динамічним сектором економіки, де попит постійно зростає, створюючи потенціал для довгострокового розширення виробництва. Досвід економічно розвинених країн є для України прикладом того, що реалізація потенціалу сфери послуг у системі економічних відносин дозволить досягти вищих економічних результатів [4].

Висновки. Дослідження дозволило стверджувати, що розвиток сфери послуг залежить від прямих зв'язків із промисловим виробництвом, а промислова діяльність нерозривно пов'язана з послугами. Але в умовах становлення економіки знань та інноваційної моделі розвитку економіки первинний та вторинний сектори стають все більш «послугозалежними». На шляху до інноваційної еко-

номіки сфера послуг стає своєрідним фактором формування нових взаємозв'язків з промисловістю та іншими галузями, що характеризується тотальністю даного процесу.

Аналіз економіки регіонів України дає можливість констатувати той факт, що роль сфери послуг характеризується значним вкладом у структурі валової доданої вартості економіки та забезпечення зайнятості населення регіонів України. Роль сфери послуг в економіці регіонів України надзвичайно важлива, особливо при переході до інноваційної моделі розвитку. Важливим елементом при переході до інноваційної моделі розвитку є досвід зарубіжних країн у цьому питанні, який буде корисним для моделі розвитку нашої країни.

Провівши дослідження, можна зробити узагальнюючий висновок, що для інноваційного розвитку України є пріоритетною саме сфера транспортних послуг, а саме, трубопровідний, залізничний та морський транспорт, а тому для більш ефективного розвитку сфери послуг України необхідним є інноваційний розвиток транспортних послуг.

Фінансова підтримка інноваційної діяльності є одним з найважливіших чинників стимулювання її розвитку. Принципи організації фінансування повинні бути орієнтовані на множинність джерел фінансування і припускати швидке й ефективне впровадження інновацій з їх комерціалізацією, що забезпечуватиме зростання фінансової віддачі від інноваційної діяльності. Для вирішення проблеми пошуку фінансових ресурсів для інноваційного розвитку доцільно також використовувати досвід розвинених країн світу.

Бібліографічні посилання

1. **Власюк Ю. А.** Особенности инновационной деятельности сервисных организаций / Ю. А. Власюк // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. – С. 98–102.
2. **Тиличкин В. А.** Состояние и перспективы развития сферы услуг системы потребительской кооперации : дисс. канд. экон. наук. [Електронний ресурс] / В. А. Тиличкин. – Режим доступу : <http://www.disscat.com/content/sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-sfery-uslug-sistemy-potrebitelskoi-kooperatsii#ixzz2F3Fja3R0>.
3. **Поканевич Ю. В.** Особливості впровадження інновацій [Електронний ресурс] / Ю. В. Поканевич, О. В. Липовий. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10024/1/43.pdf>.
4. **Кучин С. П.** Особливості та перспективи розвитку сфери послуг в Україні / С. П. Кучин // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 3(15). – С. 18–24.
5. **Скульмовская Л. Г.** Концептуально-методологические подходы к изучению инноваций в гостиничном сервисе [Електронний ресурс] / Л. Г. Скульмовская, О. С. Кудинова // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – № 3(11). – Режим доступу : <http://www.sisp.nkras.ru>
6. **Селяев Е. В.** Формирование стратегического обеспечения конкурентоспособности на предприятиях сферы услуг / Е. В. Селяев // Вестник ЮРГТУ (НПИ). – 2011. – № 4. – С. 241–247.

Надійшла до редколегії 24.11.2012

УДК 330.322.2

О. К. Малютін

Сумський національний аграрний університет

СКЛАДОВІ СИСТЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ СТИМУЛІВ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ КАПІТАЛОВКЛАДЕНЬ В НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ В УМОВАХ ПІДСИЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ЗАГРОЗ

Проаналізовано основні складові системи інвестиційного стимулювання національної економіки в умовах її депресивного стану, запропоновано напрямки поліпшення та інтенсифікації інвестування в контексті економічної безпеки України.

Ключові слова: інвестиція, податок, трансфер, лізинг, митна політика, економічна безпека.

Проанализированы основные составляющие системы инвестиционного стимулирования национальной экономики в условиях ее депрессивного состояния, предложены направления улучшения и интенсификации инвестирования в контексте экономической безопасности Украины.

Ключевые слова: инвестиция, налог, трансфер, лизинг, таможенная политика, экономическая безопасность.

In the article the basic making systems of investment stimulation of national economy are analyzed in the conditions of her depression, directions of improvement and intensification of investing in the context of economic security of Ukraine offer.

Keywords: investment, tax, transfer, leasing, customs policy, economic security.

Інвестиційний вектор тенденцій структурної перебудови національної економіки вимагає цілеспрямованої інвестиційної політики. На думку вітчизняних науковців, які досліджують дану проблематику, ключовим завданням тут повинно стати «формування мотиваційного механізму для суб'єктів господарювання, який заохочуватиме прийняття ними ефективних інвестиційних рішень» [1, с. 30].

Побудова системи інвестиційних стимулів для інтенсифікації капіталовкладень у проблемні з точки зору безпечності сектори економіки передбачає застосування:

- ставок оподаткування, що є диференційованими залежно від типу, обсягів та цілей інвестування;
- пільг при сплаті ввізного та вивізного мита;
- організаційно-економічних важелів лізингової діяльності;
- трансфертів, а також здійснення фінансової підтримки інвестиційної діяльності галузей національної економіки.

Головним фактором впливу на інтенсивність інвестиційної діяльності на тій чи іншій території незаперечно виступає система оподаткування інвестицій. Вітчизняні дослідники – В. М. Слепець, С. В. Захарін, Т. В. Мединська вважають, що саме несприятливі податкові умови перешкоджають зростанню обсягів інвестицій в Україну.

Митна політика повинна мати комплексний характер та враховувати інтереси не тільки держави, а й усіх суб'єктів митних відносин. Питаннями сучасної митної політики на рівні держави, як механізму захисту національних економічних інтересів і своєрідного «фільтру» для торговельних потоків у відповідні галузі народного господарства, опікуються Л. Баязітов, В. Філатов.

Лізингові угоди здійснюються в основному фінансовими та інвестиційними установами. В умовах української економіки лізинг слід сприймати як інвестиційний механізм залучення додаткових ресурсів у відповідні сфери національної

економіки. Питання інтенсифікації лізингової діяльності в Україні досліджувались такими вітчизняними науковцями, як К. Л. Нетудихата, Г. О. Холодний, І. В. Черевань.

Система трансфертів реалізується в Україні наступним чином: відбувається передача частини доходів з Державного бюджету України у вигляді дотацій та субвенцій у бюджети нижчих рівнів, а також застосовується зворотне передавання коштів. Проблемами ефективного державного інвестування займалися такі дослідники, як Л. В. Фещенко, П. В. Проноза, Н. В. Кузьминчук та інші.

Метою даної статті є вивчення основних складових системи інвестиційного стимулювання національної економіки в умовах її депресивного стану, а також розробка напрямків поліпшення та інтенсифікації інвестування в контексті економічної безпеки України.

В Україні податки з інвестиційного прибутку на державному рівні формують доходи для урядових витрат, які потім через різні державні програми спрямовуються в проблемні сфери національної економіки з метою збільшення прибутковості компаній, що працюють у цих сферах. Таким чином, можна говорити про проблемність та актуальність встановлення оптимального рівня податку на інвестиції, оскільки

- з одного боку, низькі податки ведуть до бюджетного дефіциту, що є негативним фактором щодо залучення капіталу в країну;
- з іншого боку, високі податки створюють вагомі джерела для урядових інвестицій.

Згідно з вітчизняним законодавством, ставка податку залежить від юридичного статусу інвестора [2]. Отже, можна зазначити, що в Україні частково застосовується диференційоване оподаткування капіталу інвесторів. З нашої точки зору, для вирівнювання диспропорцій у структурі економіки в плані оптимальності її безпеки за різними видами економічної діяльності в відповідних регіонах, слід у сучасних умовах проводити більш широке диференціювання оподаткування інвестиційного доходу. Зниження загальної ставки оподаткування частково можна досягти за рахунок диференційованої ставки оподаткування інвестиційного прибутку з урахуванням пріоритетних сфер залучення інвестицій за окремими регіонами.

Головною рисою майбутньої податкової політики держави в плані стимулювання інвестицій саме в ці території повинна стати спільність поглядів держави з позиції збереження економічної безпеки національної економіки та інвестора з точки зору отримання високих прибутків за визначеними видами економічної діяльності. Така ситуація буде сприяти зростанню інвестування в ті сфери економіки, які відповідають національним інтересам у плані підвищення їх економічної безпеки.

Існує необхідність перегляду податкової політики в плані залучення іноземних інвестицій (частка яких у більшості регіонів є незначною).

Світовий досвід свідчить про значну кількість напрямків регулювання іноземного капіталу за рахунок податків, а саме: податкові пільги на реінвестування; введення податкових канікул; зменшення бази оподаткування за рахунок збільшення амортизаційного фонду; зниження поточних і майбутніх податків через дієвість системи покриття збитків за рахунок попереднього або майбутнього прибутку та інше.

Використання таких податкових заходів на сучасному етапі розвитку економіки з позиції збереження її безпеки, на нашу думку, є необхідним та важливим.

Підтвердженням цьому є світовий досвід провідних країн, в яких ставка податку на нерозподілений прибуток за останні двадцять років зменшилась у 1,5–2 рази (Австрія, Велика Британія, Німеччина, Португалія, Франція, Японія) [3, с. 10].

Показник податкового інвестиційного стимулювання в різних сферах економіки в окремих регіонах можна визначити за допомогою співставлення чистого прибутку та фінансового результату підприємств до оподаткування, яке запропоновано в роботі О. В. Мандрощенко [4].

Аналіз індексу податкового тягаря суб'єктів господарювання за різними регіонами та видами економічної діяльності наведено в таблицях 1 та 2. Якщо індекс податкового тягаря прямує до «1», то податковий вплив на суб'єкти господарювання в даному регіоні або за даним видом економічної діяльності є мінімальним, і навпаки.

Таблиця 1

Індекс податкового тягаря за регіонами України в 2009–2011 рр.*

Регіон	Роки		
	2009	2010	2011
Автономна Республіка Крим	0,194655	0,331323	0,548003
Вінницький	0,406618	0,597301	0,701564
Волинський	0,146711	0,96023	0,198838
Дніпропетровський	0,287009	0,634132	0,618641
Донецький	0,646948	0,737346	0,620563
Житомирський	0,269171	0,674923	-0,28983
Закарпатський	0,425022	0,723731	0,319864
Запорізький	-0,09873	0,298496	0,684232
Івано-Франківський	0,094718	0,854839	0,759043
Київський	0,186817	-2,53216	0,050472
Кіровоградський	0,402235	0,756105	0,881879
Луганський	0,448037	1,0181	1,323525
Львівський	0,180116	1,214243	0,371782
Миколаївський	0,280893	0,370973	0,642101
Одеський	0,380353	0,306221	0,101604
Полтавський	0,251509	0,335926	0,710873
Рівненський	0,192587	0,932211	0,728399
Сумський	0,388423	0,036951	0,073558
Тернопільський	0,17607	0,716158	0,288695
Харківський	-0,51397	0,71355	1,397363
Херсонський	0,676484	0,513367	-3,68382
Хмельницький	0,229241	-1,99518	0,731603
Черкаський	0,498535	0,514207	0,856855
Чернівецький	-0,80471	0,809147	0,71744
Чернігівський	0,461576	0,688448	0,828924
м. Київ	-0,05339	4,142321	-1,21956
м. Севастополь	0,323971	0,336271	0,11453

* Дані наведено станом на початок року.

Джерело: розраховано автором за матеріалами Державної служби статистики України.

Як видно з табл. 1, найбільш проблемними регіонами для інвесторів у плані оподаткування інвестиційного доходу станом на початок 2011 року є Волинська, Закарпатська, Київська, Одеська, Сумська, Тернопільська області та м. Севастополь. Найбільш приємним для діяльності суб'єктів господарювання є м. Київ, де за рахунок різного роду інструментів чистий прибуток підприємств є максимальним по відношенню до фінансового результату до оподаткування порівняно

з іншими регіонами України. Це також є причиною залучення великого обсягу інвестицій саме в цей регіон.

Таблиця 2 свідчить, що мінімальний податковий тягар мають суб'єкти господарювання, які працюють у сільському господарстві (як стратегічно важливій галузі української економіки) та в будівництві. Тут також слід відзначити фінансову діяльність та операції з нерухомістю.

Таблиця 2

Індекс податкового тягара за видами економічної діяльності в 2002–2011 рр.*

Вид економічної діяльності	Роки		
	2009	2010	2011
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	0,958191	0,948503	0,953238
Промисловість	0,273796	0,337368	0,442883
Будівництво	0,853612	0,772854	0,8514
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку; діяльність готелів та ресторанів	0,825561	0,515352	0,505144
Діяльність транспорту та зв'язку	0,051893	0,462417	0,434959
Фінансова діяльність	0,170973	-18,7295	0,71332
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	0,804938	0,557906	0,786897

* Дані наведено станом на початок року.

Джерело: розраховано автором за матеріалами Державної служби статистики України.

Зазначені індикатори можуть бути тим орієнтиром для уряду, який потрібен у разі розробки ефективної інвестиційної політики, що спрямована на збереження інвестиційної безпеки країни та на її економічне зростання. Перегляд податкової політики країни є актуальним для нарощення інвестиційного потенціалу та привабливості України також виходячи з невтішного рейтингу сприятливості податкових систем Paying Taxes 2011, де наша країна посіла останнє місце серед 183 досліджуваних країн [5].

Наступним інструментом побудови дієвої системи інвестиційних стимулів для інтенсифікації капіталовкладень можуть бути пільги при сплаті ввізного та вивізного мита.

Оптимізація структури ставок мита з інвестиційних товарів впливає на привабливість країни з позиції залучення додаткових ресурсів у країну. Митні збори напряму визначають вартість інвестицій. Тому ризик інвестування та термін окупності капіталовкладень в економіку буде прямо пропорційний величині митних зборів з інвестиційних товарів.

Регулятивна функція митної політики повинна полягати в рамках досліджуваної проблеми в здійсненні впливу на інвестиційну діяльність суб'єктів господарювання для вирівнювання диспропорцій у рівні інвестиційної безпеки в окремих регіонах країни та за окремими видами економічної діяльності.

Податки на міжнародну торгівлю формують майже 3 % Зведеного бюджету України, що складає 11,8 млрд. грн. [6]. Причому за рахунок ввізного мита формуються майже 95 % надходжень від міжнародної діяльності.

Досвід провідних країн світу свідчить про те, що наявність ввізного мита на капітальне обладнання є стримуючим фактором для залучення прямих іноземних інвестицій у країну. Вивізне ж мито підвищує податкове навантаження на вітчизняних суб'єктів господарювання і, як наслідок, обмежує обсяги їх капіталовкладень за рахунок внутрішніх джерел. Таким прикладом може бути експортне мито на зерно в 2011 р., яке було введено з липня по жовтень цього року.

Мито можна вважати податком на інвестиції, оскільки саме завдяки цьому податку збільшується вартість реалізації інвестиційного проекту іноземним інвестором в Україні. Введення пільгових митних тарифів або їх повне скасування на обладнання та комплектуючі для проблемних сфер вітчизняної економіки є вкрай важливе в плані збільшення інвестиційних вкладень та вирівнювання диспропорцій в інвестиційній безпеці складових національної економіки.

Слід зазначити, що українська митна політика в плані стягнення податків для наповнення державного бюджету залишається досить жорсткою для інвесторів порівняно з такими країнами, як Китай, США, Канада, Грузія, Ізраїль, Малайзія, де обсяг митних платежів складає менше 2 % національних доходів. В Україні цей показник, як було зазначено вище, сягає 3 %, а в середньому за останні п'ять років – більше 4 %. В цьому плані випереджають нашу країну Росія (в середньому за останні п'ять років – 9 %), Білорусь (8 %), усі інші країни СНД, Індія (15 %), Іран (22 %) та багато інших [7].

Третім важливим заходом щодо стимулювання інвестицій виступають організаційно-економічні важелі лізингової діяльності в Україні.

Лізинг як важливий вид інвестиційної діяльності повинен підтримуватися державними органами влади, для чого потрібен пакет підзаконних актів, що регулюють лізингові операції в країні та їх державну підтримку в різних галузях. Саме ефективність та дієвість законодавчої бази визначатимуть подальші перспективи лізингового ринку в Україні, який останній часом демонструє досить високі темпи зростання.

Так, кількість укладених договорів фінансового лізингу в 2011 році збільшилась на 14 % у порівнянні з 2010 роком, що в вартісному вираженні призвело до збільшення в 2,27 разу [8].

За дослідженнями Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців» ринок лізингу в Україні зростає удесятеро швидшими темпами, ніж в Європі. Серед лізингових договорів перевага віддається галузі транспорту та сільському господарству – 58,15 % та 14,6 % відповідно від загального вартісного обсягу укладених угод [8].

Найбільшим попитом серед предметів лізингу користувався транспорт, а також сільськогосподарська та комп'ютерна техніка.

Головними джерелами фінансування лізингових угод виступають позичкові кошти, серед яких банківські кредити складають більше 80 %.

Незважаючи на досить оптимістичну ситуацію щодо нарощення обсягів лізингу в Україні, все ж таки вітчизняний ринок є нерозвиненим порівняно з європейським (за розрахунками експертів він становить менше 1 % від європейського) [8].

Головною причиною такого відставання є нестача та висока вартість кредитних ресурсів. Тому держава за допомогою Національного банку України повинна створити сприятливі умови для розвитку лізингу в країні через здешевлення банківських ресурсів під такі операції.

Нині частка лізингових операцій у кредитному портфелі українських банків є низькою, що пояснюється такими причинами:

- можливість купівлі предмету лізингу лише за власні кошти;
- відсутність достатніх обсягів капіталу;
- відсутність податкових пільг для банків-лізингодавців [9].

Дієвими інструментами формування системи інвестиційних пільг в Україні виступатимуть обсяги трансфертів, а також здійснення фінансової підтримки інвестиційної діяльності галузей національної економіки.

Трансфертні платежі – це безповоротні та невідплатні платежі, які не становлять собою придбання товарів чи послуг, надання кредиту або виплату непогашеного боргу.

За даними Інституту бюджету та соціально-економічних досліджень, у 2011 році відбулось зростання трансфертів з Державного бюджету за всіма видами економічної діяльності, окрім поточних трансфертів підприємствам, населенню та продуктів харчування [10, с. 63].

Слід зазначити, що найбільшу питому вагу серед трансфертів з Державного бюджету України в економічну діяльність займають субвенції та дотації сільськогосподарства. Але поряд з цим фінансування річного планового обсягу Міністерства аграрної політики та продовольства України складає 70,9 % від запланованого [10, с. 66].

На нашу думку, неефективність системи розподілу трансфертів Державного бюджету обумовлює появу проблем з проведення інвестиційної політики в контексті збереження економічної безпеки України. Вважаємо, що при прийнятті рішення про надання трансфертів в Україні слід застосовувати результати оцінки інвестиційного потенціалу та рівня інвестиційних загроз територій та видів економічної діяльності. Використання даної процедури дозволить сформулювати значні фінансові стимули для інвесторів, а також сприяти вирівнюванню структурних дисбалансів інвестиційної безпеки за визначеними регіонами та видами економічної діяльності в них.

Інша точка зору щодо стимулювання інвестиційної діяльності може визначати взагалі повне скасування дотацій та субвенцій, і спрямування вивільнених коштів на компенсацію високих відсоткових ставок за банківськими кредитами, які беруться для реалізації інвестиційних проектів [11]. Так, досвід Чилі свідчить, що реформа державних видатків, спрямована на їх зниження майже вдвічі, сприяла формуванню значного первинного профіциту, який допоміг розвитку фінансового ринку і, як наслідок, зростанню інвестицій.

Ця позиція дозволить активізувати довгострокове кредитування з низькою відсотковою ставкою.

Частка довгострокових кредитів у портфелі банків є невеликою і складає менше 50 %. Також останнім часом спостерігається суттєве збільшення середньозважених відсоткових ставок за кредитами, що викликано відповідною відсотковою політикою НБУ.

Комерційні банки кредитують ті галузі, де спостерігається висока обіговість капіталу та рентабельність виробництва. З позиції збереження інвестиційної безпеки державні органи влади повинні стати тим регулятором і стимулятором грошових потоків депозитних корпорацій України, який спрямовував би капітал у той сектор і на ту територію, яка його потребує з точки зору мінімізації наявних інвестиційних загроз. Ця позиція вимагає впровадження державних програм заохочення інвестиційної діяльності на відповідних територіях за окремими видами економічної діяльності за допомогою ефективної грошово-кредитної політики в контексті економічної безпеки країни.

В таких умовах банки зможуть виконувати роль організатора та ініціатора здійснення великих інвестиційних проектів за рахунок мобілізації інвестиційних ресурсів та надання інвестиційного кредиту.

Кредити банків займають у загальному обсязі капітальних інвестицій за період 2005–2010 років частку, близьку до 14 % [12], і мають тенденцію до зниження.

При загальному збільшенні кредитування депозитними корпораціями України, частка інвестиційних кредитів суттєво зменшується. А це, в свою чергу, дестимулює інвестиційну діяльність у національній економіці.

Отже, фінансова підтримка інвестиційної діяльності галузей національної економіки може проводитись урядом через формування сприятливих умов щодо інвестиційного кредитування, серед яких слід виокремити: зниження оподаткування доходів банків, отриманих від реалізації інвестиційних проектів; застосування державних гарантій при інвестиційному кредитуванні; реалізація механізму компенсації відсоткових ставок за кредитами; підсилення конкуренції на ринку банківського продукту; страхування інвестиційних ризиків банків.

Окрім побічного впливу на фінансове стимулювання інвестиційної діяльності, держава може впливати на неї, виступаючи у ролі інвестора та надаючи державні кредити суб'єктам господарювання, що здійснюють свою економічну діяльність у тих сферах, які потребують поліпшення рівня інвестиційної безпеки та мінімізації інвестиційних загроз.

Висновки. Податкова політика, спрямована на зниження податкових ставок, повинна бути тісно пов'язана з процесом моніторингу вивільнення фінансових ресурсів і подальшого їх спрямування у вигляді інвестицій у національну економіку. Основною метою податкової політики в контексті збереження економічної безпеки національної економіки повинно стати зниження податкового тиску для галузей, які потребують більших капіталовкладень (усі види економічної діяльності, крім обробки деревини та виробництва виробів з деревини, крім меблів). Але з метою переорієнтації інвестиційних потоків у найбільш проблемні сфери доречно знизити податкове навантаження в таких видах економічної діяльності, як сільське господарство, мисливство, лісове господарство; виробництво харчових продуктів, напоїв; легка промисловість; целюлозно-паперове виробництво; поліграфічна діяльність; виробництво коксу, продуктів нафтопереробки; металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів; машинобудування; будівництво; оптова та роздрібна торгівля; освіта; охорона здоров'я та надання соціальної допомоги.

Підвищення податкового навантаження в інших сферах, де з позиції інвестиційної безпечності слід обмежити обсяги капіталу, дозволить національній економіці вийти на критичний рівень інвестиційної безпеки за всіма сферами економіки.

Після чого, з нашої точки зору, уряду слід підтримувати політику податкової нейтральності, яка не носить лобістський характер певними групами своїх інтересів, не створює межу між різними секторами економіки, позбавляє компанії скорочення загального оподаткованого прибутку за допомогою трансфертного ціноутворення.

Можна говорити про позитивні здобутки при реалізації вітчизняної митної політики, а також про проблемні питання, які стоять перед урядом у цій сфері щодо залучення додаткових інвестицій через спрощення митних процедур і одночасне вжиття заходів, спрямованих на захист економічної безпеки держави.

Для подальшої активізації лізингових операцій в Україні як засобу залучення нових ресурсів у відповідні сфери діяльності уряду необхідно диференційовано підходити до оподаткування лізингодавців, а також створити пільги для банків, які кредитують або самостійно створюють лізингові компанії.

В цілому можна констатувати факт недостатності трансфертних та кредитних коштів для ефективного розвитку інвестиційного процесу в Україні в контексті збереження економічної безпеки національної економіки. Виходячи з цього, на

наш погляд, є доцільним передбачити в Державному бюджеті України «субвенцію місцевим бюджетам на реалізацію пріоритетів розвитку регіону в контексті його інвестиційної безпеки».

Актуальним є питання розробки та реалізації державних програм за тими видами економічної діяльності, які інвестиційно найбільш загрозливі для розвитку відповідних територій України. В рамках цих програм доцільно сформувати механізм надання капіталу суб'єктам господарювання, що здійснюють свою діяльність у проблемних з точки зору інвестиційної безпеки галузях економіки, у вигляді безвідсоткових кредитів, пільгових кредитів, цільових кредитів, пільгових гарантій з фінансовою дотацією. Для цього слід визначити умови для отримання інвестиційних заохочень, які будуть залежати від обсягу капіталовкладень, від розміру покриття власним капіталом, від обсягу інвестицій в устаткування, від кількості створюваних нових робочих місць та інше.

Бібліографічні посилання

1. **Економіка** України на шляху від депресії до зростання: джерела, важелі, інструменти / Я. А. Жаліло, Д. С. Покришка, Я. В. Белінська [та ін.] – К. : НІСД, 2010. – 96 с.
2. **Податковий** кодекс України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2011. – № 13–14, № 15–16, № 17 ст. 112. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. **Інвестиції** в економіку України: стан, проблеми, потреби : аналітична доповідь // Національна безпека і оборона. – 2006. – № 6(78). – С. 3–52.
4. **Мандрошенко О. В.** Концепция налогообложения инвестиционной деятельности малых предприятий : автореф. дисс. ... докт. экон. наук : спец. 08.00.10 / О. В. Мандрошенко ; Всероссийская государственная налоговая академия Министерства финансов Российской Федерации. – М., 2010. – 34 с.
5. **Paying Taxes 2012.** The global picture [Електронний ресурс] // World Bank Group and PricewaterhouseCoopers. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org/reports/thematic-reports/paying-taxes>.
6. **Бюджетний** моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2011 рік / [І. Ф. Щербина, А. Ю. Рудик, В. В. Зубенко, І. В. Самчинська та ін.] ; ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи», USAID. – К., 2011. – 96 с.
7. **Survey** to determine the percentage of national revenue represented by Customs duties [Електронний ресурс] // The World Customs Organization (WCO). – Режим доступу : <http://www.wcoomd.org>
8. **Офіційний** веб-сайт Асоціації «Українське об'єднання лізингодавців». – Режим доступу : <http://www.leasing.org.ua>.
9. **Сухаревич В. Т.** Банк як суб'єкт лізингових відносин / В. Т. Сухаревич // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – № 19. – С. 258–265.
10. **Бюджетний** моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2011 рік / [І. Ф. Щербина, А. Ю. Рудик, В. В. Зубенко, І. В. Самчинська та ін.] ; ІБСЕД, Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи», USAID. – К., 2011. – 96 с.
11. **Тігіпко С. Л.** Україна: Проект розвитку / С. Л. Тігіпко. – К. : Саміт-книга, 2009. – 168 с.
12. **Капітальні** інвестиції в Україні за 2010 рік. Статистичний бюлетень [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Надійшла до редколегії 02.07.2012

І. В. Петенко, І. Є. Лозинський

Національний гірничий університет

**ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЗБЕРЕЖЕННЯ
ПОТУЖНОСТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ВУГІЛЬНИХ ШАХТ РЕГІОНУ**

Запропоновано основу механізму пошуку компромісу між доцільністю дотування і підтримки життєздатності шахт на базі оцінки потенційних можливостей кожного підприємства з погляду його адаптації до інфраструктури регіону, або ухваленням рішення про необхідність ліквідації.

Ключові слова: компроміс, інфраструктура, адаптація, підприємство, регіон, ліквідація, шахти.

Предложена основа механизма поиска компромисса между целесообразностью дотаций и поддержки жизнедеятельности шахт на базе оценки потенциальных возможностей каждого предприятия с точки зрения его адаптации к инфраструктуре региона, или принятием решения о необходимости ликвидации.

Ключевые слова: механизм, компромисс, инфраструктура, адаптация, предприятие, регион, ликвидация, шахты.

The given work describes the basic mechanism of the search for the compromise between the granting and supporting reasonability of the mines' activity on the base of each enterprise's assessment from the point of view of its adaptation to the infrastructure of the region, or making the decision about its liquidation.

Keywords: basic mechanism; compromise; infrastructure; adaptation; enterprise; region; liquidation; mines.

За час інтенсивного розвитку вугільної галузі у другій половині минулого століття відпрацьована значна частина запасів, що знаходяться в відносно більш сприятливих гірничо-геологічних умовах. Усього за період 1946–2011 рр. видобуто 8,9 млрд.т вугілля, а решта балансових запасів у полях діючих шахт у даний час складає 8,0 млрд. т, з них промислові запаси – менше 6,2 млрд. т.

Специфіка підземного видобування вугілля потребує постійного інвестування робіт на освоєння чергових ділянок шахтних полів, причому з часом потреби в коштах об'єктивно зростають під впливом зростання глибини розробки та переміщенням гірських робіт до технічних меж шахт. В умовах планової економіки політика підтримки потужності шахт здійснювалася системою централізованого управління. До 1991 року для вугільної промисловості України діяв механізм розподілу питомих капітальних вкладень на підтримку 1 т потужності по виробничих об'єднаннях Донбасу. За всю історію існування вугільної промисловості після Великої Вітчизняної війни державна фінансова підтримка була неодмінною умовою нормального функціонування вітчизняної вугільної промисловості в її нинішньому стані [1].

Більшість шахт Донбасу в даний час допрацьовують кращі запаси і змушені переходити до отримання гірших, тому звичайне зниження рівня ведення гірських робіт тут супроводжується ускладненням гірничо-геологічних умов відпрацювання і погіршенням якості вугілля, що добувається. У минулому така тактика обґрунтовувалася тим, що згідно з теоретичними положеннями оцінки запасів за замикаючими витратами, гірші ділянки могли стати об'єктом промислового освоєння, оскільки це було значно ефективніше, ніж закриття шахт. При цьому, витяг складних запасів на діючих шахтах планувався в ті періоди, коли

вони були практично розкриті, а повторний доступ до них був технічно важко здійсненним. У той період високу якість балансових запасів на деяких шахтах і наявність потужної державної збагачувальної бази дозволяли за рахунок шихтування забезпечувати зольність гірської маси нижче від гранично допустимої, навіть за умови, що тільки 40 % видобутку забезпечувалося із якісних запасів.

В умовах ринкових перетворень критерій замикаючих витрат втратив економічний сенс. Це пояснюється недоцільністю введення в дію компенсуючого родовища, або використання ранжування підприємств регіону за зростанням індивідуальних витрат і ухвалення як замикаючі 3–5 шахт з максимальною величиною витрат на видобуток. Зазначений підхід до визначення замикаючих витрат був досить умовним і спотворював їх первісну суть, а в нинішніх умовах господарювання він практично неприйнятний, оскільки не враховує сучасні особливості формування витрат на видобуток. Через це ефективна доробка полів діючих шахт вимагає не тільки варіантів оптимізації технологічних схем, але і кількісного аналізу параметрів конкретних інвестиційних проектів. Останнє покликане зберегти потужностний потенціал шахт і з максимальною ефективністю використовувати наявні людські та матеріальні ресурси [2].

Вказане свідчить про те, що розвиток окремих підприємств будь-якої галузі становить собою важливе економічне і соціальне завдання. Невдале його рішення призводить до тяжких наслідків, оскільки навколо кожного підприємства (особливо вугільної шахти), як навколо кристала, починають групуватися інші підприємства, житлові селища. Виникає територіальний комплекс, що формує певне розміщення населення. Все це дуже ускладнює ліквідацію невдалих рішень. Досвід показує, що ізолюване вирішення завдання підтримки потужностного потенціалу підприємств для кожної окремої галузі призводить найчастіше саме до цих наслідків.

З 77 шахт Донецької області безпосередньо Міністерству енергетики та вугільної промисловості України підпорядковано 53 шахти. Середньомісячна собівартість 1 тонни товарної вугільної продукції на шахтах, підлеглих Міністерству, склала 1006,8 грн. за ціною 538,9 грн. Середньомісячна продуктивність праці робітника з видобутку цієї групи шахт становить 16,5 тонни. Для порівняння, середньомісячна продуктивність праці робітника з видобутку вугілля з ВАТ «Ш/у Покровське» (недержавна форма власності) становить 75,0 тонн. Середньооблікова чисельність працівників вуглевидобувних підприємств області, підлеглих Міненерго, становить 113,7 тис. трудящих[3].

Наявність вуглевидобувних підприємств у місті не може бути абсолютним критерієм віднесення міста до числа шахтарських. Тому необхідний облік обсягу виробництва вугільної промисловості в загальному обсязі промислового виробництва міста. В цілому по області на промисловість на початку 2011 р. припадало 18,9 % загального обсягу виробництва. Цей же показник у Димитрові, Добропіллі, Жданівці, Кіровському, Новогородовці, Вугледарі, Шахтарську становив 90–100 %, у Держинську, Красноармійську, Макіївці, Селідово, Сніжне, Торез – 50–90 %, Донецьку, Єнакієвому, Харцизьку – до 50 %. Найбільш низький показник має Харцизьк – 4 %. З усіх міст на нього припадає і найнижчий видобуток вугілля [4].

Упродовж декількох останніх років закрито чимало шахт, і ця кампанія відбувається дуже швидко, в тому числі і під впливом міжнародних банківських кіл, що ставили однією з умов надання кредитів для закриття великої кількості шахт. Однак незабаром виявилось, що ця проблема не настільки проста й одно-

значна, як це спочатку здавалося, оскільки весь шахтний фонд галузі, будучи частиною інфраструктури держави, пов'язаний з нею найтіснішим чином, розташовуючись як у великих містах, так і в окремих, віддалено розташованих селищах (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика інфраструктури галузі по регіонах [5]

Регіони	Зони поширеної інфраструктури		Зони обмеженої інфраструктури		Окремі шахтарські селища		Всього
	шахт	%	шахт	%	шахт	%	
Україна	37	28,7	68	52,4	25	18,9	133
Донецька область	62	47,3	49	37,4	20	15,3	77
Луганська область	5	11,9	24	63,0	10	25,1	38
Дніпропетровська область	2	20	8	80,0	–	–	10
Львівська область	–	–	3	36,4	5	64,6	8

Чимало запланованих до закриття, а в деяких випадках і закритих, шахт мали досить великі запаси вугілля, виникли екологічні труднощі, викликані зміною напрямку руху підземних вод, і, звичайно, у всіх випадках – соціальні питання (створення нових робочих місць, перекваліфікація персоналу, виплата допомоги після закриття шахти й ін.). Становище загострювалося і тим, що часто шахта являла собою єдине містоутворююче підприємство, і її закриття позбавляло жителів засобів до існування. Слід було, в першу чергу, виводити з експлуатації ті глибоко збиткові шахти, які розташовані в регіонах з розширеною інфраструктурою, щоб уникнути наслідків, які мали місце в результаті поспішно прийнятих рішень у містах Стаханові, Торезі та ін.

Закриття багатьох шахт призвело до втрати потужностей з видобутку вугілля. Компенсація цих потужностей діючими шахтами пов'язана з необхідністю інвестицій і часто вимагає значного часу. Стало зрозуміло, що проблема потребує більш ретельного і глибокого підходу, ніж був застосований на початку. І однією з найбільш складних є проблема вибору шахт, що потребують подальшого фінансування на просте або поширене відтворення, або виводу з числа діючих.

Кожний такий приклад свідчить про одне: інвестування вугільних шахт повинно ґрунтуватися на комплексному розвитку певних геолого-промислових регіонів, пов'язуватися з наявними виробничими ресурсами. На жаль, це питання ще недостатньо теоретично розроблене, а його практичне рішення залишає бажати кращого. Насамперед слід відзначити, що перш ніж визначати політику в області підтримки потужності, необхідно докладно розглянути сукупність цих шахт. Очевидно, для цього потрібно вибрати ряд найважливіших характеристик, і за цією ознакою класифікувати шахти, заздалегідь знаючи, що деякі підприємства, віднесені до числа «неефективних» через певні ознаки, можуть виявитися краще від інших. Оскільки шахти проходять різні стадії своїх «життєвих циклів», їх не можна розділити «раз і назавжди» на перспективні, що підлягають приватизації, модернізації, і на безперспективні, що підлягають закриттю. Тому необхідно створити систему критеріальної оцінки стану конкретного підприємства, тобто його потенціал щодо подальшої експлуатації.

Визнано, що найбільш прийнятне рішення — компенсувати вибуття потужностей за рахунок підвищення навантаження на перспективні шахти, які зали-

шаються в роботі. При цьому перевага надається шахтам з високим рівнем економічної надійності [6]. Тут першочерговою є та обставина, що на кожній ітерації строго певний набір залежностей між економічною надійністю шахти і рівнем інвестування має оцінюватися методами оптимального програмування.

В процесі розробки Стратегії розвитку вугільної галузі визначено, що підвищення рівня використання виробничих потужностей з фактичного 80 % до 87 % забезпечило б зниження собівартості вугільної продукції на 5 % і приріст обсягів видобутку вугілля на 5,1 млн. т, доведення ж його до нормативного рівня по промисловості (95 %) знизило б собівартість на 10 %, приріст обсягів видобутку при цьому склав би 15,5 млн. т на рік.

Гальмують використання цього резерву застарілість основних фондів, гострий дефіцит обігових коштів у вуглевидобувних підприємств на придбання необхідних матеріалів і запасних частин, недостатні обсяги капітальних вкладень на своєчасну підготовку запасів вугілля тощо.

Враховуючи інвестиційну непривабливість більшості вуглевидобувних підприємств (через високу капіталоємність виробництва; збитковість більшості діючих шахт; низьку прибутковість рентабельних шахт і, відповідно, великі строки окупності інвестицій; залежність ефективності роботи шахт від гірничо-геологічних умов, які до того ж змінюються у часі; високу трудомісткість виробництва та ін.), провідну роль власного вугілля в забезпеченні необхідного рівня енергетичної безпеки України, світовий досвід видобування вугілля підземним способом, яке в усіх країнах (крім США) є дотаційним, за основні джерела фінансування розвитку галузі прийняті кошти Державного бюджету (в тому числі кошти державних інвестиційних та інноваційних фондів) та власні кошти вуглевидобувних підприємств. Інші джерела інвестування (приватні вітчизняні та іноземні інвестиції, кошти місцевого бюджету, іноземні кредити та ін.) через інвестиційну непривабливість відіграють поки що другорядну роль.

Розробка механізму доцільності підтримки потужності можлива на базі об'єктивної оцінки потенційних можливостей кожної окремої шахти з урахуванням макро- і мікроекономічних факторів середовища її функціонування. Ці обставини і визначили одне із завдань даного дослідження – розробку моделі трансформації шахти до інфраструктури регіону. Основним критерієм оптимальності такого роду моделі може бути максимальний обсяг кінцевого продукту. Кінцевий продукт характеризує ту частину благ, які осідають на території цього району. Цей критерій містить у собі зростання життєвого рівня населення району як безпосередньо (споживання населення), так і опосередковано (інвестиції).

Системний підхід до моделювання оптимального розвитку вугільних шахт конкретного регіону диктує певні вимоги до ступеня деталізації моделей в їх багаторівневій ієрархічній системі. Аналіз робіт по оптимізації розвитку підприємств вугільної промисловості [7] свідчить про наявність двох принципових підходів до побудови моделей: у варіантній постановці з використанням показників шахтоваріантів, і в безваріантній постановці у вигляді безперервного завдання лінійного програмування [8]. Складність рішення частково-цілочисельних завдань високої розмірності призводить до необхідності введення низки спрощень у дискретно-безперервну постановку галузевого завдання (наприклад, декомпозиція загальної задачі на окремі підзадачі для коксівного та енергетичного вугілля, перехід до статичної постановки завдання, агрегування обмежень та ін.).

Інформаційною базою для моделі розвитку певного геолого-промислового регіону є, з одного боку, параметри виробничого потенціалу вугільних шахт, ресурсні та екологічні обмеження, одержувані з оптимального рішення галузевого завдання, і, з іншого боку, показники шахтоваріантів, що формуються в залежності від рівня інвестиційної підтримки розвитку шахт, одержувані на нижньому ієрархічному рівні.

Основою формування варіантів розвитку шахт є розрахунок пропускних здатностей їхніх ланок з визначенням «вузьких місць» – ланок, що стримують приріст потужності і вихід на беззбитковий режим роботи. Якості інструмент кількісного аналізу пропонуються імітаційні моделі та моделі оптимального програмування для зведення до мінімуму елементів суб'єктивізму. В даній роботі розглянуто модель оптимального розвитку групи державних антрацитових шахт Торезського і Шахтарського регіонів у вигляді завдання частково-цілочисельного лінійного програмування [7]. Економіко-математична модель такої задачі формується наступним чином.

Розглядається група шахт, мінлива потужність кожної з них позначається через a_k^i , де нижній індекс відповідає номеру шахти, а верхній – номер варіанта потужності p_i , причому $k=1\dots, p_i$ (при $k=1$ потужність дорівнює нулю). Шахти постачають збагачене вугілля на теплові електростанції, потреби яких складають $b_1\dots, b_j\dots, b_n$.

Позначимо через C_{ij} витрати на перевезення 1т від шахти i до ТЕС j , а через S_i^k – експлуатаційні витрати на видобуток 1 т вугілля на i -й шахті при варіанті потужності k . Розмір постачання вугілля з i -ї шахти на j -ту ТЕС в оптимальному плані позначається через x_{ij} .

Задача має сенс лише за умови, що сума максимально можливих потужностей по кожній шахті менше від сумарного попиту, тобто

$$\sum a_i^k < \sum b_j. \quad (1)$$

Оскільки тільки в ході розрахунку встановлюється, який варіант потужності i -ї шахти увійде в оптимальний план, вводиться невідоме y_i^k , з допомогою якого виражається вимога цілочисельності у формулюванні завдання. Це невідоме може дорівнювати 1 або 0, причому, якщо $y_i^k = 1$, це означає, що даний варіант потужності входить в оптимальний план, а якщо $y_i^k = 0$, то варіант до оптимального плану не входить. Оскільки по кожній шахті може увійти до плану тільки один варіант, то в систему обмежень вводимо наступну рівність:

$$\sum_{k=1}^{p_i} y_i^k = 1. \quad (2)$$

Необхідною умовою також є позитивні значення поставок:

$$x_{ij} \geq 0. \quad (3)$$

Критерієм оптимальності для такої задачі є мінімум суми експлуатаційних і транспортних витрат:

$$F = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n x_{ij} \times c_{ij} + \sum_{i=1}^m \sum_{k=1}^{p_i} s_i^k \times a_i^k \times y_i^k \rightarrow \min. \quad (4)$$

Метод побудови матриць [8] для двохетапних задач дозволяє помітити один важливий принцип, який можна використовувати при виборі варіантів розвитку антрацитових шахт з урахуванням поставок палива на ТЕС. «Позитивно послідовний зв'язок» – чим більше поставляється вугілля на електростанцію, тим більше вона виробляє електроенергії, – еквівалентно замінюється двома «негативними послідовними зв'язками» – чим більше поставляється вугілля на електростанцію, тим менше не використовується її потужність, і чим менше не використовується потужність електростанції, тим більше вона виробляє електроенергії. Для вирішення використовується тільки що сформульований принцип, замінюючи тепер уже «позитивний зворотний зв'язок» (чим більше обсяг видобутку шахти, тим більше їй потрібно електроенергії) двома «негативними послідовними зв'язками» (чим більше шахта видобуває вугілля, тим менше не використовується її потужність і чим менше не використовується потужність шахти, тим більше їй потрібно електроенергії).

Ці принципові положення – складові моделі у частині обмеження потужності і попиту, а також обмеженості ресурсного потенціалу підприємства.

Як відомо, центральним завданням територіального планування є вибір районів розвитку і такий економічний стан підприємств, при якому досягається найбільший ефект. Побудова оптимального плану по регіону можлива тільки в результаті вирішення певної екстремальної задачі з критерієм оптимальності, об'єднуючим господарсько роз'єднані окремі шахти або групи шахт. Кращим показником розвитку того чи геолого-промислового регіону України є рівень життя населення, яке проживає в ньому. У цьому показнику знаходить своє вираження той факт, що задоволення потреб суспільства є метою нинішньої економічної політики України.

Доходи населення від невиробничої діяльності, якщо відволіктися від міркувань позаекономічного характеру, повністю визначаються чисельністю населення району, а для невеликих проміжків часу (до 5 років) вона змінюється слабо. Тому вирішальне значення набуває інша складова цього показника – доходи від виробничої діяльності. Отже, розміщення населення по регіону притягує до себе розвиток і розміщення вугільних шахт. У даній роботі пропонується доповнити основну модель розвитку шахт регіону комплексним показником рівня життя. Стрижнем його є рівень грошових доходів населення з урахуванням неоднородності, оскільки він включає в себе доходи від виробничої та невиробничої діяльності.

$$\sum l(\Delta D_i) < L. \quad (5)$$

Нерівність (5) – одна з головних умов задачі. Найбільшою частиною тут є витрати праці, точніше, використання робочої сили в регіоні (у вугільній галузі). Облік витрат праці дозволяє визначити вплив, який надає розміщення населення на зростання видобутку вугілля в регіоні. Таким чином, завдання зводиться до оптимального програмування при змінних ресурсах

$$v(\Delta D_i) > V. \quad (6)$$

Тут v – грошові доходи населення від видобутку 1т у регіоні; ΔD_i – приріст видобутку на i -й шахті; V – об'єм грошових доходів населення в регіоні; l – норми використання матеріальних ресурсів і праці на i -й шахті; L – ліміт трудових ресурсів у регіоні k . Умова (6) свідчить про те, що в кожному регіоні повинен бути забезпечений певний рівень грошових доходів населення. Оскільки цей рі-

вень доходів досягається в кожному регіоні країни, то тим самим забезпечується однаковий рівень життя населення. Необхідно підкреслити принциповий характер цієї нерівності: вона означає, що в даному регіоні досягається заданий рівень життя. Якщо продуктивні сили розвинені недостатньо, то ставиться завдання про їх прискорений розвиток. Тим самим вибираються підприємства, на яких необхідно відродити втрачені в процесі економічного спаду потужності.

Такі основні моменти планування розвитку шахт у конкретному регіоні. Зрештою, вони зводяться до необхідності забезпечити всім мешканцям шахтарських міст та селищ певний рівень життя, однаковий у всіх районах. Саме в цьому сенсі слід говорити про розвиток шахт з метою найбільш повного задоволення потреб країни в готовій вугільній продукції і найбільш повне задоволення потреб місцевого населення.

Правильно поставити і вирішити завдання про поступальний розвиток шахтарських регіонів можна тільки з урахуванням перспектив розвитку паливно-енергетичної галузі, бо сама оцінка доцільності розвитку району визначається станом продуктивних сил країни в цілому.

Висновки.

1. Розробка нових математичних методів і прийомів, що використовуються для оцінки перспектив розвитку шахтного фонду в окремих регіонах Донецького басейну, нерозривно пов'язана з проблемою оптимального планування перспективного розміщення продуктивних сил.

2. У даній роботі розглянуті не всі методичні питання і не всі аспекти підтримки потужності шахт з різним рівнем інвестиційної привабливості. Важливо підкреслити, що при будь-якій близькій до реальності постановці завдання пропонується сукупність методів повинна полегшити, на нашу думку, розрахунки з оптимального розміщення виробництва готової вугільної продукції та продуктивних сил у шахтарських регіонах.

3. Економіко-математичні моделі розвитку і розміщення вугільних шахт можуть бути адаптовані до вирішення завдань визначення оптимальної потужності конкретного підприємства в ув'язці з зовнішніми факторами, до яких належать рівень інвестицій, можливості шахтобудівного виробництва і, зокрема, наявність відповідних продуктивних сил.

Бібліографічні посилання

1. **Салли В. И.** Поддержание мощности угольных шахт при ограниченных возможностях нового строительства / В. И. Салли, В. И. Малов, В. И. Бычков. – М. : Недра, 1994. – С. 272.
2. **Вагонова А. Г.** Экономические проблемы поддержания мощности и инвестирования угольных шахт Украины / А. Г. Вагонова. – Днепропетровск : Национальный горный университет, 2005. – 287 с.
3. **Статистичний** щорічник Донецької області за 2009 рік / Держкомстат України; Донецьке обласне управління статистики. – Донецьк, 2010. – 370 с.
4. **Янукович В. Ф.** Инфраструктура промышленного региона: теория, практика, перспективы / В. Ф. Янукович. – Донецк : ИЭП НАН Украины, Юго-Восток, 1999. – 168 с.
5. **Павленко И. И.** Управление инвестиционными процессами в угольной промышленности Украины / И. И. Павленко. – НГУ, 2007. – 253 с.
6. **Воспроизводство** шахтного фонда и инвестиционные процессы в угольной промышленности Украины / Г. Г. Пивняк, А. И. Амоша, Ю. П. Яценко и др. – К. : Наук. думка, 2004. – 331 с.

7. **Кулик М. Н.** Оптимизация республиканского топливно-энергетического комплекса и его отраслевых подсистем / М. Н. Кулик. – К. : Наукова думка, 1992. – 216 с.
8. **Павленко И. Я.** Система моделей оптимизации развития угольной промышленности СССР / И. Я. Павленко, В. Н. Лутай, А. И. Юфа // Системные исследования в энергетике : сб. науч. тр. – К. : ИПЭ АН УССР, 1988. – С. 3–9.

Надійшла до редколегії 22.11.2012

ДЕРЖАВНІ ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 336

M. Y. Shevtsova*, B. Olber**

**Oles Honchar Dnipropetrovsk national university;*

***Czestochowa University of Technology*

HRM STRATEGY FOR STAFF RECRUITMENT IN POLAND'S FINANCIAL INSTITUTIONS

Статтю присвячено дослідженню існуючих методів та підходів, що використовуються спеціалістами з HR у фінансових установах Польщі під час прийняття на роботу персоналу. Також стаття демонструє схематичну модель управління людськими ресурсами в банківській системі Польщі.

Ключові слова: HR, управління людськими ресурсами, менеджмент персоналу, найм персоналу.

Данная статья посвящена изучению существующих методов и подходов, используемых HR специалистами в финансовых учреждениях Польши во время принятия на работу персонала. Статья также демонстрирует схематическую модель менеджмента персонала, применяемую в банковской системе Польши.

Ключевые слова: HR, управление персоналом, менеджмент персонала, принятие на работу персонала.

The article is dedicated to the analysis of existing methods and approaches used by HR specialists in financial institutions of Poland for staff recruitment. The article also shows the schematic model of HR management applied currently in Poland's banking system.

Key words: HR, HR management, personnel management, staff recruitment.

Recently the role of HR management in a company is getting more important than ever. Particular attention is paid to maximize the efficiency of employees. As a result of such development the number of publications, which describe appropriate methods of HR management and offer either general or specific examples of effective communication with the staff, has increased.

Unfortunately, there are almost no publications dealing with HR management in financial institutions. Therefore it seems interesting to describe this process in banks as a system applicable also in other financial institutions. In particular it might be interesting to examine recruitment methods and approaches used by HR specialists in Polish banks.

Originally, the term «Human resource management» (HRM) was borrowed from the American scientific literature. In the eighties the term had become popular in the United States and at the turn of the nineties came to Europe. This concept is the expression of the search for a new formula, different from pre-existing ones, that is applied to perform HR-function, is defined as the «personnel management» and designed to respond to new challenges, resulting from changes in the environment of organizations [1].

Michael Armstrong, the leading theorist and practitioner in this sphere, defines HRM as follows: «HRM is regarded by some personnel managers as just a set of initials or old wine in new bottles. It could indeed be no more and no less than another name for personnel management, but as usually perceived, at least it has the virtue of emphasizing the virtue of treating people as a key resource, the management of which is the direct concern of top management as part of the strategic planning processes of the enterprise. Although there is nothing new in the idea, insufficient attention has been paid to it in many organizations» [2].

Also, «(...) it should be noted that the concept of human resources is different from the concept of management, despite simultaneous and strict relations occurring between these concepts. Human resources, labour factor, human capital, or other definitions come from the classic triad: land – work – capital and consider a man as a factor of production. However, this is a special factor, as it relates to development of the opportunities inherent in man himself and his ability to make economic choices, and (...) a specific need to recuperate their mental and physical strength» [3]. So recognition of HRM as a «method of personnel management» is not a mistake.

The purpose of human resources management, generally speaking, is to guide the employees to the greatest commitment and efficient contribution to success of the company. So «the aim of HRM is the realization of organizational objectives through high efficiency of work and human resources development while taking into account the objectives (interests) of employees' [4]. Therefore, harmonization the goals of business and workers' personal goals give a chance to obtain an effect of the strengthening of employee engagement and effectiveness of their work.

In the presented study direct measurement survey supported by observations was used. In order to obtain information concerning the personnel, which banks include in the documentation of personnel policy, and which are classified as information that cannot be obtain directly, the questionnaire was used. Besides, the advanced, standardized interview was conducted.

The survey was conducted among the branch managers, and persons competent in matters of personnel. The study covered by representatives, selected for the pilot scientific poll from 10 banks, located in Poland. Respondents were forewarned about the content of the survey. It was important to reflect in the study the guidelines and peculiarities of personnel policy of the banks.

The purpose of the interview was to obtain specific information on topics related to the model of staff recruitment process and management in banks. Personnel process is a systematic pattern of how to behave with employees; therefore one can make an assumption that it is a model of human resource management. Employee meets with every next component, when passes through organization, not necessarily being aware of the guidelines, which are guided by his superiors.

From the results of subsequent analysis of the questions in the questionnaire sheets, emerged the system composed of specific elements of the process of staff forming in the shape of certain outline model of employee management that common to the surveyed banks (Table 1).

Table 1

Human resource management model shown by preliminary studies	
Employment prediction technique	managerial assessment
characteristics required of candidates necessary appreciated	motivation to work and appropriate personality theoretical knowledge, practical skills and experience
source of recruitment external recruitment internal recruitment	advertisements in the media and in public institutions personal contacts and co-opting
selection procedure	hybrid
selection techniques	interview, application, references, certificates and diplomas
assessment criteria	qualifications, performance, behavioural and personality
assessment techniques	employee assessment sheet and ranking
training techniques	training and coaching
instruments of motivation incentive measures coercive measures means of persuasion	bonuses, awards, compliments and pay systems regulations and work instructions, orders and recommendations goal setting and consultation
components of remuneration	basic salary and bonuses
technique for calculating the remuneration	time – bonus

Source: own studies.

To bring the outline of this system we began from employment forecasts, which are built upon a managerial assessment (Fig. 1). Manager as a person, who is «the closest to the problem», declares about the need for staff to the personnel (HR) department, which starts recruitment. This need may be caused either new tasks that appeared or necessity to meet the maintenance of increasing amount of customers.

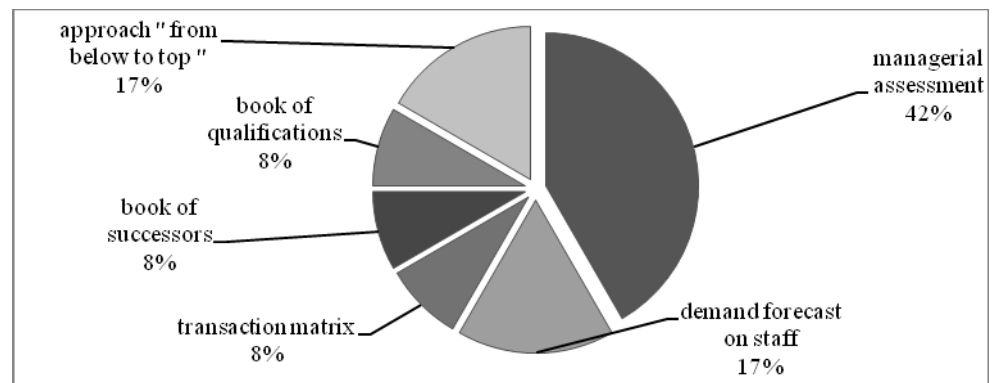


Fig.1. Techniques used in predicting the employment

Source: own studies

The analysis shows that the characteristics that are most desirable at the new candidates are motivation to work and personal characteristics (Fig. 2). From the employee's proper motivation and attitude, which are the result of the specific personality traits, according to respondents depend the employee's fast acclimatization in the bank and the effectiveness of his/her further work. However, theoretical knowledge, practical skills and experience are also appreciated.

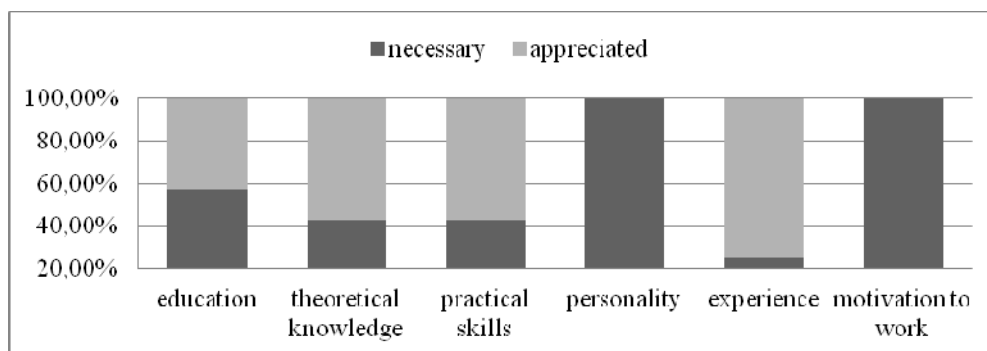


Fig. 2. Characteristics required from candidates

Source: own studies

Theoretical knowledge is helpful in the implementation of the employee, and provides a base for training; however it is not necessary because the employee gets the essential information during the training. Practical skills are also a good base to start work as well as theoretical knowledge; also employee will be acquiring them during work.

The sources of staff recruitment to the bank (Fig. 3) are different. External recruitment advertisements in the media and in public institutions give the opportunity to reach a wide range of potential employees.

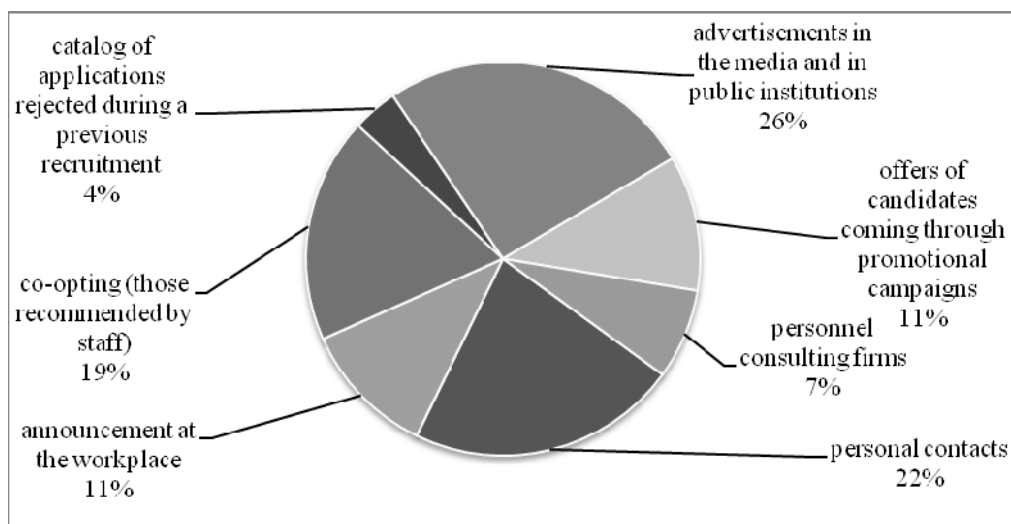


Fig. 3. Sources of recruitment in bank

Source: own studies

However, for internal recruitment the main sources are personal contacts and co-opting, which significantly solves the problem of self-identification within the company. The employee hired in this way from the beginning willingly takes part in company's life, and at the start has been supported by the senior colleague of the company. Selection of aspiring candidates is also the important component of staff recruitment strategy (Fig. 4).

For this purpose, a hybrid procedure is applied. It allows choosing a larger pool of candidates than the method of «hurdler» while being more corresponding to the criterion of employment than in the method of compensation.

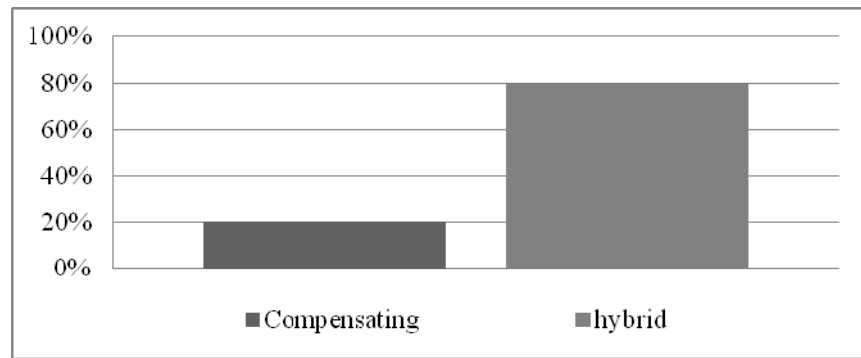


Fig. 4. The most commonly used selection techniques

Source: own studies

Techniques, which are used in the selection of candidates, are:

- interview because of the possibility best assessment of the candidate, in most cases excludes the possibility of confusion,
- applications, which are a necessity,
- references providing some confirmation of skills and experience of the candidate,
- certificates and diplomas.

Among the already employed workers during assessment were indicated the following assessment criteria: qualifications, performance, behavior and personality (Fig. 5). They all are applied at the same time as mutually complementary, and giving a complete picture of the employee.

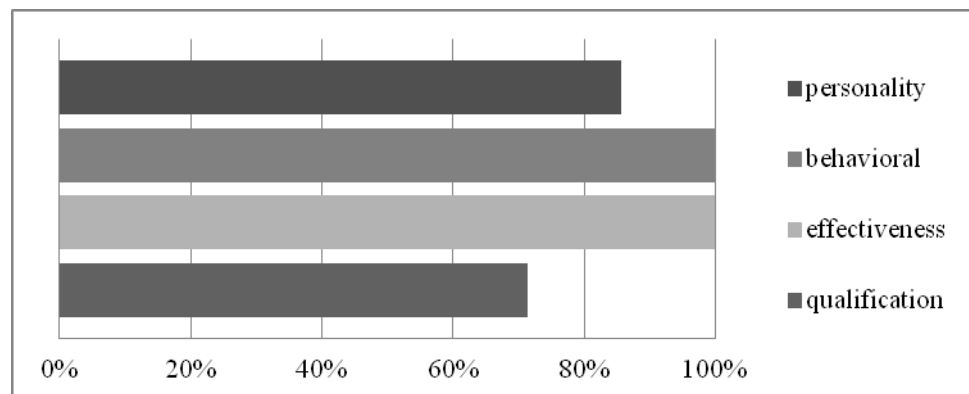


Fig. 5. Assessment criteria

Source: own studies

Among the techniques of for assessing constants for all being compared banks are employee assessment sheet and ranking (Fig. 6). Such methods are applied due to the simplicity of their use by delegated managers.

Among the banks that are compared in the area of such training techniques (Fig. 7) as a recurring are mentioned training and coaching. These techniques are complementary. Trainings are necessary for the education of a newly hired employee to the basic skills required in the workplace. At the same time coaching is a method which is used to develop the already employed workers.

Remuneration components (Fig. 8), which are common to the tested banks are: basic wages and bonuses. Basic wage gives workers a sense of security, while the

bonuses are a great way to reward employees. As a common technique for calculating the remuneration may be given the technique of time-bonus. Since the bonus element is not a permanent addition to the basic salary, its efficiency is higher than the temporal method.

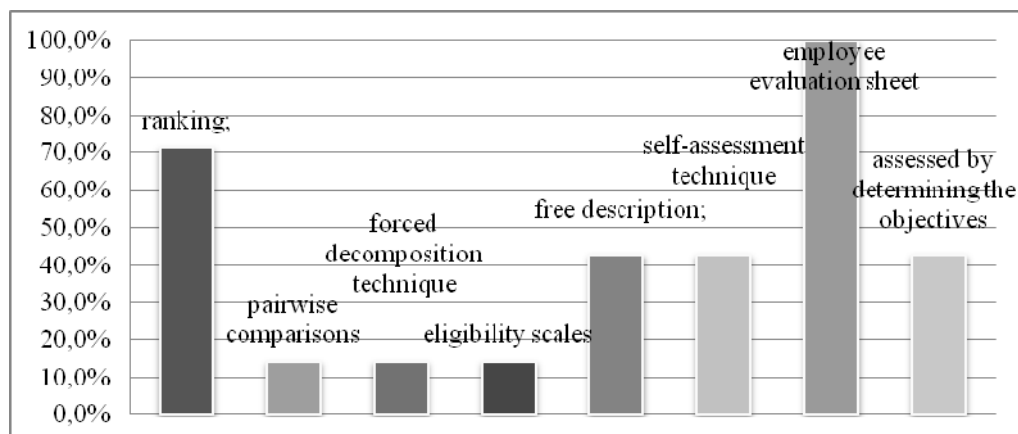


Fig. 6. Assessment techniques

Source: own studies

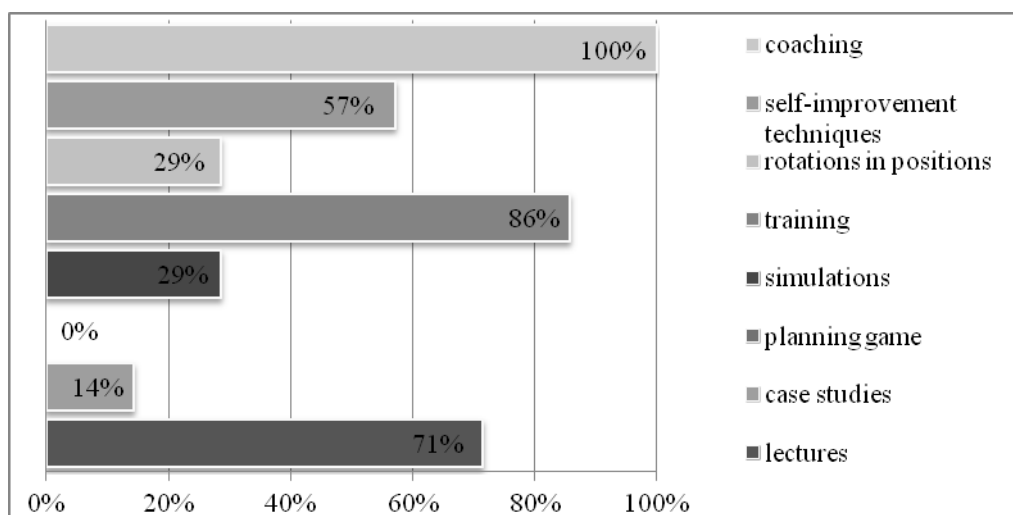


Fig. 7. The professional development techniques

Source: own studies

Survey of the instruments of motivation (Table 2) has also shown, as in other cases, some constant features that indicate the existence of a single scheme.

Thus we can distinguish incentives (bonuses, awards, pay systems, praise), coercive measures (rules and institutions work, commands, recommendations), and the means of persuasion (goal setting, consultation). Their value consists in a possibility to specify scheme.

As is apparent from the analysis of the selected sector in banks, assumptions concerning personnel function, defined in the personnel policy, are realized. Conducted preliminary study helped to demonstrate that under the personnel policy, there is a common for the bank as a specific type of organization, human resource management scheme. Indicated

assumptions can be the basis for creating the system of personnel management in financial institutions as the outline of the model in question.

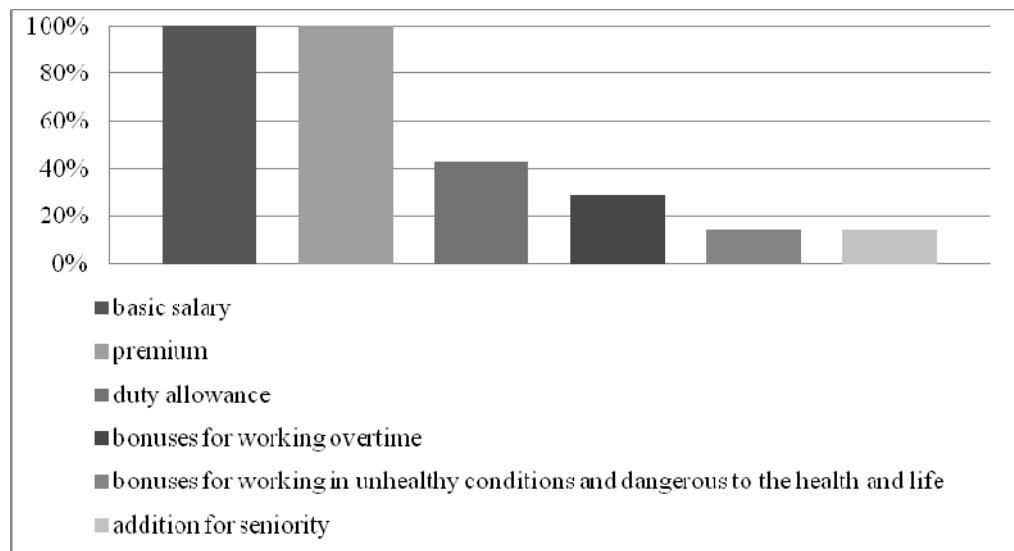


Fig. 8. Used elements of remuneration

Source: own studies

Table 2

The instruments of motivation		
Type of instruments to motivate	Instrument for motivating	Share of banks using the instruments
incentive measures	pay systems	85,7 %
	premiums	100,0 %
	awards	85,7 %
	praise	71,4 %
	flexible working time	28,6 %
	social benefits	57,1 %
	various forms of awards and acknowledgments	42,9 %
	self-development opportunities	57,1 %
	autonomy in carrying out tasks	14,3 %
coercive measures	labor standards	28,6 %
	regulations and work instructions	100,0 %
	commands	14,3 %
	warrants	28,6 %
	prohibitions	28,6 %
	command	100,0 %
	recommendations	100,0 %
	own commitments and obligations taken upon himself voluntarily	28,6 %
means of persuasion	goal setting	100,0 %
	management style	42,9 %
	participation in management	14,3 %
	negotiations	42,9 %
	suggesting	42,9 %
	consultation	57,1 %

Source: own studies.

Among the factors that can form the basis of such scheme is necessary to distinguish:

1. The basic technique for predicting the employment is managerial assessment. This may be caused by a trend that inherent to banks and other financial institutions, which are developing more and more new branches or smaller local units, where a manager is the person who reports about the needs for staff.

2. Features such as self-motivation and the corresponding personality are the guarantee of good work in a team, so special attention is paid these attributes. Any manager seeks to establish the best team. Theoretical knowledge, practical skills and experience will help if the candidate has previously performed similar work, but it is not necessary because the employees at financial institutions are trained for the job.

3. Advertisements in the media and in public institutions are used in recruiting, especially for employees without experience or practical skills. Emphasis on the personality, personal contacts and co-opting as guarantee for rapid integration into a team of employees is necessary in the recruitment.

4. The motivation to work and the corresponding personality are difficult to examine because mixed selection technique is applied.

5. The criteria, which used by the company, are: interview, application, references, certificates and diplomas. Verifying the candidate from the formal point is necessary procedure, which requires references and certificates and diplomas. Applications and interviews allow showing silhouette of the candidate in terms of required characteristics.

6. The sheet of employee assessment and ranking illustrates clearly the progress in the career of employee and his/her development. In addition, they allow employees to compare their achievements with the results of colleagues.

7. Practical skills and experience are developed through training, and with the development of the coaching employee.

8. The elements of applied training system are linked to measures used as instruments of motivation. In front of an employee goals are placed, which must be achieved, and due to the coaching he can always expect for consultations.

The obtained results allow concluding that the connection of particular elements could create the coherent system. Therefore, it can also be noted that elements, consisting on the common model of human resource management, exist in the examined group of banking institutions.

Bibliography

1. **Armstrong M.** Zarządzanie zasobami ludzkim: Oficyna Ekonomiczna wyd. – Kraków, 2000. – P. 26.
2. **Borkowski S.** [red. naukowa], Zarządzanie zasobami ludzkimi w Polsce przeszłość, teraźniejszość, przyszłość: wyd. Oficyna Wolters Kluwer business. – Kraków, 2007. – P. 242. [Armstrong M. A handbook of human resource management practice / M. Armstrong. – Cambridge University Press, 2006. – 982 p. – P. 18.]
3. **Gablota M.** Potencjał pracy w przedsiębiorstwie kształtowanie i wykorzystywanie : wyd. 2, poprawione: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oscara we Wrocławiu. – Wrocław, 1998. – P. 200–202.
4. **Pocztowski A.** Zarządzanie zasobami ludzkimi : zarys problematyki i metod : wyd. Kraków Oficyna Wydaw. ANTYKWA s. c. – KRAKOW, 1998. – P. 19.
5. **Współczesne** tendencje w zarządzaniu zasobami pracy // Materiały z międzynarodowej konferencji zorganizowanej przez Katedrę Zarządzania Zasobami Pracy Akademii Ekonomicznej w Krakowie. – Kraków, 1997 – P. 107.

Надійшла до редакції 07.08.2012

В. Ю. Звенячкіна

*Донецький національний технічний університет***ОСОБЛИВОСТІ ПОДАТКОВОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розглянуто питання, що стосується ведення обліку витрат промислових підприємств. Виявлено низку протиріч, існуючих сьогодні в бухгалтерському обліку та податковому законодавстві.

Ключові слова: витрати, собівартість, бухгалтерський облік, податковий облік.

Рассмотрены вопросы организации учета расходов на промышленных предприятиях. Вывявлен ряд противоречий, существующих сегодня в бухгалтерском учете и налоговом законодательстве.

Ключевые слова: расходы, себестоимость, бухгалтерский учет, налоговый учет.

The article concerns the matters dealing with record-keeping costs of industrial enterprises. The range of mismatches were revealed that exist nowadays in accounting and tax laws.

Keywords: costs, prime cost, accounting, tax accounting.

Облік витрат посідає визначальне місце в економіці підприємства, оскільки на ньому базуються економічні показники виробництва продукції. Категорія витрат характерна для всіх суб'єктів господарювання незалежно від їхнього виду діяльності, форми власності, розміру. Витрати впливають прямо й опосередковано практично на всі сфери функціонування підприємства, визначаючи його політику ціноутворення, обсяги виробництва, розмір прибутку, показники фінансового стану, конкурентоспроможність продукції та підприємства в цілому, ефективність управління компанією та ін. Взагалі, витрати віддзеркалюють ціну усіх залучених підприємством економічних ресурсів і, таким чином, просто характеризують ефективність його діяльності.

Облік витрат на виробництво є важливою частиною бухгалтерського обліку промислового підприємства і органічно пов'язане з калькулюванням собівартості. Вивченню цього питання приділяли увагу багатьох як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників, таких як Майкл Мескон, Франклін Хедоурі, І. В. Бугай, С. Ф. Голов, І. Голошевіч та інші [1; 2, с. 219–225; 3, с. 4–10; 4; 5; 6, с. 41–45; 7, с. 30–35; 8, с. 48–53]. Їхні дослідження зосереджено на вдосконаленні методів нормування, обліку й калькулювання витрат на виготовлення продукції, організації їхнього аналізу й складання бюджетів та пошуку резервів зниження витрат на промислових підприємствах. Загальний недолік усіх запропонованих методів і рекомендацій з удосконалення обліку витрат полягає в невитриманості комплексного підходу до дослідження витрат при всьому різноманітті впливу факторів з урахуванням їх взаємозумовленості і суперечливості характеру прояву. Усе це свідчить про актуальність теми.

На даному етапі реформування економіки України та в зв'язку з прийняттям Верховною Радою України Податкового кодексу України, облік витрат представляє особливий інтерес. З дати вступу в дію розділу III «Податок на прибуток» цього кодексу почалися кардинальні зміни в обліку витрат підприємства. Зміни стосувалися не лише податкового обліку витрат, а й спричинили нововведення в бухгалтерському обліку витрат. Особливо зміни в обліку торкнулися операційних витрат, а саме собівартості виготовленої продукції (виконаних робіт, наданих послуг) у бухгалтерському обліку і собівартості виготовлених і реалізованих товарів (робіт, послуг) – у податковому обліку.

Беручи до уваги зазначене, метою даної статті є аналіз організації бухгалтерського обліку витрат основної діяльності промислових підприємств та виявлення протиріч у бухгалтерському обліку й податковому законодавстві.

Основним нормативним документом, який регламентує на сьогоднішній день відображення витрат підприємств України в бухгалтерському обліку, є П(С)БО 16 «Витрати» [9]. Відповідно до П(С)БО 16, витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства, за умовою, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені.

Витрати визнаються витратами певного періоду одночасно з визнанням доходу, для отримання якого вони здійснені. Витрати, які неможливо прямо пов'язати з доходами певного періоду, відображають у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені. Якщо актив забезпечує отримання економічних вигод протягом декількох звітних періодів, то витрати визнаються шляхом систематичного розподілу його вартості між відповідними звітними періодами.

В основі організації обліку витрат на виробництво і калькуляції собівартості продукції лежать наступні принципи [10; 11]:

- незмінність прийнятій методології обліку протягом року;
- документування витрат і повне їх відображення на рахунках обліку виробництва;
- обґрунтована класифікація витрат на виробництво;
- регламентація складу собівартості продукції;
- встановлення об'єктів обліку витрат, об'єктів калькуляції і калькуляційних одиниць;
- узгодженість об'єктів обліку витрат з об'єктами калькуляції собівартості продукції, показників обліку фактичних витрат – з нормативними, плановими і т. д.;
- локалізація витрат за характером, видами виробництва, місцями виникнення, об'єктами обліку і калькуляції;
- вибір методів розподілу непрямих витрат;
- розмежування витрат за періодами;
- доцільність розширення кола витрат, що відносяться до об'єктів обліку за прямим призначенням;
- локалізація витрат, що виникають у зв'язку з виготовленням певної продукції;
- здійснення оперативного контролю за витратами виробництва і формуванням собівартості продукції;
- вибір способів розрахунку собівартості калькуляційної одиниці та ін.

Ці загальні принципи на окремих підприємствах конкретизуються з урахуванням специфіки галузі і особливостей виробництва. При цьому облік витрат на виробництво і калькулювання фактичної собівартості продукції повинні забезпечити:

- своєчасне, повне і достовірне визначення фактичних витрат, пов'язаних з виробництвом і збутом продукції, а також непродуктивних витрат і втрат, що допускаються на окремих ділянках і стадіях виробництва;
- надання управлінським структурам підприємства інформації, необхідної для управління виробничими процесами і ухвалення рішень з урахуванням їхніх економічних наслідків;
- достовірне обрахування всіх фактичних витрат на виробництво окремих видів і всієї продукції, собівартості одиниці виробленої продукції і визначення

відхилень від планових (нормативних) витрат шляхом групування і розподілу витрат на виробництво за статтями, виробами і видами продукції з метою формування економічної стратегії на майбутнє;

- контроль за економним і раціональним використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, грошових і інших коштів;

- виявлення відхилень від діючих норм, внутрішніх резервів підприємства для подальшого зниження матеріальних, трудових і грошових витрат на одиницю продукції, результатів виробничої діяльності підприємства і його підрозділів;

- визначення фактичної ефективності організаційно-технічних заходів щодо розвитку і вдосконалення виробництва, визначення фактичного об'єму випуску продукції, її асортименту і якості, здійснення контролю за виконанням планів за цими показниками;

- обрахування собівартості продукції, що випускається для оцінки готової продукції і розрахунку фінансових результатів;

- визначення рентабельності продукції і чинників, що впливають на її рівень;

- виявлення і оцінка економічних результатів виробничої діяльності структурних підрозділів підприємства, оцінка ефективності роботи підприємства в цілому;

- виявлення і використання резервів зниження собівартості продукції.

П(С)БО 16 передбачено визначення двох видів собівартості:

- собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг), яка складається з виробничої собівартості продукції (робіт, послуг), реалізованої протягом звітного періоду; нерозподілених постійних загальновиробничих витрат; наднормативних виробничих витрат;

- виробнича собівартість продукції (робіт, послуг), яка включає прямі матеріальні витрати; прямі витрати на оплату праці; інші прямі витрати; змінні загальновиробничі і постійні розподілені загальновиробничі витрати.

До складу прямих матеріальних витрат включається вартість сировини, основних і допоміжних матеріалів, купівельних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, палива і енергії, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат на підставі первинних документів. Тобто ті матеріали, які використовуються не для виробництва продукції, робіт і послуг, а для іншої мети (капітальне будівництво, адміністративні цілі), до складу виробничої собівартості не включаються.

Прямі матеріальні витрати зменшуються на вартість зворотних відходів, отриманих у процесі виробництва, які оцінюються за справедливою вартістю або за вартістю можливого їх використання.

До складу прямих витрат на оплату праці включаються заробітна плата та інші виплати працівникам, зайнятим у виробництві продукції, виконанні робіт і наданні послуг, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат.

Пряме віднесення до складу собівартості окремих видів (груп) продукції основної заробітної плати виробничих робітників при відрядній формі оплати праці не викликає труднощів, оскільки проводиться на підставі первинних документів. Проте частина основної і додаткової заробітної плати (погодинна оплата праці робітників, які беруть участь у технологічних процесах по виробленню продукції, всілякі види доплат, надбавок і ін.) не уявляється можливим безпосередньо за даними первинних документів відносити на собівартість конкретних виробів. Тому фактично нараховану суму такої заробітної плати включають до складу загальновиробничих (накладних) витрат, а потім розподіляють між окре-

ними видами продукції пропорційно прийнятій на даному підприємстві базі розподілу.

Зразковий склад інших прямих витрат, що формують виробничу собівартість, приведений у п. 14 П(С)БО 16. До їх складу можуть бути включені всі інші виробничі витрати, що безпосередньо відносяться до конкретного об'єкта витрат: відрахування на загальнообов'язкове соціальне страхування; плата за оренду земельних і майнових паїв; амортизація; втрати від браку, що складаються з вартості остаточно забракованої через технологічні причини продукції (виробів, вузлів, напівфабрикатів), зменшеній на її справедливую вартість, і витрат на виправлення такого технічно неминучого браку.

Окрім перерахованих вище витрат, виробничу собівартість продукції (робіт, послуг) формують також змінні і постійні розподілені загальновиробничі витрати. Вони є витратами, пов'язаними з виробництвом продукції (робіт, послуг), які не можна безпосередньо віднести до конкретного об'єкта витрат. Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати не відносяться до складу виробничої собівартості, а включаються в собівартість реалізованої продукції. Загальна сума розподілених і нерозподілених постійних загальновиробничих витрат не може перевищувати їх фактичну величину.

Крім того, не включаються в виробничу собівартість, а відносяться до складу собівартості реалізованої продукції (робіт, послуг) наднормативні виробничі витрати. Наднормативні витрати на виробництво готової продукції є витратами звітного періоду і повинні бути віднесені на собівартість не виробленої, а реалізованої продукції.

Інтерпретування витрат багато в чому залежить від користувачів інформації. Так потенційні інвестори планують вкладати кошти в підприємство, яке має стабільні фінансові результати; податкові працівники бажають постійно отримувати відрахування до бюджету; у керівництва та власників підприємства одночасно дві мети – залучити якомога більше інвестицій і сплатити по можливості менше податків. Останні прагнуть показати для потенційних інвесторів більший прибуток, у той час як для оподаткування його зменшити. Зробити це можна тільки шляхом збільшення витрат. Для того щоб попередити це, держава жорстко регламентує витрати, що не пов'язані безпосередньо з виробничою діяльністю. Очевидно, саме це і стало основною причиною виникнення податкового обліку, який ведуть за вимогами органів оподаткування.

Отже, відповідно до Податкового кодексу України [12] витрати – це сума будь-яких витрат платника податку у грошовій, матеріальній або нематеріальній формах, здійснюваних для провадження господарської діяльності платника податку, в результаті яких відбувається зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, унаслідок чого відбувається зменшення власного капіталу (крім змін капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власником).

Витрати, що враховуються при вирахуванні об'єкта оподаткування, складаються з витрат операційної діяльності й інших витрат.

Так, до витрат операційної діяльності належать:

- собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг;
- витрати банківських установ.

Під «іншими витратами операційної діяльності» слід розуміти: адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати, фінансові витрати, інші витрати звичайної діяльності.

Витрати, що формують собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг визнаються витратами того звітного періоду, в якому визнані доходи від реалізації таких товарів, виконаних робіт, наданих послуг Податкового Кодексу України. Інші витрати визнаються витратами того звітного періоду, в якому вони були здійснені, відповідно до правил бухгалтерського обліку, з врахуванням положень, наведених у підпунктах п.138.5 ст. 138 ПКУ.

Собівартість реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг за Податковим кодексом України – витрати, що прямо пов'язані з виробництвом та/або придбанням реалізованих протягом звітного податкового періоду товарів, виконаних робіт, наданих послуг, які визначаються відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку, що застосовуються в частині, яка не суперечить положенням цього розділу.

Собівартість виготовлених і реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг складається з витрат, прямо пов'язаних з виробництвом таких товарів, виконанням робіт, наданням послуг, а саме: прямих матеріальних витрат; прямих витрат на оплату праці; амортизації виробничих основних засобів і нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням товарів, наданням послуг; загальновиробничих витрат, які відносяться на собівартість виготовлених і реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг згідно з положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку; вартості придбаних послуг, прямо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг; інших прямих витрат, у тому числі витрат з придбання електричної енергії.

До складу прямих матеріальних витрат за Податковим кодексом включаються вартість сировини й основних матеріалів, що створюють основу виготовленого товару, виконаної роботи, наданої послуги, придбаних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, допоміжних й інших матеріалів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат. Прямі матеріальні витрати зменшуються на вартість зворотних відходів, отриманих у процесі виробництва, які оцінюються в порядку, визначеному в положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку.

До складу прямих витрат на оплату праці включаються заробітна плата й інші виплати робітникам, зайнятим у виробництві товарів (виконанні робіт, наданні послуг), які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат.

До складу загальновиробничих витрат включаються:

- витрати на управління виробництвом (оплату праці працівників апарату управління цехами, ділянками; внески на соціальні заходи; медичне страхування, страхування відповідно до Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення», страхування за довгостроковими договорами страхування життя в межах, визначених ст. 142 ПКУ, працівників апарату управління цехами, ділянками, витрати на оплату службових відряджень персоналу цехів, дільниць.);

- амортизація основних засобів загальновиробничого (цехового, дільничного, лінійного) призначення;

- амортизація нематеріальних активів загальновиробничого (цехового, дільничного, лінійного) призначення;

- витрати на утримування, експлуатацію й ремонт, страхування, оперативну оренду основних засобів, інших необоротних активів загальновиробничого призначення;

- витрати на удосконалення технології та організацію виробництва (оплата праці та внески на соціальні заходи працівників, зайнятих удосконаленням тех-

нології й організацією виробництва, поліпшенням якості продукції, підвищенням її надійності, довговічності, інших експлуатаційних характеристик у виробничому процесі; витрати матеріалів, придбаних комплектуючих виробів і напівфабрикатів, оплата послуг сторонніх організацій);

- витрати на опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення й інші послуги з утримання виробничого приміщення;

- витрати на обслуговування виробничого процесу;

- витрати на охорону праці, техніку безпеки;

- суми витрат, пов'язаних з підтвердженням відповідності продукції, систем якості, систем управління якістю, систем екологічного управління, персоналу, встановленим вимогам відповідно до Закону України «Про підтвердження відповідності»;

- суми витрат, пов'язані з розвідкою або дорозвідкою й облаштуванням нафтових і газових родовищ (за винятком витрат на спорудження будь-яких свердловин, що використовують для розробки нафтових і газових родовищ, що були занесені з моменту зарахування таких свердловин в експлуатаційний фонд, а також інших витрат, пов'язаних з придбанням або виготовленням основних засобів, які підлягають амортизації відповідно до Податкового кодексу України.

- інші загальновиробничі витрати (внутрішньозаводське переміщення матеріалів, деталей, напівфабрикатів, інструментів зі складів у цехи та готової продукції на склади); нестачі незавершеного виробництва, нестачі і втрати від псування матеріальних цінностей у цехах у межах норм природного убутку відповідно до затверджених центральними органами виконавчої влади та узгодженими Міністерством фінансів України нормативів.

До складу інших прямих витрат включаються всі інші виробничі витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний об'єкт витрат, у тому числі внески на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв.

Собівартість придбаних і реалізованих товарів формується відповідно до ціни їх придбання з урахуванням ввізного мита та витрат на доставку й доведення до стану, придатного для продажу.

Фактична вартість остаточно забракованої продукції не включається до складу витрат платника податку, за винятком втрат від браку, що складаються з вартості остаточно забракованої з технологічних причин продукції (виробів, вузлів, напівфабрикатів) і витрат на виправлення такого технічно неминучого браку, у випадку реалізації такої продукції. Платник податку має право самостійно визначати припустимі норми технічно неминучого браку в наказі по підприємству при умові обґрунтування його розміру. Такі самостійно встановлені платником податку норми діють до встановлення таких норм центральними органами виконавчої влади у відповідній сфері.

Як уже відомо, до інших витрат операційної діяльності належать адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати.

Отже, адміністративні витрати – це витрати, що спрямовані на обслуговування й управління підприємством. Це:

- загальні корпоративні витрати, в тому числі організаційні витрати, витрати на проведення річних та інших зборів органів управління, представницькі витрати;

- витрати на службові відрядження й утримання апарату управління підприємством (у тому числі витрати на оплату праці адміністративного апарату) й іншого загальногосподарського персоналу;

– витрати на утримання основних засобів, інших необоротних матеріальних активів загальногосподарського використання (оперативна оренда (в тому числі оренда легкових автомобілів), придбання паливо-мастильних матеріалів, стоянка, парковка, освітлення, страхування майна, амортизація, ремонт, опалення, водопостачання, водовідведення, охорона);

– винагороди за консультаційні, інформаційні, аудиторські та інші послуги, які отримує платник податку для забезпечення господарської діяльності;

– витрати на оплату послуг зв'язку (пошта, телеграф, телефон, телефакс, сотовий зв'язок й інші подібні витрати);

– амортизація нематеріальних активів загальногосподарського використання;

– витрати на урегулювання суперечок у судах;

– плата за розрахунково-касове обслуговування й інші послуги банків;

– інші витрати загальногосподарського призначення.

Витрати на збут включають витрати, пов'язані з реалізацією товарів, виконанням робіт, наданням послуг:

– витрати на пакувальні матеріали для затарування товарів на складах готової продукції;

– витрати на ремонт тари;

– оплата праці та комісійні винагороди продавцям, торговим агентам і працівникам підрозділів, що забезпечують збут;

– витрати на рекламу та дослідження ринку (маркетинг), на передпродажну підготовку товарів;

– витрати на відрядження працівників, зайнятих збутом;

– витрати на утримання основних засобів, інших необоротних матеріальних активів, пов'язаних зі збутом товарів, виконанням робіт, наданням послуг (оперативна оренда, страхування, амортизація, ремонт, опалення, освітлення, охорона);

– витрати на транспортування, перевалку й страхування товарів, транспортно-експедиційні послуги та інші послуги, пов'язані з транспортуванням продукції (товарів) відповідно до умов договору постачання;

– витрати на гарантійний ремонт і гарантійне обслуговування;

– витрати на транспортування готової продукції (товарів) між складами підрозділів підприємства;

– інші витрати, пов'язані зі збутом товарів, виконанням робіт, наданням послуг.

До інших операційних витрат відносять:

– витрати за операціями в іноземній валюті, втрати від курсових різниць;

– амортизацію наданих в оперативну оренду необоротних активів; амортизацію необоротних і нематеріальних активів у складі об'єктів, отриманих у концесію;

– інші витрати операційної діяльності, пов'язані з господарською діяльністю, в тому числі, але не виключно: суми коштів, що внесені в страхові резерви (ст. 159 ПКУ); суми нарахованих податків і зборів, установлених Податковим кодексом України; єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, суми визначені відповідно ст. 13 Закону України «Про пенсійне забезпечення»; пені, штрафи, неустойки, передбачені ст. 139 ПКУ; витрати на інформаційне забезпечення господарської діяльності платника податку, в тому числі з питань законодавства, на придбання літератури, оплату інтернет-послуг і підписку на спеціалізовані періодичні видання; суми коштів, спрямовані уповноваженими банками в додатковий спеціальний резерв страхування пенсійних вкладів і додаткові спеціальні резерви страхування коштів фондів банківського управління відповідно до закону, що регулює питання створення і функціонування фондів банківського управління.

Перелік інших витрат звичайної діяльності підприємства наведено в пп. 138.10.5, 138.10.6 п.138.10 ст. 138 і п.138.11, 138.12 ст. 138 ПКУ [12–16].

Витрати, що враховуються для визначення об'єкта оподаткування, визнаються на підставі первинних документів, що підтверджують здійснення платником податку витрат, обов'язковість ведення та збереження яких передбачено правилами ведення бухгалтерського обліку, та інших документів, встановлених II розділом Податкового кодексу України.

Якщо платник податку здійснює виробництво товарів, виконання робіт, надання послуг з довготривалим технологічним циклом виробництва за умовою, що договорами, складеними на виробництво таких товарів, виконання робіт, надання послуг, не передбачено їх поетапне здавання, до витрат звітного податкового періоду включаються витрати, пов'язані з виробництвом таких товарів, виконанням робіт, наданням послуг у цьому періоді.

В статті 139 Податкового кодексу України надано склад витрат, що не враховуються при визначенні об'єкта оподаткування, серед яких такі як організація прийомів, презентацій, свят; фінансування особових потреб фізичних осіб (за винятком виплат фізичним особам відповідно до трудових договорів і договорів громадянсько-правового характеру і сплати внесків на соціальні заходи відповідно до п.142 і 143); передплата, дивіденди сплачені, суми повернених займів, витрати на придбання необоротних активів, сплачені штрафи, витрати, що не підтверджені документально, сплачений у складі вартості товарів податок на додану вартість.

Висновки.

Таким чином, виконуючи операції, пов'язані з виробництвом чи реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), підприємство виконує свою основну діяльність, яка і забезпечує основну частку його доходу. Але щоб отримати цю частку доходу, підприємству необхідно понести витрати. Витрати потребують жорсткого обліку та контролю. В нашій країні є два обов'язкових види обліку – бухгалтерський та податковий. Основними нормативними актами, що регламентують бухгалтерський облік витрат на підприємствах України, є Положення (Стандарт) Бухгалтерського обліку 16 «Витрати», а податковий облік – Податковий кодекс України відповідно. В них наведено визначення, склад і структура витрат. Бухгалтерський та податковий облік – це два окремих обліки підприємства. Та незважаючи на це, ці два види обліку повинні бути узгодженими між собою для ефективної роботи підприємства.

До 1 квітня 2011р. норми податкового законодавства значно відрізнялися від норм П(С)БО 16 «Витрати», але зі вступом в дію Податкового кодексу України, а саме розділу III «Податок на прибуток», норми цих двох нормативно-правових актів значно зблизилися. Отож податковий облік витрат здійснюється відповідно до вимог Податкового кодексу України, які спираються на норми положень бухгалтерського обліку. Із 1 серпня 2011 року загальновиробничі витрати в податковому обліку стали включати до собівартості виготовлених і реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг разом з прямими витратами. Тобто, проблема, що стосувалася невизначеності в віднесенні цих витрат до собівартості реалізації чи витрат періоду була вирішена. Але залишилася проблема складу загальновиробничих витрат відповідно до вимог податкового законодавства та норм П(С)БО 16 «Витрати».

Бібліографічні посилання

1. **Мескон М.** Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, В. Хедоури ; пер. с англ. Л. И. Евенко. – М. : Дело, 1997. – 704 с.

2. **Бугай І. В.** Особливості визначення собівартості продукції / І. В. Бугай // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2003. – Вип. 167. – С. 219–225.
3. **Вишневецька В.** Новітня історія: застосовуємо з серпня / В. Вишневецька, Н. Волошина, Є. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – № 100. – С. 4–10.
4. **Голов С. Ф.** Управленческий учет / С. Ф. Голов. – Х. : Фактор, 2009. – 786 с.
5. **Голошевич І.** Спецвипуск. Собівартість: від калькуляції до декларації / І. Голошевич // Бухгалтерія. – 2011. – № 34(969).
6. **Корнійчук Г.** Собівартість під лупою: заповнюємо додаток СВ / Г. Корнійчук // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – № 66. – С. 41–45.
7. **Моссаковський В.** Парадокси бухгалтерського обліку в Україні / В. Моссаковський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 9. – С. 30–35.
8. **Шершун І.** Загальновиробничі витрати: порядок обліку і розподілу / І. Шершун // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – № 20(955). – С. 48–53.
9. **Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджений наказом МФУ від 31.12.99р. №318 (зі змінами та доповненнями)** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0452-11>
10. **Свідерський Є.** Удосконалення методики бухгалтерського обліку податку на прибуток згідно з Податковим кодексом / Є. Свідерський, Д. Свідерський // Бухгалтерський облік і аудит. – 2011. – № 3. – С. 3–7.
11. **Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг), затверджені Наказом Міністерства промислової політики України від 09.07.20071 №373** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0373581-07>.
12. **Податковий Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nibu.factor.ua/info/NKU_rozd/NKU_rozd3
13. **Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Змін до деяких положень (стандартів) бухгалтерського обліку» від 18.03.11 р. №372** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0452-11>
14. **Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Змін в деякі нормативно-правові акти Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку» від 31.05.11 р. №664** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0730-11>.
15. **Закон України «Про внесення змін в Податковий Кодекс України та деякі інші законодавчі акти України з удосконалення окремих норм Податкового кодексу України» від 07.07.2011 № 3609** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/3609-17>.
16. **Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Змін в деякі нормативно-правові акти Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку» від 26.09.11 р. №1204** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1181-11>.

Надійшла до редколегії 14.06.2012

УДК 33.05-044.372:[338,45:669]

О. В. Коваленко*Запорізька державна інженерна академія***СИСТЕМА ОЦІНОЧНИХ ПОКАЗНИКІВ-ІНДИКАТОРІВ
КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЇ**

Охарактеризовані рекомендації з визначення системи оціночних показників і виявлення масштабів кризового стану господарюючого суб'єкта з метою розробки заходів антикризового фінансового управління.

Ключові слова: криза, банкрутство, діагностика банкрутства, індикатори кризового стану, чисті активи підприємства.

Охарактеризованы рекомендации по определению системы оценочных показателей и выявлению масштабов кризисного состояния субъекта хозяйствования с целью разработки мер антикризисного финансового воздействия.

Ключевые слова: кризис, банкротство, диагностика банкротства, индикаторы кризисного состояния, чистые активы предприятия.

Author examined recommendations from the definition of performance indicators and identify the scale of the crisis state of the entity to develop measures of crisis financial management.

Keywords: insolvency diagnostics, crisis indicator, net assets, contingent liabilities, contingent assets.

Нагальність дослідження альтернатив уникнення банкрутства підприємств металургійної галузі та шляхів виходу із кризи викликана тим, що неплатоспроможність підприємств вітчизняної економіки обумовлює циклічні процеси неплатежів, які спричиняють негативні явища соціального характеру. Як наслідок, суттєве зниження обсягів виробництва на підприємствах металургійного комплексу є одним із домінуючих чинників, що обумовлюють поширення кризи. Протидія кризовим явищам в українській економіці неможлива без керованості ситуацій у цьому секторі, тому що металургійне виробництво є однією з ключових, базових галузей промисловості та загалом економіки України, що впливає на рівень соціально-економічного розвитку держави.

Суттєвий внесок у розробку фундаментальних основ антикризового управління та формування механізму попередження загрози банкрутства підприємств зробили вітчизняні вчені: О. Амоша, С. Аптекар, І. Бланк, І. Булеєв, В. Василенко, В. Геєць, С. Іванюта, Л. Лігоненко, І. Лукінов, Є. Мних, Л. Ситник, О. Терещенко та інші. Проте науковцями не приділяється належна увага проблемам пошуку ефективних оціночних показників-індикаторів кризового стану підприємств металургії, що обумовило вибір теми дослідження.

Мета статті полягає в спробі визначення індикаторів загрози банкрутства металургійних підприємств при проведенні експрес-діагностики неплатоспроможності на основі показників динаміки ліквідності (платоспроможності), забезпечення власними коштами, розміру чистих активів, одержаних у результаті структурування оборотних активів і поточних зобов'язань та відкоригованих на розмір «умовних активів і потенційних зобов'язань», що дозволяє запобігти заниження оцінки зобов'язань боржника з урахуванням рівня інфляції та ризиків, передбачених вимогами господарського, цивільного і податкового законодавства.

Фінансовий стан підприємства, у якого на початку і наприкінці звітного кварталу мають місце ознаки поточної неплатоспроможності, відповідає законодавчому ви-

значенню боржника, який неспроможний виконати свої грошові зобов'язання перед кредиторами, у тому числі зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) протягом трьох місяців після настання встановленого строку їх сплати. Ознаки критичної неплатоспроможності, що відповідають фінансовому стану потенційного банкрутства, мають місце, якщо на початку і наприкінці звітного кварталу, що передував поданню заяви про порушення справи про банкрутство, мають місце ознаки поточної неплатоспроможності, а коефіцієнт покриття і коефіцієнт забезпечення власними засобами наприкінці звітного кварталу менше від їх нормативних значень – 1,5 і 0,1 відповідно [5]. Коефіцієнт покриття (Кп) характеризує достатність оборотних коштів підприємства для погашення своїх боргів і визначається, як відношення суми оборотних коштів до загальної суми поточних зобов'язань за кредитами банку, інших позикових коштів і розрахунків з кредиторами. Його зростання може бути викликано лише випереджаючим зростанням оборотних активів. З балансових співвідношень випливає, що саме по собі зменшення кредиторської заборгованості неможливе без еквівалентного зменшення ліквідних активів, тому найбільш прийнятним засобом підвищення поточної ліквідності є нарощування оборотних коштів за рахунок результатів господарської діяльності з одночасним збільшенням пасивної частини прибутків. Таким чином, критерієм відновлення платоспроможності є здобуття в планованому періоді прибутків у розмірі, необхідному для забезпечення двократного перевищення поточних активів над поточними зобов'язаннями. В економічно розвинених країнах нормативне значення коефіцієнта поточної ліквідності, яке дорівнює 2,0, розглядається як безпечне значення, яке залежить від особливостей галузі, форми розрахунків за товари і послуги, тривалості виробничого циклу, структури запасів, тобто ліквідних запасів повинно вистачати для безумовного виконання короткострокових зобов'язань. Отже, значення показника не повинне опускатися нижче 1,0. Співвідношення поточних активів і короткострокових зобов'язань нижче ніж 1:1 свідчить про високий фінансовий ризик, оскільки підприємство не в змозі оплатити свої рахунки. Співвідношення 1:1 припускає рівність поточних активів і короткострокових зобов'язань. Проте, зважаючи на різний рівень ліквідності активів, можна припустити, що не всі активи будуть негайно реалізовані, а тому виникає загроза для фінансової стабільності підприємства. Коефіцієнт забезпечення власними засобами характеризує наявність у підприємства власних оборотних коштів, необхідних для його фінансової сталості, і визначається, як відношення різниці між обсягами джерел власних та прирівняних до них коштів і фактичною вартістю основних засобів та інших необоротних активів до вартості наявних у підприємства оборотних активів – виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції, грошових коштів, дебіторської заборгованості та інших оборотних активів.

О. О. Орлов і К. І. Залогіна наполягають, що попередня оцінка масштабів кризового фінансового стану підприємства проводиться на основі аналізу окремих сторін кризового розвитку підприємства за ряд попередніх етапів. Практика фінансового менеджменту використовує при оцінці масштабів кризового фінансового стану підприємства три принципових характеристики: легка фінансова криза; глибока фінансова криза; фінансова катастрофа. За необхідністю кожна із цих характеристик може одержати більш поглиблену диференціацію [6, с. 51].

С. Я. Салига і Н. В. Нестеренко зауважують, що основу аналізу становить порівняння фактичних показників-індикаторів із плановими (нормативними) і виявлення розмірів відхилень у динаміці. Збільшення розміру негативних відхилень у динаміці характеризує наростання кризових явищ фінансової діяльності підприємства, що генерують загрозу його банкрутства [9, с. 62]. А. В. Зубкова пропонує застосовувати довідкові нормативні значення фінансових коефіцієнтів, зокрема показників ліквідності, для формулювання висновків щодо нормальних, проблемних та кризових показників [1, с. 37].

Існуюча методика [5] передбачає здійснення розрахунків індикаторів загрози банкрутства підприємства на підставі аналізу статей балансу і звіту про фінансові результати, не враховуючи структуру оборотних активів і поточних зобов'язань підприємства, а також впливу на валюту балансу «непередбачених» активів і зобов'язань, інформацію про які підприємства повинні розкривати у фінансовій звітності, оскільки досягти мети проведення діагностики – встановити реальну картину фінансового становища підприємства – можливо лише за умов врахування аналітиком усіх перелічених чинників і показників.

За останні роки металургійні підприємства мають значні розміри дебіторської заборгованості бюджету (табл. 1), зокрема, з податку на додану вартість, яка зростає в геометричній прогресії з 2 070 млн. грн. у 2007 році до 8 520,4 млн. грн. у 2011 році і становить майже 18 % оборотних активів підприємства, тому при визначенні коефіцієнта поточної і швидкої ліквідності, коефіцієнта забезпечення власними засобами та інших показників, які мають у розрахунках дані рядка 170 балансу «Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом» необхідно сумарний обсяг оборотних активів коригувати на суму заборгованості держави перед підприємством, яка має тенденцію до збільшення, оскільки зазначені кошти є «замороженими» активами, які держава заборгувала підприємствам-експортерам і якими підприємство не може користуватися в поточній діяльності.

За 2009 рік заборгованість з податку на додану вартість перед ВАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» становила 1,5 млрд. грн., а станом на 31 грудня 2010 року сума перевищила 2,3 млрд. грн. При тому, що в 2010 році підприємство у вигляді компенсації боргу держави отримало ПДВ-облігації на суму 1,7 млрд. грн., фактично було відшкодовано ПДВ 0,7 млрд. грн. Заборгованість за ПДВ зростає щомісяця на 300 млн. грн. Додатково авансовий платіж податку на прибуток на 31.12.2010 р. становить 1,2 млрд. грн. [8]. Податковим кодексом України передбачено: суми податку, не відшкодовані платникам податків протягом визначеного цією статтею строку, вважаються заборгованістю бюджету з відшкодування податку на додану вартість. На суму такої заборгованості нараховується пеня на рівні 120 відсотків облікової ставки Національного банку України, встановленої на момент виникнення пені, протягом строку її дії, включаючи день погашення. До дати введення в дію Податкового кодексу України аналогічна норма була запропонована Законом України «Про податок на додану вартість», проте статистичні дані металургійних підприємств свідчать про низький рівень адміністрування цього податку зі сторони податкової та митної служби України майже з 1997 року (дати введення податку на додану вартість) та вирішення цього питання не економічними, а швидше політичними засобами, що завжди приводило до тимчасових і вибіркових заходів, а не до вирішення проблеми взагалі.

Таблиця 1

Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом
металургійних підприємств за 2009–2011 рр.

Підприємство	31.12.2009р.		31.12.2010р.		31.12.2011р.	
	Дебіторська заборгованість бюджету, млн. грн.	Частка в оборотних активах, %	Дебіторська заборгованість бюджету, млн. грн.	Частка в оборотних активах, %	Дебіторська заборгованість бюджету, млн. грн.	Частка в оборотних активах, %
ВАТ «ЗМК «Запоріжсталь»	650,7	23,4	1 043,2	32,4	817,8	21,5
ВАТ «Дніпроспецсталь»	207,2	16,5	319,2	18,7	298,6	19,0
ВАТ «МК «Азовсталь»	220,4	1,2	302,6	1,2	609,9	3,5
ПАТ «Євраз – Дніпропетровський металургійний завод ім. Петровського»	487,0	44,3	664,8	46,4	790,7	46,3
ПАТ «Маріупольський МК ім. Ілліча»	1 299,3	26,6	951,2	12,3	747,1	9,4
ПАТ «Нікопольський завод феросплавів»	73,8	1,4	481,5	6,2	475,9	13,5
ВАТ «Запорізький завод феросплавів»	173,8	11,2	227,4	5,8	284,7	13,9
ВАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг»	2 945,4	36,6	3 478,8	37,8	2 900,0	29,7
ПАТ «Стаханівський завод феросплавів»	498,2	54,2	479,3	17,1	270,7	17,8
ВАТ «Алчевський металургійний комбінат»	181,6	3,7	212,2	6,1	811,5	13,6
ВАТ «Дніпровський МК ім. Ф. Е. Дзержинського»	302,2	10,9	330,3	9,6	513,5	3,3
Всього	7 039,6	20,9	8 490,5	17,6	8 520,4	17,4

У кризові роки (2008–2009) у структурі активів ВАТ «Запоріжсталь» станом на 01.01.2010 року 15,8 % (1 553 235 тис. грн.) становить загальна дебіторська заборгованість, що на 384 886 тис. грн. або на 19,86 % менше, ніж на початок 2009 року. Довгострокова дебіторська заборгованість підприємства у 2009 році становить 2 644 тис. грн., або 0,17 % від загальної суми дебіторської заборгованості (табл. 2). У структурі дебіторської заборгованості поточна дебіторська заборгованість складає 99,83 %. У структурі поточної дебіторської заборгованості підприємства 41,96 % (650 699 тис. грн.) припадає на дебіторську заборгованість за розрахунками з бюджетом.

Таблиця 2

Структура та динаміка дебіторської заборгованості
ВАТ «Запоріжсталь» у 2008–2009 рр.

Найменування показників	На 01.01.2009 р.		На 01.01.2010 р.		Абсолютне зростання, тис. грн.	Коефіцієнт зростання
	сума, тис. грн.	питома вага, %	сума, тис. грн.	питома вага, %		
Довгострокова дебіторська заборгованість	3 004	0,15	2 644	0,17	-360	0,88
Поточна дебіторська заборгованість, усього в тому числі:	1 935 117	99,85	1 550 591	99,83	-384 526	0,80
векселі одержані	335 057	17,31	137 296	8,85	-197 761	0,41
дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги (чиста реалізаційна вартість):	264 639	13,68	178 613	11,52	-86 026	0,67
первісна вартість	337 636	17,45	251 610	16,23	-86 026	0,75
резерв сумнівних боргів	72 997	x	72 997	x	0	1,00
за розрахунками з бюджетом	729 563	37,70	650 699	41,96	-78 864	0,89
за розрахунками за виданими авансами	370 189	19,13	438 833	28,30	68 644	1,19
Усього дебіторська заборгованість (ряд. 1 + ряд. 2)	1 938 121	-	1 553 235	-	-384 886	0,80

За 2009 рік сума дебіторської заборгованості за розрахунками з бюджетом зменшилась на 78 864 тис. грн., або на 10,8 %. Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги в загальній сумі дебіторської заборгованості складає 11,52 %. За 2009 рік сума дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги зменшилась на 86 026 тис. грн., або на 32,5 %, і на кінець року становить 178 613 тис. грн.

Тобто, у зв'язку з наведеним, при визначенні розміру поточних активів підприємства необхідно здійснити їх коригування на величину заборгованості бюджету за невиконане у встановлений термін зобов'язання з відшкодування податку на додану вартість (P_i):

$$A = OA + ВМП - АВ - P_i, \quad (1)$$

де A – оборотні активи;

OA – всього оборотні активи за даними балансу;

$ВМП$ – витрати майбутніх періодів;

$АВ$ – аванси видані;

P_i – заборгованість бюджету по не виконаному у встановлений термін зобов'язанню з відшкодування податку на додану вартість (за наявності).

Розмір платежів по обслуговуванню заборгованості держави розраховується виходячи з об'ємів і тривалості періоду заборгованості по кожному з невиконаних у строк державних зобов'язань, дисконтованих по ставці НБУ на момент виникнення заборгованості:

$$Z = \sum_{i=1}^n \frac{P_i \times T_i \times S_i}{365}, \quad (2)$$

де Z – сума заборгованості бюджету з відшкодування податку на додану вартість;

P_i – розмір заборгованості бюджету по i -му не виконаному у встановлений термін зобов'язанню;

T_i – тривалість періоду заборгованості;

S_i – пеня на рівні 120 відсотків облікової ставки Національного банку України, встановленої на момент виникнення пені, протягом строку її дії.

Чинне законодавство дозволяє нарахування пені на величину заборгованості бюджету за не виконане у встановлений термін зобов'язання з відшкодування податку на додану вартість у розмірі 120 відсотків облікової ставки Національного банку України, встановленої на момент виникнення пені, протягом строку її дії трактувати як «непередбачені активи» для проведення аналітичних розрахунків за кожний період заборгованості з податку на додану вартість і суму заборгованості, задекларованої підприємством, оскільки в балансі така інформація не надається користувачам. Така інформація про облікову оцінку акумулюється в забалансовому обліку підприємства, який використовується для накопичення інформації про наявність непередбачених активів, щодо яких існує ймовірність надходження економічних вигід. Зазначені активи виникли при узгодженні минулих господарських операцій та стануть реальними, якщо відбудеться або не відбудеться в майбутньому одна чи кілька невизначених подій. Це визначення включає три основних характеристики непередбачених активів: 1) наявна обставина; 2) невизначеність кінцевого результату цієї обставини; 3) вирішення невизначеності на основі однієї або кількох майбутніх подій. Інформація про існування таких активів необхідна для розкриття її в примітках до фінансових звітів.

Загальні методологічні принципи обліку, подання та розкриття потенційних активів та зобов'язань підприємства викладені в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку № 11 «Зобов'язання». Списуються непередбачені активи в міру того, як вони визнаються чи не визнаються при вирішенні невизначених подій. Таким чином, непередбачені (умовні) активи не відображаються в фінансовій звітності, однак у поточній діяльності і, зокрема, при проведенні аналітичних розрахунків відсутність такої інформації призводить до викривлення показників ліквідності (поточної та швидкої), платоспроможності та інших коефіцієнтів. Тому за даними обліку розрахунків з бюджетом з урахуванням умовних активів за даними позабалансового обліку необхідно формувати аналітичну таблицю для аналізу стану дебіторської заборгованості бюджету з податку на додану вартість за часом виникнення. Цей аналіз здійснюється за даними податкової та фінансової звітності підприємства і використовується для потреб антикризового управління. За кожним видом непередбачених активів наводиться така інформація:

- стислий опис зобов'язання бюджету з податку на додану вартість та його розмір;

- невизначеність щодо суми додаткових активів, які можливі до отримання у результаті погашення заборгованості з податку на додану вартість з урахуванням фінансових санкцій, установлених законодавством, та строку (-ів) погашення;

- загальна сума очікуваного погашення податкової заборгованості.

Для коректного розрахунку величини можливих до пред'явлення зобов'язань необхідно застосовувати формулу:

$$P = Z_s + (k_{czs} \cdot DZ_1) + PZ + (k_k \cdot CZ), \quad (3)$$

де P – сума можливих до пред'явлення зобов'язань;

Z_s – короткострокові займи;

k_{czs} – коефіцієнт долі довгострокових зобов'язань, які підлягають оплаті у поточному періоді. Розраховується як величина, обернена до середнього строку погашення довгострокових зобов'язань підприємства;

DZ_1 – довгострокові займи, які підлягають погашенню у звітному періоді;

PZ – проценти за користування короткостроковими і довгостроковими займами, які підлягають погашенню у звітному періоді;

k_k – коефіцієнт розрахунку коригування розміру заборгованості на непередбачені (умовні) зобов'язання (індекс інфляції, річні відсотки, пеня за вимогами законодавства та укладених договорів);

CZ – кредиторська заборгованість за товари (роботи, послуги).

Для визначення показника кредиторська заборгованість (CZ), розмір поточних зобов'язань коригуються на величину поточних зобов'язань по розрахунках за отриманими авансами, оскільки вони, по суті, є розподіленою за часом оплатою закінчених етапів (стадій) виробництва замовленої продукції і теоретично не можуть підлягати поверненню, а списання їх з балансу відбудеться лише у момент відвантаження готової продукції, товарів (робіт, послуг):

$$CZ = ZT - AO, \quad (4)$$

де ZT – поточні зобов'язання за товари (роботи, послуги);

AO – поточні зобов'язання по розрахунках за отриманими авансами.

Наглядно відхилення вартості чистих активів підприємства наведено на рис. 1.

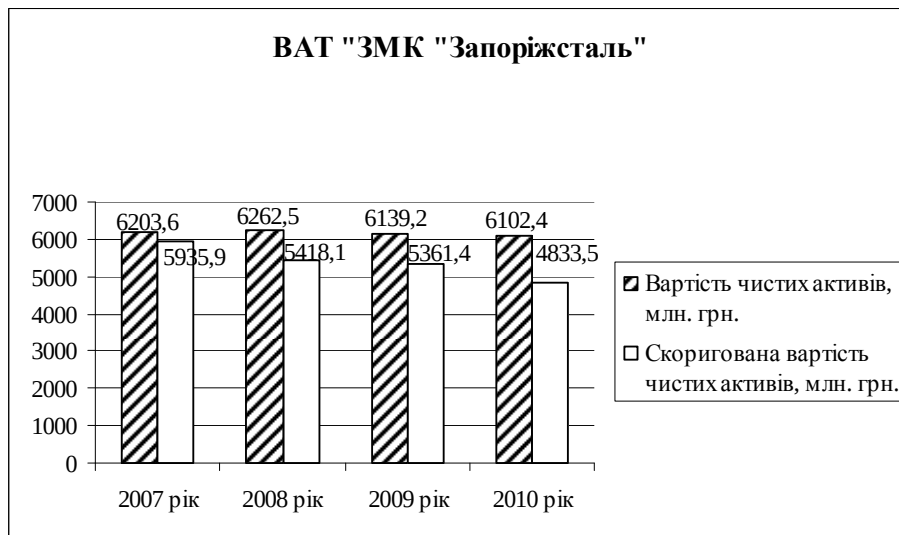


Рис. 1. Дослідження скоригованої вартості чистих активів за 2007–2010 рр.

При визначенні короткострокових зобов'язань необхідно здійснити коригування рядка 540 балансу «Поточні зобов'язання за розрахунками за отриманими авансами», оскільки вони є, по суті, розподіленою за часом оплатою закінчених етапів (стадій) виробництва замовленої продукції і теоретично не можуть підлягати поверненню, а списання їх з балансу відбудеться лише у момент відвантаження готової продукції, товарів (робіт, послуг). Таким же принципом слід керуватися при визначенні розміру фінансового покриття, яким володіє підприємство, оскільки видані аванси будуть закриті виконанням робіт, наданням послуг і продукції постачальниками підприємства.

Вірогідність неплатоспроможності підприємства можна оцінити як настання події, коли сума фінансового покриття, що є у підприємства, опиниться менше ніж величина можливих до пред'явлення зобов'язань, тобто $(A - P) < 0$. Аналогічний алгоритм слід використовувати при розрахунку показників ліквідності, коефіцієнта забезпечення власними засобами та ін., у яких застосовуються показники оборотних активів та поточних зобов'язань підприємства.

Висновки. У статті доведено, що металургійні підприємства мають значні розміри дебіторської заборгованості бюджету, зокрема, з податку на додану вартість, тому запропоновано при визначенні розміру оборотних активів здійснювати їх коригування на величину заборгованості бюджету по не виконаному у встановлений термін зобов'язанню з відшкодування податку на додану вартість, для чого слід проводити аналітичні розрахунки.

Для потреб антикризового управління необхідно враховувати вимоги чинного законодавства України, що передбачають захист інтересів кредиторів. Для коректного розрахунку величини можливих до пред'явлення зобов'язань необхідно враховувати коефіцієнти розрахунку коригування розміру заборгованості на непередбачені (умовні) зобов'язання (індекс інфляції, річні відсотки, пеня за вимогами законодавства та укладених договорів). Необхідність поглибленого аналізу зобов'язань (боргів) підприємства обумовлена тим, що експертиза зобов'язань підприємства та визначення їх реального обсягу (виходячи з оцінки їх обґрунтованості та безперечності) є необхідною передумовою визначення вар-

тості чистих активів, а вивчення їхніх якісних характеристик – причин виникнення, характеру відносин із суб'єктом боргу, майнового забезпечення, терміновості тощо – дає змогу визначити ймовірність виникнення ситуації банкрутства з ініціативи кредитора. Аналогічний алгоритм слід використовувати при розрахунку показників швидкої ліквідності, коефіцієнта забезпечення власними засобами та інших, в яких застосовуються показники оборотних активів та поточних зобов'язань.

Бібліографічні посилання

1. **Зубкова А. В.** Приемы антикризисного менеджмента : [практ. пособ. для бизнесменов и студентов] / А. В. Зубкова. – Ростов-н/Д. : Феникс, 2008. – 397 с.
2. **Іващенко О. В.** Діагностика банкрутства підприємства / О. В. Іващенко, О. І. Кришак // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2006. – № 5. – С. 129–132.
3. **Ігольников А.** Шляхи подолання кризових явищ в економіці України / А. Игольников, З. Коровіна // Економіка України. – 2002. – № 12. – С. 51–56.
4. **Мец В. О.** Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : [навч. посіб.] / В. О. Мец. – К. : Вища шк., 2003. – 120 с.
5. **Наказ** Міністерства економіки України № 14 від 19 січня 2006 року «Про затвердження Методичних рекомендацій щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua.
6. **Орлов О. О.** Експрес-діагностика банкрутства на основі даних бухгалтерської звітності за новими Національними стандартами України / О. О. Орлов, К. І. Залогіна // Вісник НАН України. – 2000. – № 2. – С. 51–55.
7. **Офіційний сайт** Агенства з розвитку інфраструктури фондового ринку. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/stat.php>.
8. **Офіційний сайт** ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.arcelormittal.com.ua/index.php?id=10&pr=202>.
9. **Управління** фінансовою санацією підприємства : [навч. посіб. для студ. внз] / С. Я. Салига, О. І. Даций, Н. В. Нестеренко, О. В. Серебряков. – К. : ЦНЛ, 2005. – 237 с.
10. **Скібіцький О. М.** Антикризовий менеджмент : [навч. посіб.] / О. М. Скібіцький. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 568 с.

Надійшла до редколегії 26.11.2012

УДК 336.71

О. О. Колесник, Т. О. Журавльова*Одеський національний університет імені І. І. Мечникова***ПРОБЛЕМИ БАНКІВСЬКОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА НАГЛЯДУ
В КОНТЕКСТІ НОВИХ ВИМОГ БАЗЕЛЬСЬКОЇ КОНВЕНЦІЇ**

Розглянуто можливі наслідки прийняття нових вимог Базельського Комітету з регулювання та нагляду для банківської системи України та світу.

Ключові слова: Базель III, стабільність, фінансова криза, регулювання, нагляд.

Рассмотрены возможные последствия новых требований Базельского Комитета по регулированию и надзору для банковской системы Украины и мира.

Ключевые слова: Базель III, стабильность, финансовый кризис, регулирование, надзор.

The article considers the possible impact of the new requirements of the Basel Committee on regulation and supervision on the banking system of Ukraine and the world.

Keywords: Basel III, stability, financial crisis, regulation and supervision.

Світова фінансова криза здійснила руйнівний вплив на фінансові установи та ринки України. Була підірвана їх платоспроможність та порушена ліквідність. Однією з причин нездатності фінансових установ та ринків протистояти кризовим явищам є стан регулювання та нагляду. Фінансова криза виявила невідповідність регулювання та нагляду за фінансовим сектором сучасним вимогам та засвідчила, що процес регулювання та нагляду здійснювався з помилками. Уроки кризи зараз аналізуються в усьому світі, зокрема, виробляється політика щодо реформування регулювання та нагляду за фінансовим сектором з метою підвищення його ефективності. Вкрай актуальним і для України є питання розбудови системи якісного регулювання та нагляду за фінансовим сектором.

Проблеми регулювання банківського сектора, у тому числі вимоги Базельської конвенції, було проаналізовано в багатьох публікаціях українських та зарубіжних учених, серед яких: Г. Карчева, В. Кротюк, В. Міщенко, А. Мороз, Л. Примостка, М. Савлук, А. де Вальпуа, Дж. Ф. Синки, Е. Кане, П. Роуз, С. Братанович, Х. Грюнинг, У. Гулд, О. Лаврушин, А. Лобанов та інші. Незважаючи на численні дослідження вищезгаданих авторів, ця проблематика усе ж таки потребує подальшого вивчення.

Банки є критичним компонентом будь-якої економіки. Їх значення у національній економіці підкреслено тим фактом, що банківський сектор майже в усьому світі є регульованим і що банки мають доступ до системи державних гарантій. У банківському бізнесі приховано досить велику кількість внутрішніх ризиків, що можуть поставити під загрозу всю фінансову систему економіки:

- а) значні зобов'язання порівняно із власним капіталом, що робить банки вразливими до збитків;
- б) ймовірна невідповідність між строками виплати активів та зобов'язань;
- в) залежність від довіри вкладників та фінансових ринків для отримання необхідних коштів;
- г) загальна непрозорість банківської діяльності.

Крім своїх макроекономічних функцій банки відрізняються від інших корпорацій з точки зору відносин із зацікавленими сторонами (крім акціонерів), а саме: з вкладниками та іншими кредиторами. В керівних принципах Базельського Комітету з банківського нагляду (БКБН) ставиться особливий наголос на правильних внутрішніх механізмах контролю як на способах сприяння якісному корпо-

ративному управлінню в банках. Після «Основних принципів фінансового нагляду» (прийнятих у 1997-му та допрацьованих у 2006-му), «Базель 1» (1988) і «Нових угод про достатність капіталу» (Базель 2) (2004) фінансистів чекають нові стандартизовані директиви від Базельського комітету з банківського нагляду. Планована глобальна реформа банківського сектора, що отримала назву «Базель 3», стане найбільшою за останнє десятиліття.

Суть нових директив полягає в значному посиленні вимог до банківських резервів на покриття можливих втрат від активних операцій, а саме до банківських ліквідних резервів та їх якості. Головне положення реформи передбачає поступове збільшення до 2019 року рівня ліквідних резервів власного капіталу банківської установи з 4 % до 6 %. За невиконання вимог до буферного капіталу передбачаються санкції у вигляді обмежень на виплату бонусів співробітникам та дивідендів акціонерам.

Нові правила почнуть діяти з 1 січня 2013 року. Таким чином, у банків є 6 років на те, щоб привести свої резерви у відповідність з новими нормативами. Автори реформи розраховують, що при повторенні кризи у банків не буде необхідності звертатися за державною допомогою для порятунку від банкрутства. «Базель III», так само, як і «Базель I» та «II», визначатиме насамперед мінімальний розмір регулятивного капіталу, якого фінансові установи змушені будуть дотримуватися. Вимоги до розміру даного стандарту планується значно підвищити.

При цьому, відповідний регулятивний капітал необхідно буде мати не тільки для цілей банківського регулювання, але й для визначення рейтингових оцінок та підтримки ринкових котирувань акцій фінансових установ. За рішенням міністрів фінансів країн Великої 20-ки впровадження «Базеля III» відбуватиметься поетапно і має завершитися до 2019 року.

На перший погляд, посилюються вимоги не настільки істотно. Однак цього буде цілком достатньо, щоб слабкі та нестійкі гравці покинули фінансові ринки. Стосовно тих, хто залишається, їм доведеться залучати сотні мільярдів євро додаткового капіталу. В одній тільки Німеччині для десяти найбільших німецьких банків буде потрібно 105 млрд. євро. З огляду на це, останнім часом банки все частіше заявляють про те, що нові стандарти управління ліквідністю вимагатимуть від них різкого скорочення обсягів кредитування як фізичних, так і юридичних осіб. Згідно з існуючими на даний момент у «Базель III» вимогами передбачається, що банківські короткострокові зобов'язання строком до 30 днів повинні покриватися ліквідними активами на 100 %. Ця вимога про показник ліквідності є першим універсальним міжнародним стандартом такого роду, офіційно вона має бути введена з 2015 року. Із 2011 до 2015 року правило застосовується опціонально, щоб регулятори могли вивчити його наслідки. Аналітики стверджують, що банки вже відчувають труднощі з формуванням достатніх запасів коштів державних облігацій, які дозволять виконати нові стандарти. За оцінками JPMorgan, якби новий стандарт був введений з кінця 2010 року, загальний дефіцит ліквідності для 28 найбільших європейських банків становив би 493 млрд. євро, при цьому три провідних французьких банки – BNP Paribas, Societe Generale і Credit Agricole – виявилися б підготовленими гірше за всіх, оскільки їм бракувало 173 млрд. євро. JPMorgan називає показники ліквідності найнеприємнішим для банків серед нових правил і вважає, що через його очікуване введення банки в середньому недоотримають 12 % прибутку у 2012 році. При цьому посилення вимог до достатності банківського капіталу скоротить прибуток банків ще на 5 %, а фінансова реформа Додда-Френка в США, закон

про проведення якої був нещодавно підписаний президентом Б. Обамою, – на 3 %. З урахуванням цих обставин регулятори багатьох країн можуть піти на пом'якшення вимог «Базель III», які вимагають збільшення обсягу ліквідних активів банків для зміцнення позицій на випадок кризи.

Спочатку виділимо основні слабкі місця «Базеля II», які не витримали випробування кризою. До них можна віднести:

- критичний рівень співвідношення запозиченого та власного капіталу в банківській та фінансовій сферах та, відповідно, недостатній рівень якості капіталу для абсорбації збитків;
- надмірне зростання кредитування з використанням слабких критеріїв відбору позичальників у кредитній політиці банків;
- неналежне управління ризиками та низька мотивація для побудови зваженої системи управління ризиками, спрямованої на довгострокові результати, в т.ч. через неадекватні компенсаційні системи;
- недостатній резерв ліквідності і надмірно агресивна трансформація строків платежів (як пряма, так і зворотна);
- досить значний вплив системних ризиків на велику кількість пов'язаних учасників фінансового ринку, що разом із впливом глобальної економіки підвищило вразливість до фінансових потрясінь, викликаних світовою фінансовою кризою. Відповідно, недостатній нагляд за впливом кореляції діяльності учасників ринків один на одного, який повинен був пом'якшити дану залежність.

Безперечно, що причин фінансової кризи було набагато більше, однак вищезгадувані фактори виступили найслабшою ланкою в банківській світовій системі. Безумовним є і той факт, що система управління ризиками зокрема та правила ведення банківського бізнесу в цілому будуть ще тривалий час переглядатись з поправкою на вплив фінансової кризи, її причин та наслідків. В даному контексті рекомендації, викладені в «Базелі III», набувають нового сенсу. Важливим фактором є те, що «Базель III» основну увагу акцентував на перегляді підходів до ліквідності фінансових інститутів, оскільки саме реалізація ризиків ліквідності була рушійною силою фінансової кризи. Відповідно, основні критерії та зміни, запропоновані «Базелем III», є такі:

- зміна підходів до визначення капіталу та уточнення низки показників. У свою чергу, найбільш складним у виконанні даних рекомендацій є досягнення необхідного рівня капіталу, який був суттєво підвищений;
- покращення підходів до управління банківськими ризиками. Акцент було зроблено на ризиках ліквідності;
- зміцнення прозорості банків та удосконалення підходів до розкриття фінансової звітності.

Слід відзначити, що, як і попередні рекомендації, «Базель III» розрахований на досить тривалий період (нові підходи до капіталу та ліквідності мають бути реалізовані до 2019 року), що, у свою чергу, на момент реалізації даних вимог можуть виявитись неефективними. Прихильники «Базеля III» покладають великі сподівання на даний документ і відповідно на те, що це зможе зміцнити та оздоровити фінансову систему. Незважаючи на те, що європейські фондові індекси після публікації «Базеля III» пішли вгору, існують і критики даного документа. Наприклад, чимало банкірів вважають, що банки не зможуть справитись із та-

кими жорсткими новими вимогами до капіталу і це не є важіль для впливу на оздоровлення інвестиційного клімату та банківського бізнесу, оскільки всі декларовані реформи Базельським Комітетом спрямовані на доволі тривалий час у майбутньому, що не дає відповіді на запитання, що саме необхідно робити на даний момент. Окрім вищезгаданих тез, слід вказати і те, що такі підходи до ліквідності зменшать темпи росту економіки, яка в післякризовому періоді потребує значних інвестицій, зменшить дохідність фінансових інструментів тощо. В цілому як економісти, так і науковці утримуються від кінцевих коментарів можливого впливу «Базель III» на світову банківську спільноту.

Криза також виявила проблеми у комунікаціях між існуючими органами регулювання та нагляду. Мова насамперед іде про брак та/або низьку якість статистичної інформації щодо ринків фінансових послуг. Така інформація не дає змогу органам регулювання та нагляду, а також фінансовим установам чітко спрогнозувати можливі ризики схвалення певних рішень або реалізацію бізнес-планів. Слід зауважити, що, як правило, відповідна статистична інформація стосується всіх секторів фінансового ринку (страхового, фондового, банківських послуг).

Особливої уваги потребує проблема низького рівня координації дій органів регулювання та нагляду. Слід зазначити, що в основу регулювання має бути покладена взаємна відповідальність органів регулювання та нагляду. З метою забезпечення ефективного обміну інформацією, розроблення спільних заходів щодо політики регулювання та розвитку ринків фінансових послуг, ефективного та скоординованого схвалення рішень вкрай важливою є чітка координація діяльності існуючих органів регулювання та нагляду, а також забезпечення ефективних комунікацій між ними. Однією з проблем неефективності регулювання та нагляду за фінансовим сектором є відсутність в Україні органу, який би відповідав за розробку політики фінансового сектора. Як наслідок, відсутність стратегії розвитку фінансового сектора, складовою якої є стратегія розвитку регулювання та нагляду. Незважаючи на значну кількість підтверджень позитивного впливу інституційної незалежності органів регулювання та нагляду за фінансовим сектором, законодавство України не містить відповідних норм та положень. Політичне керівництво України досі не схильне надавати незалежність органам регулювання та нагляду за фінансовим сектором. Однією з причин є застереження, що широке коло повноважень щодо застосування санкцій органами регулювання та нагляду спричинить їх неконтрольоване застосування до тих, хто не дотримується правил, та несистемність встановлення порядків правозастосування.

На відміну від країн Європейського Союзу (навіть країн Східної Європи, які нещодавно приєдналися до ЄС), посади вищих посадових осіб Держфінпослуг, ДКЦПФР та Національного банку України не є належним чином захищеними від політичного тиску через існування відповідних законодавчих інструментів.

Так, відповідно до статті 85 Конституції України, статті 18 Закону України «Про Національний банк України», Голова Національного банку України призначається на посаду Верховною Радою України за поданням Президента України більшістю від конституційного складу Верховної Ради України строком на п'ять років. Відповідно, термін перебування Голови на посаді не довший за термін повноважень Президента, а тому може співпадати з виборчими циклами, що посилює вплив політичного чинника під час призначення Голови Національного банку України. Крім того, серед підстав дострокового звільнення Голови Національного банку України Закон передбачає відставку за політичними мотивами, за поданням Президента в межах його конституційних повноважень. При цьому Конституція України не передбачає підстав для внесення Президентом України до Верховної

Ради України подання щодо звільнення з посади Голови Національного банку України.

Крім того, Закон України «Про Національний банк України» не визначає структурних підрозділів, які забезпечують банківський нагляд, відсутні кваліфікаційні вимоги до їхніх керівників, строк перебування на посаді. Держфінпослуг і ДКЦПФР підпорядковуються Кабінету Міністрів України, який має право призначати та звільняти з посад Голову Комісії.

Отже, існуюче законодавство допускає та створює підґрунтя для зміни керівництва Держфінпослуг, ДКЦПФР та Національного банку України (в тому числі і члена Правління, який відповідає за регулювання та нагляд) з будь-яких політичних причин та допускає можливість впливу на них при прийнятті рішень щодо регулювання та нагляду за фінансовими установами. Підтвердженням цього є наявність під час кризи змін у складі керівництва Держфінпослуг і ДКЦПФР та неодноразова зміна Директора Дирекції з банківського регулювання та нагляду в Національному банку України.

Наявність цієї проблеми ускладнює швидке адаптування фінансового сектора України до нових викликів, а також підвищення відповідальності за рішення регуляторів щодо координації діяльності фінансових установ. З огляду на це, вкрай актуальним на сьогодні є приведення у відповідність нормативно-правової бази щодо регулювання та нагляду за фінансовим сектором.

Бібліографічні посилання

1. **Базельський** комітет з питань банківського нагляду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/bcbs107.htm>.
2. **Міщенко В. І.** Банківський нагляд : підручник / В. І. Міщенко, С. В. Науменкова. – К. : Центр наукових досліджень НБУ, Університет банківської справи НБУ, 2011. – 498 с.
3. **Basel II** capital framework announced by the Basel Committee [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/press/p090713.htm>.
4. **The New Basel III** Framework: Navigating Changes in Bank Capital Management // Publication of Price Waterhouse Coopers' Financial Services Institute. – 2010. – Oct. – P. 1–50.
5. **Group of Governors** and Heads of Supervision announces higher global minimum capital standards. Annex 2: Phase-in arrangements [Електронний ресурс] // Press release by Basel Committee on Banking Supervision, Bank for International settlements. – 2010. – P. 1.
6. **Тан С.** Bankers close ranks to wage war on new rules / С. Tan // Business Times. – 2010. – 02 Nov.
7. **Матеріали** інформаційного порталу Міжнародного валютного фонду (World Economic Databases) // International Monetary Fund) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29>.
8. **Taylor M.** Basel III is bad news for emerging economies / М. Taylor // Financial Times. – 2010. – 14 Oct.
9. **Consultation** Paper on further possible changes to the Capital Requirements Directive // CEBS's comments on the Commission services [Електронний ресурс]. – 2010, April. – Режим доступу : <http://www.c-ebs.org/documents/Publications/Other-Publications/Others2010/Comments-to-CRDIV.aspx>.
10. **Countercyclical** capital buffer proposal [Електронний ресурс] // Consultative document. – 2010, July. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/bcbs172.htm>.
11. **G20 communique:** the text in full [Електронний ресурс]. – 2010. – November. – Режим доступу : <http://www.guardian.co.uk/business/2010/nov/12/g20-declaration-full-text>.
12. **Strengthening** the resilience of the banking sector [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/bcbs164.pdf>.
13. **Tarullo D.** Financial regulation in the wake of the crisis. Speech at the Peterson Institute for International Economics [Електронний ресурс] / D. Tarullo. – Washington DC. June 2009. – Режим доступу : <http://www.bis.org/review/r090611d.pdf>.

Надійшла до редколегії 10.09.2012

В. С. Котковський*, О. Й. Шевцова****Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Криворізький національний університет»;****Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара*

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНИХ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ІННОВАЦІЙ БАНКІВ

Основна увага приділена аналізу та оцінці конкурентоспроможності як основі ефективності кредитно-інвестиційних інновацій банків. Проведено аналіз конкурентної сили банків України з використанням бальної оцінки. Автором проаналізовано та оцінено конкурентоспроможність банку та банківського продукту на прикладі ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК». Розраховано інтегральний показник конкурентоспроможності банків України методом бажаності. Побудовано багатокутник конкурентоспроможності банків та матрицю GE (General Electric) / McKinsey, а також визначено бізнес-напрями ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» на кредитному ринку з метою зростання ефективності кредитно-інвестиційних інновацій банків.

Ключові слова: конкурентоспроможність, банк, кредитно-інвестиційні інновації банків, інвестиційна привабливість, конкурентна позиція, багатокутник конкурентоспроможності, матриця GE (General Electric) / McKinsey.

Основное внимание уделено анализу и оценке конкурентоспособности как основе эффективности кредитно-инвестиционных инноваций банков. Проведен анализ конкурентной силы банков Украины с использованием балльной оценки. Автором проанализирована и оценена конкурентоспособность банка и банковского продукта на примере ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК». Рассчитан интегральный показатель конкурентоспособности банков Украины методом желательности. Построен многоугольник конкурентоспособности банков. Построена матрица GE (General Electric) / McKinsey, а также определены бизнес-направления ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» на кредитном рынке с целью роста эффективности кредитно-инвестиционных инноваций банков.

Ключевые слова: конкурентоспособность, банк, кредитно-инвестиционные инновации банков, инвестиционная привлекательность, конкурентная позиция, многоугольник конкурентоспособности, матрица GE (General Electric) / McKinsey.

In the article basic attention is spared to the analysis and estimation of competitiveness as to basis of efficiency of credit-investment innovations of banks. The analysis of competition force of banks of Ukraine is conducted with the use of ball estimation. The competitiveness of bank and bank product is analyses and appraised on an example of Privatbank. The integral index of competitiveness of banks of Ukraine is expected by the method of desirability. The polygon of competitiveness of banks is built. The matrix of GE(General Electric) / McKinsey is built and business-directions are certain Privatbank at the credit market with the aim of increase of efficiency of credit-investment innovations of banks.

Keywords: competitiveness, bank, credit-investment innovations of banks, investment attractiveness, competition position, polygon of competitiveness, matrix GE (General Electric) / McKinsey.

В умовах сьогодення надзвичайної актуальності набуває конкурентоспроможність банку. Оцінка та аналіз конкурентоспроможності банку спрямовані на визначення можливостей, загроз і визначення стратегічних невизначеностей, що створюються конкурентами, та впливають на ефективність кредитно-інвестиційних інновацій банків.

Контроль за конкурентами дає можливість задовольнити специфічні запити споживача банківських послуг раніше і краще, ніж інші банки. З'ясувавши сильні і слабкі сторони конкурентів, можна оцінити їх потенціал та цілі, теперішню і майбутню стратегії. Це дозволяє банку стратегічно точно сконцентрувати свою увагу на тому напрямку, де конкурент слабший. Таким чином, банк розширює свої власні переваги в конкурентній боротьбі та збільшує ефективність кредитно-інвестиційних інновацій банків.

Останнім часом спостерігається збільшення кількості наукових видань вітчизняних і закордонних учених та практиків, що присвячені питанням оцінки конкурентоспроможності банку та банківського продукту та її впливу на ефективність кредитно-інвестиційних інновацій банків.

Фундаментальні дослідження конкурентоспроможності банку та кредитно-інвестиційних інновацій банків викладені у наукових працях таких зарубіжних та вітчизняних учених, як: Дж. Бернет, Б. Блек, У. Уеллс, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, Д. Джоббер, А. Дейян, Л. Ротшильд, Б. Берман, С. Діхтль, Пітер Р. Діксон, Є. В. Ромат, Т. І. Лук'янець, Г. Л. Багієв, О. М. Голубкова, К. К. Садвакасов, В. Е. Хруцький, Т. В. Майорова, І. В. Коренєва, Л. О. Примостка, В. Л. Музикант та інших.

Проблемам аналізу та оцінки конкурентоспроможності присвячені праці вчених – А. В. Нікітіна, Г. Л. Макарової, Л. Ф. Романенко, В. Т. Севрук, Я. О. Спіцина, І. О. Спіцина, Л. В. Ткаченко, Е. А. Уткіна. Водночас, віддаючи належне існуючим теоретичним та методичним розробкам, слід наголосити, що в них не приділяється увага дослідженню впливу конкурентоспроможності на кредитно-інвестиційні інновації банків.

Також вивчення практики діяльності вітчизняних банків свідчить, що конкурентоспроможність банку та кредитно-інвестиційні інновації банків тісно пов'язані між собою, але більшість з них не здійснюють дослідження з метою їх аналізу та оцінки ефективності.

Метою статті є вивчення ступеня впливу конкурентоспроможності банку на ефективність кредитно-інвестиційних інновацій банків, аналіз перспективи їх розвитку і застосування особливо в умовах світової економічної кризи та в пост-кризовий період.

Ефективні кредитно-інвестиційні інновації банків зумовлюються насамперед конкурентоспроможністю банку. Достатній рівень конкурентоспроможності банку на певному ринку створює умови для його подальшого розвитку, але перехід на якісно новий рівень розвитку неможливий без значних інвестувань, що зумовлює важливість створювати та формувати інвестиційну привабливість банку.

Варто зазначити, що конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість банку можуть бути не пов'язані між собою, адже на ринку поширені ситуації, коли банк досягнув певного рівня конкурентоспроможності, але є абсолютно інвестиційно непривабливим з огляду на його не вигідне місцерозташування, незначні площі, неможливість кардинальної перебудови тощо. Також існують ситуації, коли банк є інвестиційно привабливим у розрізі банківського обладнання та місцерозташування, але на певному етапі воно є неконкурентоспроможним. Відповідно для прогресивного розвитку банку повинні виконуватися дві вимоги: висока конкурентоспроможність та інвестиційна привабливість банку. Тобто наявність позитивних параметрів у банку (конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та розвитку) формує відповідний рівень його потенціалу, тобто сукупність існуючих можливостей та резервів для подальшого розвитку, забезпечують його майбутню перспективу (рис. 1).

На підставі аналізу літературних джерел [1–12] за проблемами конкурентоспроможності банку пропонується під цим поняттям розуміти синтетичний відносний просторово-часовий параметр, який відображає характеристики банківського продукту та ефективність функціонування банку, що дають змогу йому посісти відповідні позиції на ринку певного рівня сконцентрованості.

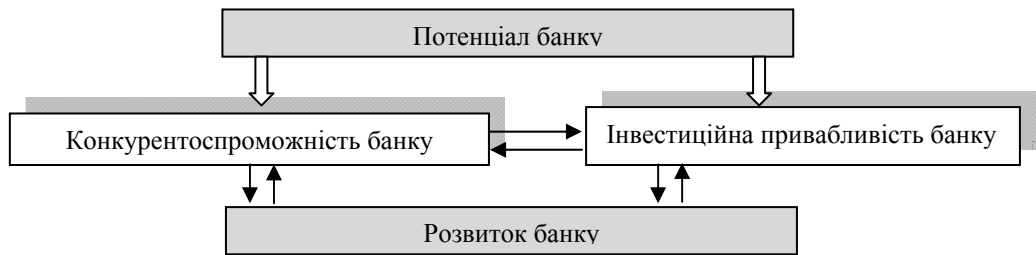


Рис. 1. Основні потенціалують чинники банку

Здійснимо аналіз конкурентоспроможності банку та банківського продукту на прикладі ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК». ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» – універсальний банк, місія якого полягає у комплексному задоволенні потреб своїх клієнтів, урахуванні інтересів акціонерів та сприянні добробуту громадян України. Він виконує всі види банківських операцій та надає своїм клієнтам широкий спектр послуг, що постійно розширюється.

Розпочнемо з розгляду загальних позицій банку, які він посідає на ринку за рейтинговою шкалою (табл. 1). Це дозволить виявити становище банку з точки зору головних показників діяльності та визначити найближчих конкурентів банку для здійснення подальшого порівняльного аналізу.

Таблиця 1

Офіційний рейтинг ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» серед банків України на 01.01 2012 р., млн. грн. [13]

Показник	Позиція в рейтингу	Значення показника
Активи	1	145118,47
Кредитно-інвестиційний портфель (КІП)	1	100987,2
Депозити фізичних осіб	1	69470,47
Депозити юридичних осіб	1	21997,924
Капітал	2	17594,805
Фінансовий результат	1	1425,816

Серед 175 комерційних банків України ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» за більшістю показників є першим серед банків України.

В даному дослідженні проаналізуємо та проведемо оцінку конкурентоспроможності ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» і визначимо особливості конкурентної стратегії банку та специфіки її розроблення. Банк має генеральну ліцензію НБУ на проведення банківських операцій та здійснює весь спектр послуг по обслуговуванню корпоративних і фізичних клієнтів відповідно до міжнародних стандартів. Довгостроковий інтерес клієнта до банку є головним пріоритетом у роботі ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК». Банк активно нарощує клієнтську базу, послідовно розширюючи спектр послуг та підвищуючи якість банківських продуктів. ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» є банком, що пропонує комплексне вирішення завдань, які постають перед клієнтом, на основі індивідуального підходу та широкого досвіду роботи банку на фінансовому ринку України.

Проводячи послідовну політику зміцнення стабільності банку і вдосконалення якості обслуговування, ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» вважає одним із пріоритетних напрямків своєї роботи розвиток комплексу сучасних послуг для індивідуального клієнта. На сьогодні банк пропонує громадянам України понад 150 видів послуг, серед яких поточні, вкладні операції, карткові продукти, різноманітні

програми споживчого кредитування, які він здійснює в партнерстві з провідними вітчизняними торговими, ріелтерськими компаніями та автовиробниками. Банк є уповноваженим Урядом України банком з виплати пенсій і соціальної допомоги громадянам, виплати компенсації жертвам нацистських репресій, активно впроваджує програми обслуговування для найменш захищених категорій клієнтів, зокрема пенсіонерів. На кінець 2011 року рахунки в ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» мали близько 2,2 млн. українських громадян, клієнтами банку є більше 260 тис. корпоративних клієнтів, 245 тис. приватних підприємців і близько 12 млн. фізичних осіб. Понад 250 тис. пенсіонерів отримують в банку пенсії, що свідчить про високий рівень довіри до банку з боку населення [14].

Інноваційна політика ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» орієнтована на впровадження на українському ринку принципово нових, передових банківських послуг, які надають клієнтам нові можливості управління своїми фінансами. ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» першим в Україні запропонував своїм клієнтам послуги мобільного банкінгу, послуги з продажу через мережу банкоматів і POS-терміналів, електронних ваучерів провідних операторів мобільного зв'язку і IP-телефонії. Також ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» першим в Україні запропонував своїм клієнтам класичний варіант системи інтернет-банкінгу «Приват24». ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» є лідером вітчизняного ринку спеціальних платіжних засобів. Він є дійсним членом (principle member) міжнародних платіжних систем VISA і Europay International. Першим з українських банків подолав 1 000 000-й рубіж емісії карток і став першим банком на території СНД, який емітував більш ніж 500 тис. карток системи VISA. Також ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» належить найкрупніша в Україні мережа обслуговування спеціальних платіжних засобів, яка включає понад 13,5 тис. торгово-сервісних пунктів, у тому числі понад 7000 POS-терміналів, а також 320 банкоматів і 814 пунктів видачі готівки [14].

ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» входить до першої групи банків згідно з рекомендацією НБУ та є лідером у п'ятірці найбільших банків України. Банківські установи, які ділять між собою позиції в п'ятірці лідерів, доцільно вважати прямими конкурентами ПРИВАТБАНКу.

Головним фактором розподілу банків по групах є розмір активів. На рис. 1 представлено конкурентів ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК». Перше місце у TOP-5 займає «ПРИВАТБАНК» із загальною сумою активів 145118,47 млн. грн. Друге місце посідає АТ «Ощадбанк» з загальною сумою активів 73968,48 млн. грн. Третє місце займає ПАТ «Укрсоцбанк», четверте – ПАТ «Промінвестбанк» та п'яте відповідно – ПАТ «ВТБ банк».

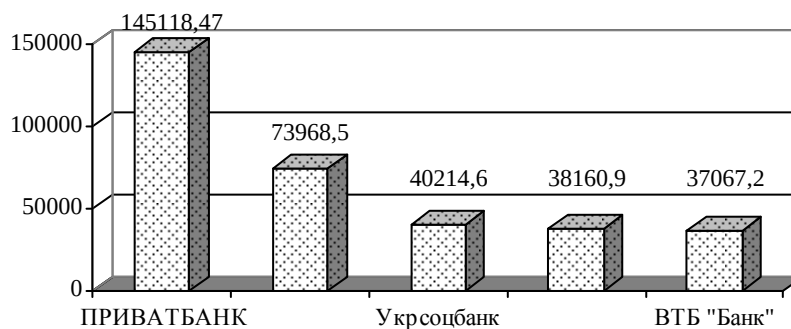


Рис. 1. TOP-5 банків України за розміром активів станом на 01.01.2012 р., млн. грн. [13; 15]

Одним із головних фінансових джерел банку є кошти фізичних та юридичних осіб. Одним із лідерів на українському ринку із залучення коштів фізичних осіб є ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», сума залучених коштів якого складає 69470,47 млн. грн. (рис. 2).

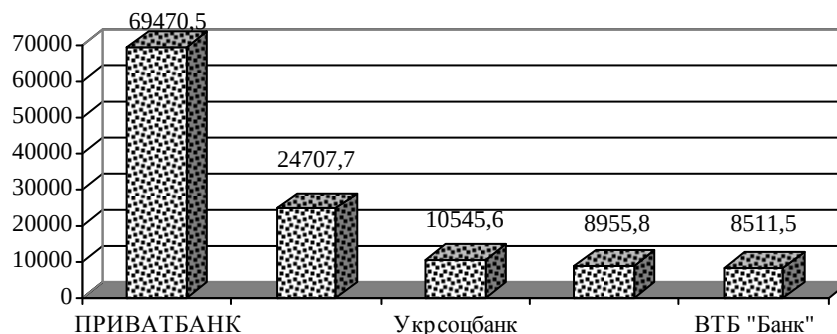


Рис. 2. TOP-5 банків України за залученими коштами фізичних осіб станом на 01.01.2012 р., млн. грн. [13; 15]

На цей відрив вплинула активна збутова політика «ПРИВАТБАНКу» та використання різноманітних стимулюючих заходів. Наступне місце займає АТ «Ощадбанк». Сума його залучених коштів у 2,5 рази менша ніж, у ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», і складає 24707,685 млн. грн.

Наступним є той факт що сума залучених коштів юридичних осіб значно менша, ніж фізичних, майже в усіх банків (рис. 3). ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» є лідером із залученням коштів юридичних осіб. Натомість АТ «Ощадбанк» змістився на третє місце, його випередив ПАТ «ПУМБ».

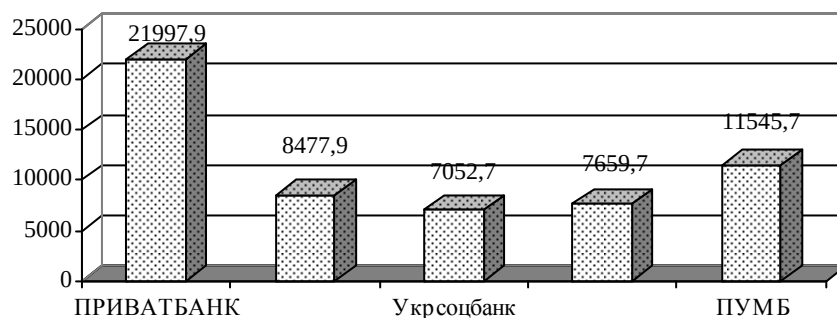


Рис. 3. TOP-5 банків України за залученими коштами юридичних осіб станом на 01.01.2012 р., млн. грн. [13;15]

Найбільший власний капітал серед українських банків першої групи у АТ «Ощадбанк», а саме 17594,805 млн. грн. ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» посідає у цьому списку другу позицію із розміром власного капіталу 17222,006 млн. грн. (рис. 4).

Одним з найважливіших показників діяльності банку є прибуток. Найприбутковішим та найуспішнішим банком в Україні є ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» з розмірами прибутку 1425,816 млн. грн., що у два рази більше, ніж у найближчого за

величиною цього показника банку (рис. 5). До п'ятірки лідерів почали входити ПАТ «ОТП Банк» та ПАТ «ВТБ Банк» попри те, що за розмірами охопту ринку вони поступаються АТ «Ощадбанк», займають друге та третє місця відповідно. АТ «Ощадбанк» входить до п'ятірки та посідає четверту позицію, з прибутком 530,991 млн. грн.

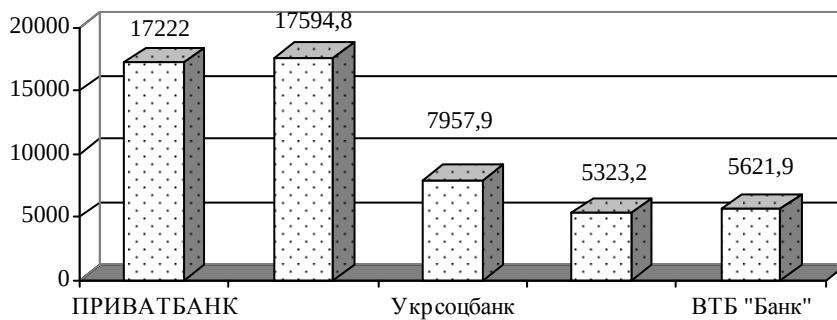


Рис. 4. TOP-5 банків України за власним капіталом станом на 01.01.2012 р., млн. грн. [13; 15]

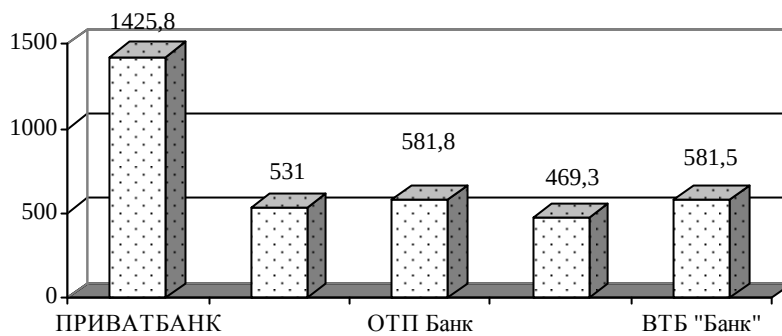


Рис. 5. TOP-5 банків України за фінансовим результатом на 01.01.2012 р., млн. грн. [13; 15]

Чистий відсотковий дохід є різницею між відсотковими доходами і відсотковими витратами банку. Його досліджують у цілому та за джерелами утворення: від кредитних операцій, від операцій з цінними паперами тощо.

Чистий комісійний дохід визначається різницею між комісійними доходами і комісійними витратами. Він розподіляється за видами банківських послуг, які є джерелами утворення відповідних доходів і напрямками витрачання коштів.

Згідно з рис. 6 чистий відсотковий дохід значно переважає чистий комісійний. Найбільші чисті відсоткові та комісійні доходи у ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК».

Проаналізуємо конкурентів ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» за кредитним портфелем. Як бачимо з табл. 2, в першу п'ятірку банків за обсягом кредитів та заборгованістю клієнтів входять АТ «Ощадбанк», ПАТ «Укрексімбанк», ПАТ «Райффайзен банк Аваль» та ПАТ «Укрсоцбанк». Тому вважаємо доцільним проводити більш детальний аналіз, враховуючи конкурентні позиції визначених банків.

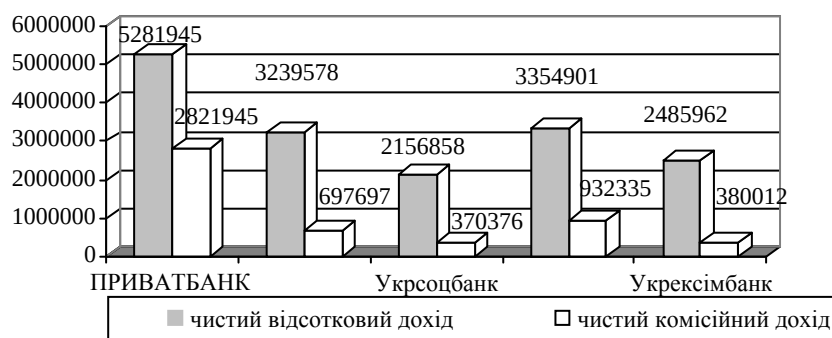


Рис. 6. TOP-5 банків України за чистим відсотковим та комісійним доходом на 01.12.2011 р., тис. грн. [13; 15]

Далі проаналізуємо кредити та заборгованості клієнтів першої групи банків станом на 01.12.2011 р.

Проаналізувавши табл. 2, зробимо наступні висновки: TOP-5 банків України контролюють 40,57 % ринку кредитів юридичних осіб та 35,18 % ринку кредитів фізичних осіб. Найбільшу долю ринку з надання кредитів юридичним особам займає ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», а саме 11 % (рис. 7).

Таблиця 2

Кредити та заборгованості клієнтів першої групи банків станом на 01.12.2011 р., тис. грн. [13; 15]

Назва банку	Кредити та заборгованість клієнтів	У тому числі:			
		кредити та заборгованість юридичних осіб	у тому числі:	кредити та заборгованість фізичних осіб	у тому числі:
			в іноземній валюті		в іноземній валюті
ПРИВАТБАНК	123 697 096	97 538 895	28 089 993	26 158 201	7 240 597
Ощадбанк	57 384 465	52 801 353	11 558 775	4 583 112	1 028 969
Укрексімбанк	54 151 913	53 135 470	26 650 570	1 016 442	797 118
Райффайзен Банк Аваль	45 110 927	23 895 424	10 092 833	21 215 503	15 652 619
Укрсоцбанк	37 386 857	18 683 411	11 578 787	18 703 447	15 600 863
УкрСиббанк	30 065 758	10 407 729	3 965 061	19 658 029	16 773 745
ВТБ Банк	33 194 301	29 761 718	19 990 343	3 432 583	2 078 004
Промінвестбанк	28 974 033	28 004 551	12 276 618	969 482	515 604
ПУМБ	18 666 273	14 123 444	6 053 821	4 542 829	2 846 284
Альфа-Банк	23 927 850	18 666 574	6 842 095	5 261 276	3 264 848
Надра Банк	24 329 114	9 968 885	5 208 273	14 360 230	11 217 264
ОТП Банк	19 716 568	12 248 755	7 933 758	7 467 813	6 448 105
Фінанси та Кредит	19 342 327	15 405 722	3 805 266	3 936 605	2 792 951
Брокбізнесбанк	12 970 519	10 068 051	2 631 792	2 902 468	1 106 921
Укргазбанк	14 016 032	11 295 265	696 440	2 720 767	2 017 039
Кредитпромбанк	12 086 835	9 384 758	2 964 319	2 702 076	1 410 231
Банк «Форум»	14 092 663	10 129 169	4 511 268	3 963 494	3 336 954

Другим за обсягами надання кредитів юридичним особам є АТ «Укрексімбанк» – 8,76, а третім – АТ «Ощадбанк» – 8,71 відповідно. Тобто, у кредитному портфелі даних банків переважають кредити юридичним особам.

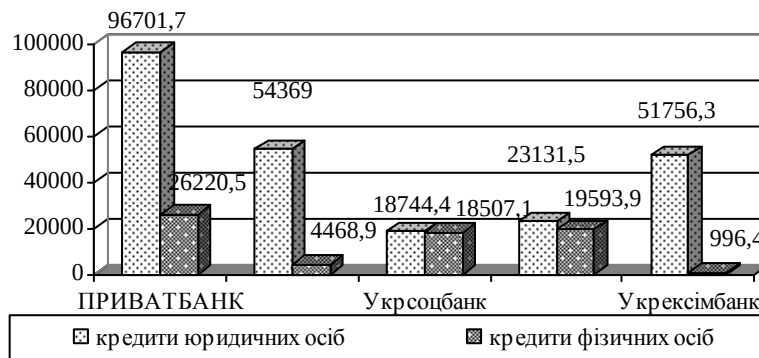


Рис. 7. TOP-5 банківських установ України з кредитів та заборгованостей юридичних та фізичних осіб на 01.01.2012 р. [13; 15]

У ПАТ «Райффайзен банк Аваль» та ПАТ «Укрсоцбанк» співвідношення кредитів юридичним та фізичним особам майже рівні.

Аналіз конкурентної сили банку доцільно проводити з використанням бальної оцінки (табл. 3). Для цього потрібно виокремити найважливіші фактори конкурентної сили банку та оцінити їх від одного до десяти балів. Як випливає з табл. 3, очевидною є перевага банку за позиціями «репутація», але є відставання за «репутація» та «кадри». Якість сервісу ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» у порівнянні з іншими банками на високому рівні, тому що банк активно навчає персонал корпоративної етики і створює комфортабельні умови у приміщеннях банку для обслуговування клієнтів. Продукти та послуги ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» відрізняються своєю різноманітністю. Сьогодні клієнт прагне отримувати інформаційно-технологічні банківські послуги та обслуговуватися 24 години на добу. Тому при розробці плану покращення перерахованих факторів та втілення їх у життя виникає кількісне покращення фактора «прибутковість».

Таблиця 3

Порівняльна таблиця діяльності банків-конкурентів

Фактори	ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	ПАТ «Укресім-банк»	ПАТ «Райффай-зен банк Аваль»	ПАТ «Укр-Сиббанк»	АТ «Ощадбанк»	Макс	СБ-Макс
Прибутковість	10	6	5	1	7	10	-3
Клієнтура	9	7	5	7	8	9	-1
Репутація	8	6	6	7	10	10	0
Продуктивність	10	7	6	7	9	10	-1
Продукти/послуги	10	9	8	8	8	10	-2
Грошові ресурси	10	8	7	6	9	10	-1
Якість сервісу	9	9	7	9	6	9	-3
Організація	9	7	6	7	7	9	-2
Кадри	8	8	8	7	6	8	-2
Усього	83	67	58	59	70	85	-15

Розрахуємо інтегральний показник конкурентоспроможності методом бажаності. Здійснимо оцінку конкурентоспроможності ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» за

наданням споживчих кредитів фізичним особам відповідно до ознак: відсоткова ставка, річних; максимальний розмір кредиту, разова комісія банку за надання кредиту, %; максимальний строк кредитування, років (табл. 4).

Таблиця 4

Розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності

Ознака		ПАТ КБ «ПРИВАТ- БАНК»	АТ «Ощад- банк»	ПАТ «Укресім- банк»	ПАТ «Райф- файзен банк Аваль»	ПАТ «УСБ»
Відсоткова став- ка (річних)	знач. показник	24,00 %	25,00 %	22,00 %	28,9 %	21.0 %
	бал показник α	4	4	5	2	5
	бал показник β	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Максимальний розмір кредиту	знач. показник	50000 грн.	30000 грн.	30000 грн.	50 000 грн.	40000 грн.
	бал показник α	5	3	3	5	4
	бал показник β	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Разова комісія банку за надання кредиту, %	знач. показник	2	1	0	2	0,99 %
	бал показник α	3	4	5	3	4
	бал показник β	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Максимальний строк кредиту- вання, років	знач. показник	3	3	2	6	10
	бал показник α	2	2	1	4	5
	бал показник β	0,25	0,25	0,25	0,25	0,25
Інтегральний показник конку- рентоспромож- ності	$I_{KC}=\sum_{i=1}^n\alpha_i+\beta_i$	3,55	3,25	3,5	3,45	4,55

Оцінка конкурентоспроможності здійснюється шляхом розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності найближчих конкурентів за формулою:

$$I_{KC} = \sum_{i=1}^n \alpha_i + \beta_i, \quad (1)$$

де α – оцінка від 1 до 5 балів;

β – оцінка бажаності, яка повинна бути однаковою за усіма ознаками одиниці.

ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» має очевидні переваги серед інших банків. В нього найвищий інтегральний показник конкурентоспроможності. Банк має найнижчий відсоток, разову комісію та найвищий строк кредитування серед усіх банків. Найменш конкурентоспроможним серед представлених банків є АТ «Ощадбанк».

Одним з ефективних методів оцінки конкурентоспроможності є графічний метод. Він базується на побудові радіальної діаграми конкурентоспроможності або багатокутника конкурентоспроможності.

На рис. 8 представлено багатокутники конкурентоспроможності чотирьох банків (ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»; АТ «Ощадбанк»; ПАТ «Укресімбанк»; ПАТ «Райффайзен банк Аваль»; ПАТ «Укрсоцбанк») за чотирма критеріями. Побудова багатокутників здійснювалася таким чином:

- коло, поділене радіальними оціночними шкалами на рівні сектори, кількість яких дорівнювала кількості обраних критеріїв, що були представлені у табл. 3 у клітинках «бал показник»;
- шкали на радіальних прямих було градуйовано так, щоб усі значення критеріїв знаходилися всередині оціночного кола;

- значення критеріїв збільшувалися по мірі віддалення від центра кола; на кожній вісі з використанням відповідного масштабу вимірювання було позначено точки, що відповідали значенням критеріїв;
- по точках відповідно для кожного з банку проведено ламану лінію, яка і сформувала багатокутник.

Як бачимо з рис. 8, основними недоліками ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» є максимальний строк та максимальний розмір кредиту. Банку доцільно переглянути ці умови. Перевагою графічного методу оцінки конкурентоспроможності банку є його простота та наочність; недоліком слід вважати те, що він не дає змоги встановити значення узагальненого критерію конкурентоспроможності банку. Тому аналіз конкурентоспроможності за допомогою матриці GE (General Electric)/McKinsey дає можливість уникнути недоліків, викликаних використанням графічного методу.

Для того щоб побудувати матрицю GE (General Electric)/McKinsey, необхідно знайти абсолютну оцінку фактора привабливості та абсолютну оцінку фактора конкурентоспроможності.

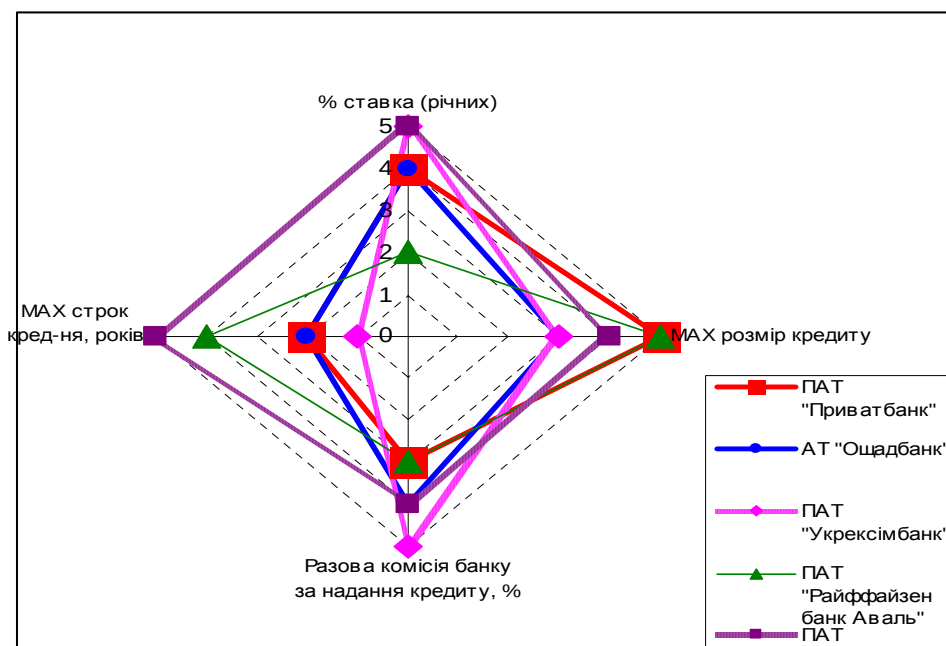


Рис. 8. Багатокутник конкурентоспроможності

Матриця становить собою квадрат, сформований по двох вісях: конкурентна позиція та привабливість галузі. Кожна вісь умовно розділена на три частини: низька, середня і висока. Відповідно, матриця складається з 9 квадрантів (3×3): вертикальна вісь Y – привабливість галузі, горизонтальна вісь X – конкурентна позиція.

У табл. 5 визначено фактори привабливості ринку та значимість факторів у відсотках; проведено оцінку позик корпоративних та приватних клієнтів за факторами та підраховано їхню цінність.

У табл. 6 визначено фактори конкурентоспроможності та проранжовано значимість факторів у відсотках. Дано оцінку позик корпоративних та приватних клієнтів за факторами та підраховуємо її цінність.

Таблиця 5

Розрахунок привабливості кредитного ринку ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»

Фактори привабливості ринку	Значимість фактора, %	Позики корпоративним клієнтам ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»		Позики приватним клієнтам ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	
		оцінка привабливості	цінність	оцінка привабливості	цінність
1. Об'єм ринку (загальна ємність ринку)	0,12	60	7,2	40	4,8
2.Інтенсивність конкуренції	0,15	70	10,5	90	13,5
3. Витрати (частка клієнтів, яких можна залучити зниженням %)	0,12	50	6	80	9,6
4. Можливість мати постійних клієнтів	0,19	100	19	50	9,5
5. Економічний вплив	0,1	60	6	30	3
6. Політичний вплив	0,07	60	4,2	60	4,2
7. Поведінка клієнтів (схильність клієнтів змінювати банк)	0,07	60	4,2	90	6,3
8. Репутація (значимість для клієнта репутації банку)	0,1	90	9	80	8
9. Тенденції збільшення попиту	0,08	65	5,2	80	6,4
Сума	1		71,3		65,3

Таблиця 6

Розрахунок конкурентної позиції банку на кредитному ринку

Фактори конкурентоспроможності	Значимість фактора %	Позики корпоративним клієнтам ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»		Позики приватним клієнтам ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»	
		оцінка привабливості	цінність	оцінка привабливості	цінність
1.Охоплення ринку набором послуг (% охоплення ринку)	0,18	30	5,4	60	10,8
2.Збутова мережа (близькість до клієнтів, зручність)	0,14	30	4,2	60	8,4
3. Репутація	0,12	90	10,8	90	10,8
4. Частка ринку (у %)	0,14	80	11,2	60	8,4
5. Збитки	0,07	70	4,9	50	3,5
6. Наявність постійних клієнтів	0,08	90	7,2	60	4,8
7. Співробітники (рівень кваліфікації)	0,1	30	3	30	3
8. Реклама (кількість та якість стосовно конкурентів)	0,1	10	1	20	2
9.Внутрішні інформаційні комунікації (якість внутрішніх інформаційних потоків)	0,03	30	0,9	30	0,9
10.Зовнішні інформаційні комунікації (якість зовнішніх інформаційних потоків)	0,04	20	0,8	30	1,2
Сума	1		49,4		53,8

На даному етапі підраховані показники абсолютної оцінки фактора привабливості та абсолютної оцінки фактора конкурентоспроможності. Дані подано

у табл. 7. Додамо відсоткове значення кредитів та заборгованостей юридичних та фізичних осіб від загальної суми.

Таблиця 7

Розрахунок показників бізнес-напрямів

Бізнес-напрямок	Абсолютна оцінка фактора привабливості	Абсолютна оцінка фактора конкурентоспроможності	Кредити та заборгованість (у % щодо сумарної юридичних та фізичних осіб)
Кредити корпоративним клієнтам	71,3	49,4	92
Кредити приватним клієнтам	65,3	53,8	8

Таблиця 7 дає можливість побудувати матрицю GE (General Electric) / McKinsey, адже всі необхідні показники знайдені.

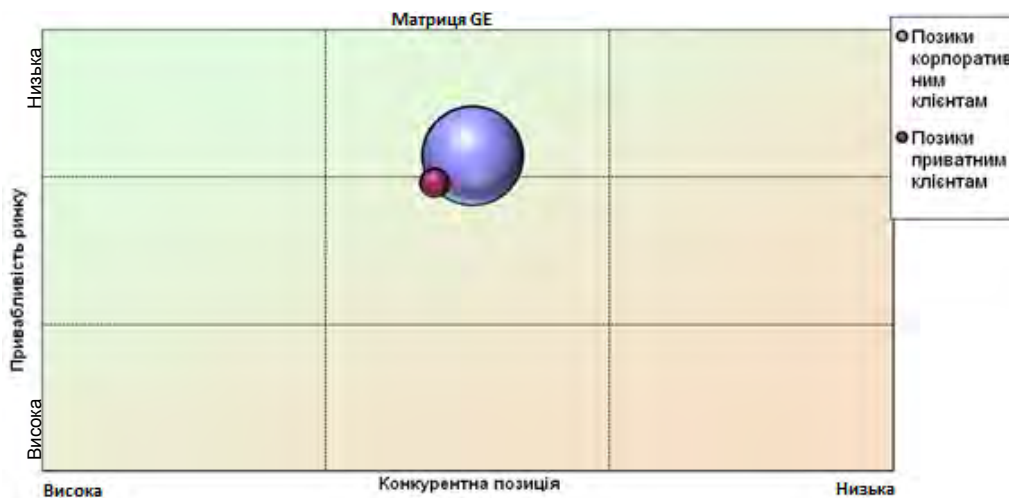


Рис. 9. Позиція бізнес-напрямів на матриці GE (General Electric) / McKinsey

Під час проведення аналізу кредитного портфеля ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» за допомогою матриці GE (General Electric) / McKinsey (рис. 9) було виявлено, що такі бізнес-напрями ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК», як позики корпоративним клієнтам та позики приватним клієнтам, попадають у квадрат з високою привабливістю ринку та з середньою конкурентною позицією. Бізнес у даній позиції не є лідируючим, але й не відстає. У такому випадку завданням ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» є: по-перше, виявлення сильних і слабких сторін кредитування; по-друге, здійснення цільового інвестування для отримання максимуму прибутку за рахунок сильних сторін, а також для посилення слабких сторін. Тобто, банк повинен збільшити розмір кредитно-інвестиційного портфеля та знизити його концентрацію.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Під час оцінки та аналізу конкурентоспроможності ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» з метою зростання ефективності кредитно-інвестиційних інновацій банків встановлено, що головними завданнями банку на майбутнє повинні стати:

- збереження позиції ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК» у ТОП-5 банків України за основними фінансовими показниками (за обсягами кредитування, залученням коштів та комісійними доходами);
- підвищення ефективності та зростання частки відсоткових доходів;

- збільшення обсягу активних операцій банку з одночасним збереженням якості портфеля;
- впровадження прогресивної системи ефективних продаж;
- суттєве розширення та удосконалення продуктового ряду банку, а також забезпечення сталого розвитку нових продуктів та бізнес-напрямів;
- актуалізація інформаційних технологій у наданні банківських послуг;
- розвиток діяльності на міжнародних ринках капіталу;
- вдосконалення систем просування та розвитку персоналу;
- впровадження автоматизації сучасних внутрішніх технологій і процесів для скорочення витрат, підвищення якості та швидкості обслуговування.

Бібліографічні посилання

1. **Макарова Г. П.** Маркетинг та його специфіка в банківській сфері / Г. П. Макарова. – К. : Просвіта, 2005. – 380 с.
2. **Черкасов В. Е.** Банковские операции: маркетинг, анализ, расчеты : [учеб.-практ. пособ.] / В. Е. Черкасов, Л. А. Плотицына. – М. : Метаинформ, 2005. – 207 с.
3. **Портер Е. Майкл.** Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов : пер. с англ. / Майкл Е. Портер. – [2-е изд.]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 454 с.
4. **Романенко Л. Ф.** Банківський маркетинг : [монографія] / Л. Ф. Романенко. – К. : Дім Ін Юре 2001. – 484 с.
5. **Юданов А. Ю.** Банковская конкуренция / А. Ю. Юданов. – М. : Экзамен, 2002. – 256 с.
6. **Федулова Л. І.** Управління конкурентоспроможністю банків в умовах трансформаційної економіки / Л. І. Федулова, І. П. Волощук. – Міжрегіональна академія управління персоналом; Акціонерний поштово-пенсійний банк «Аваль». – К. : Науковий світ, 2002. – 301с.
7. **Кіреєв О.** Підвищення конкурентоспроможності банку: стратегічний підхід / О. Кіреєв, Ю. Заруба // Вісник НБУ. – 2003. – С. 24–27.
8. **Барчан Г. Ю.** Конкурентоспроможне управління фінансовою діяльністю комерційних банків : [монографія] / Г. Ю. Барчан, Ю. М. Гудзь. – К. : Сталь, 2008. – 196 с.
9. **Лютій І. О.** Банківський маркетинг: [підручник] / І. О. Лютій, О. О. Солодка. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 776 с.
10. **Бритченко І. Г.** Маркетинг у банках: [навч. посіб.] / І. Г. Бритченко ; під ред. І. Г. Бритченко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 345 с.
11. **Нікітін А. В.** Маркетинг у банку: [навч. посіб.] / А. В. Нікітін, Г. П. Бортніков, А. В. Федорченко ; [за ред. А. В. Нікітіна]. – К. : КНЕУ, 2006. – 432 с.
12. **Фомін І.** Конкурентна позиція банку: детермінанти визначення та методика оцінки / І. Фомін // Вісник НБУ. – 2003. – № 4. – С. 8–10.
13. **Асоціація Українських банків** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.aub.org.ua>.
14. **ПАТ КБ «ПРИВАТБАНК»** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.privatbank.ua>.
15. **Національний банк України** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

Надійшла до редколегії 20.11.2012

О. Г. Поправка*Київський національний торгівельно-економічний університет***СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РЕФОРМУВАННЯ
БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ**

Досліджено основні проблеми пов'язані з діючою системою банківського нагляду. Проаналізовано міжнародні стандарти банківського нагляду та визначено основні пріоритети його реформування в Україні.

Ключові слова: банківський нагляд, банківська система, базельські принципи, вимоги до капіталу.

Исследованы основные проблемы связанные с действующей системой банковского надзора. Проанализированы международные стандарты банковского надзора и определены основные приоритеты его реформирования в Украине.

Ключевые слова: банковский надзор, банковская система, базельские принципы, требования к капиталу.

In the article basic problems are investigational related to the operating system of bank supervision. The international standards of bank supervision are analyzed and basic priorities of his reformation are certain in Ukraine.

Keywords: bank supervision, banking system, Basel principles, requirements to the capital.

Головний елемент світової фінансової системи – глобальна банківська система, яка завдяки сучасним технологіям забезпечує грошовий обіг не тільки на національному рівні, а й на міжнародному, на сьогодні підвладна новим течіям у зміні наглядових функцій з боку центральних банків.

Кардинальні зміни систем ризик-менеджменту як на мікро-, так і на макро-рівні, а також моделей регулювання фінансових ринків є нагальною потребою, обумовленою змінами у світовій фінансовій системі. Існуючі органи та стандарти управління ризиками банківської системи не в змозі забезпечити контролюючу вольотивність ринку банківських послуг та збільшити прозорість ризик-менеджменту.

Незважаючи на виконання основних принципів нагляду національним регулятором, багато проблем залишаються невирішеними, а стратегія ризик-менеджменту – недосконалою та обмеженою, що продемонструвала остання криза фінансової системи, а тому дослідження питання подальшого реформування банківського нагляду залишаються актуальними.

Питанням ефективності банківського нагляду в Україні та перспективних напрямів його удосконалення присвячено значну кількість наукових праць, зокрема, фундаментальні дослідження провідних зарубіжних вчених Я. Міркіна, С. Моїсєєва, Дж. Сінкі, В. Усоскіна, М. Ямпольського та ін. Вагоме місце в розробці цієї проблематики займають праці відомих українських економістів, до яких належать О. Васюренко, А. Гальчинський, О. Дзюблук, В. Коваленко, В. Міщенко, А. Мороз, Р. Набок, С. Науменкова, О. Петрик, К. Расвський, М. Савлук та чимало інших.

Більшість науковців наголошують на необхідності побудови системи ризик-орієнтованого нагляду, яка передбачає впровадження системи заходів щодо забезпечення наглядової практики такими елементами, як всебічний аналіз банківської звітності, застосування методик раннього попередження банківських криз та можливостей їх подолання [8]. Так, І. Д'яконова [3] вважає, що для адекватного функціонування національної економіки, в першу чергу, повинні вирішуватися проблеми нехтування ризиками вищого рівня.

Р. Набок зазначає, що нинішній підхід до нагляду в Україні ґрунтується на оцінці нормативів, установлених регулятором, що робить його ретроспективним, і наголошує на реалізації концепції нагляду на основі оцінки ризиків [7].

У свою чергу, В. Коваленко, В. Міщенко наголошують на реалізації концепції макропруденційного нагляду за банківською діяльністю [4; 6]. Дослідження науковців є різноплановими, тому виникає потреба у систематизації пріоритетів розвитку банківського нагляду.

Якщо розглядати розвиток міжнародних підходів до системи банківського регулювання, то за останню чверть століття зазначена система зазнала значних змін (табл. 1).

Таблиця 1

Розвиток міжнародних підходів до банківського регулювання
(складено автором за матеріалами [5; 9])

Характеристики	«Базель I» (1998)	«Базель II» (2006)	«Базель III» (2011)
Об'єкт	Міжнародні банки	Міжнародні банки і банківські групи	Системоутворюючі банки, групи, національні і глобальна банківські системи
Фокус	Стійкість	Стійкість. Системи управління ризиками	Стійкість (+)
Загальний підхід	Консервативний	Ліберальний	Консервативний (+)
Характер вимог	Імперативний	Диспозитивний і імперативний	Імперативний (+)
Інструменти регулювання	Капітал, достатність капіталу	Достатність капіталу; вимоги до управління ризиками; вимоги до розкриття інформації щодо достатності капіталу та управління ризиками	Капітал, достатність капіталу, рівень ліквідності. Інструментарій контрциклічного регулювання

Як свідчать дані табл. 1, зміни мали різноплановий характер. «Базель I» виявився першим міжнародним стандартом банківського регулювання. Він базувався в цілому на адміністративному підході до оцінки ризиків та вимог до достатності капіталу. Від «Базель I» до «Базель II» був зроблений крок у напрямку лібералізації системи регулювання, виходячи із ринкових пріоритетів і системи управління ризиками. Від «Базель II» до «Базель III» у сфері банківського регулювання були визначені буфери капіталу, нормативи ліквідності, контрциклічний підхід та визначено ідеологію стійкості банківської системи (табл. 2).

Пріоритетами «Базель III» є ефективна система банківського нагляду, яка націлена у кінцевому підсумку не тільки забезпечувати стійкість, а й зберігати простір для інновацій у банківському бізнесі, ґрунтуючись на розвитку банків і банківської системи в інтересах економіки та населення.

Враховуючи нові рекомендації Базельського комітету, з 2013 року у Казахстані передбачається впровадження нового нормативу достатності основного капіталу, значення якого буде складати 4,5 % з урахуванням контрциклічного буферу – 7 %; значення достатності власного капіталу K_1 буде складати 6 %, з урахуванням контрциклічного буферу – 8,5 %; значення достатності власного капіталу K_2 буде складати 8 %, з урахуванням контрциклічного буферу – 10,5 %; встановлення єдиних для усіх банків коефіцієнтів достатності капіталу незалежно від наявності або відсутності у банку великого учасника фізичної особи, банківського

холдингу або материнської установи; застосування буферних капіталів (консерваційного буферу – 2,5 %, контрициклічного від 0 до 2,5 %, системного – $K_2 + 2\%$).

Таблиця 2

Порівняльна таблиця мінімальних вимог до достатності капіталу згідно «Базель II» та «Базель III» (складено за матеріалами [10])

№ з/п	Показник (у відсотках від зважених за ризиком активів)	«Базель II» до 2013	«Базель III»						
			роки						
			2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
I	Базовий капітал 1-го рівня (Core Tier 1 Capital)	2	3,5	4	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
II	Капітал 1-го рівня (Tier 1 Capital)	4	4,5	5,5	6	6	6	6	6
III	Резервний буфер (Conservation Buffer)	0	0	0	0	0,625	1,25	1,875	2,5
IV	Власний Капітал (Total Capital):	8	8	8	8	8	8	8	8
V	РАЗОМ (II + III)	8	8	8	8	8,625	9,25	9,875	10,5
VI	Контрициклічний резервний буфер (Countercyclical reserve buffer)	0	0	0	0	0,625	1,25	1,875	2,5
VII	РАЗОМ (V + VI)	8	8	8	8	9,25	10,5	11,75	13

При цьому, коефіцієнт достатності капіталу банку K_1 буде перенесений з пруденційних нормативів до заходів попереднього реагування зі значенням не менше 5 %. Аналогічні вимоги до достатності власного капіталу будуть встановлені на консолідованій основі, тобто до банківських конгломератів [1].

Основними перевагами «Базеля III» можна вважати: підвищення якості, гармонійності та прозорості капіталу через застосування жорсткіших вимог до фінансових інструментів, що входять до його структури, зокрема, капіталу першого рівня; управління ризиком через висування мінімальних вимог до забезпечення операцій з деривативами, викупом фінансових інструментів, їх фінансування за рахунок позичкових коштів; поєднання вимог, що передбачають безпосередню прив'язку обсягу забезпечення до рівня ризикованості, а також вимог, що не базуються на ризикованості (нормування показника левериджу); скорочення проциклічних та впровадження контрициклічних резервів капіталу, спрямованих на покриття втрат у майбутньому; формування засадних підходів до оцінки та управління систематичного ризику.

Слід зазначити, що ефективність нових стандартів буде визначатися часом. При цьому слід виділити основні обмеження до реалізації «Базель III», які визначено В. Ворочек [2].

По-перше, лише посилення вимог до банківського капіталу недостатньо для того, щоб гарантувати недопущення фінансових криз у майбутньому, – необхідно ретельніше контролювати кредитну діяльність банків, удосконалювати регулювання фінансового сектора в цілому.

По-друге, успішність впровадження «Базель III» безпосередньо пов'язана з посиленнями наглядом та регулюванням за іншими напрямками, зокрема, формуванням фінансової звітності учасників ринку. Окремі положення національних та міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (МСБО) та фінансової звітності (МСФЗ) потребують перегляду з метою повного та достовірного відображення суттєвої інформації. Компанії повинні засвоїти урок фінансової кризи 2008–2009 років, коли задекларована згідно з МСБО частка проблемних креди-

тів була нижча, ніж за оцінками аналітиків. Стандарти фінансової звітності різних країн потребують подальшої конвергенції з метою співставності та зрозумілості широким колом користувачів фінансової інформації.

По-третє, впровадження нових, жорсткіших правил неминуче призведе до гальмування розвитку банківської системи, що нарешті починає активізуватись після масштабних потрясінь. Проте значні труднощі очікують на невеликі банки, що наразі не витримують норм, установлених «Базель III».

По-четверте, аналітики застерігають щодо негативного впливу мінімальних вимог до достатності капіталу на загальне економічне зростання. Банки, що не відповідають таким вимогам, відчуватимуть тиск з боку інвесторів та будуть змушені збільшувати розмір капіталу ще до граничного терміну у 2019 році. Це, в свою чергу, обмежуватиме їх у можливостях кредитування в той час, коли в країнах G-20, і не тільки, ще не розв'язані проблеми високого рівня безробіття та спаду активності бізнесу [11].

По-п'яте, існує ризик, що разом із встановленням нових правил збільшиться рівень «тінізації» на ринку фінансових послуг, що посилить імовірність розгортання чергової фінансової кризи.

Якщо говорити про національну банківську систему, то слід зазначити, що участь банків у розгортанні кризи полягає у наступному: агресія у бізнес-політиці банківських установ; концентрація ризиків у системоутворюючих банках, що впливає на всю банківську систему; маніпуляції, що покривають ризики, які пов'язані з проведенням угод.

До основних недоліків сучасної вітчизняної системи банківського нагляду належать обмежені правові можливості; відсутність досвіду у подоланні кризи; формалізм, тобто концентрація уваги на зовнішніх аспектах банківської діяльності, недостатня увага реальним ризикам, несвочасність та низька ефективність наглядових дій.

Тому, на наш погляд, регуляторні та наглядові заходи у частині агресивної політики, концентрації ризиків та нетранспарентності банківської діяльності повинно відбуватися за двома напрямками.

Перший напрям – розвиток змістовних підходів у нагляді:

- розвиток координації наглядової практики територіальних управлінь та центрального апарату Національного банку України, проведення навчання з метою підвищення кваліфікації персоналу та його орієнтування на реалізацію змістовних підходів;
- виявлення негативних чинників та загроз стійкості банків, банківських груп, банківської системи на ранніх стадіях та оперативне використання ефективних заходів наглядового реагування – розвиток системи раннього попередження.

Другий напрям – введення у законодавство норм реалізації змістовних підходів банківського регулювання та нагляду:

- реалізація міжнародних підходів у частині правових умов консолідованого нагляду;
- обмеження ризику пов'язаних з банком осіб та їх бізнесу;
- реалізація міжнародних підходів у частині вимог до ділової репутації том-менеджерів, членів ради директорів та мажоритарних власників банків;
- підвищення відповідальності том-менеджерів, членів ради директорів та мажоритарних власників банків за достовірність ведення бухгалтерського обліку та інформації за ризики і стійкість банків;

- надання органу нагляду повноважень щодо визначення вимог до систем управління ризиками банків;
- надання наглядовому органу права на використання професійного судження у ситуаціях, коли інформація про діяльність або ризики банків нетранспарентна.

Висновки. В цілому, можна зазначити, що стратегічними напрямками реформування банківського нагляду повинні бути:

- всебічний, комплементарний аналіз фінансової стійкості банків і банківської системи в цілому;
- агрегований моніторинг діяльності не лише банківської системи, а й парабанківської;
- дослідження взаємної кореляції між показниками діяльності системоутворюючих банківських установ, з особливим наглядом за банками з іноземним капіталом;
- застосування макропруденційної політики при розробці наглядових інструментів.

Проведення реформування системи регулювання та нагляду у банківській сфері є надзвичайно актуальним для України, оскільки системний ризик залишається на високому рівні, про що свідчить динаміка поганих активів у банківській системі. Тому потрібні як інституційні, так і нормативні зміни для приведення вітчизняної практики регулювання до сучасних міжнародних стандартів.

Нова фінансова архітектура становить значний крок у напрямку більш гармонізованого та координованого мікро- та макропруденційного нагляду. Вирішальним питанням у цьому плані є те, як макропруденційна та монетарна політика та її відповідні інструменти повинні прив'язуватися одне до одного. Центральні банки повинні бути залучені до макропруденційної політики. Для монетарної політики важливо більш ретельно розглядати новації на фінансових ринках, враховуючи їхній потенційно великий вплив на інфляцію та валовий продукт.

Бібліографічні посилання

1. **Базель 3.** В Казахстане [Електронний ресурс] / 3. Базель. – Режим доступу : <http://www.rusarticles.com/banki-i-kredity-statya/bazel-3-v-kazaxstane-5692734.html>. – Офіційний сайт RusArticles.
2. **Ворочек В. Г.** Перспективи застосування «Базеля III» як інструменту попередження фінансових криз [Електронний ресурс] / В. Г. Ворочек. – Режим доступу : http://www.confcontact.com/20110225/ek2_vorochek.php
3. **Д'яконова І. І.** Методологічні засади розвитку банківського нагляду на базі системної організації банківської діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук : спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / І. І. Д'яконова. – Суми, 2008. – 36 с.
4. **Коваленко В. В.** Макроекономічна складова банківського регулювання та нагляду / В. В. Коваленко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – Дніпропетровськ, 2012. – № 10/1. – Т. 20, Вип. 6/2. – С. 85–93.
5. **Міщенко В.** Базель III: нові підходи до регулювання банківського сектору / В. Міщенко, А. Незнамова // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 1. – С. 4–9.
6. **Міщенко В.** Методологічні засади запровадження макропруденційного регулювання та нагляду / В. Міщенко, А. Крилова // Вісник Національного банку України. – 2011. – № 3. – С. 12–15.

7. **Набок Р.** Трансформація підходів до банківського нагляду: від складного – до надійного / Р. Набок // Вісник Національного банку України. – 2012. – № 5. – С. 46–49.
8. **Христофорова О. М.** Теоретичні аспекти функціонування пруденційного нагляду / О. М. Христофорова, К. С. Бужор // Наука й економіка. – 2009. – № 3. – Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nie/2009_3_1pdf
9. **Basel II:** Revised international capital framework [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/bcbsca.htm>
10. **Group** of Governors and Heads of Supervision announces higher global minimum capital standards. Annex 2: Phase-in arrangements // Press release by Basel Committee on Banking Supervision, Bank for International settlements. – 2010. – 6 p.
11. **Tan C.** Bankers close ranks to wage war on new rules / C. Tan // Business Times. – 2010. – 02 Nov.

Надійшла до редколегії 30.08.2012

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ ТА МАРКЕТИНГ

УДК 622.7: 658.3.018

Д. В. Бродська

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

ОЦІНКА ПРОДУКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Запропонована методика оцінки продуктивності підприємства, що дозволяє враховувати ринкові умови роботи підприємства і спиратися на показники, які використовуються в українській статистичній практиці. На прикладі металургійного підприємства доведено ефективність цієї методики.

Ключові слова: продуктивність, оцінка продуктивності, управління, ресурси підприємства.

В статье предложена методика оценки производительности предприятия, которая позволяет учитывать рыночные условия работы предприятия и опираться на показатели, используемые в украинской статистической практике. На примере металлургического предприятия наглядно доказано эффективность этой методики.

Ключевые слова: производительность, оценка производительности, управление, ресурсы предприятия.

In the article proposes the method of enterprise productivity estimating, which takes into account the market conditions of the enterprise and rely on common indicators used in the Ukrainian statistical practice. On the example of metallurgical enterprise clearly is proved the effectiveness of this method.

Keywords: productivity, productivity, evaluation, management, enterprise resources.

Успішні результати діяльності будь-якого підприємства в ринкових умовах господарювання залежать від ефективного використання наявних виробничих ресурсів і від сприятливого впливу зовнішнього середовища, оскільки продуктивність – це показник того, наскільки ефективно підприємство перетворює використовувані ресурси в продукцію (товари, послуги). Висока продуктивність – головна якісна ознака ефективної системи господарювання ринкового типу, в якій вільний рух капіталу і робочої сили сприяє розширенню місткості товарного ринку, ринку праці та капіталу, а також забезпечує товаровиробникам нагромадження основного капіталу, нормальне відтворення залученої до економічної діяльності робочої сили, створення інвестиційних та інноваційних фондів, а також вирішення інших нагальних соціально-економічних проблем.

Рівень економічного розвитку країни визначається ефективністю діяльності конкретних підприємств, оскільки саме мікроекономічний рівень є базою, яка створює додану вартість і формує основу для збільшення ВВП, підвищення рівня і якості життя населення. В умовах трансформаційних процесів на всіх рівнях управління українськими підприємствами було допущено повне ігнорування проблеми продуктивності. Показник продуктивності так і не введено в практику статистичного обліку, що значно ускладнює зіставлення рівнів продуктивності між підприємствами. Відсутність відповідної інформаційної бази не дозволяє відстежувати динаміку продуктивності вітчизняних підприємств. А в сучасних умовах першочерговим завданням для підприємств має стати пошук резервів

підвищення продуктивності підприємства, тобто тих можливостей, які є на підприємстві, але з різних причин не використовуються.

У сучасних наукових дослідженнях категорія продуктивності набуває пріоритетного значення, оскільки в інтегрованому вигляді відображає результативність взаємодії усіх факторів впливу на економічну систему підприємства і є основою для оцінки його потенційних можливостей. Деякі аспекти оцінки й управління продуктивністю досліджують у своїх роботах такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як А. Аткинсон, А. В. Калина, В. В. Калюжний, Д. Кендрик, А. О. Ласкавий, Д. С. Сінк, В. А. Чарінцева та інші. Деякі з них зосередились на дослідженні продуктивності на макрорівні (І. І. Прокопенко, О. Сологуб), інші предметом наукового пошуку обрали методи вимірювання і управління продуктивністю окремих підприємств (А. В. Калина, В. А. Чарінцева). Певні наукові праці містять спроби поєднання мікро- та макropідходу до управління продуктивністю (А. О. Ласкавий). Але водночас залишаються неопрацьованими деякі аспекти, пов'язані з диференціацією методів та політики управління, а також загальної оцінки продуктивності підприємств, що і визначило вибір теми даного дослідження.

Метою статті є аналіз продуктивності підприємства на основі концепції продуктивності факторів виробництва.

Продуктивність, як поняття, характеризує результативність усієї сукупної і цілеспрямованої господарської діяльності суспільства. Загальним визначенням продуктивності є відношення створеної продукції і наданих послуг, здійснюваних сукупною системою виробництва та обслуговування, до здійснених на це витрат. Тому можна сказати, що продуктивність показує ефективність використання ресурсів підприємства при виготовленні продукції (товари, послуги). Більш висока продуктивність означає збільшення обсягу продукції за тих самих витрат, при цьому необхідно враховувати потреби цієї чи іншої продукції на ринку, в суспільстві. Тому метою діяльності будь-якого підприємства є зростання або утримання на належному рівні його продуктивності як передумови стабільної позиції на обраному сегменті ринку, ефективного використання задіяних ресурсів, розвитку та розширення обсягів діяльності. Досягнення цієї мети вимагає свідомого та досконалого управління продуктивністю підприємства.

Управління продуктивністю – це комплекс стратегічних та оперативних заходів і практичних дій з оптимізації співвідношення виробленої продукції та затрачених на це ресурсів [3, с. 66].

Питання продуктивності можна розглядати як на макрорівні, мезорівні (регіональному) і на мікроекономічному (на рівні окремих підприємств певних галузей виробництва). Слід також зазначити, що рівень продуктивності країни, її регіонів і галузей визначається рівнем продуктивності підприємств.

Запропоновані в даній статті інструменти оцінки продуктивності підприємства базуються на показнику доданої вартості, що характеризує новостворену вартість у процесі виробничої діяльності підприємства, а також на детальному аналізі ефективності використання ресурсів підприємства.

Оцінку продуктивності підприємства пропонується здійснювати в два етапи [2]. На першому етапі розраховуються показники загальної продуктивності підприємства, які характеризують ефективність використання ресурсів, витрачених на здійснення виробничих процесів підприємства, та визначаються зіставленням новоствореної вартості і сукупних витрат ресурсів. Після розрахунку показників перевіряється дотримання системи нерівностей, які формують умови зростання загальної продуктивності підприємства та порівнюються темпи зростання кожного з показників:

1) $K_{дв} \geq B$ – підвищення продуктивності підприємства спостерігається, якщо темпи зростання виручки від реалізації забезпечуються підвищенням доданої вартості в її складі, тобто темпи зростання частки доданої вартості у виручці ($K_{дв}$) більше або дорівнюють темпам зростання виробітку на одного працівника (B);

2) $P_{оф} \geq F_{о}$ – з метою забезпечення зростання ефективності діяльності підприємства, збільшення показника фондоозброєності має супроводжуватися підвищенням продуктивності капіталу. Причому найбільший економічний ефект досягається, коли темпи зростання продуктивності капіталу ($P_{оф}$) перевищують темпи зростання показника фондоозброєності ($F_{о}$);

3) $F_{о} \leq F_{в} \leq K_{дв}$ – темпи зростання коефіцієнта частки доданої вартості у виручці повинні бути вищими або дорівнювати темпу зростання фондовіддачі (тобто виручка повинна збільшуватися не за рахунок підвищення вартості ресурсів, а за рахунок збільшення доданої вартості). Водночас, темпи зростання коефіцієнта фондовіддачі ($F_{в}$) повинні перевищувати темпи зростання фондоозброєності;

4) $P_{об.кап.} \geq I_{об.кап.}$ – продуктивність підприємства буде зростати в тому випадку, якщо темпи зростання продуктивності оборотного капіталу ($P_{об.кап.}$) будуть випереджати темпи зростання інтенсивності оборотного капіталу ($I_{об.кап.}$);

5) $I_{об.кап.} \leq K_{об} \leq K_{дв}$ – підвищення продуктивності підприємства забезпечується, коли темпи зростання частки доданої вартості в обсязі реалізованої продукції вище або дорівнюють темпам зростання коефіцієнта оборотності оборотного капіталу ($K_{об}$). Водночас темп зростання коефіцієнта оборотності повинен бути вище від темпів зростання інтенсивності оборотного капіталу.

Якщо всі умови виконуються, можна говорити про досягнення потенційного рівня загальної продуктивності підприємства. Це ідеальна ситуація, до якої повинні прагнути керівники. В цьому випадку проводиться моніторинг показників продуктивності підприємства через певні проміжки часу (місяць, квартал, півріччя, рік).

Якщо хоча б одна з нерівностей порушується, то зростання продуктивності підприємства не може бути забезпечене повною мірою, що свідчить про існування резерву підвищення продуктивності підприємства. Тому в разі виявлення порушень зазначених умов необхідно перейти до другого етапу оцінки продуктивності підприємства.

На другому етапі розраховується інтегральний показник продуктивності ресурсів, що враховує рівень використання чотирьох факторів виробництва: техніко-технологічних умов виробництва, матеріальних ресурсів, трудових ресурсів та інформації. Оцінку інтегрального показника продуктивності факторів виробництва пропонується здійснювати на основі показників індивідуальної ефективності їх використання. Визначення кількості і складу цих показників може здійснюватися як на основі методу експертних оцінок, так і економетричних методів, які, на нашу думку, є найбільш переважними, тому що дозволяють усунути фактор суб'єктивізму в оцінках.

Інтегральну кількісну оцінку сукупної продуктивності факторів виробництва пропонується здійснювати за методом суми добутків нормалізованих показників індивідуальної їх продуктивності за наступними формулами:

$$P_{интег} = \sum_{j=1}^4 P_j, \quad (1)$$

$$П_j = \left(\frac{K_{1j\phi}}{K_{1jn}}\right)^{b_{1j}} \times \left(\frac{K_{2j\phi}}{K_{2jn}}\right)^{b_{2j}} \times \dots \times \left(\frac{K_{nj\phi}}{K_{njn}}\right)^{b_{nj}}, \quad (2)$$

де $П_j$ – змінна, що характеризує рівень індивідуальної ефективності аналізованої групи факторів виробництва; при оптимальній ефективності використання факторів виробництва $П_j \rightarrow 1$, якщо ж $П_j \rightarrow 0$, то можна говорити про наявність резерву підвищення сукупної продуктивності фактора виробництва;

$K_{nj\phi}$ і K_{njn} – вектор (додатніх чи від’ємних) відповідно фактичних і нормативних значень індивідуальних показників ефективності j -ї аналізованої групи факторів виробництва;

b_i – ступінь показника, який дорівнює 1, якщо значення показника максимізується, і -1 , якщо значення аналізованого показника мінімізується;

n – кількість аналізованих показників у j -й групі факторів виробництва.

Для ідентифікації рівня продуктивності факторів виробництва, що використовуються на підприємстві, виділяються зони продуктивності. У випадку, коли підприємство перебуває в зоні низької продуктивності ($П_{інтегр} \leq 4-\delta$), необхідно виявити проблемні зони продуктивності з метою їх ліквідації та досягнення більш високих рівнів продуктивності ($П_{інтегр} \geq 4+\delta$ або $4-\delta \leq П_{інтегр} < 4+\delta$). Для експрес-виявлення проблемних зон продуктивності складається матриця індивідуальної продуктивності ресурсів, яка містить показники, які використовуються у внутрішньому обліку українських підприємств і які є індикаторами використання ресурсів підприємства (табл. 1). Дані матриці дозволяють виявити економію або перевитрати того чи іншого ресурсу підприємства на основі аналізу його динаміки за певний проміжок часу та швидко відстежити негативну динаміку витрат факторів виробництва і виявити резерви її зміни.

Таблиця 1

Матриця аналізу продуктивності підприємства

Показник	Позначення	Формула розрахунку	Період часу			
			1	2	3	4
1	2	3	4	5	6	7
1. Виручка, грн.	A_{1n}	–				
2. Фактичний фонд часу роботи обладнання, маш.-год.	A_{2n}	–				
3. Кількість однотипного обладнання, шт.	A_{3n}	–				
4. Годинний виробіток одиниці обладнання, грн./маш.-год.	A_{4n}	$A_{1n}/(A_{2n} \times A_{3n})$				
5. Вартість ОПФ, грн.	A_{5n}	–				
6. Фондовіддача	A_{6n}	A_{1n}/A_{5n}				
7. Фондоємність	A_{7n}	A_{5n}/A_{1n}				
8. Кількість робітників, чол.	A_{8n}	–				
9. Годинний виробіток одного робітника, грн/чол.-год.	A_{9n}	$A_{1n}/(A_{2n} \times A_{8n})$				
10. Фонд заробітної плати робітників, грн.	A_{10n}	–				
11. Зарплатовіддача	A_{11n}	A_{1n}/A_{10n}				
12. Зарплатоємність	A_{12n}	A_{10n}/A_{1n}				
13. Матеріальні витрати, грн.	A_{13n}	–				
14. Матеріаловіддача	A_{14n}	A_{1n}/A_{13n}				
15. Матеріалоємність	A_{15n}	A_{13n}/A_{1n}				
16. Вартість інформації, грн.	A_{16n}	–				
17. Віддача інформації	A_{17n}	A_{1n}/A_{16n}				
18. Інформаціємність	A_{18n}	A_{16n}/A_{1n}				

Апробація запропонованої методики оцінки продуктивності здійснена на базі ПАТ «ЄВРАЗ-ДМЗ ім. Петровського». Розраховані показники продуктивності окремих факторів виробництва (табл. 2) дозволили виявити їх відповідність умовам росту загальної продуктивності підприємства (табл. 3).

Таблиця 2

Розрахунок індивідуальних показників ефективності факторів виробництва

Показники	Одиниця виміру	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
1. Показники ефективності використання обладнання					
1.1. Коефіцієнт фондівдачі	–	2,44	2,69	3,35	3,71
1.2. Годинний виробіток одиниці обладнання	тис.грн/маш.-год.	70,69	81,57	99,77	108,51
1.3. Фактичний фонд часу роботи обладнання	маш.-год.	1085760,00	1045440,00	1068480,00	1091520
1.4. Коефіцієнт використання планового фонду часу роботи обладнання ($K_{\text{пл}}$)	%	81,00	89,00	79,00	80,00
1.5. Коефіцієнт фізичного зносу обладнання	%	40,00	30,00	30,00	30,00
1.6. Коефіцієнт інтенсивності оновлення обладнання	%	110,00	120,00	30,00	110,00
1.7. Коефіцієнт фондоемності	–	0,41	0,37	0,30	0,27
2. Показники ефективності використання трудових ресурсів					
2.1. Годинний виробіток робітника	тис.грн./чол.	203581,78	234926,03	287325,29	312511,53
2.2. Коефіцієнт зарплатовіддачі	–	4,13	4,13	4,13	4,13
2.3. Коефіцієнт зарплатоемності	–	0,24	0,24	0,24	0,24
2.4. Коефіцієнт інтенсивності обороту кадрів по вибуттю	–	0,10	0,11	0,10	0,09
2.5. Коефіцієнт заміщення кадрів	–	0,62	1,20	1,23	1,30
2.6. Частка робітників, які підвищили кваліфікацію	%	15,00	15,00	17,00	19,00
2.7. Частка основних і допоміжних робітників у загальній чисельності робітників підприємства	%	76,13	76,03	76,01	75,99
2.8. Частка адміністративно-управлінського персоналу в загальній чисельності персоналу підприємства	%	23,87	23,97	23,99	24,01
2.9. Коефіцієнт співвідношення темпів зростання заробітної плати і темпів зростання виробітку на одного робітника	–	–	1,21	1,36	0,99
3. Показники ефективності використання матеріальних ресурсів					
3.1. Коефіцієнт матеріаловіддачі	–	1,83	1,83	1,83	1,83
3.2. Коефіцієнт матеріалоемності	–	0,55	0,55	0,55	0,55
3.3. Частка матеріальних витрат у собівартості продукції	%	84,00	84,00	84,00	84,00
3.4. Коефіцієнт зміни цін	–	0,10	0,12	0,09	0,10
3.5. Коефіцієнт використання нормативу матеріальних запасів	–	1,10	1,07	1,05	1,10
4. Показники ефективності використання інформації					
4.1. Коефіцієнт віддачі інформації	–	57,71	67,23	93,29	94,15
4.2. Коефіцієнт інформаціємності	–	0,02	0,01	0,01	0,01

Таблиця 3

Результати перевірки дотримання системи нерівностей, що формують умови зростання загальної продуктивності підприємства

Показник	2008 р.	2009 р.	2010 р.	Перевірка дотримання системи нерівностей
1. Темп зростання коефіцієнта частки доданої вартості в об'ємі реалізованої продукції (Кдв)	1	1	1	Порушення нерівності 1
2. Темп зростання виробітку на одного середньосписочного робітника (В)	1,15	1,22	1,09	
3. Темп зростання продуктивності основних фондів підприємства (Поф)	1,10	1,24	1,11	Дотримання нерівності 2
4. Темп зростання коефіцієнта фондо-озброєності (Фо)	1,05	0,98	0,98	
5. Темп зростання коефіцієнта фондо-віддачі (Фв)	1,10	1,24	1,11	Порушення нерівності 3
6. Темп зростання продуктивності оборотного капіталу (Поб.кап.)	1,01	1,14	1,01	Порушення нерівності 4
7. Темп зростання інтенсивності оборотного капіталу (Іоб.кап.)	1,14	1,08	1,08	
8. Темп зростання коефіцієнта оборотності оборотного капіталу (Коб)	1,01	1,14	1,01	Порушення нерівності 5

Як показують дані таблиці 3, спостерігається порушення чотирьох з п'яти нерівностей, тому можна говорити про наявність резервів підвищення загальної продуктивності підприємства. З метою їх виявлення, відповідно до алгоритму оцінки продуктивності підприємства, був проведений розрахунок інтегральної продуктивності ресурсів на основі показників індивідуальної ефективності факторів виробництва.

На підставі отриманих показників та формули (1) була розрахована інтегральна продуктивність факторів виробництва, рівень якої склав 2,5, що відповідає зоні низької продуктивності підприємства і свідчить про наявність проблемних зон продуктивності, наприклад, таких як використання обладнання, трудових і матеріальних ресурсів.

Отже, практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в тому, що запропонована в статті методика оцінки рівня продуктивності підприємства може бути використана для оцінювання динаміки, складання обґрунтованих рейтингів рівнів продуктивності сучасних підприємств, виявлення зон неефективного використання ресурсів та обґрунтування управлінських рішень щодо пріоритетності заходів з підвищення продуктивності підприємства.

Висновки.

Стратегія розвитку України в формуванні і удосконаленні ринкових відносин посилює значення пошуку механізмів, що забезпечують зростання продуктивності підприємств. Ця проблема з теоретико-методичної та практичної точок зору є багатоперспективною. З одного боку – це питання теоретичних основ продуктивності як складової теорії ринкових відносин, а з іншого – питання практичного підвищення продуктивності значно впливає на ефективність роботи підприємств.

Основне завдання управління продуктивністю підприємства полягає в тому, щоб виробити комплекс заходів впливу, при якому в ході здійснення виробничих процесів досягався б оптимальний рівень продуктивності підприємства. Тобто, необхідно, щоб фактичний об'єм продукції відповідав рівню ринкового

попиту на продукцію, внутрішнім можливостям підприємства та перевищував сукупні витрати факторів виробництва. Отже, у сучасному розумінні процес управління продуктивністю підприємства має бути процесом забезпечення високої адаптивності підприємства до зовнішнього середовища, що постійно змінюється.

Результати дослідження, які викладені в статті, можуть бути використані на вітчизняних промислових підприємствах для покращення процесу управління як продуктивністю, так й підприємством у цілому.

Бібліографічні посилання

1. **Бондар І. К.** До питання продуктивності економіки України / І. К. Бондар // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 10. – С. 20–23.
2. **Бродська Д. В.** Концептуальні основи управління продуктивністю підприємства в сучасних умовах / Д. В. Бродська, І. Ю. Калмикова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – С. 10–13.
3. **Германова О. Е.** Производительность: экономическое содержание и проблемы измерения / О. Е. Германова. – М. : Наука, 1996. – 188 с.
4. **Карпінський Б. А.** Продуктивність і сталий розвиток економіки / Б. А. Карпінський, С. М. Божко // 36. наук. праць. – Львів : Логос, 2004. – 272 с.: іл. – (Економіка території; № 1). – С. 220–244.
5. **Кожем'якіна С. М.** Особливості визначення сукупної факторної продуктивності в декомпозиції економічного зростання / С. М. Кожем'якіна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 9. – С. 3–8.
6. **Лучанінов С. В.** Вимірювання та порівняльний аналіз продуктивності / С. В. Лучанінов, Н. Д. Дарченко. – Краматорськ : Центр продуктивності, 2001. – 43 с.
7. **Матриця** продуктивної економіки / І. О. Мазуркевич, І. К. Бондар, О. П. Сологуб, Н. П. Гончарова та ін. ; наук. ред. І. К. Бондар. – К. : Видавничий дім «Корпорація», 2006. – 464 с.
8. **Малаховський Ю. В.** Аналіз продуктивності моделей «витрати-випуск» на регіональному та національному рівнях / Ю. В. Малаховський, Б. В. Дмитришин // Бізнес-Інформ. – 2010. – № 4(1). – С. 59–63.

Надійшла до редколегії 25.07.2012

УДК 331.101:338.47

С. О. Гапоненко

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***УПРАВЛІННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ
НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВЗАЄМОДІЇ**

Виявлено особливості концепції маркетингу взаємодії для реалізації інноваційних проєктів. Розглянуто та проаналізовано можливість оптимального вибору одного із проєктів при обмеженому обсязі фінансування.

Ключові слова: інноваційний проєкт, концепція взаємодії, принципи маркетингу, управління та реалізація інноваційними проєктами.

Выявлены особенности концепции маркетинга взаимодействия для реализации инновационных проектов. Рассмотрена и проанализирована возможность оптимального выбора одного из проектов при ограниченном объеме финансирования.

Ключевые слова: инновационный проект, концепция взаимодействия, принципы маркетинга, управление и реализация инновационными проектами.

The features of the concept of marketing cooperation for the realization of innovative projects. Considered and analyzed the possibility of optimal choice of one of the projects with a limited amount of funding.

Keywords: innovative project, the concept of interaction, principles of marketing, management and implementation of innovative projects.

Основна ідея маркетингу взаємодії полягає в тому, що основну увагу необхідно приділяти не умовам ефективної командної роботи над проєктом, а відносинам (комунікаціям) між учасниками інноваційного проєкту. «Прогресивність концепції маркетингу взаємодії підтверджується тим, що відносини стають найважливішим ресурсом, яким володіє компанія разом з матеріальними, фінансовими, інформаційними, людськими та іншими ресурсами. Відносини, як результат ефективної взаємодії, стають продуктом, в якому інтегровані інтелектуальний і інформаційний ресурси – головні чинники неперервності ринкових відносин» [1]. Тобто, концепція маркетингу взаємодії створює підвищений рівень соціальних контактів учасників інноваційного проєкту, він йде далі за очевидні зобов'язання, на які розраховує команда проєкту.

Питання управління інноваційними проєктами широко висвітлені в наукових працях різних науковців (Л. Я. Аврашков, С. Д. Ільєнкова, С. Ю. Ягудін, Л. Н. Оголева та ін.), але в них відсутнє висвітлення управління ними на засадах концепції маркетингу взаємодії, що власне і обумовило необхідність проведення такого дослідження.

Метою роботи є обґрунтування використання теоретичних основ концепції маркетингу взаємодії в інноваційному проєктуванні та виділення підходів і рекомендацій щодо його застосування на підприємствах.

Маркетинг взаємодії як метод управління інноваційним проєктом має трирівневу структуру (табл. 1) і чотири вимірювання – довгостроковість зобов'язань (гарантії), чуйність, взаємність, довіра.

Зобов'язання – дві або більше сторін повинні гарантувати один одному розвиток довгострокових контактів, а обопільні інтереси повинні співпадати. Чуйність – здатність бачити ситуацію збоку. Взаємність – будь-які довгострокові відносини між сторонами передбачають певні поступки, прихильність до інших в обмін на таку ж прихильність. Довіра – відображає ступінь упевненості однієї сторони в чесності та порядності іншої та є з'єднуючим елементом у відносинах команди [6].

Таблиця 1

Три рівні концепції маркетингу взаємодії [3]

Характеристика	1-й рівень	2-й рівень	3-й рівень
Головний зв'язок	Фінансова	Соціальна	Структурна
Ступінь індивідуального обслуговування	Низька	Помірна	Від помірної до високої
Потенційна підтримка конкурентної переваги	Низька	Помірна	Висока

Маркетинг взаємодії розглядає комунікації в широкому аспекті – як будь-які взаємовідносини команди інноваційного проекту. Природно, міняються роль і зміст маркетингу. Він виконує функції узгодження діяльності учасників проекту в системі їх взаємодії. Основний ракурс його зміщується на взаємодію всередині команди проекту. Він стає ниткою механізму взаємодії, що пов'язує і водночас, перестає бути прерогативою одного або декількох учасників проекту, а отже, маркетинг взаємодії стає концепцією управління інноваційним проектом в цілому.

Використання концепції маркетингу взаємодії вимагає по-новому підійти до розробки та реалізації інноваційних проектів. Для цього є дві причини.

По-перше, тільки концепція маркетингу взаємодії дає шанс учасникам інноваційних проектів своєчасно враховувати зростання рівня їх складності, оскільки звичайні ієрархічно-бюрократичні команди проекту на зовнішні чинники реагують, перш за все, додатковою спеціалізацією та розподілом праці, а на складність зростаючого проекту – ще більш значнішим набором правил і інструкцій. Це веде до додаткових затягувань в ухваленні рішень, а у гіршому випадку – до організаційної безвідповідальності. Утримати під контролем процес розробки інноваційних проектів, у цьому випадку, можна тільки за допомогою додаткових штабів і посилення контролю за допомогою управління зверху, при цьому офіційна комунікація простежується тільки за вертикальними службовими каналами. Через це в процесі розробки та реалізації інноваційних проектів втрачаються час, гнучкість, мотивація.

По-друге, ієрархічно-бюрократичні форми розробки та реалізації інноваційних проектів, що склалися, породжують свого роду «організаційну шизофренію», яка стає помітною перш за все для людей, безпосередньо пов'язаних з управлінням проектами. Розробкою проектів керує в основному логіка наказу та слухняності, в той час, як для контакту із зовнішніми групами інтересів потрібна сильна орієнтація на клієнта та міцні взаємовідносини. Учасники інноваційного проекту вимушені будувати свою поведінку за двома практично несумісними за логікою принципами, а це може призвести до нестерпних конфліктів ролей.

Таким чином, маркетинг взаємодії підвищує значущість особистості, особистих контактів у системі ефективних комунікацій. Більш того, він розподіляє відповідальність за ухвалення рішень на всю команду проекту, оскільки вимагає участі в діяльності всіх учасників проекту, включаючи менеджерів верхньої ланки. Саме команда стає відповідальною за формування і розвиток довготривалих взаємовідносин у процесі розробки та реалізації інноваційних проектів.

У процесі розробки та реалізації інноваційних проектів слід орієнтуватися на такі основні принципи маркетингу взаємодії [2]:

- принцип сумісного створення цінності та її розподіл між учасниками комунікацій;
- принцип узгодження інтересів усіх учасників команди проекту в реалізації першого принципу;

- принцип цінності всіх учасників інноваційного проекту, які брали участь у комунікативних зв'язках;
- принцип побудови ланцюга взаємодій усіх членів команди інноваційного проекту;
- принцип реального часу в організації ланцюгових взаємодій.

Водночас, ефективне використання концепції маркетингу взаємодії в процесі управління інноваційними проектами неможливе без проведення маркетингових досліджень.

Маркетингове дослідження є широким поняттям, яке включає «... дослідження ринку, дослідження внутрішнього середовища фірми, дослідження маркетингового інструментарію, його розробленості та ефективності використання, дослідження ринку продуктивних сил (робоча сила, сировина та матеріали, грошовий ринок і ринок капіталу), дослідження зовнішнього середовища, організацію досліджень на основі бенчмаркінгу та проведення маркетингової розвідки» [1]. Таке поняття маркетингового дослідження зосереджує увагу всіх учасників проекту на найважливіших його елементах і свідомо полегшує формулювання завдань маркетингових досліджень, пошук вузьких місць, гарячих крапок, які можуть супроводжувати процес управління інноваційним проектом, а також надавати допомогу в здійсненні контролю за його реалізацією.

Головне призначення маркетингових досліджень – це «... генерування маркетингової інформації для ухвалення маркетингових рішень ...» [1] у галузі взаємодії (комунікацій) учасників інноваційного проекту. «Термін «маркетингові рішення» відноситься до реалізації функцій маркетингу. Його поява пов'язана із становленням розуміння маркетингу як концепції управління, орієнтованої на споживача. В цьому випадку маркетингові рішення можна розглядати як невід'ємний елемент управлінських рішень» [3].

Ефективність маркетингових рішень визначається якістю та кількістю зібраної маркетингової інформації, що обробляється та аналізується в ході проведення маркетингових досліджень. Тому маркетингові дослідження – це невід'ємний елемент маркетингового рішення. Одночасно маркетингові дослідження можуть бути представлені як функція маркетингу або як елемент маркетингу. Маркетинг, у свою чергу, може бути окремим елементом більш складної системи – системи управління інноваційною діяльністю та управління інноваційними проектами. Таким чином, є очевидною усепроникаюча та взаємообумовлююча сутність маркетингових досліджень у системі управління інноваційними проектами.

Однією з необхідних умов успішної боротьби за «захоплення» інноваційного проекту є наявність:

- професійно виконаного бізнес-плану, що містить формалізований опис наочної області проекту, початкових умов і обмежень;
- обґрунтування вибору критеріїв і аналіз альтернатив з оптимізацією розподілу ресурсів і розробкою детального фінансового плану (з можливістю залучення різних форм формування капіталу, включаючи акціонерний капітал, позики, лізинг тощо);
- пропозиції з обліку соціочинника (розробка стратегії маркетингу та формування «команди» для реалізації проекту, вихід на ринок з результатами проекту тощо).

На стадії аналізу інноваційного проекту велике значення має вид інформації, що використовується для аналізу. Ціла низка фірм пропонують значний набір інструментальних засобів, що дозволяють досліджувати та графічно відображати кількісні дані, що дозволяє як самому розробникові проекту краще зрозуміти

приховані та недоступні спочатку тенденції і закономірності, так і переконати потенційного інвестора в доцільності реалізації проекту. Ці інструментальні засоби володіють зручним тривимірним інтерфейсом, що дозволяє маніпулювати об'єктами на екрані комп'ютера, а також виконувати анімацію. Особливо слід відзначити нову методологічну платформу загальної системології, яку розвиває професор Б. Ф. Фомін [5], надзвичайно перспективну для побудови аналітичних оцінок великих проектів.

На стадії аналізу інноваційного проекту виникає необхідність оцінки наукового та технічного рівнів проекту, можливостей його виконання та ефективності. Процедури оцінки інноваційних проектів достатньо різноманітні, вони постійно удосконалюються та оптимізуються. Основна мета експертизи – визначення інвестиційної привабливості та здійсненності проекту, при цьому основні критерії оцінки залишаються незмінними. Експертна оцінка ставиться на основі аналізу науково-технічного змісту проекту, кваліфікації управлінського потенціалу авторського колективу та попиту на продукт проекту на ринку.

Низьке практичне використання інновацій пов'язане з порушенням основного принципу діяльності будь-якого ринку, який полягає в тому, що попит народжує пропозицію. Для комерціалізації технологій потрібно шукати не покупця для розробленої технології, а зворотний підхід задоволення потреб ринку з використанням науково-технічного потенціалу. Отже, для задоволення попиту на ринку високих технологій і одержання економічного ефекту необхідно вибрати нову технологію, а відповідно й інноваційний проект.

Обсяг коштів для інвестування, як правило, обмежений і перед суб'єктом господарювання постає завдання – яким чином розподілити фінансові ресурси з одержанням найбільшого економічного ефекту. Не менш важливим завданням залишається визначення кількості інноваційних проектів, що мають бути реалізовані. Кількість інноваційних проектів у портфелі підприємства, на нашу думку, можна визначити за формулою:

$$\frac{S_1 + S_2 + \dots + S_n}{n} = C, \quad (1)$$

$$S = S_1 + S_2 + \dots + S_n, \quad (2)$$

$$\frac{S}{n} = C, \quad (3)$$

$$n = \frac{S}{C}, \quad (4)$$

де S – обсяг інвестицій у проект,

C – середні витрати на проект,

n – кількість проектів.

Однак керівництву підприємства також слід зважити, скільки проектів можуть одночасно реалізовуватись, виявити переваги та недоліки кожного з підходів:

- якщо підприємство сконцентровує свої зусилля на декількох проектах;
- якщо підприємство розподіляє наявні ресурси на більше число проектів.

У цьому випадку необхідно враховувати, що портфель, який складається, в основному, з великих проектів, є більш ризикованим, у порівнянні з портфелем, де ресурси розподілені між невеликими проектами. Із зростанням кількості проектів підвищується ймовірність того, що хоча б один з них виявиться успішним.

Перевагою невеликих проектів є те, що їх значно легше адаптувати один до одного з погляду відповідності наявним ресурсам. Великий проект вимагає великого об'єму дефіцитних ресурсів. Проте невеликі проекти (що вимагають відносно невеликих витрат на НДДКР) зазвичай реалізуються в нових продуктах, що мають скромніший потенціал за об'ємом продаж (і потенціалу прибутку).

Портфель невеликих проектів може призвести до рівномірного потоку нововведень, велика частина з яких володіє обмеженим ринковим потенціалом, що є небажаним з позицій номенклатури продукції, яка формується відділами маркетингу.

Розглядаючи ті або інші проекти на предмет їх можливого включення в портфель, необхідно враховувати можливу якість управління та наслідки перерозподілу витрат на проекти [4].

Схематичні варіанти фінансування інноваційних проектів наведені на рис. 1 і 2.

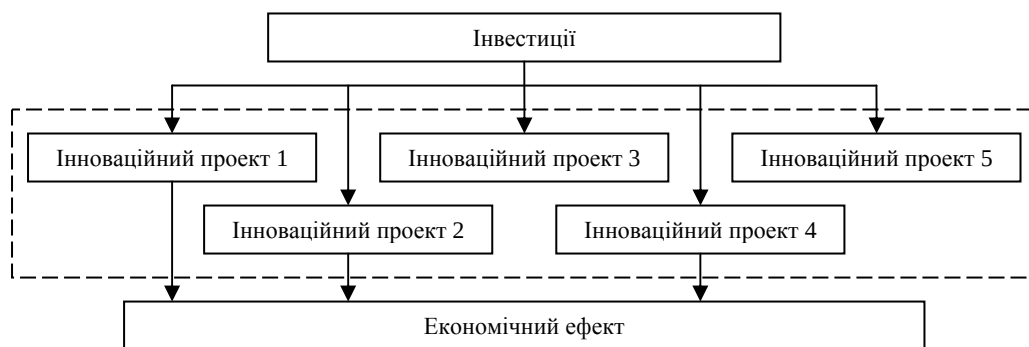


Рис. 1. Схема фінансування декількох інноваційних проектів

У разі варіанта вкладення інвестицій в усі наявні в розпорядженні суб'єкта господарювання інноваційні проекти створюється інвестиційний портфель. Частина технологій, що підлягають інвестуванню, виявляється нежиттєздатною та не дає економічного ефекту.

Інша частина технологій формує економічний ефект, але обсяг інвестування виявляється недостатнім для одержання повної віддачі від інвестованих засобів.

Відповідно до підходу, представленого на рис. 2, інвестиції вкладаються в обраний інноваційний проект і економічний ефект залежить від обсягу інвестицій і потенціалу проекту. Економічний ефект при вірному виборі буде максимальним, але водночас проект може виявитися нежиттєздатним і не дати взагалі ніякого ефекту. Отже, фактором, що вирішує успішне вкладення інвестицій, стає питання визначення за заданими критеріями об'єкта фінансування.

Таким чином, у випадку оптимального вибору одного із проектів при обмеженому обсязі фінансування економічний ефект буде максимальний.

Слід відзначити, що незважаючи на різноманітність кінцевих продуктів, які створюються в ході виконання інноваційних проектів, процеси, що використовуються для управління різнорідними проектами, надзвичайно схожі. Інноваційний проект не тотожний його кінцевому продукту. «Швидше проект – це процес створення нового кінцевого продукту. Одні і ті ж принципи управління проектами використовуються в усіх галузях, хоча, звичайно, значущість різних аспектів і деталей виконання інноваційних проектів далеко не однакова в різних сферах діяльності» [6]. Як наслідок, усі зазначені вище методи управління інноваційними

проектами можуть бути застосовані до підприємств транспорту та зв'язку України із врахуванням специфіки галузі.

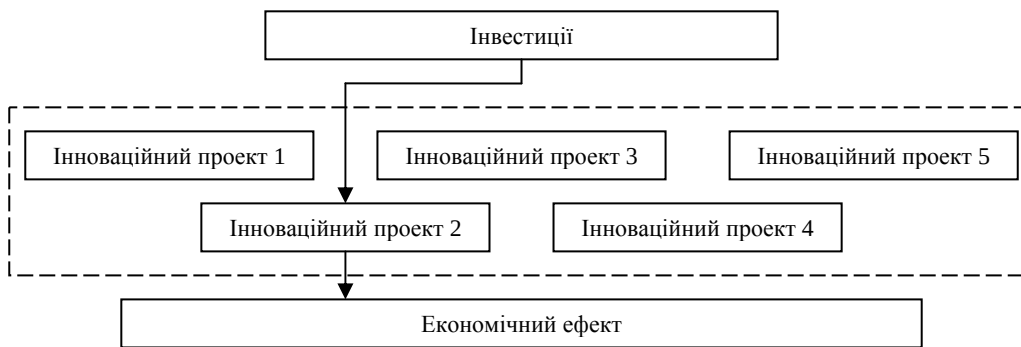


Рис. 2. Схема фінансування обраного інноваційного проекту

Висновки. Інноваційний проект є складним динамічним багатофункціональним об'єктом, тому система управління ним повинна бути автоматизованою та гнучкою, щоб допускати можливість адаптації до змін в умовах проектування, створення та реалізації проекту, а також до змін в умовах навколишнього середовища. Управління інноваційним проектом охоплює всі стадії інноваційної діяльності, пов'язаної з трансформацією науково-технічних ідей, винаходів у новий або вдосконалений продукт, впроваджений на ринку або переданий замовникові, у новий або вдосконалений технологічний процес тощо.

Таким чином, система управління інноваційними проектами є однією з найважливіших компонентів усієї системи управління організацією. Виявлено, що найбільш складною для формалізації та автоматизації є стадія розробки концепції (ідеї) проекту.

Бібліографічні посилання

1. Аврашков Л. Я. Критерии и показатели эффективности инвестиционных проектов / Л. Я. Аврашков, Г. Ф. Графова // Аудитор. – 2003. – № 7. – С. 38–43.
2. Аксененко А. Ф. Информационное обеспечение экономического анализа / А. Ф. Аксененко. – М. : Финансы, 1978. – 80 с.
3. Михайловська О. В. Стратегія інноваційного розвитку економіки в умовах глобалізації / О. В. Михайловська // Актуальні проблеми економіки: теорія і практика. – 2005. – Вип. 1. – С. 89–92.
4. Ильенкова С. Д. Инновационный менеджмент / С. Д. Ильенкова ; под ред. проф., д.э.н. С. Ю. Ягудина. – М. : МЭСИ, 2009. – 192 с.
5. Управление гибкими производственными системами. Модели и алгоритмы / под ред. акад. АН СССР С. В. Емельянова. – М. : Машиностроение; Берлин : Техника, 1987. – 368 с.
6. Инновационный менеджмент : учеб. пособ. / под ред. д.э.н., проф. Л. Н. Оголевой. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 238 с.

Надійшла до редколегії 29.11.2012

Е. Е. Ібрагімов*Кримський факультет Запорізький національний університет***РОЛЬ СЕГМЕНТУВАННЯ У КОРПОРАТИВНІЙ СИСТЕМІ
СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Досліджено вплив процесу сегментування в корпоративних системах стратегічного планування на діяльність підприємства, його груп споживачів та ринків збуту.

Ключові слова: сегментування, корпоративні системи, стратегічні плани, ефективність діяльності.

Исследовано влияние процесса сегментирования в корпоративных системах стратегического планирования на деятельность предприятия, его групп потребителей и рынков сбыта.

Ключевые слова: сегментирование, корпоративные системы, стратегические планы, эффективность деятельности.

In the article the influence of the process of segmentation in the corporate system of strategic planning of the activities of the enterprise, its groups of consumers and markets.

Key words: segmentation, corporate systems, strategic plans, the effectiveness of the activities.

При розробці ефективних стратегічних планів необхідно розуміти характер різноманітності потреб покупців. Ця необхідність обумовлена як вимогами покупців, що постійно зростають, так і різноманітністю наявних виробничих технологій, які здатні задовольняти ці потреби. Систему стійких зв'язків і стосунків з клієнтами і споживачами, яка забезпечує споживачам можливість продуктивного, задовольняючого їх потреби спілкування і взаємодії з персоналом підприємства називають споживчим капіталом підприємства [1]. Х'юберт Сент-Онж виділяє такі характеристики споживчого капіталу, як глибину (тобто міра проникнення), ширину (тобто міра поширення) і постійність [3]. Лейф Едвінссон додає: «Це дає нам можливість розраховувати на те, що наші клієнти будуть і надалі віддавати нам перевагу перед конкурентами» [4].

Споживчий капітал часто розуміється як «капітал відносин». У цьому сенсі він включає контракти і угоди, репутацію, бренд, товарні знаки, канали розподілу продукції і портфель замовлень, відносини зі споживачами. Так, ділова репутація підприємства, що складається з її етичних норм і норм поведінки, соціальної відповідальності, є ринковою категорією. Якщо підприємство користується довірою, воно може продавати продукти за вищими цінами, збільшувати обсяги продаж, користуватися високою лояльністю споживачів і співробітників, залучати для працевлаштування кращих фахівців. Символом ділової репутації часто виступають товарні знаки і бренди. Маркетингова стратегія – також частина споживчого капіталу підприємства: вибір цільових ринків, створення відмітних переваг, стимулювання лояльності споживачів, бази даних про клієнтів і їх аналіз, call-центри для споживачів [2].

Управління стосунками із споживачами складається з чотирьох взаємопов'язаних процесів: вибір і класифікація споживачів; залучення споживачів; збереження клієнтської бази; розвиток взаємин із споживачами [5].

Компанії намагаються використовувати існуючі ринкові можливості, надаючи виключну споживацьку цінність, що знаходить вираз у пропозиції різних товарів. Класифікація компаніями своїх споживачів відбувається на підставі способів використання споживачами товарів, їх потреб та переваг, що задовольняються цими товарами, а також різних моделей прийняття рішення про покупку. З урахуванням цих характеристик покупців формуються сегменти ринку. Таким

чином, сегментування ринку є процесом виявлення у загальній структурі ринку різних підгруп покупців на підставі схожих характеристик (наприклад частота здійснення покупки) та подальшого їх аналізу.

Граничний випадок процесу сегментування – розгляд кожного окремого покупця у ролі ринкового сегмента. Точне сегментування щодо великої групи товарів та послуг стає доступним завдяки сучасним можливостям індивідуалізації у масштабах масового виробництва. Ці можливості пропонують абсолютно новий підхід до задоволення потреб та переваг окремого споживача. Товари, що враховують потреби окремого покупця, пропонуються за цінами, що співставні з цінами товарів традиційного масового виробництва. Усе це стає можливим завдяки використанню сучасних інформаційних технологій поряд з реалізацією заходів щодо підвищення виробничої ефективності [6].

Основною передумовою ефективною товарної, цінової, збутової та рекламної діяльності фірми є виділення більш-менш однорідних груп споживачів – сегментація ринку.

Тобто, сегментування за групами споживачів є одним з основних етапів дослідження ринку. Сегментом ринку називають групу споживачів, які зайняті пошуком однотипних товарів та згодні їх купити. Процес розподілення всіх потенційних споживачів ринку будь-якого товару чи послуги на досить великі групи таким чином, щоб кожна з них мала особливі вимоги до даного товару або послуги, називається сегментацією. Сегментація має такі ознаки:

- 1) застосовується виключно до споживачів (покупців) окремого виду товару чи послуги;
- 2) сегмент виявляє вимоги до модифікацій товару і цим відрізняється від ринку, що характеризується особливим видом товарів;
- 3) використання декількох характеристик при сегментуванні не є обов'язковим, сегмент може базуватись і на одній ознаці (рівень доходу на сім'ю, релігійні погляди).

Сегментація – атрибут ринку покупця, оскільки саме боротьба підприємств за його гроші примушує глибше вникати в потреби споживача. Для дефіцитного ринку, де панує продавець, сегментація не актуальна. Провідні маркетологи Заходу вважають, що вдала сегментація ринку та раціональний вибір сегмента – необхідна умова успіху кожного підприємства, що діє в умовах ринкової економіки.

Головна мета сегментації – не просто виділити якісь особливі групи споживачів на ринку, а пошук таких груп, котрі ставлять конкретні вимоги до даного виду товару чи послуг, що суттєво відрізняються від вимог інших груп покупців [7].

Сегментування ринку слід проводити на ранніх етапах розробки стратегічного плану підприємства. При цьому на початку визначаються ринкові сегменти, а потім аналізуються можливості пропозиції споживацької цінності в кожному сегменті, виходячи з можливостей та компетенції самої компанії. Далі з загальної сукупності ринкових сегментів виділяються цільові, розробляється та реалізується стратегія позиціонування для кожного цільового сегмента (рис. 1).

Аналіз ринку в цілому дає загальне поняття про рівень конкуренції, в той час, коли отримати вичерпне уявлення про існуючі конкурентні переваги і ринкові можливості можна лише за допомогою аналізу окремого ринкового сегмента. Аналіз окремих ринкових сегментів сприяє визначенню оптимальної відповідності ціннісних переваг споживачів і компетенцій компанії, а також дозволяє порівняти свої сильні і слабкі сторони стосовно основних конкурентів у кожному ринковому сегменті.

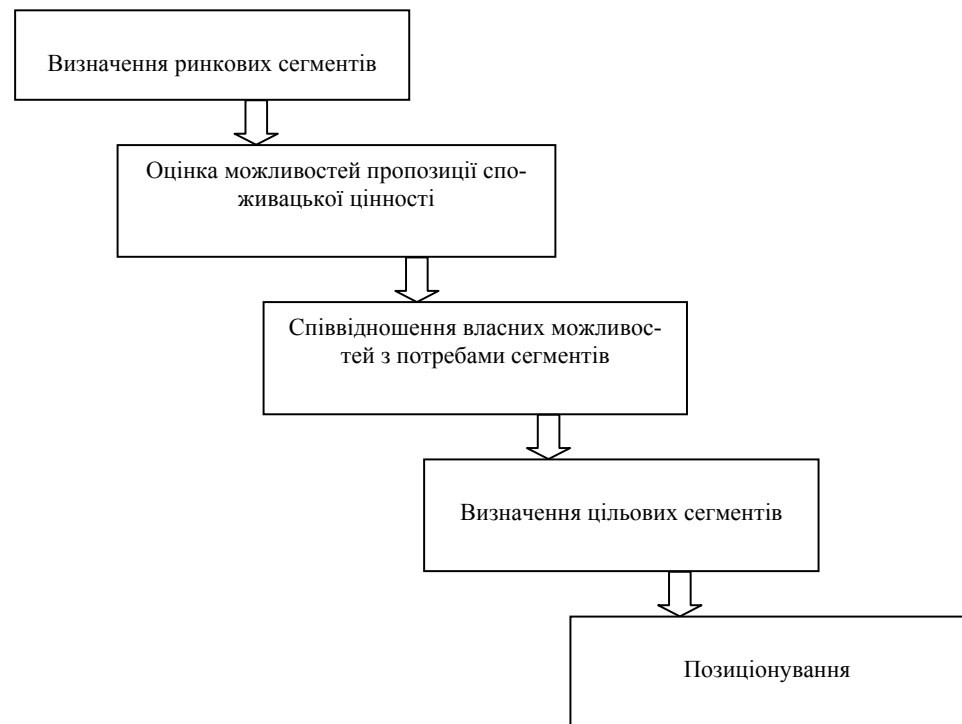


Рис. 1. Сегментування ринку в процесі реалізації стратегії ринкової орієнтації

Вибір цільових ринків полягає у визначенні одного або декількох сегментів ринку, чії вимоги до споживчої цінності якнайповніше співвідносяться з компетенціями компанії. Компанію, як правило, приваблює лише певна група кінцевих споживачів на ринку незалежно від кількості потенційних цільових сегментів. Керівництво компанії може прийняти рішення про вибір одного, декількох або більшості сегментів ринку як цільові. Навіть у випадку, якщо сегментація ринку заздалегідь не проводилася, маркетингова програма компанії все одно буде спрямована на певну групу кінцевих споживачів у рамках цілого ринку, хоча, безумовно, доцільніше заздалегідь здійснювати сегментацію ринку і визначати цільові сегменти. Пошук цільового сегмента наосліп не дозволяє провести порівняльний аналіз різних сегментів на предмет їх фінансового потенціалу і конкурентних переваг. Проведення сегментації ринку дозволяє здійснювати вибір усвідомлено на підставі результатів відповідного аналізу.

Ринкова сегментація формує базис для подальшого вибору цільових сегментів і стратегій позиціонування. Умілий підхід до сегментації ринку і глибоке розуміння його завдань дозволяють компанії отримати коштовні конкурентні переваги, що полягають у визначенні ринкового сегмента, найбільш сприйнятливо до маркетингових зусиль компанії зі створення споживчого капіталу.

Процес сегментації ринку складається з декількох етапів, як показано на рис. 2. На першому етапі визначається область сегментації. Далі необхідно вирішити, яким чином сегментувати ринок, тобто визначити критерії сегментації. Потім визначаються сегменти, що є на ринку. На цьому етапі потрібні специфічні знання маркетолога, управлінська кмітливість, досвід та дані статистичного аналізу. Одне із завдань, що виникають у процесі виявлення сегментів, – визначення оптимального їх розміру, тобто рішення про те, чи слід компанії вдатися

до точнішої сегментації. І, нарешті, кожен сегмент піддається стратегічному аналізу, на результатах якого базується рішення про вибір цільових сегментів.

Після того, як область сегментації визначена, необхідно встановити один або декілька критеріїв сегментації ринку [6].

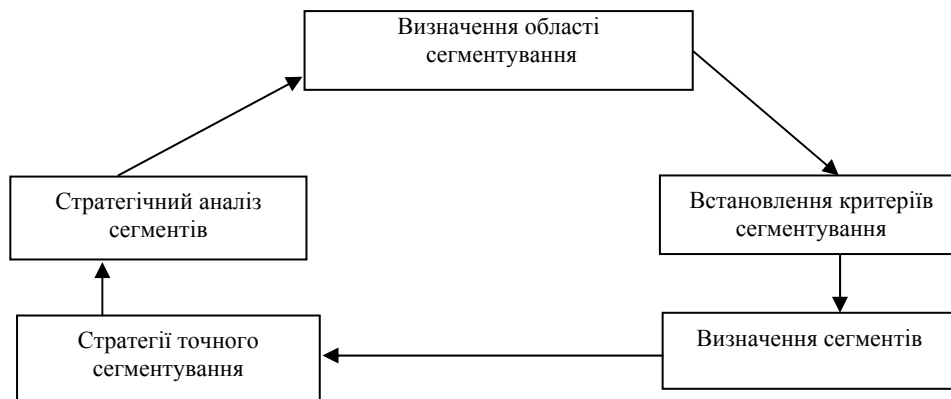


Рис. 2. Етапи ринкового сегментування

Підставою для виділення і опису сегментів можуть також бути потреби і переваги споживачів, що задовольняються товаром. До критеріїв такої сегментації належать: міра прихильності торговельній марці (лояльність), переваги, пов'язані з товаром, і схильність до здійснення покупки. Різні торговельні марки приваблюють покупців перевагами, пов'язаними з товарами, що надаються ними.

Розуміння того, як покупці задовольняють свої потреби, створює орієнтири для управління споживчим капіталом. Споживачі співвідносять свої потреби з товарами, здатними задовольнити їх потреби. Розуміння характеру і пріоритету цих потреб дозволяє визначити, в якій мірі той або інший товар здатний задовольнити певну потребу, а також з'ясувати, що потрібно змінити в товарі для повнішого задоволення потреб споживачів.

Практика і результати різних досліджень підтверджують той факт, що ставлення споживача до торговельної марки впливає на рішення про покупку. Ставлення є стійкою системою сприятливих і несприятливих оцінок торговельної марки [8]. Воно виражає загальну оцінку торговельної марки покупцем. Ставлення формується на підставі особистого досвіду, шляхом взаємодії споживача з іншими покупцями або ж завдяки дії елементів маркетингової програми, таких як реклама або персональні продажі. При розробці стратегічного плану необхідно визначити характер ставлення споживачів до торгової марки. Стратегія, що розробляється, таким чином, буде спрямована або на підтримку ставлення, що склалося раніше, до торгової марки, або на зміну цього ставлення. На практиці, проводячи порівняльний аналіз декількох торгових марок, необхідно визначити і виміряти ставлення споживачів до кожної з них. Визначення ставлення споживачів до торгової марки, так само як і встановлення його впливу на рішення про покупку, дає компанії можливість поліпшити позиціонування своєї торгової марки, використовуючи цю інформацію. Часто ставлення споживачів важко змінити, але інколи можливо, особливо в тому випадку, якщо сприйняття торгової марки споживачами неадекватне.

«Сприйняття – це процес накопичення, систематизації й інтерпретації інформації, за допомогою якої людина формує цілісну картину світу» [8]. У даному контексті сприйняття означає реакцію споживачів на стимул-реакції маркетин-

гової програми: рекламу, персональні продажі, ціну товару і сам товар. Сприйняття формує ставлення. Процес сприйняття інформації споживачем виборчий. Ілюстрацією селективності цього процесу є той факт, що з величезного числа рекламних звернень деякі залишаються просто непоміченими. Або ж, вислуховуючи пояснення продавця, покупець може хибно тлумачити його слова або зовсім не зрозуміти, про що йдеться, будучи в цей час зайнятим думками про доцільність здійснення покупки.

Підсумовуючи проведене дослідження, можна зробити такі **висновки**:

- при розробці ефективних стратегічних планів необхідно розуміти характер різноманітності потреб покупців. Ця необхідність обумовлена як вимогами покупців, що постійно зростають, так і різноманітністю наявних виробничих технологій, які здатні задовольняти ці потреби;
- сегментування ринку повинно бути процесом виявлення у загальній структурі ринку різних підгруп покупців на підставі схожих характеристик та потребує подальшого їх аналізу;
- ставлення споживача до торговельної марки впливає на рішення про покупку. Ставлення є стійкою системою сприятливих і несприятливих оцінок торговельної марки;
- стратегія, що розробляється, з урахуванням сегментації споживачів та ринку збуту, буде спрямована або на підтримку ставлення, що склалося раніше, до торгової марки, або на зміну цього ставлення. На практиці, проводячи порівняльний аналіз декількох торгових марок, необхідно визначити і виміряти ставлення споживачів до кожної з них.

Бібліографічні посилання

1. **Кожушко О. В.** Структура інтелектуального капіталу підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Кожушко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Bi/2009_10/100-104.pdf.
2. **Інтелектуальний капітал** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.smart-edu.com/intellektualnyy-kapital/intellektualnyy-kapital.html>.
3. **Стюарт Томас А.** Інтелектуальний капітал. Нове джерело багатства організацій / Стюарт Томас А. ; пер. з англ. С. Ноздріной. – М. : Покоління, 2007. – 368 с.
4. **Edvinsson L. and Malone, M.S.** (1997) Intellectual Capital: Realizing your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower, Harper Business, New York, NY.
5. **Потребительский капитал** [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blog.anvil.com.ua/page/customer-capital-crm-term>.
6. **Кревенс Д. В.** Стратегический маркетинг : пер. с англ. / Д. В. Кревенс. – 6-е изд. – М. : Вильямс, 2003. – 752 с.
7. **Гаркавенко С. С.** Маркетинг : підручник / С. С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2004. – 712 с.
8. **Дэй Дж. С.** Организация, ориентированная на рынок: как понять, привлечь и удержать ценных клиентов / Дж. С. Дэй ; пер. с англ. В. И. Кузина ; под ред. и предисл. проф. И. В. Андреевой. – М. : Эксмо, 2008. – 304 с.

Надійшла до редколегії 05.07.2012

УДК 658.5

М. В. Корнєєв, М. І. Гололобов*Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара***ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ
ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Досліджено сутність та роль капіталу в економічному розвитку вітчизняних підприємств. Визначено основні засади управління капіталом підприємств в сучасних умовах господарювання. Запропоновано пріоритетні напрями управління капіталом вітчизняних підприємств.

Ключові слова: капітал, підприємство, управління, структура, вартість, оптимізація, механізм, фінансовий менеджмент.

Исследована сущность и роль капитала в экономическом развитии отечественных предприятий. Определены основные принципы управления капиталом предприятий в современных условиях хозяйствования. Предложены приоритетные направления управления капиталом отечественных предприятий.

Ключевые слова: капитал, предприятие, управление, структура, стоимость, оптимизация, механизм, финансовый менеджмент.

In the article essence and role of capital is explored in economic development of domestic enterprises. Basic principles of management by the capital of enterprises are certain in the modern terms of menage. Basic directions of management by the capital of domestic enterprises are offered.

Keywords: capital, enterprise, management, structure, cost, optimization, mechanism, financial management.

Управління капіталом підприємства виступає однією з найголовніших ланок системи фінансового менеджменту. Залучаючи капітали з різних джерел, фінансові менеджери прагнуть оптимізувати структуру капіталу, щоб зменшити середньозважену його вартість. У процесі управління капіталом підприємства необхідно враховувати, що вартість капіталу залежить від рівня фінансового ризику, пов'язаного із залученням позикових коштів та підвищенням долі позикових засобів у структурі капіталу, оскільки з'являються фінансові витрати по обслуговуванню боргу. Залучення позикового капіталу у розумних межах дає можливість отримати так званий ефект фінансового левериджу, що також повинні враховувати фінансові менеджери, регулюючи структуру капіталу підприємства. Вибір напрямів управління капіталом підприємств прямо залежить від його поточного фінансового стану та можливостей. Актуальність даної теми, присвяченої проблемі управління капіталом підприємств, обґрунтовується необхідністю оперативного і ефективного управління ним на підприємствах різних форм власності в ринкових умовах.

Окремим аспектам управління капіталом підприємств присвячені праці таких вітчизняних і зарубіжних учених, як О. І. Бідник [1], І. А. Бланк [2], В. І. Блонська [3], І. В. Викиданець [4], Є. В. Мних [9], І. П. Мойсеєнко [10], А. М. Поддєрьогін [11], А. Г. Семенов [12], А. Стельмашук [13], К. О. Танашук [14], О. О. Терещенко [15], Н. М. Чиж [17], В. М. Шелудько [18], С. В. Юшко [20], ін. Проте надзвичайно актуальним є визначення стратегічних напрямів управління капіталом вітчизняних підприємств у сучасних умовах господарювання.

Метою даної статті є дослідження особливостей управління капіталом сучасних підприємств.

Об'єктом дослідження є процес управління капіталом підприємств у сучасних умовах господарювання.

Капітал має багато тлумачень і може трактуватися як матеріальні ресурси, сума грошей та нематеріальні ресурси. Але більшість поглядів на дане поняття схожі в тому, що капітал становить собою здатність приносити дохід. Сучасна

економічна теорія містить концепцію капіталу, яку знаходимо у західній літературі та можемо узагальнити наступним чином: капітал – це сукупний термін для товарів і грошей, від використання яких може бути отриманий дохід [1]. Така інтерпретація капіталу є наближеною до його політекономічного розуміння, коли капітал сприймається, перш за все, як акумульовані засоби виробництва, які можуть бути використані для виробництва товарів, послуг. З позицій фінансового менеджменту розуміння капіталу як сукупності засобів виробництва є різновидом розуміння конкретного капіталу. Також з позицій фінансового менеджменту капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестованих у формування його активів [10; 18], тобто сприймається як абстрактний капітал.

Економічна сутність капіталу є спорідненою з окремими аспектами його функціонального навантаження як вартісної характеристики суб'єкта підприємницької діяльності (рис. 1), які можна групувати за ознаками: суб'єктивно-об'єктивна комплементарність відносин, які стосуються капіталу; комплементарність внутрішнього та зовнішнього середовищ підприємства.



Рис. 1. Аспектний розподіл функціонального навантаження капіталу підприємства

Висока роль капіталу в економічному розвитку підприємства і забезпеченні задоволення інтересів держави, власників і персоналу визначає його як головний об'єкт фінансового управління підприємством, а забезпечення ефективного його використання належить до найбільш відповідальних завдань фінансового менеджменту [1; 10; 12; 16; 20].

Управління капіталом належить до основних завдань фінансового менеджера на будь-якому підприємстві, оскільки обсяг, структура та вартість капіталу суттєво впливають на основні показники фінансово-господарської діяльності даного підприємства та в цілому на ефективність його діяльності.

Управління капіталом підприємства, як і весь процес управління, в залежності від термінів має два напрями: стратегію і тактику управління [5], що тісно пов'язані між собою (рис. 2):

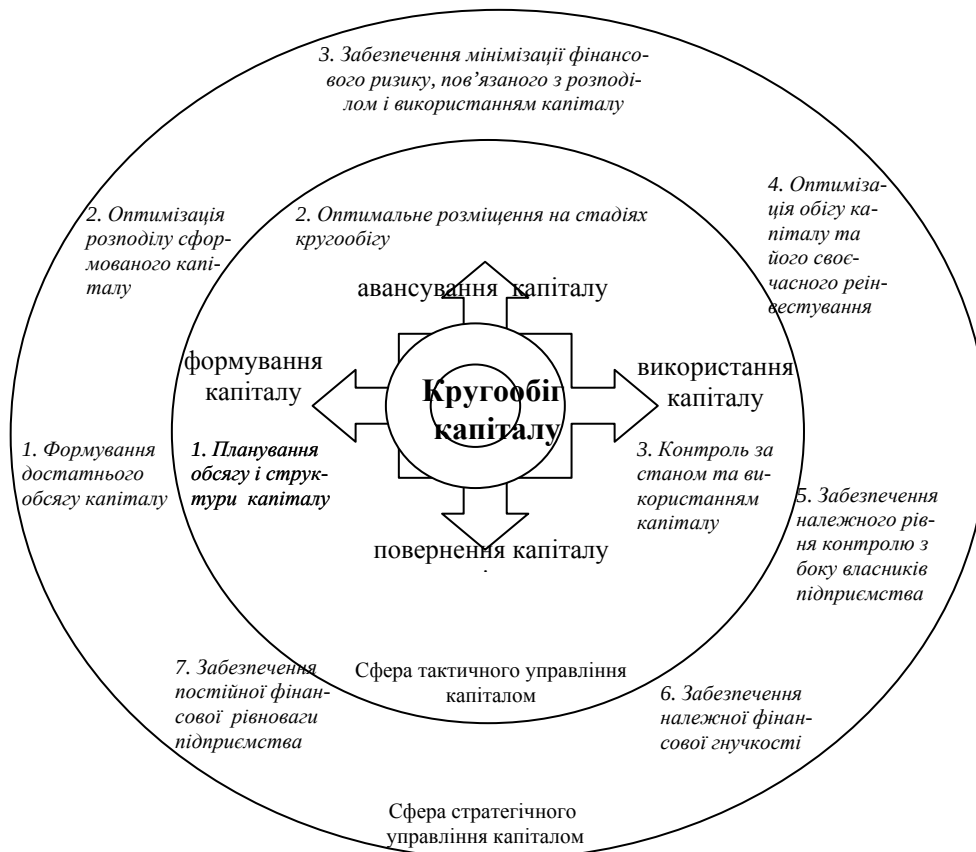


Рис. 2. Сфери тактичного та стратегічного управління капіталом підприємства

В залежності від бажання підприємця отримувати відповідний рівень доходу, базові стратегії управління капіталом підприємства поділяються на види:

- консервативна, що має на меті доходності вище, ніж за банківськими депозитами за значно меншими ризиками, ніж на ринку акцій;
- збалансована, що має на меті отримання середньоринкової доходності за найбільш ліквідними акціями, але з меншим ризиком;
- індексна, що має на меті інвестиційний дохід з портфеля цінних паперів, сформованого на основі індексу.

В залежності від розподілу капіталу за видами активів розрізняють консервативну, компромісну та агресивну стратегії підприємства, що відрізняються одна від одної пропорційним співвідношенням джерел фінансування необоротних активів. Оскільки класифікацій стратегій управління капіталом може бути кілька, то на їх основі може бути сформована типологія стратегій, кожен з елементів якої має свої специфічні властивості і є прийнятним для певного типу підприємств з визначеним співвідношенням видів економічної діяльності.

Структурність капіталу підприємства пояснюється сукупністю його компонентів та зв'язками між ними, що мають стійкий характер та визначають внутрішню будову та організацію капіталу як цілісної системи. При дослідженні структура капіталу підприємства виступає як спосіб описання його організації, дозволяє виявити й показати зв'язки та функції, які він виконує. Ієрархічність

капіталу підприємства виражається у тому, що кожен його компонент можна розглядати як систему (підсистему) більш широкої глобальної системи [13].

В основу системи управління капіталом покладено концепцію його структури. Процес планування структури капіталу має два складники: оптимізацію співвідношення частки боргового фінансування і власних коштів та вибір конкретних фінансових інструментів для залучення капіталу. Результати дослідження підтверджують, що ефективне функціонування підприємств ґрунтується на правильно обраній та сформованій структурі капіталу, врахуванні нових підходів до визначення окремих понять і категорій, розроблення і обґрунтування показників, що їх характеризують і відповідають умовам реальної економіки [3].

Під час визначення оптимальної структури капіталу виникає дилема «незалежності» і «прибутковості», яка потребує вибору компромісу між ризиком та дохідністю і ґрунтується на постулаті, що зростання частки позикового капіталу підвищує фінансовий ризик; вище значення частки позикового капіталу забезпечує зростання доходності на власний капітал, підвищує рентабельність власного капіталу підприємства і величину прибутку [3].

Напрями управління капіталом підприємства поділяються на [1]:

- управління власним капіталом (полягає у визначенні та реалізації політики щодо формування власного капіталу за рахунок зовнішніх та внутрішніх джерел);
- управління залученим капіталом (полягає у визначенні та реалізації політики щодо збільшення капіталу підприємства за рахунок таких внутрішніх джерел, як додаткові внески учасників (засновників), випуск акцій тощо);
- управління позиковим капіталом (полягає у визначенні та реалізації політики щодо збільшення капіталу підприємства за рахунок таких зовнішніх джерел, як банківський кредит, товарний (некомерційний) кредит, емісія облігацій тощо).

Налагоджений механізм управління капіталом передбачає [19]:

- чітку постановку цілей і завдань управління капіталом, а також контроль за їх дотриманням у плановому періоді;
- удосконалення методики визначення й аналізу ефективності використання усіх видів капіталу; розроблення напрямків оптимізації процесу управління капіталом, а також їхнього аналізу і запровадження;
- розроблення методики оперативного управління високоліквідними обіговими активами; розроблення загальної стратегії управління капіталом;
- використання у процесі управління економічних методів і моделей, зокрема під час аналізу і планування;
- орієнтацію на використання внутрішніх важелів впливу на процес управління капіталом.

Ще одним важливим напрямом управління капіталом підприємства є оптимізація структури капіталу, яку зазвичай виконують у три етапи: дослідження існуючої структури капіталу та визначення його структурного впливу на ефективність функціонування підприємства; визначення пріоритетних напрямів управління структурою капіталу, їх комплементарності та когерентності; формування комплексних шляхів оптимізації структури капіталу.

Для обґрунтування напрямів управління капіталом використовують різні моделі, базисом яких є суперечності думок економістів щодо можливості оптимізації структури капіталу підприємства й виділення основних факторів, що визначають її механізм [6].

Формування оптимальної структури капіталу повинно бути спрямовано на вирішення таких завдань, як формування достатнього обсягу капіталу для забезпечення необхідних темпів економічного розвитку підприємства; забезпечення

умов досягнення максимальної прибутковості капіталу; забезпечення своєчасного задоволення потреби в капіталі; забезпечення достатньої фінансової гнучкості підприємства [8].

Організаційно-економічний механізм ефективного управління капіталом підприємства повинен забезпечувати досягнення стратегічної мети через моделювання оптимальних пропорцій розвитку підприємства в конкретних умовах функціонування ринкових відносин.

Для вдосконалення організаційно-економічного механізму потрібно розробити загальну стратегію управління капіталом підприємства. Розроблення методології управління капіталом повинне ґрунтуватися на науково обґрунтованих принципах і правилах поведінки, що виражають динамічність і сприйнятливість до мінливих умов, спланованих результатів виробничо-господарської діяльності та інтегрованість із загальною системою управління підприємством [3].

Під час розроблення фінансової політики підприємства потрібно вибрати таку структуру капіталу, яка за найнижчої вартості капіталу дасть змогу збільшити ринкову вартість економічної одиниці. Оптимальною є така структура капіталу, яка дасть змогу звести до мінімуму середньозважену вартість капіталу і, водночас, підтримати кредитну репутацію підприємства на рівні, який сприяє залученню нових капіталів на прийнятних умовах [4; 19].

Результатом управління капіталом повинна бути розроблена підприємством на основі власного досвіду із врахуванням теоретичних узагальнень, наведених в економічній літературі, система показників стану і використання капіталу, наприклад: співвідношення власного, позиченого і залученого капіталу; норматив власного оборотного капіталу; плече фінансового важеля (фінансовий леверидж) тощо [1].

Виходячи із вищезазначеного: формування концептуальних засад управління капіталом підприємства повинно ґрунтуватись насамперед на закономірностях його обігу, типології стратегій управління та системі тактичного управління. Закономірності обігу капіталу підприємства визначають: мінімально необхідний обсяг його фінансування; нормативи розподілу за групами активів, що залежать від технологій виробництва та практики реалізації продукції, товарів, послуг; частково – швидкість обігу тощо. Обраний тип стратегії управління капіталом є основою процесів оптимізації його структури, суттєво впливає на стійкість та гнучкість підприємства, тривалість ділового циклу, тривалість стадій життєвого циклу, довгострокові тенденції вартості капіталу та ін. Система тактичного управління капіталом обумовлює поточну фінансову ефективність його використання, поточну фінансову стійкість підприємства, можливості мінімізації ризиків діяльності та, врешті-решт, специфіку руху грошових потоків підприємства.

Для того щоб управляти капіталом підприємства у ринкових умовах на високому рівні та отримувати з процесу виробництва найбільшу користь необхідно використовувати різні економічні оптимізаційні моделі. Тому, якщо керівництво сучасних підприємств бажає вивести їх господарську діяльність на конкурентоспроможний рівень, адже тільки так можна залишитися на плаву та отримувати винагороду за свою працю у вигляді прибутку, йому належить більш ретельно ставитися до капіталу підприємства, слідкувати за його формуванням та використанням і способами покращення управління ним.

Бібліографічні посилання

1. **Бідник О. І.** Теоретичні аспекти управління капіталом підприємства / О. І. Бідник // Придніпровський науковий вісник. – 2007. – Вип. 5. – С. 19–24.

2. **Бланк И. А.** Управление формированием капитала : научное издание / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2008. – 510 с.
3. **Блонська В. І.** Діагностика управління капіталом підприємства / В. І. Блонська, Т. М. Хватамуха // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.11. – С. 252–258.
4. **Викиданець І. В.** Методи оптимізації структури капіталу підприємства / І. В. Викиданець // Вісник ДонНУЕТ. – 2009. – № 3(43). – С. 208–215.
5. **Городня Т. А.** Сучасна стратегія управління капіталом підприємства / Т. А. Городня, О. Р. Стефанюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.10. – С. 250–253.
6. **Золотаренко В. О.** Функціонально-структурна модель управління структурою капіталу підприємства / В. О. Золотаренко // Управління розвитком. – 2011. – № 1(98). – С. 147–150.
7. **Ілюхін О. О.** Ефективність виявлення та урахування економічних та організаційних передумов раціонального управління капіталом промислового підприємства / О. О. Ілюхін // Вісник економічної науки України. – Донецьк. – 2011. – № 2. – С. 49–51.
8. **Масюк Ю. В.** Особливості оптимізації управління капіталом в умовах кризи / Ю. В. Масюк, Л. І. Бровко // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – Спецвипуск 33. – Ч. 2. – С. 181–185.
9. **Мних Є. В.** Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник / Є. В. Мних; Київський національний торговельно-економічний ун-т. – К., 2008. – 513 с.
10. **Мойсеєнко І. П.** Інвестування : навч. посіб. / І. П. Мойсеєнко. – К. : Знання, 2006. – 490 с.
11. **Поддєрьогін А. М.** Фінансовий менеджмент : підручник / кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2008. – 536 с.
12. **Семенов А. Г.** Побудова моделі ефективного управління структурою капіталу підприємства / А. Г. Семенов, А. В. Пелешко // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 2(6). – С. 78–83.
13. **Стецьмашук А.** Системний підхід до управління капіталом підприємства / А. Стецьмашук // Інноваційний розвиток національної економіки : матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. 7–8 квітн. 2011 р. – Тернопіль : Крок, 2011. – С. 335–337.
14. **Танащук К. О.** Середньозважена вартість капіталу підприємства та її складові / К. О. Танащук, І. В. Політова // Труды Одесского политехнического университета. – 2007. – Вып. 2(28). – С. 1–5.
15. **Терещенко О. О.** Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посіб. / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2003. – 554 с.
16. **Холод З. М.** Формування капіталу підприємств видавничо-поліграфічного комплексу і відображення його у фінансовій звітності / З. М. Холод, І. І. Малярчук // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.3. – С. 283–292.
17. **Чиж Н. М.** Напрямки підвищення ефективності використання власного капіталу підприємства / Н. М. Чиж // Економічний форум. – 2011. – Вип. 1. – С. 217–222.
18. **Шелудько В. М.** Фінансовий менеджмент : підручник / В. М. Шелудько. – К. : Знання, 2006. – 439 с.
19. **Шпак Н. З.** Система управління капіталом підприємства / Н. З. Шпак, О. М. Рудницька // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.10. – С. 257–261.
20. **Юшко С. В.** Критичний аналіз економічної сутності поняття «капітал підприємства» / С. В. Юшко, А. Лугова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 234–238.

Надійшла до редколегії 15.11.2012

УДК 339.138:330.341.1

Н. Ю. Кубіній*, О. В. Щелкунова**

*Ужгородський національний університет;

**Мукачівський державний університет

МАРКЕТИНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНИЙ РАКУРС

Стаття присвячена теоретичним аспектам визначення сутності маркетингового потенціалу споживчої кооперації. Висвітлені основні принципи положення, які визначають місце маркетингового потенціалу в системі стратегічного потенціалу. Обґрунтовані складові маркетингового потенціалу, окреслення яких забезпечує методологічну базу ефективного управління споживчою кооперацією.

Ключові слова: стратегічний потенціал, маркетинговий потенціал, принципи, система, споживча кооперація.

Статья посвящена теоретическим аспектам определения сущности маркетингового потенциала потребительской кооперации. Освещены основные принципиальные положения, которые определяют место маркетингового потенциала в системе стратегического потенциала. Обоснованы составляющие маркетингового потенциала, определение которых обеспечивает методологическую базу эффективного управления потребительской кооперацией.

Ключевые слова: стратегический потенциал, маркетинговый потенциал, принципы, система, потребительская кооперация.

This article is devoted to theoretical aspects of defining the content of marketing potential in consumer cooperatives. It is covered the major fundamental provisions which define the place of the marketing potential in the strategic potential. The components of marketing potential, which provide the methodological basis of effective management of consumer cooperation, are offered.

Keywords: strategic potential marketing potential, principles, systems, consumer cooperatives.

В умовах ринку проблема конкурентоспроможності системної соціально-економічної мережі будь-якого виду та наповнення набуває особливої актуальності внаслідок виникнення ризиків зайвої бюрократії керування, неправильних фінансових рішень, відсутності кадрової стратегії та ін. Система споживчої кооперації, крім указаних ризиків, піддана небезпеці помилок у стратегічному маркетингу, що викликає необхідність дослідження питань формування маркетингового потенціалу як емерджентного фактора забезпечення тривалої життєздатності учасників кооперативного руху. Визначення складових маркетингового потенціалу споживчої кооперації дозволяє приймати адекватні до сучасних вимог управлінські рішення, що спрямовані на ті елементи потенціалу, які є генераторами конкурентних переваг, виконують функції локомотива всієї системи споживчої кооперації.

Теоретичні аспекти потенціалу, класифікація його видів та змістовне наповнення розкриті в роботах О. Федоніна [8], Н. Ігнатенко, В. Руденко [1]. Проблемам саме маркетингового потенціалу, особливо його стратегічній складовій, присвятили роботи В. Мікловда [4], Н. Кубіній, Ф. Шандор [5], В. Пастухова [6], Л. Лігоненко [2].

Водночас, принципи формування маркетингового потенціалу та його складові досліджені лише фрагментарно і не формують методологічної та методичної бази подальшого дослідження проблем його використання в сучасних умовах господарювання. Внаслідок цього, метою роботи є обґрунтування системних складових маркетингового потенціалу споживчої кооперації.

Будь-яка господарська система, в тому числі і споживча кооперація України, характеризується рівнем її потенціалу, який обумовлено взаємодією між його елементами. Це відрізняє змістовне наповнення категорії потенціал і визначає його відмінність від поняття ресурсу та резерву споживчої кооперації. Виходячи з цього, неможливо не погодитися з логікою О. Федоніна [8, с. 11], який прийшов до висновку, що основний зміст поняття «потенціал» 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. Заслужують уваги результати дослідження визначень сутності потенціалу, яке проведено Н. Т. Ігнатенко та В. П. Руденко [1]: у сорока двох відсотків змістовне значення терміна «потенціал» пов'язане із сукупністю природних умов та ресурсів, можливостей, запасів, засобів, цінностей; у вісімнадцяти процентів – з потужністю виробництва (галузей народного господарства), фондів, ресурсів країни, регіону; у 16 процентів – з ресурсною, економічною, природною, регіональною характеристикою; у восьми відсотків – з можливістю виробничих сил досягти певного ефекту. З іншого боку, заслуговує уваги визначення потенціалу як здатності діяти у відповідних сферах. На наш погляд, поняття здатності в концепції потенціал відрізняється від поняття можливостей та ресурсів.

Здатність становить собою внутрішні умови, які дозволяють господарській системі споживчої кооперації використовувати ресурси.

Можливість – це зовнішні умови, які дозволяють використовувати господарській системі споживчої кооперації її ресурси.

Таким чином, потенціал споживчої кооперації – це система взаємодії ресурсів, можливостей та здатностей її господарської структури з метою досягнення певних цілей.

При стратегічному управлінні економікою споживчої кооперації правомірно виникає поняття стратегічного потенціалу.

В літературі зустрічаються різні визначення стратегічного потенціалу. Так, деякі автори під стратегічним потенціалом розуміють можливості бізнесу при найбільш ефективному використанні ресурсів [2]. Інші автори стверджують, що стратегічним потенціалом є ресурси, які можуть бути значно змінені тільки відповідними стратегічними рішеннями [7]. За точкою зору В. Пастухової, під стратегічним потенціалом слід розуміти можливості досягнення стратегічних цілей за рахунок ефективного використання ресурсів. Тому до стратегічного потенціалу автор відносить ресурси, які забезпечують підприємству стійкі довгострокові конкурентні переваги, усталюють його конкурентні позиції та можуть бути змінені тільки в результаті прийняття стратегічних рішень [6].

Стратегічний потенціал споживчої кооперації – це здатність її господарської системи використовувати ресурси та зовнішні можливості для досягнення стратегічної мети.

До принципових положень визначення стратегічного потенціалу доцільно віднести:

1. Реальність потенціалу споживчої кооперації, тобто можливість ресурсів бути залученими, наприклад, у виробництво для досягнення конкретної мети.
2. Збалансованість складових потенціалу споживчої кооперації. Так, можливості збільшення обсягів продукції за рахунок скорочення втрат робочого часу недоцільно розглядати як потенціал, якщо приріст обсягів виробництва не підкріплено попитом ринку, тобто відсутній ринковий потенціал. Або, наприклад, впровадження інноваційних видів продукції потребує не тільки відповідного технологічного потенціалу, але й здатності персоналу працювати з новими технологіями.
3. Пропорційність складових потенціалу споживчої кооперації.
4. Повнота та коректність визначення (оцінка) потенціалу споживчої кооперації.

При дослідженні стратегічного потенціалу споживчої кооперації особливого значення набуває питання його структури. Остання становить собою організацію зв'язків та відношень між підсистемами та елементами системи, а також, власне, склад цих підсистем і елементів, кожному з яких звичайно притаманна певна функція [3]. Структура потенціалу споживчої кооперації може бути однорівневою чи багаторівневою. Структуру виробничого потенціалу можна викласти як багаторівневу. Більшість видів потенціалів господарської системи становлять собою багаторівневі ієрархічні структури, яким притаманна також поліструктурність. Поліструктурність особливо характерна для потенціалу споживчої кооперації і становить собою взаємне переплетіння різноякісних підсистем, які створюють між собою ієрархічну структуру. Наприклад, соціальний потенціал та виробничий потенціал самі по собі є ієрархічними поліструктурними системами, які одночасно, поряд з іншими складовими, формують економічний потенціал споживчої кооперації.

При розгляданні суті потенціалу споживчої кооперації доцільно відзначити, що його структура може бути постійною чи змінною. Потенціал господарської системи можна віднести до другого типу, він змінюється в історичному або просторовому складах. Рушійною силою змін структури потенціалу є спрямованість економічної системи на підвищення її ефективності та забезпечення конкурентоспроможності.

В сучасній літературі зустрічаються різні точки зору щодо структури потенціалу господарської системи. Виходячи з того, що на практиці панує ресурсний підхід до визначення сутності потенціалу, поширена точка зору про ресурсну структуру потенціалу з різною комбінацією його складових: тільки засоби праці, засоби праці та робочу силу, та інші комбінації. На наш погляд, більш перспективне багатоаспектне наповнення структури потенціалу, на якому наполягають О. Федонін, І. Репіна, О. Олексик [8, с. 14–17]. Названі автори до елементів потенціалу відносять все, що пов'язане з функціонуванням та розвитком господарської системи, при цьому всі складові поділяють на об'єктні та суб'єктні.

Об'єктні складові автори пов'язують з матеріально-речовинною та особовою формами потенціалу господарської системи, які споживаються та відтворюються в тій чи іншій формі в процесі функціонування. До об'єктних складових відносяться інноваційний потенціал, виробничий потенціал, маркетинговий потенціал та потенціал відтворення.

Суб'єктні складові пов'язані з суспільною формою їх виявлення, вони не споживаються, а встановлюють передумову, загальноекономічний, загальногос-

подарський, соціальний чинники раціонального споживання суб'єктних складових. Суб'єктним складовим належить вирішальна роль у забезпеченні ефективного використання інших складових потенціалу та вирішенні завдань управління господарською системою. При однакових об'єктних складових двох різних господарських систем результат діяльності останніх буде залежати від цілепокладання та організаційно-управлінської орієнтації господарської системи, тобто від суб'єктних складових. Маркетинговий потенціал споживчої кооперації становить собою об'єктну складову її стратегічного потенціалу.

Даний підхід до визначення сутності маркетингового потенціалу споживчої кооперації пропонує визначати його без врахування ієрархії рівнів та складових, які забезпечують здатність досягти цілі. Тому ми пропонуємо маркетинговий потенціал споживчої кооперації розглядати як сукупність складових, що формують здатність господарської системи вирішувати певні маркетингові завдання. До складових маркетингового потенціалу споживчої кооперації ми відносимо:

1. Маркетингові ресурси, які є необхідною умовою існування та розвитку будь-якої економічної системи, а відповідно і потенціалу функціонування та розвитку потенціалу.

2. Маркетингові можливості, до яких відносимо умови зовнішнього оточення, такі як законодавча база, рівень технологічного розвитку країни, культурні та інші складові.

3. Здатності – внутрішні умови господарської системи споживчої кооперації досягнення маркетингової мети з використанням певного набору ресурсів. Серед складових потенціалу ми вважаємо дану складову головною, тому що вона є унікальною для кожного підприємства споживчої кооперації і забезпечує найбільш ефективне використання ресурсів та можливостей. Фактично потенціал господарської структури може відрізнитися від потенціалу аналогічних структур саме її здатністю більш якісно, раціонально, ефективно використовувати зовнішні можливості та ресурси.

4. Організаційна структура маркетингового потенціалу, яка передбачає матрицю рівнів, на яких ці ресурси формуються та використовуються, а також вертикалі керування ресурсами.

5. Спрямованість маркетингового потенціалу на розвиток, іншими словами, наявність стратегічної мети. Значимість мети як складової потенціалу підкреслена в працях В.П. Мікловди, згідно з точкою зору якого «відсутність концепції програмно-цільового розвитку ... виступає особливим кризочинним фактором» [4].

6. Методична складова, що передбачає інформаційне забезпечення та оцінку маркетингового потенціалу споживчої кооперації. Тільки достовірна інформація про склад та розміри потенціалу дозволяють якісно його використовувати, а відповідно він набуває власного змісту за визначенням. При цьому, в залежності від завдань господарської системи можлива різна оцінка потенціалу та його різне наповнення.

Потенціал може досягти поставленої мети тільки при здійсненні певних дій, тільки в процесі діяльності людини. Це методологічне положення впливає з визначення потенціалу через результат його використання. Запаси природних ресурсів, які є на іншій планеті, не будуть потенціалом до того часу, поки людство не зможе їх використати з певною метою.

Висновки. Дослідження засвідчило, що стратегічний потенціал споживчої кооперації набуває властивостей системи при дотриманні таких принципів його формування, як реальність, збалансованість його складових, пропорційність складових, повнота оцінки складових та їх взаємодія. Визначені принципові положення обумовлюють виділення таких складових маркетингового потенціалу: маркетингові ресурси; маркетингові можливості; здатності; організаційна структура маркетингового потенціалу; спрямованість маркетингового потенціалу на розвиток, іншими словами, наявність стратегічної мети; методична складова.

В подальшому заплановано побудувати математичну модель впливу маркетингового потенціалу на ефективність стратегічного управління господарською системою.

Бібліографічні посилання

1. **Игнатенко Н. Т.** Производственно-ресурсный потенциал территории / Н. Т. Игнатенко, В. П. Руденко. – К., 1989. – С. 7.
2. **Лігоненко Л. О.** Методологія діагностики банкрутства підприємства та напрямки її вдосконалення / Л. О. Лігоненко // Фінанси України. – 1988. – № 18. – С. 136–147.
3. **Лопатников Л. И.** Экономико-математический словарь / Л. И. Лопатников. – М. : Наука, 1987. – С. 394.
4. **Мікловда В. П.** Ринкова трансформація економіки регіону / В. П. Мікловда. – Ужгород : Карпати, 2000. – С. 12.
5. **Маркетинговий** потенціал регіону: проблеми та шляхи подолання : монографія / В. П. Мікловда та ін. – Ужгород : Ліра, 2009. – 208 с.
6. **Пастухова В. В.** Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
7. **Стратегии бизнеса** : справочник / [С. А. Айвазян, О. Я. Балкинд, Т. Д. Баснина и др.] ; под ред. Г. Б. Клейнера. – М. : КОНСЭКО, 1998. – 492 с.
8. **Федонін О. С.** Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – [2-ге вид. без змін]. – К. : КНЕУ, 2006. – 316 с.

Надійшла до редколегії 15.11.2012

О. Б. Кузьменко*Чорноморський державний університет імені Петра Могили***ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ
ДЕСТРУКТИВНИХ ЯВИЩ
У ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Подані визначення та класифікація деструктивних явищ у землекористуванні аграрних підприємств, типи екологічного стану земельних ресурсів, що вони зумовлюють, та заходи ресурсощадної діяльності.

Ключові слова: деструктивні явища, землекористування, аграрні підприємства.

Представлены определение и классификация деструктивных явлений в землепользовании аграрных предприятий, типы экологического состояния земельных ресурсов, которые они обуславливают, и мероприятия ресурсосберегающей деятельности.

Ключевые слова: деструктивные явления, землепользование, аграрные предприятия.

This article presents the definition and classification of destructive effects of agrarian enterprises' land use, types of land ecological condition, which they are responsible for and resource-saving activities and events.

Keywords: destructive effects, land use, agrarian enterprises.

Земельні ресурси аграрних підприємств – головний засіб виробництва і природний ресурс. У світлі збереження природних ресурсів у червні 1992 року історична конференція ООН з питань охорони навколишнього середовища і розвитку людства в Ріо-де-Жанейро прийняла декларацію щодо принципів сталого розвитку. Її головна ідея – необхідність узгодження екологічних та соціально-економічних факторів розвитку.

В Україні в процесі економічної і земельної реформи не враховані положення концепції сталого розвитку. Це відображено у якісному стані та використанні земельних ресурсів. Їхній стан за останні роки зазнав суттєвих негативних змін як в Україні, так і у всіх регіонах. Наприклад, у Миколаївській області, де 813,7 тис. га, або 47,8 % орних земель знаходяться на ерозійно-небезпечних площах, водна ерозія поширюється щороку на 14 тис. га, а втрати від ерозії і дефляції складають 13,5 млн. т родючого шару ґрунту за рік [1].

Така екологічна ситуація характеризується як небезпечна для сільськогосподарського землекористування і зумовлює її «деструктивні явища».

Поняття «деструктивні явища» широко використовується в науках про безпеку людини [2–4] такими вченими, як А. Б. Качинський, О. М. Цабієв, М. Б. Бизова, Ю. О. Чирва, О. С. Баб'як. Проте розглянуто воно з точки зору впливу на людину та середовище його життєдіяльності. В сільськогосподарському землекористуванні, на нашу думку, деструктивні явища – це події і процеси, які прямо чи опосередковано призводять до погіршення якісних характеристик ґрунтів, втрати сільськогосподарськими угіддями характеристик головного засобу виробництва в сільському господарстві. Класифікація деструктивних явищ обмежена сферою застосування і для сільськогосподарського землекористування потребує уточнення.

З метою запобігання та ліквідації наслідків деструктивних явищ у сільськогосподарському землекористуванні існує необхідність уточнення і розвитку теоретичних основ даного питання.

Всі деструктивні явища в сільськогосподарському землекористуванні можна розподілити за такими ознаками.

За часом прояву:

- випадкові, непередбачені, раптові (землетруси, аварії та ін.);
- постійні, такі що еволюційне розвиваються (дегуміфікація, ерозія та ін.).

За територіальним масштабом прояву:

- локальні (в межах одного господарства);
- регіональні (декілька районів або область);
- національні (дві та більше областей).

За тенденціями розвитку:

- погіршення ситуації;
- стабілізація;
- покращення ситуації.

За напрямом впливу:

- прямого впливу, безпосередньо погіршують якісний стан ґрунтів (спосіб обробітку ґрунту, внесення мінеральних добрив і отрутохімікатів та ін.);
- непрямого впливу, побічний вплив діяльності на ґрунт (розорювання схилів посилює ерозію, надмірне зрошення підвищує рівень ґрунтових вод та ін.).

За джерелами походження деструктивні явища на підставі аналізу сільськогосподарського землекористування можна поділити на три групи:

1. Природні.
2. Техногенні.
3. Комбіновані.

Деструктивні явища, природні в землекористуванні, – це події природного походження або результат діяльності природних процесів, які за своєю інтенсивністю, масштабом поширення і тривалістю можуть погіршувати якісний стан ґрунтів та загалом довкілля. При цьому, вони за об'єктом походження поділяються на такі групи:

- геологічні (землетруси, вулканізм, лавини, провалювання земної поверхні, зсуви, обвали, осипи, абразія та ін.);
- гідрологічні (повені, підвищення рівня ґрунтових вод та ін.);
- метеорологічні (зливи, град, сильна спека, суховії, посуха, урагани, вихрові бурі, циклони, шквали, смерчі, пилові бурі, сильні снігопади, морози, ожеледь та ін.);
- природні пожежі (лісові, торф'яні та ін.).

До другої групи належать деструктивні явища, викликані антропогенною діяльністю у сільськогосподарському виробництві. Вони пов'язані з технологічними процесами, відрізняються фізичними, хімічними, біологічними перетвореннями і до них можна віднести:

- механічна обробка ґрунтів;
- нераціональне застосування мінеральних добрив і засобів захисту рослин;
- незбалансована меліорація;

- перевипасання худоби;
- вивезення свіжих органічних відходів тваринництва та фекалії на поля;
- випалювання рослинних решток тощо.

Техногенні деструктивні явища можуть бути спричинені не лише безпосередньо аграрним виробництвом, але й іншими галузями, що впливають на стан ґрунтів: гірничо-видобувна промисловість, будівництво, транспорт, хімічна промисловість та ін., які призводять до вилучення сільськогосподарських угідь, руйнування ґрунтового покриву або в процесі виробництва відбуваються викиди та скиди забруднюючих речовин, що потрапляють у ґрунт чи опосередковано через атмосферу та водні ресурси.

Техногенні деструктивні явища призводять до втрати властивостей ґрунтів як природного тіла, зниження їхньої родючості, тобто до деградації. Тому за наслідками і видом деградації їх можна поділити на такі групи:

- механічна деградація;
- фізична деградація;
- хімічна деградація;
- фізико-хімічна деградація;
- гідромеліоративна деградація;
- біологічна деградація;
- радіаційне забруднення.

Механічна деградація зумовлена ерозійними процесами, проявляється у руйнуванні ґрунтового покриву, зменшенні гумусового профілю, аж до повної втрати ґрунту (змиті, дефльовані ґрунти, виходи порід).

Фізична деградація пов'язана з порушенням структури ґрунту, його ущільненням при обробці важкою технікою. В результаті погіршуються водний і повітряний режими ґрунту.

Хімічна деградація визначається зміною хімічного складу ґрунту і викликана нерациональним застосуванням мінеральних добрив, меліорантів, пестицидів, а також техногенними забруднювачами. Хімічна деградація проявляється також і у зменшенні вмісту гумусу при нерациональному землекористуванні.

Фізико-хімічна деградація зумовлена змінами в кислотно-лужному балансі ґрунту, ємності вбирання, складі ввібраних основ.

Гідромеліоративна деградація земель при осушенні чи зрошенні визначається шляхом зміни гідрологічного режиму земель у зоні впливу меліоративних систем.

Біологічна деградація зумовлена забрудненням ґрунтів патогенними мікроорганізмами рослинного і тваринного походження.

Радіаційне забруднення земель зумовлене головним чином Чорнобильською катастрофою. Воно визначається щільністю радіонуклідів: ^{137}Cs з періодом напіврозпаду 28,6 року і ^{90}Sr – 30,2 року [5]. Критерієм радіоактивного забруднення території є радіаційний фон, який вираховується в Кі/км^2 .

Поширення техногенних деструктивних явищ у землекористуванні в багатьох випадках залежить від природних факторів (температури і вологості повітря, частоти і сили вітру та дощових опадів та ін.). Ці явища мають назву комбінованих і вони впливають на природні властивості ґрунтів (кислотні дощі, виникнення

пустель, пилові бурі, тектонічні явища, викликані антропогенною діяльністю та ін.). Наведені приклади деструктивних явищ виникають унаслідок складної взаємодії господарської діяльності людини і природних факторів: забруднюючих викидів в атмосферу, її відносної вологості, вмісту органічної величини ґрунту, кліматичних параметрів, гранулометричного складу ґрунту та ін.).

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що запропонована класифікація деструктивних явищ у сільськогосподарському землекористуванні має складну ієрархічну структуру (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація деструктивних явищ у сільськогосподарському землекористуванні

Наявність деструктивних явищ зумовлює екологічний стан земельних ресурсів, який визначає масштаб негативних змін у ґрунті (деградація та втрата характеристик цільового призначення земельних ресурсів), що знижує ефективність, обмежує або виключає його сільськогосподарське землекористування (табл. 1).

Деструктивні явища зумовлюють необхідність визначення сталості аграрного землекористування як умову довготривалого і безперервного процесу його розвитку. Він має встановлювати високу якість життя як теперішнього, так і наступних поколінь, гармонізує економічний розвиток і якість природного середовища.

Таблиця 1

Типи екологічного стану земельних ресурсів у сільськогосподарському землекористуванні

Екологічний стан земельних ресурсів	Основні характеристики екологічного стану земельних ресурсів
Природний	Антропогенний вплив на ґрунти відсутній або не перевищує фонових рівнів. Усі процеси природно збалансовані.
Рівноважний	Швидкість відновних процесів дорівнює темпу порушення якісних характеристик ґрунтів. Баланс поживних речовин і гумусу нульовий або позитивний.
Кризовий	Антропогенні порушення перевищують швидкість відновлювальних процесів у ґрунтах. Погіршення якісних характеристик ґрунтів обмежує їх сільськогосподарське використання.
Критичний	Інтенсивна деградація і руйнування ґрунтів. Якісні характеристики наближуються до граничних значень, поза межами яких втрачаються природні типологічні властивості.
Катастрофічний	Деградація ґрунтів набуває незворотного характеру (втрата придатності земель до їх основного цільового призначення), що призводить до втрати їх господарської та екологічної цінності.

Такою гармонізацією в Україні нехтують, що вимагає розробки і впровадження концепції ресурсоощадної діяльності як у цілому на національному рівні, так і на рівні кожного регіону.

Деструктивні явища в землекористуванні зумовлюються комплексом чинників і, в першу чергу, характером соціально-економічних відносин. Вони зумовлюють організаційно-правові форми аграрних підприємств, напрями і структуру використання земельних ресурсів. На підставі такої взаємозалежності, деструктивні явища в землекористуванні мають чинники соціально-економічного характеру. Тому питання їх попередження, усунення наслідків мають вирішуватись на всіх рівнях державного управління. Зокрема, на національному і регіональному рівнях шляхом розробки концепцій і програм ресурсоощадної діяльності. Регіональна програма розробляється на 10–15 років, оскільки відчутні зміни показників якісного стану ґрунтів проявляються саме за цей проміжок часу.

На місцевому рівні для всіх аграрних підприємств мають бути впроваджені проекти землеустрою і окремі програми.

Суспільний характер деструктивних явищ зумовлюють необхідність фінансування розробки вказаних програм, за рахунок державного і місцевих бюджетів. Розробка проектів землеустрою і окремих програм може забезпечуватись з місцевого бюджету та за рахунок коштів землекористувачів і землевласників.

Висновки.

Деструктивні явища в землекористуванні аграрних підприємств – це будь-які події і процеси, що призводять до погіршення якісних характеристик ґрунтів, втрати сільськогосподарськими угіддями характеристик головного засобу виробництва в сільському господарстві. Їх класифікація має складну ієрархічну структуру і поділяється на групи за ознаками: часом прояву, територіальним масштабом, тенденціями розвитку, напрямом впливу, джерелами походження.

Наявність деструктивних явищ зумовлює екологічний стан земельних ресурсів, такий як природний, рівноважний, кризовий, критичний і катастрофічний, що визначає масштаб негативних змін у ґрунті і комплекс заходів ресурсощадної діяльності.

Бібліографічні посилання

1. **Янчук В. П.** Теорія і методологія управління землями з обмеженим режимом землекористування : наукове видання / В. П. Янчук. – Миколаїв : Іліон, 2004. – 56 с.
2. **Качинський А. Б.** Сучасні проблеми екологічної безпеки України / А. Б. Качинський. – К., 1994. – 48 с.
3. **Цабієв О. М.** Екологічна безпека : конспект лекцій / О. М. Цабієв, М. Б. Бизова. – О. : Вид-во ОНПУ «Наука і техніка», 2005. – 139 с.
4. **Чирва Ю. О.** Безпека життєдіяльності : навч. посіб. / Ю. О. Чирва, О. С. Баб'як. – К. : Атіка, 2001. – 304 с.
5. **Охорона ґрунтів : підручник** / М. К. Шикуча, О. Ф. Гнатенко, Л. Р. Петренко, М. В. Капштик. – 2-ге вид., випр. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2004. – 398 с.

Надійшла до редколегії 20.08.2012

УДК 330.101.22

С. К. Кучеренко*, Г. П. Штапаук**

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара;**Луганський національний університет імені Т. Г. Шевченка*

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТРУКТУРИ СПОЖИВЧОГО ПОПИТУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

На підставі досліджень процесів перетворення діяльності комерційних підприємств, тенденцій розвитку торговельної сфери в Україні, чинників оновлення умов життя людей у кризовий і посткризовий періоди розроблено модель врахування впливу зрушень у соціально-економічній структурі споживчого попиту на діяльність комерційного підприємства з визначенням груп параметрів, що враховуються при її плануванні.

Ключові слова: торговельні підприємства, споживчий попит, роздрібний товарообіг, формалізація чинників, показники діяльності, параметри торговельної пропозиції, прогнозований розвиток підприємства.

На основе исследований процессов преобразования деятельности коммерческих предприятий, тенденций развития торговой сферы в Украине, факторов обновления условий жизни людей в кризисный и посткризисный периоды разработана модель учета влияния сдвигов в социально-экономической структуре потребительского спроса на деятельность коммерческого предприятия с определением групп параметров, учитываемых при ее планировании.

Ключевые слова: торговые предприятия, потребительский спрос, розничный товарооборот, формализация факторов, показатели деятельности, параметры торгового предложения, прогнозируемое развитие предприятия.

In the article on the basis of researches of processes of transformation of commercial enterprise's activity, progress of trade sphere in Ukraine, factors of updating of terms of people life trends in a crisis and post-crisis periods are worked out model of influence account of changes in the socio-economic structure of consumer demand on activity of commercial enterprise with determination of groups of the parameters taken into account at it's planning.

Keywords: trade enterprises, consumer demand, retail commodity turnover, formalization of factors, performance indicators, parameters of trade suggestion, forecast development of enterprise.

Досвід розвитку торгівлі в Україні демонструє, що перетворення діяльності комерційних підприємств, зміна їхньої структури, започаткування та розвиток нових форм торговельної діяльності здійснюються з намаганням максимально врахувати певні зрушення, які відбуваються у соціально-економічній структурі споживчого попиту населення. Аналіз свідчить, що процес перетворення діяльності комерційних підприємств в Україні характеризується наступними ознаками:

по-перше, основний напрямок перетворень відбувається під впливом щорічного зростання обсягів роздрібного товарообороту, який за останні 10 років збільшився майже у 10 разів;

по-друге, процес розвитку українського роздрібного ринку здійснюється на основі вітчизняного бізнесу одночасно із широким використанням світового досвіду розвитку торгівлі та входженням до України відомих світових торговельних фірм;

по-третє, невизначеність багатьох виявів швидко змінюваної соціально-економічної структури споживчого попиту та відсутність дійсних механізмів їх

урахування не надають можливостей комерційним підприємствам здійснювати обґрунтований вибір рішення щодо своєї діяльності з численної безлічі форм та методів сучасної торгівлі, що створює свій неповторний шлях розвитку комерційної діяльності в Україні.

У передкризовий період намітилися наступні явні тенденції в розвитку торговельної сфери в Україні.

1. Відбувалося поступове підвищення концентрації у комерційній сфері, що відображає тенденція зниження загальної кількості торговельних підприємств при збільшенні середнього обсягу товарообороту одним підприємством [1].

2. Унаслідок відзначеного процесу започаткувався та набув серйозного прогресу розвиток роздрібних торговельних мереж у напрямку скорочення кількості «унітарних» підприємств та збільшення форматів торговельних об'єктів із найбільш широким асортиментом, таких як ТОВ «Метро кеш енд керрі Україна», компанія «Білла Україна», ЗАТ «Фуршет» та ін. [2].

3. Динаміка товарообігу по регіонах України перед кризою свідчить про його нерівномірність, демонструючи найбільший роздрібний товарообіг у м. Києві, Дніпропетровській, Донецькій і Харківській областях при найменших показниках у Тернопільській, Чернівецькій та Сумській областях [3].

У даний час розвиток торговельної сфери в Україні відчуває на собі сильний вплив світової фінансово-економічної кризи, під тиском якої не тільки розмилися певні тенденції розвитку комерційної діяльності, але й створилися нові умови для пошуку комерційними підприємствами ефективних напрямів перетворення своєї діяльності. Практично у даний час перед комерційними підприємствами знов постають важкі питання вибору форм і методів своєї діяльності в умовах, коли соціально-економічна структура споживчого попиту населення в Україні знов змінилася, причому у невідомих напрямках. Фахівці визнають, що у період подолання кризи в структурі споживчого попиту відбулися зрушення, які значною мірою перекроїли сформовані раніше сподівання з боку торговельних підприємств у правильності вибору й поступового просування в сферу торгівлі світового досвіду у чистому вигляді. Оновлені умови життя людей створені під впливом низки чинників, сила яких проявилася у період кризи і поступового виходу з неї. Це:

- зниження життєвих стандартів через зменшення курсу національної валюти, підвищення цін на споживчі товари в результаті інфляції;
- скорочення споживчого кредитування;
- подорожчання товарів довготривалого використання, таких як автомобілі, через підвищення ввізних мит;
- збільшення рівня безробіття;
- погіршення через більш жорсткі регламенти Податкового кодексу умов діяльності малого бізнесу, суб'єкти якого складають значну частину споживачів різних товарів та послуг;
- обмеження в сфері прямих грошових виплат широким верствам пенсіонерів та осіб, що отримують різні форми соціальної допомоги тощо.

Внаслідок таких змін у поточному 2012 році навіть найбільш великі й успішні торговельні брендові фірми постають перед неясністю визначення стратегії найближчого розвитку. Це обумовлює підвищення актуальності наукових досліджень соціально-економічної структури споживчого попиту для їх врахування у діяльності комерційних підприємств.

Проблема попиту і пропозиції детально досліджена у працях багатьох науковців, зокрема, А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршалла, Дж. Кейнса, В. Парето, К. Еклунда, П. Самуельсона, Дж. Хікса, А. Оукена, Й. Шумпетера, Дж. Сакса та ін. Серед сучасних українських вчених, які плідно працюють над проблемами державного регулювання попиту і пропозиції, прогнозування і регулювання економічного і соціального розвитку держави, слід назвати В. М. Гейця, В. П. Баби́ча, В. Ф. Беседі́на, І. К. Бондар, В. А. Вісящева, І. М. Євдокимову, Б. Є. Кваснюка, В. Д. Лагуті́на, Б. Я. Панасюка, А. Г. Савченка, М. І. Сайкевич, Б. М. Щукі́на та багатьох інших. Проте за умов, що склалися, актуальним є дослідження процесів і факторів, що формують споживчий попит населення України з метою задоволення основних життєвих потреб громадян у продуктах харчування. З іншого боку, діюча на сучасному етапі система формування споживчого кошика, що є основою мінімального прожиткового мінімуму, потребує суттєвих змін, назріла також необхідність у державній розробці і фактичному застосуванні територіальних варіантів споживчого кошика із врахуванням соціальних факторів.

В основі методології дослідження споживчого попиту лежить базова теорія попиту, на основі якої сформовано поняття закону попиту, відповідно до якого зростання ціни на товар призводить до зниження величини попиту на нього за інших рівних умов [4]. Найбільш очевидним, що пояснює «закон попиту», є те, що здешевлення робить товар доступним для тих категорій покупців, яким він раніше був недоступний з міркувань відсутності необхідної платоспроможності. Подібні зміни в структурі споживання, строго говорячи, виходять за рамки «закону попиту», оскільки розкривають зв'язок динаміки ціни то з кількістю покупців, то з потребою в товарі. Це обумовлює необхідність доповнення загального закону попиту різними додатками, що пояснюють особливі «ефекти», які належать до дій споживачів, що виникають при зниженні ціни на товар: «ефект зростання вигоди»; «ефект доходу»; «ефект заміщення» [5]. В якості конкретного показника оцінки динаміки попиту на товар залежно від зміни ціни, який акумулює в собі дії різних факторів щодо даного товару в даному місці його продажу при сформованій соціально-економічній структурі споживачів товару, виступає еластичність попиту, яка визначається співвідношенням приросту у відсотках обсягів продажу і зниження у відсотках ціни на даний [6].

В умовах безперервності споживчого попиту і його забезпечення методологічною основою планування товарообігу є постійна підтримка матеріального балансу товарообігу в закупівельних цінах товарів:

$$Z_H + HT = O + Z_K \quad (1)$$

де Z_H – запаси товарів на початок планового періоду;

HT – надходження товарів;

O – товарообіг (реалізація);

Z_K – запаси товарів на кінець періоду [7].

Роздрібний товарообіг обліковується, прогнозується, аналізується й планується як за загальним обсягом, так і за окремими групами товарів у цінах фактичної реалізації, що включають торговельну націнку та непрямі податки за звітний період на основі первинних документів [8]. Таким чином, наявна методологічна база врахування параметрів споживчого попиту в діяльності комерційних підприємств здебільшого базується на класичних уявленнях щодо соціально-економічної структури споживчого попиту й не відображає багатьох нових аспектів, які стають все важливішими в сучасних умовах, що потребує подальшого й більш глибокого вивчення проблеми визначення впливу попиту на діяльність комерційних підприємств.

Метою статті є систематизація та параметризація чинників, через які можливе врахування зрушень у соціально-економічній структурі споживчого попиту на діяльність комерційних підприємств.

Соціально-економічна структура споживчого попиту (СЕССП) є основним чинником прогнозування та планування товарообігу комерційного підприємства. Розуміння структури споживчого попиту (СПП) відкриває для промисловості й торгівлі можливості найбільш повного його задоволення, а отже, і нарощування обсягів продажу, доходів підприємств, а в остаточному підсумку – підвищення матеріального рівня життя людей. Дослідження структури споживчого попиту є актуальним завданням соціологічної науки, однак, у зв'язку з високою складністю подібних досліджень, їх результати поки що не можуть безпосередньо прийматися при розрахунках підприємствами – виробниками продукції й продавцями – при здійсненні своєї діяльності. Практична необхідність урахування структури споживчого попиту змушує в якості об'єкта вивчення використовувати структуру споживання, яка є лише фактичною реалізацією певної структури попиту. Загальна схема таких досліджень має такий вигляд (рис. 1).

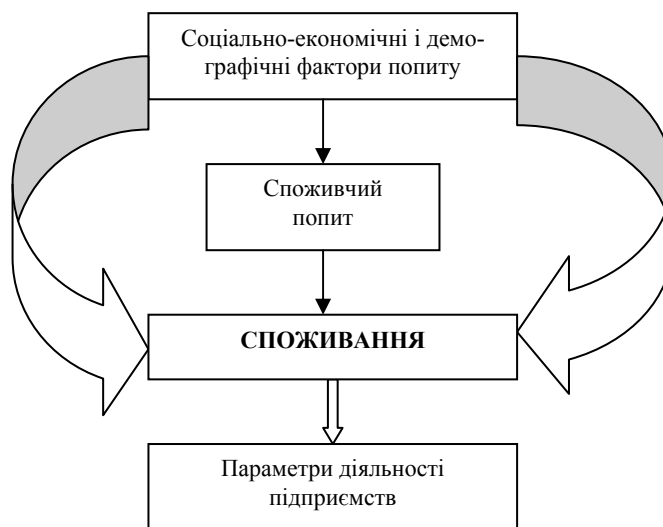


Рис. 1. Загальна схема дослідження впливу структури споживчого попиту на діяльність підприємства через споживання:

→ відображають дійсні впливи чинників;
 ⇨ відображають досліджувані впливи

Економіка сучасної України, яка належить за оцінками незалежних джерел до групи країн, що розвиваються, має серйозний потенціал росту споживчого попиту, який визначається безліччю соціально-економічних факторів, зміна впливу яких досить динамічно відображається в обсязі й структурі споживання. У функціональній залежності від показників товарообігу знаходяться практично всі основні показники діяльності комерційного підприємства.

Так, загальний дохід (товарообіг у роздрібних цінах) – O_P визначається за формулою:

$$O_P = \sum K_i \times C_{Pi}, \quad (2)$$

де K_i – кількість проданих товарів i -ї асортиментної позиції;

C_{Pi} – роздрібна ціна i -го товару.

Чистий дохід (товарообіг за вирахуванням платежів з ПДВ) – O розраховується:

$$O = O_P - ПДВ, \quad (3)$$

де $ПДВ$ – сума платежів з податку на додану вартість.

Загальний прибуток (дохід) – $П_{ЗАГ}$ дорівнює:

$$П_{ЗАГ} = O_P - ПДВ - O_3, \quad (4)$$

де O_3 – обсяг товарообігу у закупівельних цінах товарів.

Відповідно балансовий прибуток – $П$:

$$П = П_{ЗАГ} - ТВ, \quad (5)$$

де $ТВ$ – торговельні витрати.

Фонд розвитку комерційного підприємства – Φ_P встановлюється:

$$\Phi_P = П - ФМС - Д - З, \quad (6)$$

де $ФМС$ – фонд матеріального стимулювання працівників;

$Д$ – виплати дивідендів власникам;

$З$ – дисконтні знижки з роздрібних цін.

Залишок товарів на кінець періоду у закупівельних цінах – $З_K$:

$$З_K = З_H + НТ - O_3, \quad (7)$$

де $З_H$ – залишок товарів на початок періоду у закупівельних цінах;

$НТ$ – вартість надходження товарів у закупівельних цінах.

Середня добова вартість товарів у закупівельних цінах $З_D$:

$$З_D = \frac{З_H + З_K}{T_P}, \quad (8)$$

де T_P – тривалість календарного періоду у днях.

Вартість кредиторських зобов'язань по сплаті за товари у зберіганні – K_P :

$$K_P = З_D \times T_{Ц}, \quad (9)$$

де $T_{Ц}$ – середня тривалість циклу підготовки, зберігання та продажу товару у днях.

Фондовіддача капіталу ΦB_K :

$$\Phi B_K = \frac{O_P}{K}, \quad (10)$$

де K – сумарна оцінка задіяного капіталу.

Складність планування такої діяльності підприємства, яка б забезпечувала позитивне зрушення приведених показників, визначається тим, що показники діяльності підприємства та структури споживчого попиту взаємодіють між собою як у прямому, так і зворотному напрямках. Особливо через те, що підприємства в умовах зростання конкуренції самі стають суб'єктами формування споживчого попиту через системи знижок до цін товарів, кредитування, заходи з покращення обслуговування споживачів тощо. Тільки врахування подвійної ролі підприємства як об'єкта зрушень у структурі споживчого попиту і як суб'єкта, що сам впливає на його структуру, потребує їх параметризації, яка б усунула протиріччя у взаємодії показників планування діяльності підприємства. Постановку такої загальної моделі врахування зрушень у соціально-економічній структурі споживчого попиту на діяльність підприємств наведено на рис. 2.

Відповідно із запропонованою моделлю визначаються наступні групи параметрів, що враховуються при плануванні діяльності комерційного підприємства:

- 1) екзогенні параметри соціально-економічної структури споживчого попиту (вектор екзогенних параметрів $\bar{X}$);
- 2) управлінські параметри діяльності комерційного підприємства (вектор P_d);
- 3) управлінські параметри торговельної пропозиції, спрямовані у середовище (вектор P_{TP}), як складова частина параметрів діяльності;
- 4) параметри продажу (вектор Y), як функціонал взаємодії екзогенних параметрів ССП та управлінських параметрів попиту;
- 5) параметри задоволення попиту Y^* , як чинник зворотного зв'язку, що впливають на формування СССП.



Рис. 2. Загальна модель врахування впливу зрушень у соціально-економічній структурі споживчого попиту на діяльність комерційного підприємства:

ЗЗ – зворотний зв'язок; БА – блок аналізу; БУ – блок управління

Таким чином, система моделей, які б описували вплив зрушень у соціально-економічній структурі споживчого попиту на діяльність комерційного підприємства включає:

I. Екзогенна модель залежності параметрів СЕССП від параметрів задоволеності споживчого попиту:

$$\underline{X} = f(Y^*). \quad (11)$$

II. Управлінська модель встановлення параметрів діяльності комерційного підприємства залежно від параметрів продажу Y :

$$P_d = f(Y). \quad (12)$$

III. Управлінська модель встановлення параметрів торговельної пропозиції залежно від параметрів діяльності підприємства з урахуванням впливу на них параметрів продажу, тобто попередньої моделі:

$$P_{tp} = f((P_d) f(Y)). \quad (13)$$

IV. Дослідницька модель залежності параметрів продажу від параметрів соціально-економічної структури споживчого попиту та параметрів торговельної пропозиції:

$$Y = f(\underline{X}, P_{tp}). \quad (14)$$

Екзогенна модель (I) впливу задоволеності споживання на параметри соціально-економічної структури споживчого попиту відображає взаємодію параметрів середовища поза впливом діяльності комерційного підприємства і потребує окремого дослідження.

Управлінські моделі (II) і (III) та дослідницька модель (IV) охоплюють єдиний комплекс взаємодіючих параметрів, включаючи наявність їх автокореляції, оскільки параметри продажу Y , які виступають у ролі аргументів управлінських моделей встановлення параметрів діяльності підприємства та торговельної пропозиції, самі є функціями прийнятих управлінських параметрів щодо торговельної пропозиції P_{tp} .

З формальної точки зору побудова суворої математичної моделі описуваного управлінського процесу неможлива, що потребує перебудови запропонованих моделей з таким припущенням. Параметри торговельної пропозиції, які за своєю суттю є управлінськими, формально визначаються як екзогенні, тобто такі, що формуються зовнішнім середовищем, подібно до параметрів, що відображають соціально-економічну структуру споживчого попиту. Тоді:

єдиною дослідницькою моделлю є модель (IV) залежності продажу від параметрів ССП та торговельної пропозиції, а саме (14);

єдиною управлінською моделлю є модель встановлення параметрів діяльності підприємства залежно від екзогенних параметрів продажу та ендегенних параметрів торговельної пропозиції, що умовно розглядаються як екзогенні, а саме:

$$P_d = f(Y, P_{tp}). \quad (15)$$

Висновки. Запропонована система параметризації впливу зрушень у соціально-економічній структурі споживчого попиту дає змогу зв'язати у єдиній моделі, де комерційне підприємство представлено і як об'єкт впливу, і як суб'єкт формування споживчого попиту, всі найважливіші показники діяльності комерційного підприємства, а відтак, забезпечити прогнозований розвиток підприємства.

Бібліографічні посилання

1. В Україні растёт потребительский спрос [Електронний ресурс] // Новости экономики; за матеріалами »ЛІГАБізнесІнформ». – 16.02.2011. – Режим доступу : http://news.eizvestia.com/news_economy/full/v-ukraine-rastet-potrebitelskij-spros.

2. **Буточкин А.** Славянский путь в ритейле: миф или выход из кризиса? [Електронний ресурс] / А. Буточкин. – Trade-Help. – 03.10.2009. – Режим доступу : http://trade-help.com/new/index.php?option=com_content&task=view&id=204&Itemid=24.
3. **Статистична інформація:** [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. **Райзберг Б. А.** Современный экономический словарь [Електронний ресурс] / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2006. – Режим доступу : <http://slovari.yandex.ru/dict/economic>.
5. **Фролова Т. А.** Микроэкономика: конспект лекций [Електронний ресурс] / Т. А. Фролова. – Таганрог : ТРТУ, 2006. – Режим доступу : <http://www.aup.ru/books/m174>.
6. **Экономика** : толковый словарь / под общ. ред. д.э.н. И. М. Осадчей. – М. : ИНФРА-М, Весь Мир, 2000.
7. **Экономика** и организация деятельности торгового предприятия : учебник / под ред. А. Н. Соломатина. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 295 с.
8. **Панкратов Ф. Г.** Коммерческая деятельность / Ф. Г. Панкратов. – М. : Дашков и К°, 2005. – 503 с.

Надійшла до редколегії 04.07.2012

А. А. Мещеряков, М. В. Партика*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ ЦІННИХ ПАПЕРІВ
КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ**

Розглядається проблема управління портфелем цінних паперів комерційного банку. Запропоновані етапи управління інвестиційним портфелем враховують особливості діяльності комерційного банку та вимоги чинного законодавства.

Ключові слова: портфель цінних паперів, управління, прогнозування, аналіз, дохідність цінних паперів, ліквідність цінних паперів, ризик цінних паперів, справедлива вартість цінного паперу, мінімальний ризик, максимальний дохід.

Рассматривается проблема управления портфелем ценных бумаг коммерческого банка. Предложенные этапы управления инвестиционным портфелем учитывают особенности деятельности коммерческого банка и требований действующего законодательства.

Ключевые слова: портфель ценных бумаг, управление, прогнозирование, анализ, доходность ценных бумаг, ликвидность ценных бумаг, риск ценных бумаг, справедливая стоимость ценной бумаги, минимальный риск, максимальный доход.

The problem portfolio management of commercial bank are considered in the article. The proposed stages of investment portfolio management are taken into account characteristics of the commercial bank and the requirements of applicable law.

Keywords: investment portfolio, management, forecasting, analysis, the liquidity of valuable security, the risk of valuable security, the fair value of valuable security, minimal risk, maximum income.

У міжнародній банківській діяльності частка вільних грошових ресурсів, яка спрямовується банками на придбання цінних паперів, становить 20–40 %. В українських комерційних банках вона є значно меншою – 5–10 %. Однак з розвитком вітчизняного фондового ринку інвестиційна діяльність на ринку цінних паперів комерційного банку стає дедалі актуальнішою та цікавою як для науковців, так і для практиків банківської діяльності [1].

Діяльність комерційних банків як інвесторів на фондовому ринку, стратегії формування їх інвестиційних портфелів стали об'єктом дослідження західних вчених-економістів, зокрема Дж. Літнера, Г. Марковіца, С. Росса, П. Роуза, Д. Сінкі, Дж. Тобіна, В. Шарпа.

Багато наукових досліджень вітчизняних вчених присвячено проблемі управління портфелем цінних паперів комерційного банку. І.В. Борщук зазначає, що «найголовнішим завданням, що ставить перед собою банківська установа при портфельному інвестуванні, є досягнення оптимального співвідношення «дохідність / ризик». Автор розглянув підхід Марковіца до оцінки очікуваної дохідності портфеля активів [2]. Р. Тиркало та І. Кравчук розглядають можливості практичного застосування принципів фундаментального аналізу в процесі формування комерційними банками власних портфелів фондових активів, надають методичні рекомендації щодо аналізу пакетів цінних паперів залежно від їх розміру та мети придбання [3]. Н. Шматко досліджує найпоширеніші методи оцінки ставок дохідності цінних паперів, що перебувають у банківському портфелі, визначає їх сутність та відмінності [4]. Г. Азаренкова виклала результати економетричного моделювання впливу портфелів цінних паперів банків на їхні доходи та окреслила напрями подальших досліджень даного питання [5].

Віддаючи належне науковим напрацюванням вітчизняних і зарубіжних вчених з даної проблематики, слід зауважити, що існує потреба в її подальшому дослідженні [4].

В країнах Заходу широко практикується розміщення коштів на фондовому ринку, оскільки це більш вигідно, аніж, наприклад, вкладання в нерухомість, що було популярне два десятки років тому. В Україні фондовий ринок почав активно розвиватися тільки з початком приватизації. Сьогодні фондовий ринок, певною мірою, вже сформувався, що дозволяє вести мову про вкладання коштів у цінні папери.

На сучасному фондовому ринку України в обігу є різноманітні цінні папери, але в основному це акції підприємств та облігації внутрішнього займу. З часом ринок цінних паперів розшириться облігаціями, векселями, опціонами та ф'ючерсами.

Кожний цінний папір характеризується доходністю та ризиком. Під ризиком розуміється ймовірність неотримання очікуваного прибутку чи навіть часткова або повна втрата коштів, які вкладені в цінні папери. Ризик та доход різних цінних паперів різні. Як правило, цінні папери, яким притаманний ризик, дають невеликий прибуток, а цінні папери, які можуть дати більший доход, характеризуються більшим ризиком.

Ризик прийнято розділяти на ринковий, тобто єдиний для всіх цінних паперів, який неможливо уникнути, та індивідуальний – притаманний конкретному цінному паперу. Вкладаючи грошові кошти в різні цінні папери, формуючи портфель цінних паперів, можна практично до нуля знизити індивідуальний ризик: якщо по одних цінних паперах буде низький доход (збиток), то інші це компенсують. Чим більше цінних паперів знаходяться в портфелі, тобто, чим більше він диверсифікований, тим менший індивідуальний ризик.

Кожне підприємство, яке бажає розмістити вільні кошти на фондовому ринку, має свою шкалу оцінки ризику та прибутку. Високий прибуток для одного підприємства може здатися низьким для іншого. Якщо одні надають перевагу ризику з низьким прибутком, то інші – погоджуються на великий ризик з очікуванням великого прибутку [6].

Метою управління портфелем цінних паперів є формування такого портфеля цінних паперів, який би відповідав вимогам підприємств як за прибутками, так і за ризиком, та при цьому достатньою мірою був диверсифікований.

Формування ефективного інвестиційного портфеля комерційного банку залежить від структурування і визначення чіткої стратегії управління ним [7, с. 36]. У процесі управління портфелем цінних паперів комерційного банку необхідно проаналізувати такі основні характеристики, як очікувана доходність портфеля, рівень сукупного портфельного ризику та ліквідність.

Завданням дослідження є розробка та обґрунтування принципів, методик та стратегій формування інвестиційного портфеля цінних паперів комерційного банку.

Для досягнення поставленого завдання необхідно систематизувати теоретичні підходи до формування оптимального портфеля, проаналізувати методи фор-

мування інвестиційного портфеля облігацій, розглянути стратегії управління портфелем.

Інвестиційний процес складається із трьох етапів: формування мети управління портфелем і обмежень на формування портфеля, експертне визначення параметрів портфеля, вибір структури, що буде забезпечувати максимальний дохід при фіксованій часовій структурі інвестицій.

Завдання управління інвестиційним портфелем комерційного банку не можна розглядати ізольовано від загальної проблеми – управління пасивами та активами банку. Управління інвестиційним портфелем є одним із ключових блоків управління активами і пасивами банку. Основними завданнями управління є підтримка необхідної ліквідності і одержання доходу [8].

Традиційно розглядають три стратегії управління інвестиційним портфелем.

Пасивна стратегія становить собою створення добре диверсифікованих портфелів із заздалегідь певним рівнем ризику, розрахованим на тривалу перспективу [2]. Такий підхід можливий при достатній ефективності ринку, насиченого цінними паперами хорошої якості. Однак дана стратегія застосовується дуже рідко, оскільки, по-перше, пасивне управління ефективне лише щодо до портфеля, що складається з низько ризикових цінних паперів, а їх на вітчизняному ринку небагато, а по-друге, цінні папери повинні бути довгостроковими для того, щоб портфель існував у незмінному стані тривалий час. Це дозволить реалізувати основні переваги пасивного управління – низький рівень накладних витрат. Динамізм і невизначеність російського ринку не дозволяє портфелю мати низький оборот, оскільки велика ймовірність втрати не тільки доходу, але й вартості.

Активна стратегія управління фондовим портфелем передбачає постійну зміну його структури з метою досягнення додаткового прибутку, використовуються як власні активи портфеля, так і операції без покриття [2]. Використання активної стратегії пов'язане з підвищеним ризиком інвестування, тому до складу даного методу вважаємо доцільно включити управління структурою портфеля (контроль вхідних до нього паперів та їх пропорцій), ризиком (наприклад, установка лімітів на розмір операції) і ліквідністю.

Збалансований метод управління портфелем цінних паперів становить собою синтетичне об'єднання поданих вище стратегій. Застосування даної тактики дозволяє знизити ризик втрати капіталу щодо активного управління і при цьому істотно підвищити прибутковість портфеля при пасивному методі [9].

Головним критерієм, що лежить у виборі стратегії, є те, наскільки точно можна спрогнозувати майбутній стан ринків і наскільки швидко можна змінити структуру в залежності від зміни ринкової кон'юнктури. Якщо існують технічні можливості для швидкого реагування на поточні зміни ринкової кон'юнктури, банки використовують активні стратегії – часто переглядають структуру портфеля для отримання максимального прибутку. В іншому випадку – збереження облігацій до погашення. Пасивні стратегії інвестування класифікують у залежності від часової структури цих інвестицій.

На практиці банк використовує складну комбінацію всіх активних та пасивних стратегій. Для інвестиційного можна описати наступним чином: комбінація

«політики сходів» і «політики короткострокового акценту»: облігації розбиваються на групи в залежності від строку погашення, проте долі цих груп розподілені не рівномірно, з перевагою «коротких випусків».

Вибір способу управління портфелем часто залежить від сформованої кон'юнктури ринку цінних паперів [8].

Якщо ринок має явно виражений тренд, то більшість керуючих вибере активний метод, а якщо ринок хаотично рухається навколо одного рівня, то часто пасивна стратегія буде найкраща, оскільки не вимагає високих витрат з боку комерційного банку. Вибір тактики управління залежить і від типу портфеля, тому що, наприклад, важко очікувати значного виграшу, якщо до агресивного портфеля застосувати пасивну тактику, так само як і навряд чи будуть виправдані витрати на активне управління, орієнтоване, наприклад, на портфель регулярно доходу [9].

Методи формування інвестиційного портфеля облігацій.

Однією з цілей управління портфелем цінних паперів є виявлення неправильно оцінених облігацій у портфелі. Якщо облігація, яку аналізує інвестор, виявляється переоціненою, тоді він відхиляє можливість включення такої акції у майбутній портфель цінних паперів або виключає її з портфеля, тобто продає. Якщо облігація недооцінена, то її доцільно включити у портфель, тобто купувати, або утримувати у портфелі [10].

Для виявлення правильно оцінених паперів звичайно використовуються методи фундаментального аналізу.

В рамках фундаментального аналізу існує два різних підходи до виявлення неправильно оцінених паперів. При першому підході робиться спроба визначити відповідну внутрішню, або дійсну, вартість цінного паперу. Після цього внутрішню вартість порівнюють з поточним ринковим курсом цінного паперу. Якщо ринковий курс істотно вище від внутрішньої вартості, то говорять, що папір переоцінений. Якщо ринковий курс істотно менше від внутрішньої вартості, то говорять, що папір недооцінений.

У процесі формування портфеля облігацій необхідно постійно аналізувати зміни ринкової кон'юнктури, здійснювати моніторинг уже включених до інвестиційного портфеля облігацій, аналізувати ефективність інвестицій, корегувати структуру портфеля.

Аналіз літературних джерел і особливостей розвитку фондового ринку України дозволив зробити висновок, що на даний час методи оцінки характеристик облігацій, застосовані у вітчизняній практиці, дотепер не можна визнати вдалими, тому що в них переважає велика частка суб'єктивізму і не міститься інструмент для прогнозування ситуації в майбутньому. Якщо раніше відсоткова ставка розглядалася як незмінна величина, то зараз відсоткову ставку розглядають як дифузійний процес.

Комплекс моделей оцінки параметрів у стохастичних моделях Васичека, Мертона, Дотхана описують еволюцію відсоткових ставок. Ці моделі, на основі статистичних даних ринкової ціни, дозволяють інвестору прогнозувати ринкову ціну облігації, відсоткову ставку на заданий термін часу, формувати портфель облігацій.

Відомі різні моделі відсоткової ставки. В одних коефіцієнти не залежать від часу і мають більш простий вигляд. Такі моделі малопридатні для швидко мінливих економічних систем. В інших – коефіцієнти описуються стохастичними диференціальними рівняннями. Такі моделі складні для практичного використання. Рациональний варіант моделі опису процентної ставки – модель Васичека, тому що вона піддається аналітичному дослідженню і враховує швидкоплинні ситуації, які складаються на вторинному ринку, наприклад, оперативне, на щодень, перерахування коефіцієнтів.

Модель формування портфеля купонних облігацій з урахуванням поточної ціни облігацій. Відсоткова ставка в цьому разі є постійною величиною. Ця модель дозволяє динамічно варіювати активи портфеля і формувати його ефективну структуру.

Модель усунення ризику неплатежу, пов'язаного зі зміною відсоткової ставки на банківському рахунку інвестора. Для усунення цього ризику пропонується інвестувати в спеціально побудований портфель облігацій, що дає можливість одержувати додатковий прибуток від продажу такого портфеля і здійснювати платіж у зазначений термін [11].

Підсумовуючи сучасні теорії управління інвестиційним портфелем, можна зробити висновок, що теорія оптимізації портфеля акцій більш опрацьована. Моделі Марковіца та Шарпа широко використовуються банками для управління портфелем акцій та при визначенні індивідуальних лімітів на цінні папери. В свою чергу, для облігацій немає такої ж строго формалізованої теорії формування портфеля.

В тому чи іншому вигляді методологічні підходи до формування портфеля акцій можуть використовуватися і для формування портфеля облігацій [8].

Управління портфелем облігацій ставить два основних питання: підтримку необхідної ліквідності та одержання доходу. Є припущення, що портфель облігацій є достатньо надійним, тому управління цим самим портфелем полягає у співвідношенні «коротких» (що забезпечують ліквідність) та «довгих» (що забезпечують більший дохід) облігацій. Для мінімізації відсоткових ризиків банк формує імунізовані портфелі, дюрація яких рівна дюрації відповідної групи пасивів банку.

При виборі між придбанням короткострокових чи довгострокових цінних паперів з різноманітними термінами погашення слід приділити увагу використанню двох ключових інструментів управління портфелем – кривої доходності та середньозваженого терміну погашення (дюрації) [11].

Правила використання дюрації.

Зрозуміло, що чим менше термін інвестування, тим менше відсотковий ризик. Виходячи з цього, можна сформулювати правила оцінки даного ризику за допомогою дюрації.

1. Чим вище дюрація інструмента, тим вище відсотковий ризик.
2. Відсотковий ризик портфеля інструментів, таких як облігації та інструменти грошового ринку, можна оцінити, просто використовуючи комбінацію індивідуальних дюрацій цих інструментів.

Корисні для практики властивості:

1. Дюрація облігацій з нульовим купоном дорівнює періоду до погашення.
2. Для облігацій з купонними виплатами протягом періоду обертання дюрація менше періоду до погашення.

3. Величина дюрації змінюється з часом.

4. Чим вище купонна ставка, тим менше дюрація, а значить, і ризику, і навпаки.

5. Чим вище прибутковість до погашення, тим нижче дюрація, і навпаки [12].

Для управління портфелем характерна вузька спеціалізація. Банківський портфель розпадається на два: інвестиційний та торговий. Для кожного виду портфеля необхідно розробляти власні методи управління.

Управління власним інвестиційним портфелем є одним із ключових блоків управління активами і пасивами. Основними задачами управління є підтримка необхідної ліквідності та отримання доходів [8].

Висновки. У даній науковій статті було запропоновано етапи управління інвестиційним портфелем комерційного банку з урахуванням особливостей його діяльності та вимог Національного банку України. Зокрема, представлені підходи до формування інвестиційного портфеля та запропоновані методи до формування портфеля облігацій.

Бібліографічні посилання

1. **Великоіваненко Г. І.** Етапи управління портфелем цінних паперів комерційного банку / Г. І. Великоіваненко, В. А. Гончаренко // Вісник НБУ. – 2010. – № 1. – С. 60–70.
2. **Борщук І. В.** Ризик і доходність при портфельному інвестуванні комерційних банків / І. В. Борщук // Фінанси України. – 2002. – № 7. – С. 115–126.
3. **Трикало Р.** Особливості застосування фундаментального аналізу в процесі формування банківського портфеля цінних паперів / Р. Трикало, І. Кравчук // Вісник НБУ. – 2003. – № 6. – С. 36–39.
4. **Шматко Н.** Оцінка доходності цінних паперів у банківському портфелі / Н. Шматко // Вісник НБУ. – 2005. – № 1. – С. 57–59.
5. **Азаренкова Г.** Вплив портфеля цінних паперів банків України на їхні доходи: ознаки взаємозалежності / Г. Азаренкова // Вісник НБУ. – 2004. – № 10. – С. 23–25.
6. **Сердюк Л. В.** Діяльність банків Харківської області на ринку цінних паперів / Л. В. Сердюк // Регіональна економіка. – 2008. – № 3. – С. 71–76.
7. **Савчук В. П.** Оптимізація фондового портфеля / В. П. Савчук, В. Дудка // Управління фінансами. – 2010. – № 1. – С. 60–70.
8. **Байлюк И. Н.** Стратегии и методы управления собственным инвестиционным портфелем ценных бумаг в коммерческом банке : автореф. дисс. на соискание ученой степени канд. экон. наук : спец. 08.00.10 «Финансы, денежное обращение и кредит» / И. Н. Байлюк. – К., 2000. – 19 с.
9. **Стратегии управление портфелем ценных бумаг коммерческого банка :** сб. науч. работ / науч. ред. Э. А. Довгая. – Севастополь : Учеб. кн., 2010. – 181 с.
10. **Москаленко В. В.** Технологія управління інвестиційним портфелем з використанням інструментів фондового ринку / В. В. Москаленко, Ю. О. Череватенко // Проблеми інформаційних технологій. – 2010. – № 2(008).
11. **Стешенко І. В.** Формування портфеля облігацій з урахуванням випадкової зміни характеристик : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. экон. наук : спец. 08.03.02 «Економіко-математичне моделювання» / І. В. Стешенко. – К., 2005. – 21 с.

12. **Шарай Д.** Использование дюрации для оценки процентных рисков / Д. Шарай // Банкаўскі веснік. – 2008. – № 6. – С. 23–26.
13. **Бражко О. В.** Стратегії формування портфеля цінних паперів комерційного банку / О. В. Бражко // Інвестиції: практика та досвід. – 2008. – № 4. – С. 10–13.
14. **Іващук Н.** Управління портфелем цінних паперів комерційного банку / Н. Іващук // Регіональна економіка. – 2006. – № 3. – С. 191–198.
15. **Інструкція** про порядок регулювання діяльності банків в Україні [затверджена постановою Правління Національного банку України від 28.08.2001 № 368 (зі змінами)].
16. **Максимова В. Ф.** Инвестиционный менеджмент / В. Ф. Максимова. – М. : Изд. центр ЕАОИ, 2007. – М., 2007. – 214 с.
17. **Пересада А. А.** Фінансові інвестиції : підручник / А. А. Пересада, Ю. М. Коваленко. – К. : КНЕУ, 2006. – 728 с.
18. **Положення** про порядок формування резерву під операції банків України з цінними паперами [затверджене постановою Правління Національного банку України від 02.02.2007 № 31 (зі змінами)].
19. **Примостка Л.** Методичні аспекти аналізу ефективності управління портфелями комерційних банків / Л. Примостка // Банківська справа. – 2000. – № 1. – С. 27–30.
20. **Aoki M.** A Share Market With Many Types of Participants: an Example of Combinatorial Aspects of Economic Modeling / M. Aoki // Working Paper. – 1999.
21. **Bak P.** 1997. Price Variations in a Stock Market With Many Agents / P. Bak, M. Paeuski. Physica A 246(4): 430–453.
22. **Muranaga J.** 2000. Market Microstructure and Market Liquidity [Електронний ресурс] / J. Muranaga, T. Shimuzu. – Режим доступу : <http://www.bis.org/publ/cgfs11mura>

Надійшла до редколегії 24.05.2012

УДК 658.155

Л. В. Попкова, А. И. Иванова*Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара***ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ
НА ОСНОВЕ ОБНОВЛЕНИЯ
КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ**

Визначено основні фактори підвищення конкурентоспроможності продукції, запропоновано класифікацію показників рівня технічного розвитку підприємства, розроблено рекомендації з удосконалення інноваційної діяльності з використанням математичних методів.

Ключові слова: конкурентоспроможність, інновації, продукція, класифікація, показники, розвиток, планування.

Определены основные факторы повышения конкурентоспособности продукции, предложена классификация показателей уровня технического развития предприятия, разработаны рекомендации по усовершенствованию инновационной деятельности с использованием математических методов.

Ключевые слова: конкурентоспособность, инновации, продукция, классификация, показатели, развитие, планирование.

The basic factors of higher competitive product are defined in the article, classification of the indicators of level of technical development is offered, the recommendations on the improvement of the innovative activity with the use of mathematical methods are worked out.

Keywords: competitiveness, innovations, product, classification, indicators, development, planning.

Темпы экономического развития страны в значительной степени обусловлены успешной работой промышленных предприятий, постоянным обновлением продукции, сменой технологий, реформированием производственных возможностей при усилении конкуренции в мире. Конкурентоспособность предприятия в целом характеризуется конкурентоспособностью его продукции, которая определяется экономическими, техническими и нормативными показателями [4, с. 284]. В литературе имеются различные варианты классификации факторов повышения конкурентоспособности продукции. В соответствии с выполняемыми в Днепропетровском национальном университете имени Олеся Гончара научно-исследовательскими работами выделяем следующие факторы: обновление продукции, оптимизация сбытовой деятельности субъектов хозяйствования, совершенствование планирования на основе применения экономико-математических методов.

В процессе изучения рынка, его анализа и структуризации выявляется спрос на определенные виды продукции. Анализ спроса позволяет разделить его на неограниченный, удовлетворительный, нерегулярный. Наряду со стратегиями выхода на рынок в виде закрепления на рынке, расширения его границ с точки зрения инновационной деятельности важнейшими являются стратегия усовершенствования продукции и стратегия диверсификации [6, с. 281]. Обновление продукции предусматривает как выпуск товаров нового вида, так и обновление: усовершенствование, модернизирование, модификация существующих. Анализируя эффективность обновления продукции, необходимо проанализировать вложения в инновации.

Достижение планируемой эффективности обновления продукции зависит от уровня потенциала предприятия. Оценка потенциала с целью определения его в комплексном виде охватывает кадровый состав, производственную мощность,

систему организации и управления, организацию сбыта продукции. При планировании обновления продукции наиболее важным является инновационный потенциал предприятия за последние годы его деятельности.

Инновационный потенциал предприятия включает количество внедренных новых видов продукции, новых технологических процессов, объем научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, количество внедренных изобретений и рационализаторских предложений [3, с. 16]. Анализ инновационного потенциала предприятия целесообразно выполнять с применением различных методов: аналитического, факторного, динамического, графического, математического, индексного и т.д. Особый интерес представляет использование рейтингового метода, который охватывает систему оценочных коэффициентов и шкалы оценки полученных показателей. Разновидностью рейтингового является нормативный метод, при котором сравниваются полученные оценки с определенными нормативами, например, количество высвобождаемых рабочих или расход энергетических ресурсов.

Конкурентоспособность продукции предприятия зависит непосредственно от уровня его технического развития. Техническое развитие предприятия включает состояние оборудования, производственных площадей, транспортных средств, состояние модернизации, ремонта, сроков службы, своевременность замены изношенных технических средств. Кроме того, важными составляющими являются технологический процесс изготовления продукции и состав кадров (всех категорий рабочих и управленческого персонала). Оценку уровня технического развития предприятия предлагаем характеризовать как экономическими, так и техническими показателями (рис. 1).

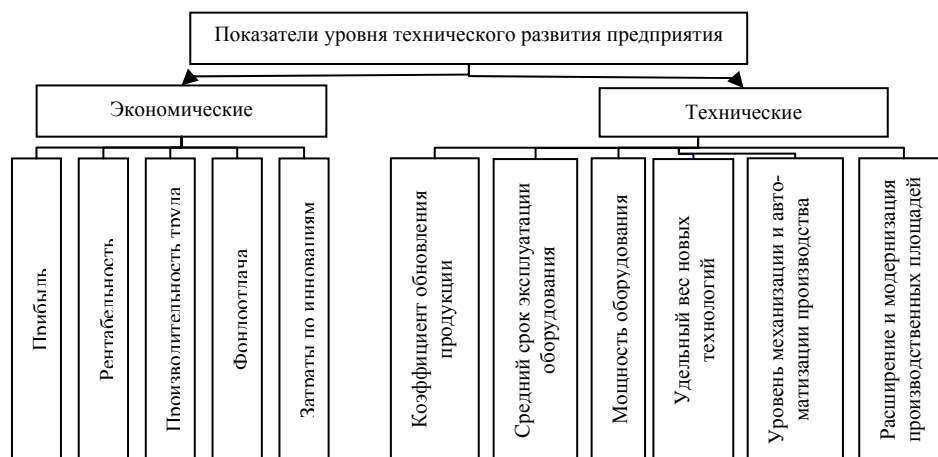


Рис. 1. Основные показатели уровня технического развития предприятия

Непрерывный процесс освоения новых изделий на основе научных достижений и инженерных разработок представлен комплексной подготовкой производства. Для национальной экономики необходима тенденция интенсивного накопления научно-технического потенциала. Результатом комплексной подготовки является не только последовательный процесс инженерных разработок, обеспечивающих создание и изготовление нового изделия, но и развитие материальной базы производства. Поэтому необходимо постоянное совершенствование меха-

низма разработки показателей оценки результатов деятельности, организации, планирования [1, с. 106].

Оценка эффективности новой техники основана на соотношении стоимости и потребительных свойств. Улучшение потребительных свойств в новой технике вызывает рост затрат на её разработку и освоение. На стадии планирования освоения новой техники целесообразно использование функционально-стоимостного анализа, включающего метод системного исследования функций объекта, направленный на минимизацию затрат в сфере проектирования, производства и эксплуатации. Основное назначение функционально-стоимостного анализа в сфере проектирования новой техники заключается в систематизации действий инженера при поиске оптимальных технических решений; в обеспечении критического анализа каждого элемента с точки зрения выполняемых функций, а также анализа экономических показателей [5, с. 91].

В экономической литературе последних лет значительное внимание уделяется маркетинговому потенциалу предприятия и его роли в повышении конкурентоспособности продукции. Маркетинговый потенциал является одним из составляющих совокупного потенциала предприятия и означает способность обеспечивать конъюнктуру продукции на рынке благодаря планированию и проведению эффективных мероприятий в сфере спроса, сбытовой политики, организации стратегического планирования, контроля за поведением товара и потребителей на рынке [2, с. 34].

По данным табл. 1 в течение 2007–2011 годов на ПАО «Днепропетровский агрегатный завод» расходы на маркетинг, рекламу, участие в выставках и командировки в целом увеличились на 116,1 %, а в 2011 году произошло падение данного показателя на 37,9 % в сравнении с 2010 годом и на 27,9 % в сравнении с 2007 годом.

Таблица 1

**Анализ затрат на управление внешними связями отдела маркетинга и рекламы
ПАО «Днепропетровский агрегатный завод»**

Показатель	Значение, тыс. грн.					Темпы роста, %	Структура затрат в 2007 году, %	Структура затрат в 2011 году, %
	2007	2008	2009	2010	2011			
Содержание аппарата УВС и ОМиР	631,6	973,9	1232,7	1310,7	920,2	145,7	21,7	39,3
Гарантийный ремонт	294,6	196,1	198,3	192,8	71,1	24,1	10,1	3,0
Затраты на упаковку	421,9	242,9	198,2	263,4	187,6	44,5	14,5	8,0
Транспортные расходы	325,0	269,2	385,5	459,1	573,9	176,6	11,2	24,5
Командировки	18,8	28,3	36,8	67,2	95,2	506,0	0,7	4,1
Маркетинг, реклама, выставки	198,3	258,5	184,3	184,9	61,4	30,9	6,8	2,6
Общепроизводственные затраты	80,5	55,9	71,4	99,2	52,1	64,7	2,8	2,2
Другие затраты	378,6	381,0	423,3	1160,1	131,1	34,6	13,0	5,6
Затраты на сервисное обслуживание мототехники	563,3	576,4	590,7	542,4	251,2	44,6	19,3	10,7
Расходы на сбыт, всего	2912,6	2982,3	3321,3	4279,9	2343,9	80,5	100,0	100,0

Динамика объемов реализации продукции в действительных и сопоставимых ценах, изображенная на рис. 2, отображает похожую тенденцию. Очевидно, что

между данными показателями существует определенная связь, силу и характер которой предлагается исследовать с помощью корреляционно-регрессионного анализа.

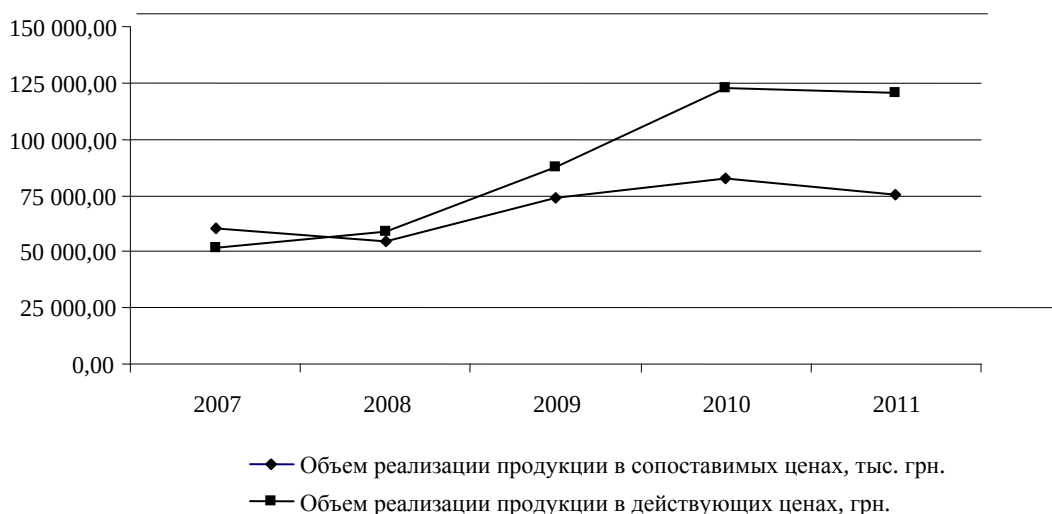


Рис. 2. Динамика объемов реализации продукции
ПАО «Днепропетровский агрегатный завод» в действующих и сопоставимых ценах

Для исключения влияния фактора роста цен на продукцию предприятия рассмотрим объемы реализации продукции в сопоставимых ценах. Поясняющей переменной являются расходы на маркетинг и сбыт (x), а зависимой переменной – объем реализации продукции (y). Проведем синтез адекватной экономико-математической модели между анализируемыми показателями с использованием метода наименьших квадратов и сделаем выводы по исследуемой связи.

Данные диаграммы рассеивания (рис. 3) свидетельствуют о наличии относительно тесной связи между анализируемыми показателями. По скоплению точек на диаграмме рис. 3 видно, что с увеличением расходов на маркетинг и сбыт (x) имеет место тенденция роста объемов реализации продукции (y). Эта тенденция имеет линейный характер, благодаря чему можно аппроксимировать анализируемую зависимость линейной функцией регрессии $y_x = b_0 + b_1x$, где b_0 – постоянная регрессии, которая определяет точку пересечения прямой регрессии с осью OY , b_1 – коэффициент регрессии, который характеризует наклон прямой регрессии к оси OX и является мерой зависимости переменной от переменной x или мерой влияния переменной x на переменную y .

Параметры уравнения найдем с помощью метода наименьших квадратов и после проведения предварительных расчетов получим следующие данные.

Средние значения переменных составляют $\bar{x} = 3536,32$, $\bar{y} = 5778,67$, а средне-квадратическое отклонение находится на уровне $S(x) = 2170,43$, $S(y) = 1669,38$.

Параметры регрессии равняются:

$$b_0 = \frac{346720,73 \cdot 1032977110,01 - 212178,96 \cdot 1391351119,53}{60 \cdot 1032977110,01 - 212178,96 \cdot 212178,96} = 3711,90; \quad (1)$$

$$b_1 = \frac{60 \cdot 139151119,53 - 212178,96 \cdot 346720,73}{60 \cdot 1032977110,01 - 212178,96 \cdot 212178,96} = 0,5846. \quad (2)$$

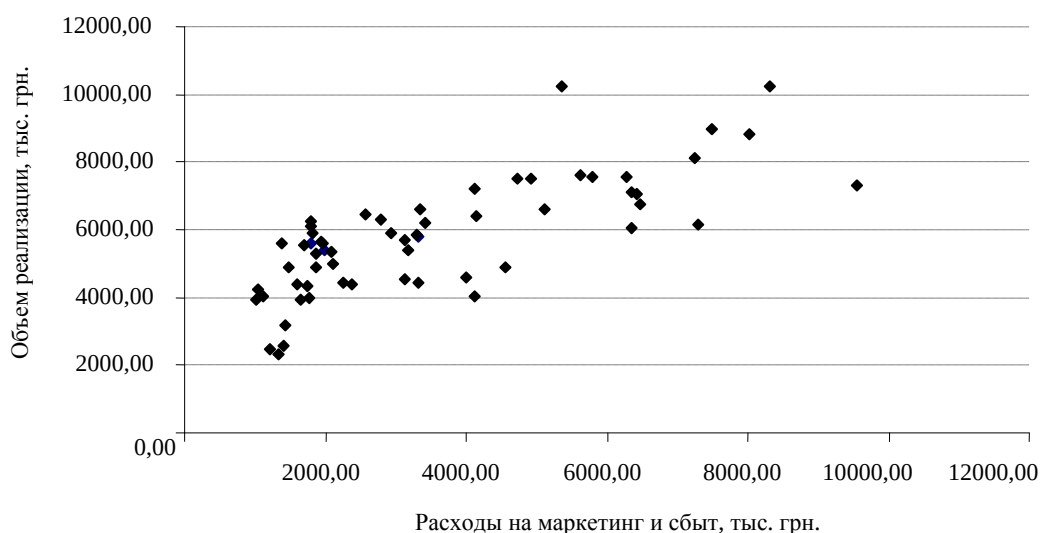
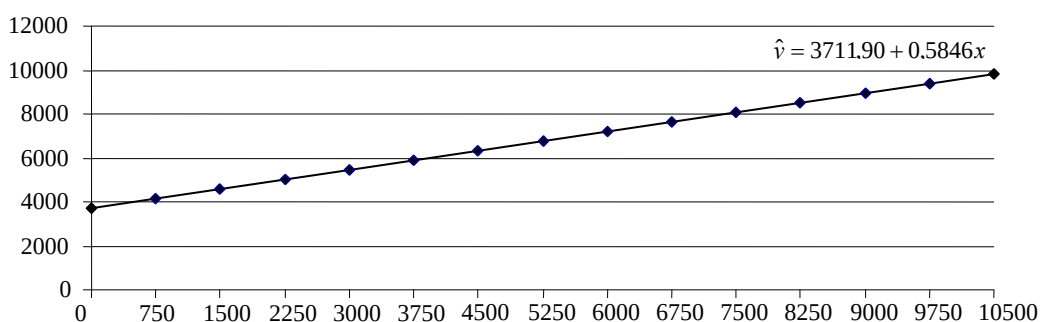


Рис. 3 Диаграмма рассеивания

Таким образом, уравнение регрессии имеет вид:

$$\hat{y} = 3711,90 + 0,5846x. \quad (3)$$

Прямая регрессии, полученная расчетным путем, изображена на рис. 4.

Рис. 4 Прямая регрессии x на y

Коэффициент регрессии b_1 показывает, что с увеличением затрат на маркетинг и сбыт на 1 грн. объем реализации растет на 0,5846 тыс. грн.

Коэффициент детерминации B_{yx} , который характеризует степень соответствия регрессии эмпирическим значениям, составляет 0,619, что свидетельствует о том, что 61,9 % рассеивания эмпирических значений y обусловлены изменением переменной x . Так как $0,5 < B_{yx} < 1$, то можно утверждать об удовлетворительном уровне определения регрессии. Соответственно, дисперсия регрессии занимает 61,9 % выборочной дисперсии, что является подтверждением правильности выбранной функции регрессии.

Показатель тесноты связи, рассчитанный на основе коэффициента корреляции r_{xy} , равняется:

$$r_{xy} = \frac{\overline{xy} - \bar{x}\bar{y}}{S(x)S(y)} = \frac{23189185.78 - 3536.325778.67}{2170.431669.38} = 0.7601. \quad (4)$$

Сравнивая значения коэффициента корреляции r_{xy} по оценочной шкале Чеддока (табл. 2), приходим к выводу о существовании тесной прямой взаимосвязи между исследуемыми показателями.

Таблиця 2

Шкала Чеддока для оценки силы связи показателей регрессии

Значение r_{xy}	0,1 – 0,3	0,3 – 0,5	0,5 – 0,7	0,7 – 0,9	0,9 – 0,99
Сила связи	Слабая	Умеренная	Ощутимая	Сильная	Очень сильная

Средний коэффициент эластичности равняется:

$$E = b \frac{\bar{x}}{\bar{y}} = 0.58 \frac{3536.32}{5778.67} = 0.35. \quad (5)$$

Это означает, что при изменении фактора x на 1 % от своего среднего значения, результат y в среднем в совокупности изменится на 0,35 %.

Так как ошибка абсолютной аппроксимации:

$$\bar{A} = \frac{\sum \frac{y - \hat{y}}{y}}{n} \cdot 100\% = \frac{5.42}{60} \cdot 100\% = 9.03\%. \quad (6)$$

не выходит за пределы допустимых значений в 10 %, то можно говорить о высоком качестве подбора модели.

Индекс корреляции равняется $R=0.7031$, а коэффициент детерминации составляет $R^2 = 0.76^2 = 0.5777$, то есть в 57,77 % изменения x приводят к изменению y . Другие 42,23 % изменений объясняются факторами, не учтенными в модели.

В результате проведения анализа точности определения оценок коэффициента регрессии было установлено, что несмещенная оценка остаточной дисперсии, стандартная ошибка регрессии, стандартное отклонение случайной величин b_0 и b_1 находятся в пределах допустимых значений.

В результате проверки гипотез относительно коэффициентов линейного уравнения регрессии, проведенного с помощью t-статистики Стьюдента и F-статистики Фишера, приходим к выводу, расчетное значение $t_b = 8.9078$, что больше табличного значения ($8.9078 > 1.671$). Таким образом, статистическая значимость коэффициента регрессии b_1 подтверждается.

Поскольку фактическое значение F-статистики Фишера $F > F_{кр}$, то коэффициент детерминации является статистически значимым (определенная оценка уравнения регрессии статистически надежна).

Установлено также, что автокорреляция остатков, определенная с помощью критерия Дарбина-Уотсона ($DW=1.73$), отсутствует.

Результаты корреляционно-регрессионного анализа влияния показателя расходов по маркетингу и сбыту на объемы реализации продукции позволяют утверждать, что между анализируемыми показателями существует тесная прямая связь: увеличение расходов на маркетинг на 1 грн. обуславливает рост объемов реализации на 548,6 грн. Ошибки регрессии и случайных величин её уравнения, а также ошибка аппроксимации находятся в допустимых границах и свидетельствуют об адекватности выбранной модели. Результаты вычисления F-критерия

Фишера и t-статистики свидетельствуют о значимости регрессионной модели, что подтверждается значением соответствующего показателя в 0,57777.

Таким образом, опираясь на выводы корреляционно-регрессионного анализа, спрогнозируем уровень объемов реализации продукции в 2012 году при увеличении среднемесячной величины расходов на маркетинг и сбыт на 15 %. В этом случае объемы реализации продукции составят:

$$y = 3371,30 + 0,5846 \cdot 3536,32 = 126065,36 \text{ (тис. грн.)}. \quad (7)$$

Тогда с учетом достигнутого уровня выручки от реализации, ожидаемых изменений в структуре расходов на 2012 год чистая прибыль предприятия вырастет с 2709,72 тыс. грн. до 2881,34 тыс. грн. или на 6,33 %, а рентабельность продажи как показатель эффективности сбытовой деятельности увеличится с 1,96 % до 2,00 %, что составляет 2,13 % (табл. 3).

Таблица 3

**Расчет эффекта от увеличения расходов на маркетинг и сбыт
ПАО «Днепропетровский агрегатный завод» в 2012 году**

Показатель	2011	2012 (прогноз)	Отклонение	
			+/-	%
Доход (выручка) от реализации продукции (товаров, работ, услуг)	138421,00	144118,39	5697,39	4,12 %
Налог на добавленную стоимость	-12765,00	-13290,41	-525,41	4,12 %
Другие отчисления с дохода	-467,00	-486,22	-19,22	4,12 %
Чистый доход (выручка) от реализации продукции	125189,00	130341,76	5152,76	4,12 %
Себестоимость реализации продукции (товаров, работ, услуг)	-67602,06	-70795,55	-3193,49	4,72 %
Валовая прибыль	57586,94	59546,21	1959,27	3,40 %
Другие операционные доходы	70867,00	72284,34	1417,34	2,00 %
Административные расходы	-53735,00	-55347,05	-1612,05	3,00 %
Расходы на сбыт	-2343,84	-2392,64	-48,80	2,08 %
Другие операционные расходы	-69484,70	-70971,67	-1486,97	2,14 %
Прибыль от операционной деятельности	2890,40	3119,19	228,79	7,92 %
Другие финансовые доходы	47,00	47,00	—	—
Другие доходы	1775,19	1775,19	—	—
Финансовые расходы	157,32	157,32	—	—
Расходы от участия в капитале	0,49	0,49	—	—
Другие расходы	941,78	941,78	—	—
Прибыль от обычной деятельности до налогообложения	3613,00	3841,79	228,79	6,33 %
Налог на прибыль от обычной деятельности	903,25	960,45	57,20	6,33 %
Чистая прибыль	2709,75	2881,34	171,59	6,33 %
Рентабельность продаж	1,96 %	2,00 %	0,04 %	2,13 %

Оптимальное увеличение затрат на маркетинг и сбыт обеспечит активное продвижение продукции на рынок, что сопровождается ростом реализации, а также прибыли и рентабельности. Вместе с тем, в общем процессе обновления маркетинговые исследования необходимо рассматривать как важнейшую составляющую разработки мероприятий по повышению технического развития предприятия, характеризующегося комплексом предложенных показателей (рис. 1). При этом, видимая взаимосвязь с экономическими показателями не исключает целесообразности учета технических факторов. Например, внедрение нового вида продукции в соответствии с рыночным спросом сопровождается ростом пока-

зателя «удельный вес новых технологий». Это свидетельствует о значении комплексного подхода к планированию всей инновационной деятельности, что способствует повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции как важнейшего фактора развития экономики.

Библиографические ссылки

1. **Андрушкевич З. М.** Маркетингові дослідження рівня маркетингового та логістичного забезпечення функціонування машинобудівних підприємств Хмельницької області / З. М. Андрушкевич // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 2. – С. 105–113.
2. **Максимов И. А.** Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия / И. А. Максимов // Маркетинг. – 2006. – № 3. – С. 33–39.
3. **Марченко Е. М.** К вопросу об оценке инновационного потенциала / Е. М. Марченко, М. В. Разумова // Экономика региона. – 2007. – № 18. – С. 16–21.
4. **Нянько В. М.** Необхідність та роль маркетингових досліджень в сучасних умовах управління / В. М. Нянько // Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-практичний журнал. Серія «Менеджмент, маркетинг, підприємництво». – 2010. – № 1. – С. 284–288.
5. **Саченко С.** Особливості формування маркетингових витрат на хлібопекарних підприємствах / С. Саченко, В. Серединська // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 1. – С. 91–94.
6. **Томпсон А. А. мл.** Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации / А. А. мл. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 258 с.

Надійшла до редколегії 26.10.2012

С. Ю. Хамініч, А. Ю. Хижняк

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВО-ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Досліджуються питання необхідності впровадження та розвитку вітчизняних маркетингових служб в умовах ринкової економіки, досліджується та аналізується сучасний стан торгово-посередницьких підприємств Дніпропетровської області, пропонуються заходи щодо удосконалення маркетингової діяльності торгово-посередницьких підприємств України.

Ключові слова: удосконалення, маркетинг, маркетингова діяльність, торговельно-посередницькі підприємства.

Исследуются вопросы необходимости внедрения и развития отечественных маркетинговых служб в условиях рыночной экономики, исследуется и анализируется современное состояние торгово-посреднических предприятий Днепропетровской области, предлагаются меры по совершенствованию маркетинговой деятельности торгово-посреднических предприятий Украины.

Ключевые слова: усовершенствование, маркетинг, маркетинговая деятельность, торгово-посреднические предприятия.

The article examines the need and implementation of national marketing services in a market economy. The article studies and analyzes the current state of trade and intermediary enterprises of Dnipropetrovsk region, proposes measures to improve marketing of trade and intermediary enterprises in Ukraine.

Key words: improvement, marketing, marketing activities, trade and intermediary company.

Вивченням проблеми маркетингової діяльності торгово-посередницьких підприємств та суміжних з цим питань займалися такі вітчизняні вчені-маркетологи, як І. В. Артімонова, А. Ф. Павленко, А. О. Старостіна, С. П. Усик, Ю. Є. Петруня та інші. Проте на сьогоднішній день проблема удосконалення маркетингової діяльності торгово-посередницьких фірм вимагає подальшого освітлення.

Торгово-посередницькі підприємства є зв'язуючою ланкою між оптовими підприємствами та кінцевими споживачами продукції. Маркетинг для таких структур має особливо важливе значення. Даний вид діяльності вимагає постійного слідкування за конкурентами, за цінами на аналогічні товари, за змінами в навколишньому середовищі.

Відсутність спеціалізованих відділів служби маркетингу на вітчизняних торгово-посередницьких підприємствах у багатьох випадках пов'язана з неосмисленням керівниками вигід від існування таких відділів. Україна здобула незалежність та підприємства почали працювати за умов ринкової економіки зовсім невідповідними.

На сьогоднішній день більшість торгово-посередницьких підприємств України якщо і мають маркетолога, то він не займається тільки своїми професійними обов'язками, а комбінує декілька функцій. Найчастіше виконанням маркетингових завдань займається відділ збуту. Виконання маркетингових і збутових завдань проходить під керівництвом заступника директора зі збуту і маркетингу, а до виконання маркетингових функцій залучаються в разі потреби всі працівники підприємства. Тому можна сказати, що функції маркетингу якщо і здійс-

нуються, то, у більшості випадків, неякісно, оскільки ними займаються неспеціалісти.

Аналіз сучасного стану торгово-посередницьких підприємств Дніпропетровської області проходив за офіційними даними Державного комітету статистики України.

Оборот роздрібної торгівлі Дніпропетровського регіону (до якого включено роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі, розрахункові дані щодо обсягів продажу товарів на ринках та фізичними особами-підприємцями) за січень–березень 2012р. становив 12,7 млрд. грн. і проти січня–березня попереднього року у порівнянних цінах збільшився на 11 % [7].

Оборот ресторанного господарства Дніпропетровщини (з урахуванням обороту фізичних осіб-підприємців) за січень–березень 2012р. склав 353 млн.грн. і проти відповідного періоду попереднього року зріс на 7 % [7].

Обсяг роздрібного товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність з роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, за звітний період становив 7,4 млрд.грн., що у порівнянних цінах на 9,2 % більше обсягів січня–березня минулого року, у фактичних цінах товарооборот зріс на 15,2 % [7].

Обсяг оптового товарообороту підприємств Дніпропетровської області, основним видом діяльності яких є оптова торгівля, за 2011 рік нараховує 97369,7 млрд. грн. Питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва складає більшу частину оптового товарообороту – 73,4 %. Можна зробити висновок щодо переваги продажу національних виробників, особливо в частини непродовольчих товарів. Питома вага непродовольчих товарів складає більшу частину у обсягу оптового товарообороту – 84,1 %, питома вага продажу непродовольчих товарів вітчизняного виробництва – 81,1 % [7].

Оборот роздрібної торгівлі за січень–березень 2012 р. у співставленні з попереднім 2011 роком зріс на 11 %, а роздрібний товарооборот – на 9,2 % [7].

Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) у Дніпропетровській області з 2000 до 2010 року зріс більш ніж на 20 млрд. грн. У 2010 році обсяг роздрібного товарообігу склав 24,7 млрд. грн., що на 4,5 млрд. грн. більше, ніж у 2009 році. Темп зростання обсягів роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб) у 2010 році до попереднього року, у порівнянних цінах склав 109,7 %. При цьому кількість магазинів збільшилась на 133 одиниці, а кіосків, навпаки, зменшилась на 45 одиниць. Це свідчить про стрімкий розвиток торгових підприємств, точки продажу стають більш цивілізованими, зменшується кількість кіосків та палаток [7].

За даними обсягу роздрібного товарообороту підприємств, які здійснюють діяльність із роздрібної торгівлі та ресторанного господарства без урахування обороту фізичних осіб-підприємців, по містах та районах за січень–вересень 2011 року, м. Дніпропетровськ забезпечує більшу частину обсягу роздрібного товарообороту підприємств регіону. Обсяг роздрібного товарообороту всього за регіоном – 21344116,2 тис. грн., у Дніпропетровську – 10914269,6 тис. грн., причому товарооборот торгової мережі – 10536986,3 тис. грн., решта – товарооборот ресторанного господарства. В порівнянні з такими самими показниками за ана-

логічний попередній період у 2010 році маємо зростання обсягів роздрібного товарообороту на 11 % [7].

Все ці показники свідчать про стабільний розвиток торгово-посередницьких підприємств Дніпропетровського регіону, збільшення їх товарообороту. Оскільки майже весь обсяг товарообороту припадає на товарооборот торгової мережі, можна судити про розвиненість торгового сектора регіону.

Дуже прикро, що за таких умов більшість торгово-посередницьких підприємств не тільки Дніпропетровського регіону, а й усієї країни приділяють недостатньо уваги своїй маркетинговій діяльності. Далі йдеться про першочергові заходи, що мають запровадити керівники у діяльність цих підприємств.

Перш за все, потрібно створити повноцінну службу маркетингу і певним чином її структурувати. В ній повинні працювати знаючі спеціалісти, які будуть цілеспрямовано займатися питаннями маркетингу. В ідеалі він має складатися з декількох підрозділів: маркетингових досліджень, реклами та PR, товарної політики, стимулювання збуту. Про виділення окремих підрозділів у відділі маркетингу потрібно замислитись після розширення торговельної мережі підприємства та створення нових філіалів.

Відділи маркетингу мають велике значення для створення конкурентних переваг підприємств. Ці служби постійно моніторять ринок, проводять маркетингові дослідження та аналізують умови зовнішнього мінливого середовища, приділяють увагу внутрішній організації та налагодженості функціонування фірм. Маркетингові дослідження дозволяють визначати бажання потенційних споживачів та позиції конкурентів. Все це повинно слугувати на користь останніх, сприяти їх процвітання та вирішенню наявних та можливих проблем.

Маркетологи підприємства, використовуючи дослідження ринку, припускають, який товар буде користуватися максимальним попитом, відповідати потребам покупця, визначають його якість у порівнянні з конкурентами.

Як правило, торгово-посередницькі підприємства займаються реалізацією декількох видів продукції, тому рекомендується мати менеджера по кожній групі товару чи послуги, які будуть слідкувати за продажами, попитом та зміною смаків споживачів та оперативно реагувати на зміни.

Зв'язок із громадськістю має бути спрямований на створення добрих стосунків із різноманітними суспільними структурами і прошарками шляхом створення сприятливої думки про компанію, її продукти і шляхом нейтралізації несприятливих подій і чуток. Зв'язок із громадськістю включає також зв'язок із пресою, поширення інформації про діяльність компанії.

Діяльність служби маркетингу підприємства сприяє максимальному збуту товару, допомагає краще з'ясувати переваги покупця і вибрати найбільш ефективний вид просування. Тому без знання техніки просування сучасній фірмі неможливо вижити.

Спеціаліст зі стимулювання збуту повинен відповідати за своєчасні заходи заохочення клієнтів. Періодично мають проводитись розпродажі, розіграші, демонстрації та інші методи стимулювання. Бажаним є введення дисконтної накопичувальної системи. На торгово-посередницьких підприємствах мають існувати

ти знижки для оптових покупців та накопичувальна система знижок для постійних покупців.

Витрати на маркетинг мають бути достатніми та складати хоча б два відсотки від доходу реалізації продукції. Таким чином, це дасть змогу розширити спектр маркетингових заходів підприємства.

Маркетинг цих підприємств має бути націлений на створення гарного іміджу фірми. Потрібно забезпечувати широкий асортимент продукції та якомога повніше задовольняти потреби споживачів. Задля цього мають проводитись хоча б кілька разів на рік опитування серед покупців у вигляді анкетування чи інтерв'ю. Адже саме споживачі найточніше бачать недоліки закладу, і деколи можуть запропонувати керівництву щось істотне, що покращить становище торгово-посередницького підприємства, збільшить обсяг продажу і підвищить імідж закладу.

Зовнішній та внутрішній вигляди теж є значущими. Торгово-посередницьке підприємство найчастіше представлене магазином, що має торговельну площу. Починати треба з вивіски та вітрин. Це, так би мовити, «дзеркало». Маркетологи повинні продумати, як саме вони мають виглядати, щоб привернути увагу якомога більшої кількості потенційних покупців.

Зайшовши в середину, потенційний покупець не повинен розчаруватися. Столи, стільці, обладнання мають виглядати як нові, стелажі гарно оформлені, повинна існувати відповідна навігація. Маркетологам треба розробити план щодо розміщення кожної групи товару відносно площі торговельної зали. Не зайвим є створення в магазині простору, гарного освітлення, ненав'язливого музичного супроводу та навігації по відділах, так, щоб потенційному покупцю було затишно.

Але не слід забувати і про торговельний персонал, який повинен себе комфортно відчувати на роботі. Доцільно створити зону відпочинку та відповідно її обладнати. Треба постаратись зробити все необхідне, адже це підвищить їх задоволеність і, безперечно, якість праці. Тому важливо створити затишок і поза межами торговельного залу.

Маркетинговий відділ відповідатиме проведення різних заходів для підвищення поінформованості потенційних споживачів, створюватиме та підтримуватиме імідж фірм, слідкуватиме за тенденціями. Адже торгово-посередницькі фірми реалізують споживчі товари – такі, що можуть знадобитися кожному, і людина повинна визначитись, в якому саме підприємстві здійснити покупку. І, скоріш за все, вона обире той заклад, про який обізнана найбільше.

Варто хоча б декілька разів на рік розповсюджувати елементарні інформаційні листівки, в яких вказані асортимент, адреса та телефон магазину, бажано із зображенням його та основних груп товару.

Щоб виділитись, магазин повинен дарувати покупцям сувенірну продукцію з логотипом, адресою, телефоном підприємства. Наступним кроком є виготовлення фірмових відносно недорогих пакетів. На них повинна бути назва магазину та контактна інформація. Це привертатиме увагу випадкових перехожих та викликати інтерес і бажання завітати до даного магазину.

Потрібно проводити рекламні кампанії, щоб збільшити поінформованість потенційних споживачів про товарний асортимент та спектр послуг, покращити продаж та ринкове становище фірми. Передумовою досягнення останніх цілей є також створення кожним підприємством власного сайту, адже зараз майже всі користуються мережею.

Впровадження рекламної кампанії збільшить поінформованість потенційних споживачів, а отже, збільшить обсяг продажу та прибуток фірми. Крім того, проведена рекламна кампанія сформує у потенційних споживачів сукупність стійких думок відносно товарів та фірми, що і створить імідж підприємству. Оскільки у потенційного споживача складається думка щодо іміджу підприємства саме за проведеною рекламною кампанією, то потрібно зробити якомога більше, щоб ефект від неї був якнайкращий.

На торгово-посередницьких підприємствах повинно бути гарне обслуговування та правильно підібраний компетентний персонал. Тому доцільним є впровадження засад внутрішньофірмового маркетингу, який ставиться до кожного працівника як до внутрішнього споживача та активізує їх участь у житті організації, покращує працю та мотивацію.

На торгово-посередницькому підприємстві має бути добре налагоджена програма інтегрованих маркетингових комунікацій, яка враховує важливість якісних контактів між продавцем і клієнтами у торговому залі, ставить на меті розвиток взаємин на майбутнє.

Продавець не повинен залишатись осторонь потенційного покупця, він мусять допомогти клієнтові з'ясувати його потреби. Це можуть бути ненав'язливі поради чи бесіди, цікаві факти, переваги щодо тих чи інших товарів. Ввічливість, уважність і приємна манера – головні компоненти, які потрібні для продуктивної співпраці між продавцем і покупцем товару.

Маркетинговий менеджмент повинен наголошувати усім працівникам компанії на персональному процесі як ключовому елементі програми інтегрованих маркетингових комунікацій. У ній продавці виконують фінальну фазу – завершення продажу. Вони мають зробити найбільше, щоб задовольнити вимоги клієнтів і утримати їх.

В умовах розвиненої конкуренції більшість ринків характеризується присутністю споживачів з різноманітними вимогами, потребами, купівельними мотивами, ключовими критеріями щодо вибору запропонованих товарів і послуг. Такі споживачі вимагають з боку постачальників індивідуального підходу, адаптованого до їх специфічних проблем. Тому багато підприємств відмовляються від стратегії масового маркетингу і проводять сегментацію ринку для визначення цільового сегмента та ідентифікації ключових факторів, які сприяють досягненню успіху на ньому.

Також за результатами діяльності маркетингових служб треба постійно слідкувати та контролювати всі заходи. Задля ефективного функціонування маркетингових служб потрібно вимірювати результати та вигоди, отримані від тих чи інших дій, і, тим самим, визначати доцільність проведення останніх. Це дасть змогу оптимізувати маркетингову програму та створити план заходів, прослідковувати тенденції та робити прогнози.

Існування відділу маркетингу є запорукою функціонування компанії, а його ефективна праця веде до її успіху та процвітання.

Дотримання всіх рекомендацій дозволить торгово-посередницькому підприємству посісти стабільне становище на ринку та створить конкурентні переваги як самої організації, так і її продукції. Але все це можливо лише за умови, якщо керівники фірм усвідомлять важливість та вигоди від створення спеціалізованого відділу маркетингу.

Асортимент торгово-посередницьких підприємств представлений споживчими товарами – такими, що можуть знадобитися людині у будь-який час, тому саме від того, якою мірою потенційний споживач поінформований про ту чи іншу точку продажу, і залежить реальне здійснення покупки. Підприємство повинне боротися за кожного нового покупця, робити все задля того, щоб він став постійним клієнтом, та, найімовірніше, порекомендував цей заклад друзям та родичам. Максимальне задоволення покупця має стати головною метою фірми.

Найголовнішими чинниками здійснення покупки для більшості споживачів є якість та ціна, їх гармонійне поєднання, тому торгово-посередницьким підприємствам потрібно ретельно слідкувати за цим співвідношенням. Відповідний рівень якості створить міцне підґрунтя для максимальної задоволеності покупців і, тим самим, призведе до постійних взаємин між фірмою та її клієнтами.

Таким чином, основними заходами вдосконалення маркетингової діяльності торгово-посередницьких підприємств є:

- створення повноцінної служби маркетингу і організація її підрозділів: маркетингових досліджень, реклами та PR, товарної політики, стимулювання збуту;
- торгово-посередницьке підприємство займається реалізацією декількох видів продукції, тому рекомендовано мати менеджера за кожною групою товару;
- систематичне проведення маркетингових досліджень;
- проведення своєчасних заходів заохочення клієнтів;
- забезпечення достатнього обсягу коштів на розширення спектра маркетингових заходів підприємств;
- спрямування маркетингу цих підприємств на створення гарного іміджу фірми;
- впровадження засад внутрішньофірмового маркетингу;
- контроль за результатами діяльності маркетингових служб.

Подальші перспективи покращення становища торгово-посередницьких підприємств головним чином залежать від осмислення необхідності введення змін у процес функціонування, обраної маркетингової політики та прийнятих управлінських рішень закладу. Якщо керівники прислухаються до викладених вище рекомендацій та впровадять зазначені заходи в дію, це має покращити не тільки фінансовий стан об'єкта, але і його імідж серед конкуруючих підприємств галузі.

Бібліографічні посилання

1. **Артимонова І. В.** Концепція маркетинг-міксу як основа програмно-цільового підходу до організації маркетингової діяльності підприємства / І. В. Артимонова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – С. 94–101.
2. **Усик С. П.** Оцінка ефективності маркетингової діяльності вітчизняних підприємств / С. П. Усик // Економіка & Держава. – 2011. – № 5. – С. 33–38.

3. **Головкіна Н. В.** Сучасні тенденції розвитку персонального продажу: аналіз, практика, управління / Н. В. Головкіна // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 1. – С. 9–15.
4. **Деньга С. М.** Організаційні структури як основа системи господарського контролю підприємства / С. М. Деньга // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4(82).
5. **Павленко А. Ф.** Маркетинг : підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2003. – С. 217–228.
6. **Маркетинг:** теорія, світовий досвід, українська практика : підручник / А. О. Старостіна, Н. П. Гончарова, Є. В. Крикавський та ін.; за ред. А. О. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1071 с.
7. **Управління** статистики у Дніпропетровській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dnprstat.gov.ua.html>
8. **Хамініч С. Ю.** Маркетингова концепція управління підприємством в умовах трансформації ринкових відносин / С. Ю. Хамініч // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. : в 4 т. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. – Вип. 203, т. 1. – С. 69–76.

Надійшла до редколегії 06.06.2012

Л. Ф. Чумак

Українська інженерно-педагогічна академія

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено сучасні тенденції, напрямки та шляхи розвитку підприємств в умовах швидких змін у зовнішньому середовищі.

Ключові слова: зріст, розвиток, інноваційний розвиток, інвестиційний розвиток.

Рассмотрены современные тенденции, направления и пути развития предприятий в условиях быстроменяющейся внешней среды.

Ключевые слова: рост, развитие, инновационное развитие, инвестиционное развитие.

In article current trends, the directions and ways of development of the enterprises in the conditions of fast-changing environment are considered.

Keywords: growth, development, innovative development, investment development.

Кожне підприємство є відкритою складною динамічною системою, яка функціонує у визначеному зовнішньому середовищі. Сучасне соціально-економічне середовище характеризується високою швидкістю змін, які деколи можна прогнозувати з малою вірогідністю. Підтримувати існуючий стан підприємства та рухатись уперед можна тільки за умов ефективного пристосування підприємства до змін зовнішнього середовища, завдяки здійсненню випереджувальних заходів, спрямованих на збереження його життєздатності та забезпечення конкурентоспроможності. Саме це і спонукає підприємство до створення та підтримки умов постійного розвитку.

Щодо терміна «розвиток», то існує декілька поглядів на сутність самого поняття. Розвиток – філософська категорія, що виражає процес руху, зміну цілісних систем. Розвиток розглядається як вищий тип руху, зміни матерії і свідомості; перехід від одного якісного стану до іншого, від старого до нового. Розвиток становить собою не всяку зміну в структурі об'єкта, а тільки якісну зміну, пов'язану з перетвореннями у внутрішній будівлі об'єкта, у його структурі, що становить собою сукупність функціонально пов'язаних між собою елементів, зв'язків і залежностей [8].

Розвиток підприємства означає якісні зміни та оновлення його господарської системи та організаційної структури, підвищення ефективності функціонування на основі вдосконалення техніки, технології та організації праці у всіх структурних підрозділах, підвищення якості продукції та послуг, що ним надаються [1].

Розрізняють і поняття «розвиток» та «зростання», вони, безумовно, пов'язані, але для деяких систем, у тому числі і підприємств, не є одне і те ж. Під зростанням підприємства часто розуміють збільшення його розмірів та обсягів виробництва. Про зростання підприємства свідчать показники випуску продукції, обсягу продажу, чисельності працівників тощо.

Типи зростання розмірів підприємства [7] представлено на рис. 1.

Оцінити зростання розмірів підприємства за кожним запропонованим типом можливо за результатами визначення динаміки змін значень показників діяльності підприємства, які кожне підприємство розраховує у рамках економічного аналізу діяльності та підготовки статистичної звітності.

Зростання є складовою економічного розвитку підприємства, але розвиток підприємства можна забезпечити без зростання, без підвищення обсягів виробництва та масштабів діяльності.

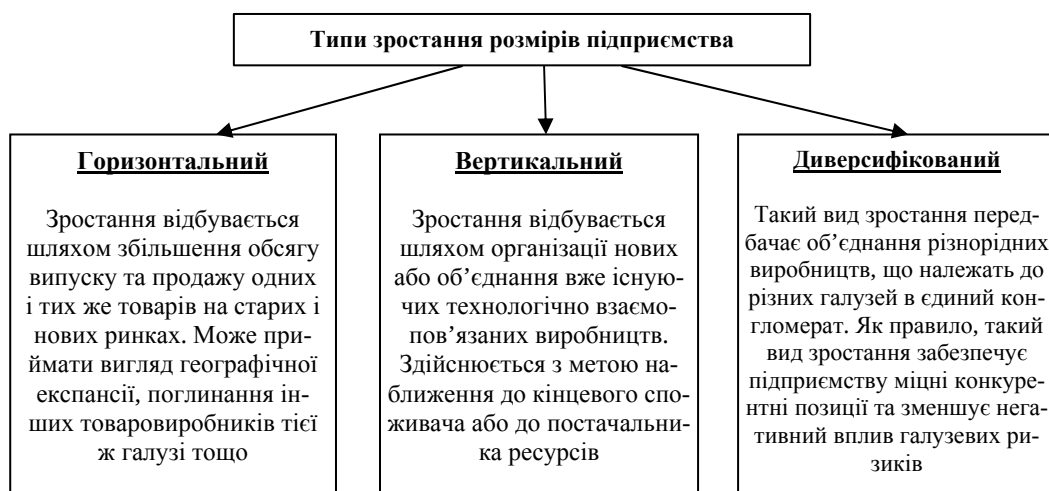


Рис. 1. Типи зростання розмірів підприємства

Процес розвитку підприємства у різних умовах, які спонукали цю необхідність, та умови, в котрих відбувається цей процес, може базуватися на «революційній» та «еволюційній» моделі розвитку.

«Революційна» модель змін, яка була запропонована американськими фахівцями у галузі менеджменту М. Хаммером та Дж. Чампі [4] у 1991 році, передбачає принципове переосмислення та радикальне перепроєктування підприємства і його найважливіших процесів з метою кардинального поліпшення найважливіших кількісно вимірюваних показників сучасної ефективності: вартості, якості, сервісу та оперативності.

«Еволюційна» модель змін (або концепція організаційного розвитку) базується на концепції планування, ініціювання та здійснення процесів зміни соціальної системи, що передбачає залучення великої кількості учасників [2].

Як правило, впровадження «еволюційної» моделі розраховано на більш тривалий час та відсутність «різких» дій.

Основні варіанти розвитку підприємства за однією з поширених класифікацій [5] зображено на рис. 2.

Наведені варіанти розвитку доцільно розглядати, якщо пройдено низку попередніх етапів аналізу зовнішнього середовища, дослідження умов діяльності підприємства на ринку, визначення факторів впливу та їх значення у формуванні конкурентоспроможності, затвердження стратегічних та тактичних цілей підприємства.

Загальні тенденції розвитку світової економіки вплив на обрання напрямку та шляху розвитку підприємства як базового елемента цієї складної системи. Тенденції розвитку світової економічної системи містять низку процесів, які пов'язані з процесом глобалізації: лібералізація, прагнення до уніфікації та стандартизації в різних галузях міжнародного соціально-економічного життя. Все ширше застосовуються єдині для усіх країн стандарти на технологію, екологію, діяльність фінансових організацій, бухгалтерську і статистичну звітність. Міжнародні економічні установи впроваджують єдині критерії макроекономічної політики, відбувається уніфікація вимог до податкової політики, до політики в галузі зайнятості та ін.

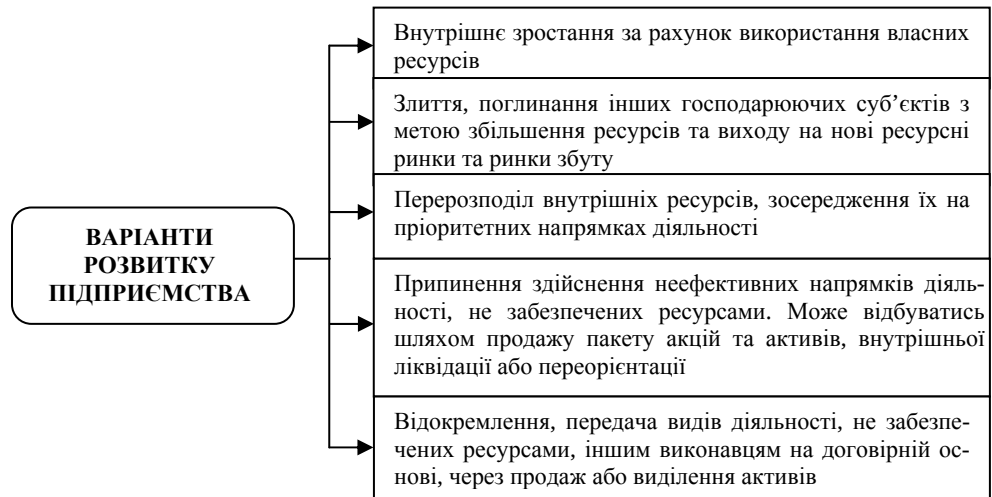


Рис. 2. Варіанти розвитку підприємства

Процеси лібералізації, відкриття національних економік приводять до таких наслідків: а) посилення конкуренції між національними та закордонними виробниками, банкрутств вітчизняних підприємств; б) зміни відносних цін; в) структурних зрушень. Не завжди лібералізація зовнішньоекономічних відносин країни із зовнішнім світом обумовлює підвищення ефективності функціонування національної економіки.

Причини формування глобалізаційних процесів наведено на рис. 3.

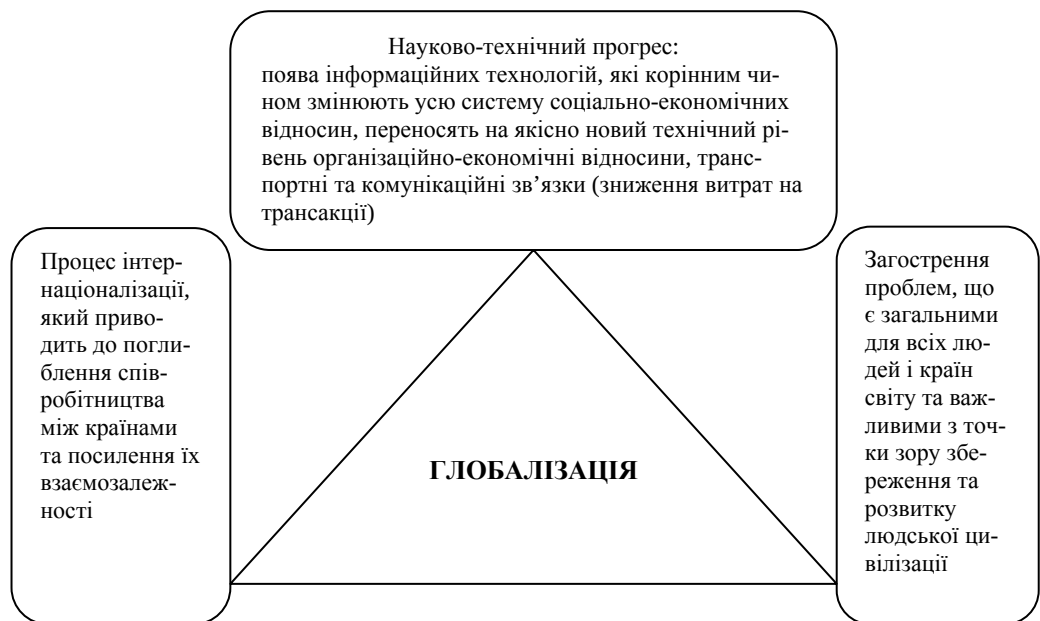


Рис. 3. Причини формування процесів глобалізації

До основних ознак глобалізації належать:

– взаємозалежність національних економік та їхнє взаємопроникнення, формування міжнародних виробничих комплексів поза національними кордонами;

- фінансова глобалізація – зростаюча фінансова єдність та взаємозалежність фінансово-економічних систем країн світу;
- послаблення можливостей національних держав щодо формування незалежної економічної політики;
- розширення масштабів обміну та інтенсифікація процесів руху товарів, капіталів, трудових ресурсів;
- створення інституцій міждержавного, міжнародного регулювання глобальних проблем;
- тяжіння світової економіки до єдиних стандартів, цінностей, принципів функціонування.

У сучасному світі глобалізація справляє домінуючий вплив на розвиток будь-якої держави, економічний і соціальний розвиток більшої частини людства знаходиться в жорсткій залежності від прогресу постіндустріального світу і від його можливості впливати на події в решті регіонів планети. Безумовно, господарські та інформаційні зв'язки стають все більш інтенсивними, проте їх значення в рамках різних соціально-економічних систем не є однаковими. В середині постіндустріального світу глобальні тенденції призводять в кінцевому результаті до зближення рівнів розвитку окремих країн і їх жорсткого протистояння з рештою світу. Цій процес прискорює та поширює конкурентну боротьбу на всіх рівнях – від національних економік до суб'єктів господарювання.

Спираючись на загальні тенденції у розвитку світової економіки при переході до постіндустріального інформаційного суспільства та переорієнтація ринку продавця у ринок споживача, у якості основних шляхів розвитку суб'єктів господарської діяльності визначають [6] екстенсивний, інтенсивний та інноваційний.

Під екстенсивним розуміють розширення обсягів виробництва і збуту продукції, тобто те, що було визначено як зростання виробництва, але не розвиток.

Інтенсивний науково-технічний розвиток передбачає використання досягнень науки і техніки для вдосконалення конструкцій і технологій виробництва традиційних або модернізованих продуктів.

Інноваційний науково-технічний розвиток передбачає безперервне оновлення асортименту продукції і технології її виробництва, удосконалення системи управління виробництвом і збутом [6]. Цей шлях передбачає всебічне охоплення діяльності підприємства процесом впровадження інновацій, тоді як попередній шлях обирає тільки інновацію факторів виробництва.

Кожен із можливих шляхів розвитку передбачає той чи інший вид інвестування. В сучасних умовах для вітчизняних підприємств при виборі напрямку та шляху розвитку особливо актуальним є стан інвестиційного клімату країни та створення своєї (для підприємства) інвестиційної привабливості. Виникає потреба проведення ще одного процесу, який передбачає створення та підтримання інвестиційної привабливості підприємства задля досягнення цілей підприємства у напрямку його розвитку. Можна говорити про інноваційно-інвестиційний розвиток підприємства, який забезпечить постійні якісні та кількісні зміни в діяльності підприємства за рахунок безперервного переходу досягнень інвестиційної діяльності та привабливості в інновації, що посилить конкурентоспроможність та сприятиме розвитку, надасть можливість на новому рівні вести інноваційну діяльність.

Таким чином, інноваційно-інвестиційний розвиток передбачає неперервний впровадження інновацій у діяльність підприємства (техніка, технології, продук-

ція, управління, збут та ін.) за рахунок створення та підтримки інвестиційної привабливості, інтенсифікації інвестиційної діяльності та використання інвестиційного потенціалу підприємства.

Розвиток підприємства повинен здійснюватися так, щоб усі зміни, що відбуваються на підприємстві, в його технологічному комплексі, виробничій, інноваційній, організаційній і управлінській діяльності дозволяли зберігати і покращувати рентабельність і стабільність, а також інші характеристики, що відповідають розвитку підприємства [3].

Прийняття рішення про визначення шляху розвитку підприємства передбачає оцінку існуючого потенціалу підприємства, можливостей його вдосконалення та ефективного використання в майбутньому. В зв'язку з цим актуальним є створення або вибір інструментальних засобів, які надають можливість виявити та оцінити потенціал підприємства, що буде використано як база для розробки шляху розвитку підприємства.

Найбільш загальний підхід, згідно з яким до предметних складових потенціалу підприємства відносять:

- ринковий потенціал: потенційний попит на продукцію та частка ринку, яка одержує підприємство, потенційний обсяг попиту на продукцію підприємства, підприємство та ринок праці, підприємство та ринок виробництва;
- виробничий потенціал: потенційний обсяг виробництва продукції, потенційні можливості основних засобів, потенційні можливості використання сировини та матеріалів, потенційні можливості професійних кадрів;
- фінансовий потенціал: потенційні фінансові показники виробництва (прибутковості, ліквідності, платоспроможності), потенційні інвестиційні можливості.

Особливу роль відіграє, на наш погляд, оцінка виробничого потенціалу, оскільки дозволяє визначити важливі конкурентні переваги підприємства, до яких можна віднести можливість переваги за витратами на основі формування оптимальної структури виробництва. З яким би рівнем виробничого потенціалу ми не мали б справу при визначенні шляху розвитку підприємства, необхідно особливо увагу приділити можливим ризикам на шляху досягнення мети. При цьому, необхідно оцінити наскільки ризикова ситуація, яка виникла, може вплинути на зміну рівня існуючого потенціалу підприємства. Враховуючи ці ризики, можна остаточно визначатись зі шляхом розвитку підприємства.

Всі фактори, які впливають на вибір шляху розвитку підприємства, традиційно можна поділити на зовнішні, внутрішні та ризики. Серед усіх зовнішніх факторів, на наш погляд, слід відзначити, безумовно, загальні тенденції розвитку світової економічної системи, стан економічного розвитку країни, інвестиційний клімат у державі та інвестиційна привабливість галузі, до якої відноситься підприємство, а також загальний стан наукової діяльності та її підтримка з боку держави (впровадження вітчизняних новацій більш вигідне як для підприємства, так і держави в цілому). До внутрішніх факторів слід віднести потенціал підприємства – у першу чергу, виробничий (фактори виробництва та ресурси), а також ринковий. Окремо слід виділити фінансовий потенціал, при оцінці якого визначається інвестиційна привабливість підприємства та комерційний імідж. Щодо ризиків, то прийняття того чи іншого шляху розвитку багато у чому залежить від оцінки всього комплексу можливих ризиків – чим детальніше ми зможемо передбачити всі види ризиків та вірогідність появи ризикової ситуації, тем менш вірогідна помилка у визначенні шляху розвитку.

Висновки. В умовах стрімких змін у світовій економіці, процесів глобалізації, прискорення впровадження досягнень науково-технічного прогресу в практичну діяльність підприємств, підсилення конкурентної боротьби на ринку підприємство приречено планувати та забезпечувати свій розвиток на визначену перспективу.

На вибір шляху розвитку впливають загальні тенденції розвитку та зрушень у структурі світової економіки, процес глобалізації зі всіма його напрямками, боротьба за отримання та розширення часток ринку, економічна політика держави та внутрішні фактори підприємства та його потенціал.

Коло варіантів вибору поведінки підприємства у напрямку розвитку за рахунок посилення конкуренції зменшується до декілька шляхів. Обираючи інноваційно-інвестиційний розвиток, підприємство спроможне забезпечити стійке існування на конкурентному ринку.

При визначенні шляху розвитку підприємства враховують зовнішні фактори впливу, внутрішні – потенціал підприємства, вірогідність виникнення ризикових ситуацій та їх оцінку.

Бібліографічні посилання

1. **Богатін Ю. В.** Інвестиційний аналіз : навч. посіб. / Ю. В. Богатін, В. А. Швандар. – М. : ДІС, 2000. – 286 с.
2. **Галиця І. О.** Концептуальні підходи до стратегії інноваційного розвитку суб'єктів господарювання / І. О. Галиця // Проблеми науки. – 2006. – №8. – С. 14–21.
3. **Економіка підприємства** : підручник / за ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 2003. – С. 608.
4. **Золотогор В. Г.** Інвестиційне проектування : навч. посіб. / В. Г. Золотогор. – М. : ІП «Екоперспектива», 1998. – 463 с.
5. **Любушкин Н. П.** Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства / Н. П. Любушкин. – М., 1999. – 472 с.
6. **Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці** : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2005. – 582 с.
7. **Савицька Г. В.** Економічний аналіз діяльності підприємства : [навч. посіб.] / Г. В. Савицька. – 2-ге вид., випр. доп. – К. : Знання, 2005. – 662 с.
8. **Философская** энциклопедия. – Т. 4: Наука–логики – Сигети / гл. ред. Ф. В. Константинова. – М. : Советская энциклопедия, 1967. – 592 с.

Надійшла до редколегії 16.07.2012

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ

УДК 330.322

Г. С. Воробйова

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ МАСШТАБНИХ ЗАХОДІВ У КРАЇНІ

Розглянуто теоретичні та практичні проблеми планування економічного ефекту від проведення масштабних міжнародних заходів у країні. Проаналізовано міжнародний досвід держав у цій області. Виявлені перепони на шляху до успішного проведення заходу. Розкрито причини невідповідності очікувань та вказано на ключові фактори успішного проведення у країні події міжнародного масштабу.

Ключові слова: ефективність, соціально-економічний проект, міжнародний досвід, формування інфраструктури, міжнародні заходи, економічні вигоди, економічний вплив.

Рассмотрены теоретические и практические проблемы планирования экономического эффекта от проведения масштабных международных мероприятий в стране. Проанализирован международный опыт государств в этой области. Выявлены преграды на пути к успешному проведению мероприятия. Раскрыты причины несоответствия ожиданий и указано на ключевые факторы успешного проведения в стране события международного масштаба.

Ключевые слова: эффективность, социально-экономический проект, международный опыт, формирования инфраструктуры, международные мероприятия, экономические выгоды, экономическое влияние.

The theoretical and practical problems of planning of economic effect are considered from realization of scale international measures in a country in the article. International experience of the states is analysed in this area. barriers on a way to successful realization of measure were identified. Reasons of disparity of expectations are exposed and it is indicated on the key factors of successful realization in the country of event of international scale.

Keywords: efficiency, socio-economic effect, international experience, forming of infrastructure, international measures, economic benefits, economic influence.

При оголошенні результатів жеребкування щодо проведення спортивної події в певній країні перше й спільне почуття для всіх – це велике хвилювання, захоплення, нові очікування, трудомістка підготовка, але подальший ефект для країни-реципієнта залежить від багатьох факторів.

Проведення масштабних соціально-економічних подій, таких як Олімпійські ігри або футбольні чемпіонати УЄФА, мають різновекторний вплив на економіку країни. Процес реалізації вищезазначених спортивних подій пов'язаний із багаторічними підготовчими роботами, під час яких поживається залучення нових технологій у сферу будівництва, а процес підготовки в певному розумінні є змаганням науковців, архітекторів, інженерів, митців різних країн.

Метою написання статті є вивчення міжнародного досвіду проведення масштабних заходів та застосування його на практиці нашої країни. Спираючись на

позитивний та негативний досвід країн, що вже проводили міжнародні події, можна планувати економічний, політичний, соціальний ефекти від проведення міжнародних заходів в умовах української економіки.

Тема ефективного проведення Євро-2012 привертала увагу багатьох економістів, фінансових та політичних оглядачів. Ю. Гершуненко у своїх роботах розглядає масштабні соціально-економічні проекти та їх наслідки для економіки. Зміст, планування та перспективи розвитку регіональної інфраструктури, як основної складової масштабних заходів дослідив, А. Катаєв. Питання економіки та управління у сфері послуг досліджує А. В. Литвин. Н. Ізосимова вказує на першочергові реформи для забезпечення стійкого зростання української економіки. А. Самофалов, Є. Маркин, М. Федоров та інші автори вивчають питання ефективності масштабних інфраструктурних проектів.

Позитивні ефекти від проведення соціально-економічних проектів поділяються на прямі та опосередковані. Прямі впливають на обсяги експорту, інвестицій та рівень зайнятості населення. Збільшення експорту відбувається в основному завдяки інтенсифікації туристичних потоків, передачі прав на телетрансляцію й продаж квитків. Приріст обсягу реалізованих туристичних послуг під час проведення Олімпійських ігор у середньому становить 2,7 млрд. дол. США. Специфікою реалізації масштабних спортивних подій є концентрація позитивних ефектів, пов'язана з локалізацією інвестицій у містах проведення самої події для будівництва нових стадіонів (або розширення існуючих), покращення інфраструктури міста. Чинником, що впливає на збільшення надходжень від реалізації проекту, є кількість проведених у місті матчів. Це безпосередньо впливає на тривалість перебування туристів і відповідне збільшення їх витрат на цій території. Наприклад, проведення щорічного лижного марафону в Енгадіні (Швейцарія) має значний економічний вплив завдяки тому, що в середньому туристи перебувають у регіоні більше семи днів. Варто зазначити, що разом із короткочасністю економічний ефект проведення великих спортивних подій є нерівномірним у регіональному розрізі. Саме велика кількість матчів (шість із п'ятнадцяти) зумовила більший прибуток для Базеля під час проведення футбольного чемпіонату УЄФА у 2008 р. порівняно з Берном, Женевою та Цюрихом [1, с. 9].

Якщо ж розглядати проведення масштабних спортивних подій з точки зору прибутковості, то варто згадати місто Лос-Анджелес, що звітувало про 200 млн. дол. США прибутку від Літніх Олімпійських ігор 1984 року. Ця подія була точкою відліку, коли проведення масштабних спортивних заходів почали розглядати не тільки як престижний, а й як прибутковий захід. Унаслідок цього всі наступні ігри привертали все більше претендентів на прийняття. Щодо футбольних чемпіонатів, то тенденція схожа. За умов значного зростання кількості заявників Міжнародна федерація футбольних асоціацій (ФІФА) почала проводити світові чемпіонати з футболу і за межами традиційних регіонів – Європи та Південної Америки. Після США (1994) Японія та Південна Корея були першими азійськими країнами, що приймали світовий чемпіонат у 2002 році, у 2010 році турнір було проведено в ПАР.

У той час як доручення проведення масштабних спортивних подій менш розвиненим країнам демонструє міцне зобов'язання підтримати їх, воно несе значні ризики для приймаючої країни. Що більш важливо, потреба у високоякісній інфраструктурі та спортивних спорудах звичайно вимагає набагато більші інвестиції

від менш розвинених країн, ніж від розвинутих. Наприклад, традиційні приймаючі країни з добре розвинутою загальною та спортивною інфраструктурою зазвичай повинні інвестувати близько 1 млрд. дол. США для проведення масштабного спортивного заходу, такого як Літні Олімпійські ігри, чемпіонат світу або Європи з футболу. Натомість нові приймаючі країни, з менш розвинутою загальною та спортивною інфраструктурою, потребують набагато більше інвестицій, зазвичай більше а 5 млрд. дол. США. Наприклад, для проведення Євро-2012 Польща планувала інвестувати загальну суму 10,3 млрд. дол. США, а Україна – приблизно 25 млрд. дол. США.

Враховуючи такі високі видатки, чому більшість країн, включаючи й ті, що мають менш розвинуту інфраструктуру, змагаються так активно за привілей приймати такий захід? Окрім нематеріальних вигащів у престижі та міжнародному визнанні («нанесення країни на карту»), майже кожна приймаюча країна очікує отримати значні економічні вигоди. Звичайно, очікування, як свідчать різні дослідження, варіюють від 3,4 млрд. дол. США (Німеччина, 2006) до майже 25 млрд. дол. США.

Один із найбільших позитивних прикладів – Літні Олімпійські ігри 1992 року в Барселоні, які зробили значний внесок у відновлення міста та його привабливість. Ключовими факторами успіху були:

- фокус на будівництві загальної інфраструктури (транспорт, каналізація тощо), що обслуговувала, власне, місто, а не тільки захід (частка такої інфраструктури була більшою від 60 % у загальних видатках);

- регіональна децентралізація, де тільки 35 % витрат були здійснені у самому місті;

- чіткий наголос на приватних інвестиціях для забезпечення дії ринкових сил, а не адміністративних процедур при вирішенні питань фінансування.

На противагу цьому, також є випадки, коли остаточні результати відрізнялися від оптимістичних очікувань. Наприклад, чемпіонат світу з футболу 1996 року в США спричинив не вигащ, а чисті втрати доходу для населення приймаючих міст приблизно в 4 млрд. дол. США.

У більшості випадків масштабні спортивні заходи мали позитивний ефект, але економічні результати залишалися зазвичай нижчими від очікуваного рівня. Наприклад, помірна оцінка свідчить, що чемпіонат світу з футболу 2006 року в Німеччині спричинив чисті вигоди, але також наголошує, що ті вигоди були навіть меншими від найменшого очікуваного рівня (2,2 млрд. дол. США або 1,6 млрд. євро). Загалом ці ефекти не мали значного впливу на всю економіку [2].

Для пояснення цієї значної різниці між фантастичними очікуваннями та реальністю кілька факторів здаються важливими:

По-перше, визначення вигод, а також методології для їх обчислення, досить різні.

По-друге, економічні впливи зазвичай оцінюються на валовій основі, хоча чисті впливи повинні бути набагато меншими:

- Витрати відвідувачів події часто розуміються як сукупний вигащ, без урахування того, що концентрація туристів у кількох приймаючих містах може призвести до нижчих витрат туристів в інших містах. Наприклад, ступінь зайнятості готелів у Сіднеї був на рівні повної місткості протягом Олімпійських ігор 2000 року, а незвичайно низькі ступені спостерігалися в інших штатах Австралії

[3]. Так само, масовий характер заходу не тільки приваблює додаткових іноземних туристів, а одночасно витісняє багато постійних іноземних туристів. Наприклад, не спостерігалось значних змін у річній кількості туристів у Франції (1998), Португалії (2004), Греції (2004) [4]. Південна Корея звітувала про значно більшу кількість туристів з Європи в 2002 році, але тільки за рахунок меншої кількості туристів з Японії [5]. У результаті, загальна чисельність іноземних гостей і чисті додаткові витрати туристів можуть бути значно нижчими на рівні країни.

➤ Дефіцит робочої сили у приймаючих містах може спричинити притоки тимчасових робітників. Таким чином, значні частини скупних економічних вигод можуть опинитися поза регіоном.

➤ Вплив капітальних інвестицій звичайно оцінюється без урахування альтернативної вартості капіталу. Адже доступні кошти можуть бути витрачені іншим чином і генерувати також певні вигоди.

➤ Нарешті, багато пов'язаних із подією завдань можуть потребувати експертної оцінки та досвіду, які тільки іноземні фірми можуть надати (наприклад, будівництво стадіонів). У цьому випадку економічні вигоди також переходять до підприємств з-за кордону.

По-третє, кілька інших проблем виключають можливість достатнього використання спортивних споруд після заходу, високі ціни на квитки, що можуть спричинити низьку зайнятість стадіонів.

Тут було б доцільно розглянути ще досвід Німеччини у проведенні чемпіонату ФІФА 2006. Вже під час подання заявки німецький уряд активно підтримував Німецький футбольний союз (DFB) та дав ФІФА державні гарантії, без яких проведення інтернаціональних спортивних масових заходів є неможливим.

Підготовка та проведення такого великого заходу вимагає серйозних інвестицій. Коли було прийнято рішення про проведення Чемпіонату в Німеччині, уряд, починаючи з 2000 р., виділив близько 3,7 млрд. євро на розбудову державних автострад. Особлива культурна програма до ЧС коштувала 29 млн. євро. Всього 48 мистецьких та культурних проектів на футбольну тематику внесли свій вклад у популяризацію Німеччини та її культурного різноманіття, а також настроїли світову громадськість на ЧС 2006. Багато з цих проектів було проведено за кордоном, щоб показати Німеччину як відкриту, сучасну та гостинну країну.

Німецький уряд разом із Спілкою німецьких підприємців (BDI) розпочав місцеву ініціативу «Німеччина – країна ідей», в яку уряд вклав 10 млн. євро, щоб Німеччина виступила як приваблива новаторська країна як в економічному, так і в науковому плані. На ігри Чемпіонату було запрошено сто потенційних інвесторів із-за кордону, щоб вони могли скласти враження про економічний потенціал та інвестиційну привабливість Німеччини.

Стало очевидним, що великі приватні та державні інвестиції у спортивну, транспортну, комунікаційну та готельну інфраструктуру призвели до економічного росту регіонів, та дали імпульс цілій країні, ефекти якого простягаються за часові межі чемпіонату та призвели до покращення робочої та життєвої ситуації в регіонах.

Німецький організаційний комітет досяг надлишку 135 млн. євро, з цього мали користь поміж іншим 12 міст в яких знаходились великі стадіони. Частина цієї суми надійшла до бюджету цих міст. Кількість іноземців у готелях Німеччини зросла приблизно на десять відсотків. Було продовжено час роботи магазинів та випробувано нові системи управління транспортного руху. Загалом у 2006 році кількість робочих місць зросла на 50 тис.

Згідно з оцінками Інституту ринкових досліджень, німці під час ЧС знаходились у купівельному настрої. Роздрібна торгівля, транспортні підприємства, пивоварні та виробники напоїв, гастрономія, виробники побутової радіоелектронної апаратури та спортивного приладдя зареєстрували зріст прибутку, що частково виражається двозначними числами. Із 9 червня до 9 липня 2006 року додатковий прибуток склав два млрд. євро. Німецька залізниця перевозила щоденно на 600 тис. пасажирів більше, що складає зріст у 12 відсотків. Прибутки пивоварної промисловості зросли на вісім відсотків порівняно з минулим роком, зросли також прибутки виробників мінеральної води та освіжаючих напоїв. Підприємства громадського харчування, у першу чергу ті, що знаходились неподалік від маршрутів пересування уболівальників та у так званих «фанатських кварталах» – вулиць для розваг, де знаходяться численні кафе, ресторани, клуби, могли похвалитися надзвичайно активною торгівлею. Спонсори також винесли користь з Чемпіонату – кожне друге велике німецьке підприємство приурочило до ЧС свою рекламну кампанію.

Взагалі, створення коштів народного господарства під час ЧС склало близько трьох млрд. євро, розділених на три роки (2004, 2005, 2006). На 2007 та 2008 роки припадає додаткових 1,5 млрд. євро.

Незалежно від тих розрахунків, Чемпіонат світу призвів до величезного покращення міжнародного іміджу країни, котрий, у свою чергу, позитивно відобразився на економіці. Так, 61 відсоток іноземців, згідно з опитуванням, рекомендуватиме Німеччину як країну для туристичних поїздок. Це, з певністю, ще одна перемога «Національної кампанії послуг та дружелюбності», яка, наприклад, через цільові навчальні програми для персоналу зробила свій вклад у те, щоб гості країни були прийняті дружелюбно та толерантно.

В результаті сумісних зусиль державного та федеральних урядів, міст та громад, імідж Німеччини значно покращився. Країна завоювала багато симпатій, і тепер німці асоціюються не тільки з пунктуальністю, надійністю та економічною потужністю, але й з гостинністю, відкритістю та готовністю допомогти. Таким чином, чемпіонат став чудовою рекламою для приймаючої країни – Німеччини.

Це спричинило мирне протікання ігор та святкувань у «фанатських кварталах». Міжнародні спортивні події становлять собою серйозне випробування політики безпеки. Їх проведення вимагає тісної міжнародної співпраці з країнами-учасниками, а також з суміжними та транзитними країнами. Тут, як і на інших заходах, виправдала себе участь іноземних поліцейських сил. Німеччина використала цей досвід на ЧС 2006. Німецькі та іноземні поліцейські тісно співпрацювали зі спеціально делегованими координаторами. Крім федеральної поліції, під час ЧС ФІФА 2006 на вокзалах та в аеропортах працювали 323 іноземних поліцейських з 13 країн-членів ЄС. Вони мали власне командування та підконтрольні ділянки. Ці міри викликали надзвичайно позитивний резонанс, насам-

перед у закордонних гостей. Тим самим Німеччина підкреслила факт постійної та все тіснішої кооперації між членами Євросоюзу в сфері безпеки. Загалом 570 іноземних поліцейських було задіяно у помічній та консультативній функції, вони зробили свій вклад у мирне та безпечне протікання чемпіонату в Німеччині. Тісні контакти з національними та міжнародними представниками уболівальників допомогли органам державної безпеки створити рамкові умови для радісної та миролюбної атмосфери розрядити напругу глядачів.

Німеччина скористалася з нагоди ЧС, щоб привернути увагу до захисту навколишнього середовища компанією «Зелений гол», котра була ініційована федеральним урядом, Німецьким футбольним союзом (DFB) та організаційним комітетом Чемпіонату світу ФІФА 2006. Наскільки нам відомо, це єдиний такий проект у рамках міжнародного спортивного масового заходу, який поставив перед собою кількісні задачі – зменшити кількість використаної електроенергії та води, а також відходів на стадіонах на 20 відсотків. Позитивний досвід цього проекту буде використовуватись й надалі при організації великих спортивних подій.

У цілому, можна зробити абсолютно позитивний висновок про те, що Німеччина використала всі шанси, які дає проведення ЧС ФІФА. Вона показала себе як спортивна країна, що довела свою спроможність приймати у себе міжнародні змагання.

Таким чином, бачимо, що фінансування будівництва та відновлення авто-страд, розробка програми інвестиційного іміджу Німеччини як країни економічних та наукових ідей фінансувалася з державного бюджету. А приватні інвестори вкладали кошти в спортивну, транспортну, комунікаційну та готельну інфраструктуру.

На цьому фоні кілька факторів мають позитивний ефект для України отримати виграш від проведення Євро-2012:

- По-перше, Україна має досить сильний професійний футбольний турнір із регулярними учасниками європейських кубкових змагань, що достатній для забезпечення ефективного використання новозбудованих спортивних споруд.
- По-друге, за існування гострого контрасту між туристичним потенціалом країни та його використанням може бути очікуваний значний стимул, а ефект витіснення – знехтуваний. Так, з 2003 до 2006 року загальна кількість іноземних туристів в Україні зменшилася з 590 000 до 300 000 (за даними Державного комітету статистики України). А Швейцарію у зв'язку з Євро-2008 відвідали майже 1 030 000 туристів [6]. Оскільки Швейцарія приймала чемпіонат спільно (з Австрією), ця кількість може бути доброю оцінкою кількості відвідувачів країни у зв'язку з цією подією і в Україні.
- По-третє, пропозиція робочої сили із достатніми навичками і досі має попит. Відповідно, швидше місцеве населення отримає вигоду від витрат, пов'язаних із чемпіонатом.

Однак особливо погана якість наявної транспортної інфраструктури, а також нестача високоякісних спортивних споруд потребуватимуть значних інвестицій і, таким чином, створюють значні ризики. Наслідуючи приклад Барселони, інвестиції в інфраструктуру потрібно розділити на пов'язані з подією та загальні інвестиції, де останні включають усі проекти, що будуть обслуговувати всю країну, а не тільки захід. Тоді такі фактори будуть ключовими для успіху:

- сукупні видатки потрібно чітко сфокусувати на фінансуванні загальної інфраструктури;
- для всіх необхідних інфраструктурних інвестицій слід залучити кошти приватних інвесторів;
- будівництво та експлуатація спеціальної інфраструктури повинні плануватися з найменшими можливими витратами держави, оскільки вона містить найвищий ризик бути надлишковою після заходу.

Висновки. Проведення масштабних соціально-економічних проектів має багатовекторний вплив на економіку країни-реципієнта. Проведення масштабних соціально-економічних подій супроводжується як позитивними, так і негативними впливами, основними з яких є позитивний іміджевий ефект для країни, тимчасове пожвавлення в галузях, що забезпечують підготовку проекту, покращення інфраструктури, ризик небезпеки від фанів, зростання цін, складність рентабельного майбутнього використання будівель, призначених для проекту.

Бібліографічні посилання

1. **Гершуненко Ю.** Масштабні соціально-економічні проекти та їх наслідки для економіки / Ю. Гершуненко. – № 5. – 2010. – Вер. – С. 9–14.
2. **Brenke K.** and G.G. Wagner (2007). Ökonomische Wirkungen der Fußball WM in Deutschland zum Teil überschätzt. DIW Wochenbericht Nr. 29/2007.
3. **Arthur Andersen.** Hospitality and Leisure Services: The Sydney Olympic Performance Survey: The Sydney Olympic Games on the Australian Hotel Industry, Mimeograph, November 2000. –P. 1–7.
4. **Brenke K.** and G.G. Wagner (2006). Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland: Ein wichtiges sportliches und kulturelles Ereignis – aber ohne nennenswerte gesamtwirtschaftliche Auswirkungen. DIW Wochenbericht Nr. 20/2006.
5. **Matheson V.** and R. A. Baade (2003). Mega Sporting Events in Developing Nations: Playing the Way to Prosperity? South African Journal of Economics, Vol. 72:5, December 2004. – P. 1084–1095.
6. **Rütter** et al. Economic Impact of the UEFA EURO 2008 in Switzerland. Study on behalf of the UEFA and the Swiss Football Association.

Надійшла до редколегії 06.06.2012

УДК 519.22:336.71

О. С. Доценко, О. Г. Кравченко*Севастопольский национальный технический университет***СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СПОСОБОВ ФОРМИРОВАНИЯ РЕЙТИНГОВ
БАНКОВ УКРАИНЫ**

Досліджуються рейтинги банків, побудовані різними статистичними методами, на основі відкритої інформації про діяльність комерційних банків України. Сформульовано перспективи розглянутих методів.

Ключові слова: рейтинг, вектор, коефіцієнт кореляції, евклідова відстань, багатовимірне середнє.

Исследуются рейтинги банков, построенные различными статистическими методами на основе открытой информации о деятельности коммерческих банков Украины. Сформулированы перспективы рассматриваемых методов.

Ключевые слова: рейтинг, вектор, коэффициент корреляции, евклидово расстояние, многомерная средняя.

We study the ratings of the banks, built by different statistical methods, based on publicly available information about the activities of commercial banks in Ukraine. Prospects for these methods are formulated.

Key words: rating, the vector correlation coefficient, Euclidean distance, multidimensional medium.

Жесткая конкуренция на рынке банковских услуг обуславливает постоянное внедрение в этой сфере прогрессивных принципов управления, информационных технологий и программно-технических средств.

Вместе с тем, одной из основных задач банковской статистики всегда была задача выбора наиболее устойчивого к экономическим переменам банка. На сегодняшний день она приобрела особую важность, т.к. банковский кризис, разразившийся сначала в 2007 г. в США, а затем и во всем мире, заставляет каждого владельца предприятия и топ-менеджера задуматься о том, как остаться на плаву в этот сложный момент и не разрушить бизнес или карьеру. Как никогда ранее, каждый потенциальный клиент банковского учреждения стремится выбрать только тот банк, который обеспечивает быстрое и качественное обслуживание платежей, а также дает гарантию того, что именно этот банк является надежным с точки зрения сбережений капиталовложений. Инвесторы или потенциальные партнеры в сложных социально-экономических условиях хотят сами оценивать финансовые показатели банковской деятельности и определять их качество. Для этого необходимо проводить не только внутренний анализ деятельности банка, но и сравнивать результаты его работы с результатами работы других банков в условиях жесткой конкуренции. Среди путей решения этой задачи огромная роль отводится важнейшему приему статистического исследования – построению рейтингов коммерческих банков [1, с. 375].

В основе этих исследований лежат представления о ранговых коэффициентах корреляции, подробно рассмотренных в начале XX в. К. Спирмэнном и М. Кендалом [2, с. 245].

Не существует методик, которые могли бы с полной гарантией отбирать и ранжировать по надежности и эффективности коммерческие банки в связи со спецификой (частой непредсказуемостью и нестабильностью) современной рыночной экономики. Но использование достоверной информации, комплексно характеризующей устойчивость банка, может минимизировать риск ошибок в оценке деятельности банка. Многие отечественные научные работники, в частности, В. В. Витлинский, В. К. Галицин, О. М. Игнатова, О. Б. Гукович, С. Олексенко, А. Незнамова и другие в своих работах занимались решением этой проблемы. Анализ существующих отечественных и зарубежных методик рейтингового

оценивания банковских учреждений позволил сделать вывод о том, что количество рассчитываемых показателей, используемых в рейтингах, может сильно варьировать – от трех до шестнадцати (когда в расчет берутся не только количественные показатели – достаточность капитала, ликвидность, кредитный риск, размер активов и т.д., но и качественные – уровень обслуживания клиентов, местоположение банка и т.д.). Большую роль здесь играет уровень доступа аналитиков к информации, поступающей от банковских учреждений, и достоверность этой информации. Однако нельзя однозначно утверждать, что методика, в которой используется очень большое число показателей, гораздо лучше методики с меньшим числом показателей. С одной стороны, чем больше количество показателей, характеризующих тот или иной банк, используется, тем глубже можно изучить финансовое состояние банка; с другой стороны, усложняется расчет конечного интегрированного показателя (ранга банка) и взаимосвязь отдельных внутренних показателей (когда все они стандартизируются и сводятся с помощью балльной оценки к одной характеристике измерения – показателю надежности, большое количество входной информации служит причиной того, что влияние отдельных факторов на оцениваемый уровень надежности снижается). Кроме того, чем сложнее система, тем выше погрешность расчета, поэтому, слишком усложнив систему, можно получить обратный результат. Очевидно, что независимо от уровня трудоемкости предлагаемых выше методик, анализировать с их помощью эффективность работы банка и расставлять банки «по росту» по степени надежности для большинства клиентов и контрагентов процесс достаточно сложный (хотя бы в силу недостаточности необходимого (по методикам) количества аналитической информации).

Самый простой выход из сложившейся ситуации предлагают аналитики НБУ и АУБ, которые для демонстрации надежности банковских учреждений представляют широкому кругу пользователей рейтинги банков отдельно по каждому показателю: по активам, по капиталу, по финансовому результату и т.д. [3]. Таким образом, клиентам необходимо самим выбрать наиболее значимые для себя показатели банковской деятельности, на которые они будут ориентироваться при выборе наиболее надежного банка. Такой подход к ранжированию банков не совсем правильный, т.к. зачастую приводит к ошибочным выводам из-за игнорирования аналитиками комплексной оценки деятельности банковского учреждения.

В результате проведенного анализа и принимая во внимание достоинства и недостатки рассмотренных методик предшественников авторов, возникает необходимость создания новых способов ранжирования банков для широкого круга пользователей.

Целью статьи является разработка адекватных способов формирования рейтингов банков Украины, характеризуемых комплексом признаков.

Объектами исследования являются банки с упорядоченными элементами – характеристиками банковской деятельности: финансовым результатом x_1 , активами x_2 , обязательствами x_3 , капиталом x_4 , уставным капиталом x_5 , кредитно-инвестиционным портфелем x_6 , кредитами юридическим лицам x_7 , кредитами физическим лицам x_8 , депозитами юридических лиц x_9 и депозитами физических лиц x_{10} . Данные для расчетов были получены из официального сайта Ассоциации Украинских Банков [4] и представлены в таблице 1, содержащей информацию о показателях деятельности 153 коммерческих банков Украины по состоянию на 01.11.2011 г.

Таким образом, банки представляют собой десятимерные кортежи (либо точки-скаляры, либо вектора в n -мерном признаковом пространстве). Их рейтинг может быть построен с помощью формул 1 и 2, исходя из того, что на первом

месте будет какой-либо банк-эталон (базисный банк), относительно которого будут рассчитаны места всех остальных банков.

Таблиця 1

Характеристики банков Украины по состоянию на 01.11.2011 г., млрд. грн. (фрагмент)

Банк	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9	x_{10}
1. «Приватбанк»	1131	144	127	16913	13545	106	96	24	23280	69137
2. «Ощадбанк»	463	77	59	17496	15538	64	53	4	10494	24330
3. «Фінанси та кредит»	3	22	20	2822	2000	17	14	3	2783	7103
и т.д.										
153. «ЮНЕКС»	6	1	0,9	343	292	1	0,8	0,03	389	319

Итак, если банки представлены скалярной величиной (точкой), характеризуемой комплексом признаков в n -мерном признаковом пространстве, то степень отдаленности между этими точками (т.е. разница в показателях их деятельности) может быть определена с помощью формулы 1 [5, с. 136]:

$$d = \sqrt{\sum_{n=1}^k (x_n^{(i)} - x_n^{(j)})^2}, \quad (1)$$

где d – евклидово расстояние между базисным и i -тым банками;

$x_n^{(i)}$ и $x_n^{(j)}$ – значения n -го признака для базисного банка и i -го банка соответственно.

Интерпретация рассчитанного значения евклидова расстояния такова, что с его увеличением уменьшаются значения показателей деятельности банков. Т.е., например, если за эталон взять крупный (наиболее надежный) банк, то очевидно, что наиболее «похожие» на него банки будут находиться по показателям наиболее близко к нему (d будет самым маленьким). Самые мелкие по показателям банки будут наиболее удалены от банка-эталона (d будет самым большим).

Если банки представлены в n -мерном признаковом пространстве векторами, то степень отдаленности каждого банка от банка-эталона может определяться с помощью угла наклона между ними по формуле 2 [6; 7]:

$$\cos \varphi = \cos(\vec{x}^{(1)}, \vec{x}^{(2)}) = \frac{x_1^{(1)}x_1^{(2)} + x_2^{(1)}x_2^{(2)} + \dots + x_{10}^{(1)}x_{10}^{(2)}}{\sqrt{((x_1^{(1)})^2 + (x_2^{(1)})^2 + \dots + (x_{10}^{(1)})^2) \times ((x_1^{(2)})^2 + (x_2^{(2)})^2 + \dots + (x_{10}^{(2)})^2)}}, \quad (2)$$

где φ – угол наклона между показателями деятельности базисного банка и i -го банка;

$\vec{x}^{(1)}$ и $\vec{x}^{(2)}$ – банки, представленные в форме векторов.

Интерпретация рейтинговых номеров банков в этом случае может быть дана с использованием формулы 3, характеризующей косинус угла между банками-векторами как коэффициент ковариации:

$$\cos \varphi = \frac{M_{11}(\vec{x}^{(1)}, \vec{x}^{(2)})}{\sqrt{M_2(\vec{x}^{(1)}) \cdot M_2(\vec{x}^{(2)})}}, \quad (3)$$

где M_{11} и M_2 – смешанные начальные моменты второго порядка (ковариационные моменты).

В своих рассуждениях мы опирались на формулы из аналитической геометрии и тригонометрии, где показано, что точка с координатами $(x_1, x_2, \dots, x_n)$ – в нашем случае – это банк с десятью показателями деятельности – может рас-

смаються як вектор $\vec{x}^{(1)}$ в n -мерному просторі. Починається цей вектор в початку координат – точка $(0, 0, \dots, 0)$, а закінчується в точці з координатами $(x_1, x_2, \dots, x_n)$. Цих векторів може бути декілька. Допустимо, ми розглядаємо два банків-векторів $\vec{x}^{(1)}$ і $\vec{x}^{(2)}$.

Наприклад, один банк має кортеж $\vec{x}^{(1)} = (x_1, x_2, \dots, x_{10})$, а інший банк має кортеж $\vec{x}^{(2)} = (y_1, y_2, \dots, y_{10})$.

Якщо

$$y_i = kx_i, \quad (4)$$

де k – коефіцієнт,

то при $k > 0$ векторів $\vec{x}^{(2)}$ і $\vec{x}^{(1)}$ спрямовані ($\vec{x}^{(2)} \uparrow \vec{x}^{(1)}$, $\varphi = 0^\circ$), т.е. політики банків однакові;

при $k < 0$ векторів $\vec{x}^{(2)}$ і $\vec{x}^{(1)}$ протилежно спрямовані ($\vec{x}^{(2)} \downarrow \vec{x}^{(1)}$, $\varphi = 180^\circ$), т.е. політики банків протилежні.

Якщо $x_1 y_1 + x_2 y_2 + \dots + x_{10} y_{10} = 0$, то векторів $\vec{x}^{(2)}$ і $\vec{x}^{(1)}$ перпендикулярні ($\vec{x}^{(2)} \perp \vec{x}^{(1)}$, $\varphi = \pm 90^\circ$), т.е. політики банків різні, не пов'язані один з одним.

Всі інші співвідношення дають інші кути, в більшій або меншій ступені близькі до вказаних.

Т.е. якщо коефіцієнт коваріації (формула 3) дорівнює нулю, то зв'язок між банками-векторами відсутній; якщо дорівнює одиниці, то зв'язок функціональний; якщо близький до одиниці, то зв'язок сильний; якщо близький до нуля, то зв'язок слабкий; якщо від'ємний, то зв'язок зворотний. Отже, кут φ також дає можливість оцінити ступінь статистичної зв'язи. Близький до цього інтерпретація статистичної зв'язи між вказаними кортежами вперше була дана академиком А.М. Колмогоровим в своїй монографії [8].

Ступінь зв'язи між кортежами $\vec{x}^{(1)}$ і $\vec{x}^{(2)}$ в залежності від коефіцієнта коваріації ($\cos \varphi$) і кута φ представлена в таблиці 2, де видно, що з зменшенням $\cos \varphi$ відносно банків-еталонів принципи роботи банків змінюються від близьких до базисного банку (за який, як правило, береться найбільш надійний банк) до безрізних (або індивідуальних) до нього. В цьому рейтингу розміри самого банку не враховуються (банк може бути малим, але підтримуваним політикою базисного банку; і великим, але абсолютно не схожим за принципами роботи на банків-еталон, відносно якого ведуться розрахунки кутів).

Найпростішим же способом, як за способом розрахунку, так і за можливістю інтерпретації позицій комерційних банків відносно один одного, на нашу думку, є спосіб визначення номера банку за допомогою багатовимірної середньої за формулою 5:

$$\bar{P}_i = \frac{\sum_{j=1}^k P_{ij}}{k} = \sum_{j=1}^k \left(\frac{x_{ij}}{x_j} \right) : k, \quad (5)$$

де $\bar{P}_i$ – багатовимірний середній для i -го банку;

x_{ij} – значение признака x_j для i -го банка;

$\overline{x_j}$ – среднее значение признака x_j ;

k – число признаков;

j – номер признака;

i – номер банка.

Таблица 2

Степень статистической связи между банками-векторами $\overrightarrow{x^{(1)}}$ и $\overrightarrow{x^{(2)}}$

φ	$\cos \varphi$	Характер связи	Политики банков
$ \varphi < 60^\circ$	$0,5 < \cos \varphi \leq 1$	сильная, прямая	близкие
$120^\circ < \varphi < 240^\circ$	$-1 \leq \cos \varphi < -0,5$	сильная, обратная	противоположные
$60^\circ \leq \varphi \leq 120^\circ$ $240^\circ \leq \varphi \leq 300^\circ$	$-0,5 \leq \cos \varphi \leq 0,5$	слабая	индифферентные

Расчет ранга таким способом (с применением формулы 5) учитывает как комплексный характер банковской деятельности, так и размеры самого банка. Интерпретация рассчитанной $\overline{P_i}$ такова, что чем больше ее значение, тем, скорее всего, выше уровень самого банка (как по размерам деятельности, так и по надежности). Здесь нет расчетной привязки к банку-эталону, как и в случае с рейтингом банков по какому-либо одному показателю.

Сравнительный анализ рейтингов банков по комплексу показателей их деятельности с использованием формул 1, 2, 3, 5 и рейтинга банков по одному показателю (по активам) представлен в таблице 2. Рейтинг по активам чаще всего представляется экономистами-аналитиками НБУ и АУБ и берется за основу определения размеров (а отсюда, по их мнению, и надежности) коммерческих банков.

Очевидно, что в зависимости от целей и задач, поставленных перед аналитиком (определение места банка: либо по размеру нескольких показателей или какого-то одного показателя; либо по направлению принципов работы или размеров показателей деятельности относительно банка-эталона) зависит способ ранжирования коммерческих банков. В любом случае, чем больше факторов будет учитываться при таком способе анализа, тем более точными будут конечные результаты исследования.

Таблица 3

Способы представления рейтинга банков Украины по состоянию на 01.11.2011 г., млрд.грн. (фрагмент)

по 1-му показателю	Банк-скаляр		Банк-вектор
	по 10-ти показателям		
по активам (млрд.грн.)	d (млрд.грн.)	$\overline{P_i}$ (млрд.грн.)	$\cos \varphi$
1	2	3	4
«Приватбанк» (144)	«Приватбанк» (базис)	«Укргазбанк» (23,23)	«Приватбанк» (базис)
«Ощадбанк» (77)	«Ощадбанк» (46,6)	«Приватбанк» (15,41)	«Ідея Банк» (0,998)
«Укресімбанк» (72)	«Укресімбанк» (56,4)	«Укресімбанк» (10,67)	«Демарк» (0,996)

Продолжение табл. 3

1	2	3	4
«Укрсоцбанк» (39)	«Укрсоцбанк» (62,9)	«Ощадбанк» (8,80)	Банк «Таврика» (0,994)
«ВТБ банк» (37)	«Промінвестбанк» (63,5)	«Родовід Банк» (8,39)	Банк «Кредит-Дніпро» (0,992)
і так далі			
«Радабанк» (0,1)	«Радабанк» (76,1)	«Сітібанк Україна» (-0,96)	«Інтеркредитбанк» (0,283)

Различные подходы к рейтинговой оценке деятельности банковских учреждений Украины позволяют сделать более глубокие выводы об их принципах работы. Необходимо отметить важность комплексного подхода, который обеспечит прозрачность банковской системы. Применение всестороннего подхода к такому исследованию даст возможность получения наиболее полных, объективных и высоковероятностных результатов определения местоположения банка. В перспективе планируется разработать методику определения значимости показателей банковской деятельности (с применением корреляционно-регрессионного, факторного и дискриминантного анализов) с последующим усовершенствованием формул для расчета рангов коммерческих банков.

Бібліографічні посилання

1. **Васюренко О. В.** Економічний аналіз діяльності комерційних банків : навч. посіб. / О. В. Васюренко, К. О. Волохата. – К. : Знання, 2006. – 463 с.
2. **Общая теория статистики** : учебник / М. Р. Ефимова [и др.]. – 2-е изд. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 416 с.
3. **Украинский банковский портал** [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://banker.ua>. – 10.02.12.
4. **Официальный сайт Ассоциации Украинских банков** [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.aub.com.ua>. – 15.02.12.
5. **Елисеева И. И.** Общая теория статистики : учебник / И. И. Елисеева, М. М. Юзбашев ; под ред. чл.-корр. РАН И. И. Елисеевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 480 с.
6. **Доценко О. С.** Примеры статистической оценки принципов деятельности коммерческих банков в современных условиях / О. С. Доценко, Е. А. Плакидин // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2010. – Вип. 262 : в 12 т. – Т. XI. – С. 2820–2827.
7. **Практикум з загальної теорії статистики** : навч. посіб. / О. С. Доценко. – Севастополь : Вид-во СевНТУ, 2010. – 208 с.
8. **Колмогоров А. Н.** Основные понятия теории вероятностей / А. Н. Колмогоров. – М. : Наука, 1974. – 119 с.

Надійшла до редколегії 12.06.2012

Н. О. Краснікова*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***СУЧАСНІ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНІ ВІДНОСИНИ
ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Обґрунтовано необхідність доповнення системи індикаторів зовнішньоекономічної безпеки показниками митного регулювання зовнішньої торгівлі з метою збільшення якості обрахунку впливу зовнішніх факторів на рівень економічної безпеки України.

Ключові слова: економічна безпека держави, зовнішньоекономічна безпека держави, відкритість економіки.

Обоснована необходимость дополнения системы индикаторов внешнеэкономической безопасности показателями таможенного регулирования внешней торговли с целью улучшения качества учета влияния внешних факторов на уровень экономической безопасности Украины.

Ключевые слова: экономическая безопасность государства, внешнеэкономическая безопасность государства, открытость экономики.

The article substantiates, the system of indicators of foreign security need to supplement by indicators customs regulation of foreign trade. It will improve the quality of the accounting impact of external factors on the level of economic security.

Key words: economic security, foreign security, economic openness.

Посилення впливу світової економіки на економічний розвиток України відбувається на фоні підвищення конкуренції та збільшення значення транснаціональних факторів розвитку. Остання світова економічна криза довела уразливість української економіки від зовнішніх факторів, що виражаються в конкретних діях торговельних партнерів країни. В цьому зв'язку істотно підвищується значення зовнішньоторговельної політики як одного з найважливіших інструментів соціально-економічного розвитку, підвищення конкурентоспроможності економіки та забезпечення захисту національних товаровиробників. Збільшується вплив внутрішніх заходів регулювання зовнішньої торгівлі в загальному арсеналі заходів забезпечення економічної безпеки.

Проблеми визначення впливу зовнішніх факторів на економічну безпеку ставили і вирішували українські науковці: В. М. Геєць, Б. В. Губський, Р. Дацків, С. П. Коляда, В. І. Мунтіян, С. Осипчук, П. В. Пашко, Л. Письмаченко, А. І. Суховерхов, А. В. Чесноков та інші. Але в економічній теорії поки що недостатньо вивчені проблеми розвитку зовнішньоторговельних відносин як елемента системи економічної безпеки держави.

У системі економічної безпеки виділяють сім основних блоків, що відповідають її основним категоріям та поняттям: концепція та стратегія національної безпеки; національні інтереси країни у сфері економіки; загрози у сфері економіки; індикатори економічної безпеки; граничні значення індикаторів економічної безпеки; організаційна структура економічної безпеки; правове забезпечення економічної безпеки [1, с. 75–76].

Визначення нових теоретичних підходів та практичних заходів по формуванню заходів економічної безпеки в зовнішній сфері України стає однією з найактуальніших проблем, набирає високого народногосподарського значення. Отже, метою і завданням дослідження є обґрунтування необхідності доповнення системи індикаторів зовнішньоекономічної безпеки митними показниками для збільшення якості обрахунку впливу зовнішніх факторів на рівень економічної безпеки України.

Зовнішньоторговельному аспекту економічної безпеки України на шляху інтеграції в глобальні процеси притаманна важлива особливість. Сучасна структура зовнішньої торгівлі нашої держави, що базується на експорті переважно сировинної продукції та імпорті енергоносіїв, генерує очевидні економічні та торговельно-політичні загрози. Однак сьогодні саме вони визначають специфіку української зовнішньоторговельної діяльності, її пріоритети, переважні форми та заходи державного регулювання торговельної діяльності.

Ще дорикардіанські теорії доводять, що збільшення багатства нації може відбуватися за допомогою економічної політики на основі істотного втручання в роботу ринку, що отримала назву «емуляції». Оксфордський словник англійської мови визначає емуляцію як «спробу зрівнятися з іншими або перевершити їх у будь-якому досягненні або якості». В сучасній науці емуляції можна знайти еквіваленти в теорії «наздоганяючого розвитку» американського економіста Абрамовіца. Логіка емуляції полягає у створенні та обов'язковому захисті від імпорту вітчизняної обробної промисловості, яка формується на основі використання прогресивного досвіду інших країн. Використання тільки власних природних можливостей країни є недостатнім для її збагачення, оскільки не створює стимулів для сучасних технологічних та інноваційних перетворювань та формує сировинну структуру експорту у зовнішній торгівлі.

Норвезький економіст Ерік С. Райнерт у своїй книзі «Як багаті країни стали багатими, і чому бідні країни залишаються бідними» на прикладі країн сучасного Європейського Союзу доводить, що саме політика емуляції змогла замінити природні та географічні переваги, що були відсутні в Європі на шляху її економічного зростання. Тоді податки на експорт сировини та на імпорт готової продукції збільшували багатство держав через використання позитивного ефекту масштабу, що формувався за рахунок зростаючої віддачі ресурсів і створення недосконалої конкуренції для товарів обробної промисловості. Економіст вважає, що сьогодні тільки виважена політика в галузі зовнішньої торгівлі держав, що розвиваються, може дозволити їм стати на шлях ефективного розвитку [2].

Така думка вченого повною мірою відповідає меті забезпечення економічної безпеки в сучасних умовах і для нашої країни, оскільки економічна безпека держави є похідною від рівня її економічного розвитку, від обраного нею політичного, економічного та інтеграційного курсу. Тому заходи, спрямовані на досягнення економічної безпеки держави, є досить різними, можуть мати протилежний характер, варіювати на різних етапах розвитку держави. Цілі економічної безпеки можуть досягатися: форсуванням росту ВВП або зниженням динаміки та диверсифікуванням виробництва, залученням іноземних інвестицій або стимулюванням вивозу національного капіталу за кордон, стимулюванням експорту та імпортозаміщення, або стимулюванням ввозу та квотуванням вивозу товарів. Отже, в умовах глобалізації інтереси економічної безпеки в сфері зовнішньої торгівлі держави можуть забезпечуватись як заходами ліберального, так і протекціоністського характеру, оскільки, як елемент системи економічної безпеки, зовнішньоторговельні відносини повинні сприяти підтримці стабільності та стійкості національної економіки. Відповідно, можна виділити низку зовнішніх факторів, які створюють проблему послаблення економічної безпеки (наприклад, збільшення на внутрішньому ринку конкуруючого з національним виробництвом імпорту, підвищення бар'єрів на шляху українського експорту, закріплення на міжнародному рівні норм, що перешкоджають розвитку експортної діяльності та інші) або забезпечують її укріплення (підписання договорів з іншими країнами про

режим вільної торгівлі, збільшення зайнятості за рахунок розвитку експортного сектора економіки та інші).

Необхідно чітко усвідомлювати, що стосовно глобальної економіки економічна безпека споріднена зі спроможністю держави виживати в умовах посиленого тиску зовнішніх факторів. Ми вважаємо, що зовнішні економічні фактори формування економічної безпеки, у свою чергу, можна поділити на групи відповідно до табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація зовнішніх економічних факторів формування економічної безпеки

№ з/п	Групи	Види факторів	№ з/п	Групи	Види факторів
1	За характером впливу	прямі	5	За наслідками	загальні
		опосередковані			локальні
2	За ступенем охоплення	середовищні	6	За тривалістю дії	постійні
		регіональні			тимчасові
3	За вірогідністю	реальні	7	За можливістю впливу	здолані
		потенційні			нездолані
4	За можливістю прогнозування	прогнозовані	8	За величиною шкоди	значні
		непрогнозовані			незначні

Окремо зазначимо фактори за критерієм характеру впливу:

– зовнішні фактори, що безпосередньо (активно) впливають на національну економіку. До них належать: імпорт, іноземні інвестиції, міграція трудових ресурсів у країну та ін. Імпорт споживчих товарів, з одного боку, завдяки конкуренції з відповідними вітчизняними товарами прямо впливає на національне виробництво, а з іншого – завдяки розширенню вибору, поліпшує становище споживачів. Імпорт факторів виробництва, що не належить до критичної групи, аналогічним чином впливає на їх виробників на національних теренах і на виробників готової продукції з використання відповідної сировини. Фактори виробництва, що не виробляються в країні зовсім або виробляються в недостатній кількості та одночасно створюють можливість для розвитку національного господарства, становлять критичну групу, їх імпорт позитивно впливає на національне виробництво та споживання. Іноземні інвестиції створюють додаткові умови для розвитку національного виробництва та використання наявних у країні факторів виробництва, перш за все, трудових, що сприяє зменшенню безробіття. Крім того, процес інвестування впливає на приплив до країни нових технологій з-за кордону;

– зовнішні фактори опосередкованого впливу. Такі фактори полягають у додаткових стимулах та обмеженнях для розвитку національної економіки завдяки здатності використання власних конкурентних переваг на зовнішніх ринках. Держава не може безпосередньо впливати на фактори опосередкованого впливу за допомогою своїх інструментів, а тільки через систему політичних домовленостей та переговорів. До таких факторів належать будь-які торговельні домовленості інших країн, результат яких впливає на обсяги національного експорту.

За критерієм ступеня охоплення:

– зовнішні фактори середовищного характеру. Оскільки економічна діяльність національної економіки на сучасному етапі здійснюється відповідно до правил функціонування світових ринків та світової торгівлі, необхідно зважати на чинники зовнішнього середовища. Зміст цих дій полягає насамперед у залученні країни до світових організацій та підпорядкованості правилам, що створюють та підтримують такі організації;

– зовнішні фактори регіонального характеру. Сучасний етап розвитку світогосподарських зв'язків характеризується такими двома основними тенденціями, як глобалізація та регіоналізація економіки. Глобалізація як явище сприяє розвитку всіх форм взаємодій між державами, обумовлює створення загальносвітових правил економічної діяльності. Регіоналізація, у свою чергу, спрямована на створення більш тісних та взаємовигідних відносин між сусідніми країнами, що об'єднуються в певні регіональні групи. Для національної економіки, що входить до певного об'єднання, регіоналізація має позитивний вплив через збільшення можливостей для будь-якого обміну між державами відповідного блоку. Для національної економіки, що має економічні відносини з державами, об'єднаними між собою, регіоналізм пов'язується з відчутним негативним впливом. Джерелом такого впливу є ефект переключення зовнішньоекономічних потоків із зовнішніх щодо об'єднання економік на внутрішні в межах об'єднання завдяки створенню більш сприятливих умов для країн, що інтегруються.

Всі групи зовнішніх факторів одночасно впливають на економічну безпеку держави, становлять загрозу для неї та інтересів відповідно зі стратегією розвитку національної економіки. Отже, мета забезпечення економічної безпеки – ліквідувати або мінімізувати такі загрози, а також розвинути наявні потенційні можливості поліпшення стану економічної безпеки.

Аналіз зовнішніх загроз та інтересів в Україні відбувається на основі індикаторів зовнішньоекономічної безпеки, до складу яких входять: частка імпорту у внутрішньому споживанні держави; частка імпорту продовольства у внутрішньому споживанні держави; питома вага провідної країни-партнера у загальному обсязі зовнішньої торгівлі; питома вага сировинного та низького ступеня переробки експорту (промисловості) у загальному обсязі експорту товарів; коефіцієнт покриття імпорту експортом; відношення обсягу експорту до ВВП; відношення обсягу імпорту до ВВП [3]. Основними індикаторами серед зазначених, що висвітлюють загрози для економічної безпеки України протягом останніх років, виступають: по-перше, коефіцієнт покриття імпорту експортом, який при оптимальних межах між 1 та 1,2 становить менше одиниці; по-друге, питома вага сировинного та низького ступеня переробки експорту (промисловості) у загальному обсязі експорту товарів, який при оптимальних межах між 20 та 40 відсотків становить більше 50 відсотків.

Перший із двох показників є результатом об'єктивної потреби держави у відсутніх у необхідній кількості власних енергетичних ресурсах, які складають найбільшу частку українського імпорту і, певним чином, формується за рахунок показників енергетичної безпеки держави. Відповідно, і покращення цього індикатора знаходиться в компетенції енергетичної галузі. На основі аналізу динаміки експортної квоти України очевидна неможливість досягнення покращення коефіцієнта покриття експорту імпортом за рахунок простого збільшення експорту через перебування експортної квоти майже на верхній межі з позицій економічної безпеки, яка складає 50 відсотків ВВП (табл. 2). Щодо питомої ваги сировинного експорту в загальній його кількості, то саме цей показник при правильному впливі на зовнішні фактори (через активне сприяння держави розвитку експорту товарів високого ступеня переробки, як за допомогою внутрішньоекономічних стимулів, так і шляхом налагодження кращих умов доступу відповідних експортерів на зовнішні ринки) може покращувати стан економічної безпеки держави. За результатами досліджень, проведених Світовим банком, визначено, що найбільше сприяють зростанню експорту в країнах, що розвиваються: покращення транс-

портної інфраструктури країни, підвищення ефективності роботи митниць, зниження митних бар'єрів у країнах-партнерах, збільшення ВВП країн-партнерів [4]. Два з чотирьох зазначених чинників є інструментами митно-тарифного регулювання, що підкреслює його значення як інструмента покращення зовнішньоекономічної безпеки країни.

Крім того, слід зауважити, що більшість показників зовнішньоекономічної безпеки України виявились нечутливими до наслідків світової економічної кризи, яка спричинила, по-перше, зниження ВВП у країнах українського експорту, а по-друге, підвищення рівня захисту у країнах-партнерах щодо українського експорту. Як відомо, дія цих двох факторів зумовила скорочення українського експорту майже вдвічі, але, при цьому, розмір експортної квоти жодним чином не позначився на рівні зовнішньоекономічної безпеки, оскільки залишився в межах оптимальних значень. Реальний же рівень зовнішньоекономічної безпеки, безумовно, знизився, що спричинило різке падіння об'ємів національного виробництва і погіршення стану національних експортерів (табл. 2). Ця обставина демонструє потребу доповнення системи індикаторів зовнішньоекономічної безпеки країни саме митними індикаторами, які б відображали зміни у рівні торговельних обмежень українського експорту з боку наших партнерів і допомагали б врахувати вплив таких змін на рівень економічної безпеки держави.

Таблиця 2

Динаміка показників відкритості та національного виробництва України

Роки	2001	2003	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Реальний приріст промислового виробництва, % до попереднього року	14,2	15,8	3,1	7,6	-3,1	-21,9	11,0	7,3
Експортна квота, % до ВВП	55,5	57,8	51,5	44,8	46,9	46,4	50,8	53,8
Імпортна квота, % до ВВП	53,8	55,2	50,6	50,5	54,9	48,1	53,7	59,2
Коефіцієнт покриття імпорту експортом	1,17	1,12	1,03	0,89	0,85	0,97	0,95	0,91

Складено за даними Державної служби статистики України [5].

Додатковою причиною введення митних індикаторів у систему індикаторів зовнішньоекономічної діяльності є необхідність врахування різного впливу на економічну безпеку держави динаміки сировинного імпорту, що не потребує обмеження, та імпорту, що конкурує з національним виробництвом і вимагає певного регулювання. Іншими словами, знаходження індикатора імпортової квоти в межах оптимальних значень не виключає необхідності використання інструментів регулювання зовнішньоекономічної діяльності в регулюючих та стимулюючих для національного виробництва цілях.

Важливим виступає і фактор обрахунку впливу на економічну безпеку змін, що відбуваються в інструментах регулювання зовнішньої торгівлі в контексті зобов'язань, взятих на себе Україною під час вступу в СОТ, а також тих змін, що відбуваються в загальних правилах СОТ у процесі проведення останнього, Доського раунду переговорів. Цей фактор може вплинути як на можливість розвитку високотехнологічного експорту України, так і на зміни неенергетичного імпорту в країну. Вступивши в СОТ, Україна отримала потенційну можливість відстоювати власні інтереси та домагатися скасування неправомірних дій, що є протиріччям міжнародному законодавству, а також впливати на зміни загальних правил міжнародної торгівлі через участь у переговорному раунді.

Підсумовуючи, необхідно зауважити, що розвиток економіки тісно пов'язаний із забезпеченням зовнішньоекономічної безпеки країни. Стійкий розвиток передбачає збереження значень істотних внутрішніх змінних економічної безпеки в певних межах, незважаючи на різноманітні зовнішні впливи. Отже, існуюча система індикаторів зовнішньоекономічної безпеки вимагає доповнення митними індикаторами з метою якісного визначення поточних змін у впливі зовнішніх факторів на економічну безпеку нашої держави.

Виходячи з міжнародного досвіду, норм, правил СОТ, в умовах глобалізації економіки зовнішньоторговельна сфера стає найважливішою галуззю реалізації заходів економічної безпеки держави. В сучасних умовах економічну безпеку України можна визначити як стан надійної та довгострокової захищеності економіки країни від дестабілізуючого впливу зовнішньоекономічних факторів. Таким чином, значення зовнішньоторговельних відносин у системі зовнішньоекономічної безпеки полягає в ефективній реалізації переваг міжнародного поділу праці та інших факторів виробництва, а також забезпеченні стійкого розвитку національної економіки при подальшому розвитку та поглибленні світогосподарських зв'язків. Відповідно, індикатори зовнішньоекономічної безпеки повинні повною мірою висвітлювати сучасні та майбутні зміни у зовнішньоторговельній сфері, які можуть становити загрозу для національної економіки або формувати певні її інтереси. Цій меті слугуватиме доповнення системи індикаторів економічної безпеки України митними індикаторами, що демонструватимуть рівень обмежень у торгівлі як самої держави, так і її торговельних партнерів.

Бібліографічні посилання

1. **Экономическая** безопасность России: общий курс : учебник / под ред. В. К. Сенчагова. – [2-е изд.]. – М. : Дело, 2005. – 896 с.
2. **Райнерт Э. С.** Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными / пер. с англ. Н. Автономовой; под ред. В. Автомова ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом Гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2011. – 384 с.
3. **Методика** розрахунку рівня економічної безпеки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1022.4251.0>.
4. **Gamberoni E.** Aid for trade: matching potential demand and supply [Електронний ресурс] / E. Gamberoni, R. Newfarmer. – Режим доступу : http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/2010/04/05/000158349_20100405090736/Rendered/PDF/WPS4991.pdf.
5. **Офіційний** сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.

Надійшла до редколегії 14.09.2012

В. Й. Куценко

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***ДУХОВНА СУТНІСТЬ ПРИБУТКУ**

Подано філософське бачення прибутку і традиційного способу його досягнення – конкурентної боротьби. Духовна сутність «конкуренції» (лат. *con-curro*) – сумісний рух до взаємодопомоги та співпраці. Істинний сенс прибутку – примноження талантів – результатів, перш за все, духовного труда, наслідком якого буде належний матеріальний статок.

Ключові слова: духовність, економіка, прибуток, конкуренція.

Представлено философское виденье прибыли и традиционного способа её достижения – конкурентной борьбы. Духовная сущность «конкуренции» (лат. *con-curro*) – движение к взаимопомощи и сотрудничеству. Истинный смысл прибыли – приумножение талантов – результатов, прежде всего, духовного творческого труда, следствием которого будет и надлежащее материальное состояние.

Ключевые слова: духовность, прибыль, экономика, конкуренция.

In the article there is presented a philosophical vision of the profit and traditional method of its achievement – competitive activity. Spiritual essence of «competition» (lat. *con-curro*) is concerted motion to the mutual help and collaboration. Veritable sense of the profit is an increase of talents – results, , spiritual creative labour the investigation of which will be the proper financial state.

Keywords: spirituality, economy, profit, competition.

Людство у своєму історичному розвитку пройшло багато стадій соціально-економічних формацій, але досягти сталих довготривалих прибутків вдавалося небагатьом. Величезний капітал, інтелект, ресурси спрямовані на досягнення виключно однієї цілі – отримання якнайбільшого прибутку на якомога більший строк. І все дарма. Філософією грошей, прибутку, матеріальних цінностей та економіки займалися й займаються сьогодні багато вчених у світі: Дж. Міль, К. Маркс [15], А. Сміт, В. А. Канке [11], А. І. Самсін [19], Н. І. Дучинська (людський капітал) [8] та інші. Більшість учених підіймають філософські аспекти грошей з матеріалістичної точки зору, хоча ще в древності перші філософи – Аристотель, Платон, а пізніше апостоли, християнські філософи Ф. Аквінський, Г. Сковорода, послідовники Христа і наші сучасники – духовні люди: Глава Дніпропетровського Центру Духовного Відродження В. М. Смутко [2], І. А. Ільїн [9], д.е.н., проф. А. Міняйло [16], С. З. Гончаров [6], Д. Львов [13], В. Л. Іноземцев [10] та багато інших постійно вказують на істинний сенс життя, істинні вічні цінності – відродження чистоти людської душі, возз'єднання з Творцем, бо *«усе інше (матеріальне) додасться вам»* [1], бо у духовному сенсі гроші не становлять ніякої цінності, а *«торгівля заради прибутку аморальна»*, – справедливо наголошував Ф. Аквінський.

Тому метою дослідження є встановлення істинних цінностей життя, духовної сутності прибутку та шляхів його досягнення.

У чому ж причина нестабільності світового економічного розвитку?

Декарт казав: *«Якби люди розуміли те, що вони говорять, то більшість проблем у світі не існувало б»* [3]. Тобто, треба розуміти сутність слів, знань, духовну сутність сенсу життя (цінностей, що сповідує людина), праці та винагороди за труд. Як писав Платон: *«Знання – ніщо без розуміння їх сутності»*. Тож почнемо з філософії господарювання та його фінансових результатів – прибутку. Більшість країн світу сьогодні перейшли на ринкову (вільну – ліберальну) економіку, коли бізнесмени намагаються бути вільними від влади (навіть від світської), учасників ринку, власного трудового колективу і не вільними (залежними

ми) лише від грошей. Це і є основна причина глибокої циклічності економіки і її фінансових результатів (то надприбутки, то збитки), бо економіка, бізнес, фізична праця заради матеріального збагачення не є сенсом життя.

Класичне визначення ринку таке: **«Ринок – суспільний механізм розподілу матеріальних благ** шляхом добровільного обміну». Тобто, головна мета господарювання (у ринкових умовах – бізнесу) не є створення, творчий труд на благо суспільства, а є продаж, як на базарі, матеріальних цінностей, у більшості своїй вироблених іншими. Тут мова йде виключно про забезпечення людей матеріальними благами, забуваючи, що тлінна матерія є вторинною, матеріалізацією ідеї, слова: *«Спочатку було слово (Боже слово) і слово (людське) було до Бога і Бог був слово»*. Тобто, **місія людини, сім'ї, трудового колективу** і суспільства прийняти слово Істини, звертатися до свого Творця за допомогою у своїй життєдіяльності, щоб бути схожою на Нього за образом життя і подобою. Тоді матеріальні блага будуть забезпечені вірній людині у належному обсязі, бо Бог – люблячий Отець знає, що Його творіння живе у матеріальному світі і має потребу у всьому цьому. Але Бог чекає, поки людина знову повернеться до Нього і почне жити за Істиною: у любові до Бога і ближнього, виконуючи заповіді Христові: *«Шукайте, перш за все, Царство Боже і Правду Його, а все решта (матеріальне) додасться вам»* [1].

Оскільки головна ціль ринкової економіки є прибуток, матеріальне збагачення, то основним її принципом є перевага тлінної плоти над Словом Істини. **Підприємство** у «свобідній» економіці офіційно визнається як *«самостійний господарюючий суб'єкт, наділений правами... з метою отримання прибутку»*. Тобто, ціль трудового колективу, як сім'ї, отримати право бути ні від кого незалежним задля отримання особистих прибутків. Хіба в сім'ї може бути така незалежність і мета? Хіба не виховання людяності на основі духовності ставили за мету наші предки, як основу успіху будь-якої господарської діяльності? Фізична праця, економіка, створення матеріальних благ і фінансового прибутку не є основною цінністю, сенсом життя. Будь-яка праця – це, перш за все, спосіб нашого виховання, а не спосіб заробляння грошей. Сенсом життя є звільнення нашого роду, а значить і нас, від плотської (матеріальної) залежності, зла і смерті. Тому треба бути не незалежним від свого роду (членів суспільства), який перебуває у проклятті за первородний гріх, від Бога – Творця нашого, а бути єдиним з Богом та своїм народом, щоб виконати поставлену нам місію.

Основним законом ринкового способу господарювання є конкурентна боротьба за матеріальні блага. Егоїзм, протиставлення себе ближнім і владі (народу – роду своєму) є супротив промислу Божому, за що йде невід'ємне покарання. Господарська діяльність за таким принципом є неефективною, короткостроковою і безперспективною. Людство розвивається не за суб'єктивними, розумними вченнями людей, а за об'єктивними законами розвитку суспільства. Тому перемога одних у торговельній війні над іншими з часом бумерангом обертається руйнівною поразкою колишнього переможця. За офіційною версією, прибуток – це *«кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, який забезпечується через реалізацію товару»*. Товар же – *«продукт праці, який задовольняє певну потребу людини і виробляється не для власного споживання, а для продажу»*. Цим і користуються деякі фірми, виробляючи чи продаючи соціально шкідливі товари, які самі не вживають. Таким чином, прибуток підприємства має циклічний характер: то є, то нема у залежності від того:

- яку місію передбачає керівництво: егоїстичну меркантильну чи гуманну?
- які способи досягнення мети підприємства: наступальні агресивні стратегії (жорстокої конкуренції) чи мирного співіснування, співпраці та взаємного процвітання?
- яку продукцію пропонує людям: ту, що самі виробники і продавці не споживають через її шкідливість, чи доброякісну, яка сприяє життєдіяльності людей?

Тож, щоб мати стабільний прибуток треба знати його сутність, щоб розуміти, яким чином його можна досягти і використати для подальшого розвитку і благополуччя всіх людей. Якщо розглядати прибуток виключно як матеріальну грошову цінність, то це буде срібололюбство, наслідки якого ми добре бачимо у повсякденному житті. Тому є інша, більш важлива цінність прибутку – нематеріального (примноження морально-духовної культури працівника), який забезпечить і належний матеріальний статок колективу. Для вирішення цієї місії людини їй ставиться завдання – дається ім'я. Кожній людині згідно з її потенціалом Богом даються таланти. Тобто, **прибуток є прибавка, примноження талантів – результату**, перш за все, **духовного творчого труда, наслідком якого досягається і належний матеріальний статок**. У стародавні часи, як ще й до сьогодні, під талантами розуміли здебільшого гроші – цінності матеріального тлінного світу – срібні та золоті монети, які використовувались на вагу, тяжкість (у духовному сенсі – тягар, ярмо срібололюбства). Товарно-грошові відносини, ринкова економіка й були допущені, щоб люди вирішили свою пристрасть до матеріального способу життя. *«Бо треба було, щоб прийшли спокуси»* [1].

Основною умовою досягнення будь-якого прибутку (духовного і матеріального) є створення благочинної сім'ї. Прибуток починається з духовного відродження сім'ї. Прибуток – це, перш за все, плід (результат труда духовного – плоду покаяння) – любов, мир та злагода. Початком плоду є сім'я-сім'я, з якого народжується усе живе: рослини, тварини і потомки батьків. *«Сім'я призначено для посіву (для придбання прибутку)»* [1. Чис., 23:10]. Сім'я-«сім'я – це сіяльник [1. Єрем., 50:16], (який Слово вірне засіває спочатку у серця своїм дітям, а потім у ближніх, це) *початок духовного життя* [1. Іоан, 3:9]. Сім'я (з церк. слов. *семя*) – це і є *син* [1. Бут., 21:23], *діти і внуки* [1. Іс., 14:22], яких батьки мають привести до Істини. Так заново (у дусі) народжується сім'я. Тобто, *сім'я – це середовище, де Слово Боже примножується*» [2]. Примножуючи Слово Істини (проводячи своє життя за Істиною), примножуємо і матеріальні прибавки. Лише тоді з'являється стабільний матеріальний прибуток. Корінь слова «семья» – «семь» з церк. слов. – «лице» (образ). Тобто, члени сімейства стають схожими за образом і подобою Божою і сіють Слово для спасіння від зла, хвороб і смерті тим, у кого є для цього потреба. За це Бог щедро нагороджує Своїх дітей-миротворців будь-яким прибутком – усім необхідним для щасливого радісного життя. Необхідні ресурси і сили для отримання прибутку, знову ж таки, дає Господь, а їх розмір залежить від ступеня нашої любові до Бога та ближнього. Як у сім'ї, так і в суспільстві життєдіальною плодотворною силою є любов один до одного. Іоан Богослов казав: *«Любіть один одного і буде у вас сила»* [1].

Початок духовного життя в сім'ї має бути продовженим у трудовому колективі та в суспільстві в цілому. Задля стабільного забезпечення фінансового прибутку соціально-економічні відносини у трудовому колективі мають будуватися на етично-морально-духовних засадах, а підприємці і працівники мають розглядати свою роботу як спосіб культурного (духовного) удосконалення, творити

добро іншим. Труд має бути безперервним, особливо духовний, який полягає у прийнятті правильних рішень на поставлені життям питання, спокуси. Для цього треба знати духовний закон, основою якого є любов до Бога та ближніх, і виконувати його. Саме звідси народжується постійна відповідальність людини перед Творцем і Його людьми як добра запорука успішної підприємницької діяльності.

Сучасні підприємці все більше починають розуміти значущість благочинної діяльності, корисності суспільству й піклування за інших. На всесвітніх економічних форумах у Давосі весь час лунають пропозиції щодо подальшого впровадження соціальної стратегії філантропії (з гр. *любов до людини*), діючи за принципом: «Спочатку віддати, щоб потім отримати». Фінансово багаті люди потроху перетворюються у меценатів, адже гроші, м'яко кажучи, вже не задовольняють їхніх морально-духовних потреб. Сучасні економічні стратегії мають базуватися на мирному співіснуванні з конкурентами, усіма учасниками середовища та творчої співпраці з ними на засадах довіри і поваги заради взаємного процвітання, що буде сприяти і підвищенню прибутку за рахунок синергійного ефекту (об'єднання). Згадаймо, що «конкуренція», крім негативного свого значення *«суперництва»* й *«ворожнечі»* ще має і позитивний сенс *«зустріч, об'єднання, сприяння, допомога, сумісний пошук, збіг, узгодження»*, бо «конкуренція» з лат. *concurro* – *сумісний біг, рух*. Але, в якому напрямі має відбуватися цей рух: до протистояння (біг зі зброєю для погибелі й руйнування бізнесу й людських душ) чи до мирної сумісної плідної співпраці і розквіту соціально-економічних відносин у трудовому колективі й суспільстві.

Чан Кім у книзі «Стратегія блакитного океану» пише: *«Якщо ви хочете перемогти конкурента, не воюйте з ним»*. Джон Кіллінг у праці «Союз з конкурентом» пояснює, як цього можна досягти: *«...культивуєючи у своїй компанії такий цінний соціальний ресурс як довіра (рівень упевненості однієї людини у чесності іншої), ви вибиваєте опору з-під багатьох хитромудрих атак з боку конкурентів»* [12]. Філософ-економіст Ф. Фукуяма довіру називає *«соціальною благочинністю і створенням благодаті»* [20].

Те, що конкуренти – не вороги, а конкуренція, як співпраця, – благо, починають потроху усвідомлювати все більше вчених і підприємців, які дотримуються моральних принципів господарювання. На проблемі етики й моралі у взаємовідношеннях з конкурентами наголошували М. Власова [5], В. Ю. Рубін [18], Г. Нуруліна [17] та багато інших. Дослідження конкурентів – це, перш за все, знання їхніх достоїнств, позитивних дій та результатів, щоб можна було знайти шляхи співпраці з ними і запозичити з їхньої згоди позитивний досвід у своїй діяльності. Досліджувати треба не слабкості й вади конкурентів, а свої величезні проблеми (у трудовій діяльності, спілкуванні з людьми, учасниками середовища, у дотриманні духовних і світських законів) та причини, що їх спонукали. До позитивних чинників конкурентів, які доречно запозичувати собі, можна віднести удосконалення рівня доброякісності товарів, резерви зниження собівартості та цін, добросовісну конкуренцію, відкриту, чесну інформаційну діяльність тощо.

Основні принципи стратегії інтеграції:

- не допускати конкурентної боротьби;
- йти на компроміси;
- утворювати союзи, спілки, сумісні підприємства юридичні чи неформальні (вертикальну та горизонтальну маркетингову інтеграцію);

- шукати спільні правильні (переважно на основі набутої з досвідом інтуїції) рішення (місію, принципи, мету підприємницької діяльності та способи її реалізації);

- поширювати поінформованість між членами союзу;
- своїм прикладом сумлінного й чесного труда позитивно впливати на партнерів, передаючи їм істинні цінності життя і праці;
- не допускати таємних неетичних, аморальних угод з учасниками середовища;
- не допускати недобросовісної конкуренції з іншими конкурентами;
- розвивати етично-морально-духовні норми у взаємовідносинах з усіма учасниками середовища.

Істинні духовні цінності, неформальні дружні стосунки сприяють довгостроковим, довірливим, партнерським стосункам, що викликає синергійний ефект від об'єднання конкурентів, постачальників та посередників, коли їхній спільний прибуток стає вище від сумарного їхнього прибутку до об'єднання.

На завершення слід навести лейтмотив дослідження д. е. н. В. Л. Іноземцева [10], який справедливо вважає, що *історія цивілізації підрозділяється на три величезні епохи:*

- *доекономічну, коли труд людини розглядався як об'єктивна необхідність для виживання;*

- *економічну (матеріалістичну), з появою товарно-грошових відносин між людьми, засновану на праці як осмисленій діяльності по створенню прибутку і комфортного місця існування;*

- *постекономічну (постіндустріальну, творчу) – перші її ознаки почали заявляти уже зараз із відродженням духовності людей.*

Є різниця між господарською діяльністю і економікою як наукою про організацію ефективного господарства. Розквіт економічної епохи з пануванням науково обґрунтованих товарно-грошових відносин став початком її заходу. Фізична праця поступово витіснятиметься творчістю. Коли творчість на основі духовності відіграє головну роль, там панують інші немеркантильні відносини, значить, там складаються нові закономірності розвитку, діють нові цінності, критерії, системи оцінок, отже, це вже не «економічна людина» Адама Сміта облаштовує свій життєвий простір, а духовна-творча, і не економічне-матеріалістичне суспільство складається сукупністю цих людей, а духовне-постекономічне.

У різні епохи філософи намагалися осмислити **еволюцію** *civitas terrestris* як **рух від природи**, якій люди були тотожні на початку свого історичного шляху, **до Божественного початку**, в залученні до Якого полягає **мета земного шляху людей**. Але, якщо в далекі часи, як писав св. Августин, дві субстанції в людині (зло й добро), ніби два гради в роді людському, існували лише для передбачення Божого, то з кожним новим етапом «прогресу» грань між ними ставала все більш і більш відчутною. Те, що теолог називав «**божественним градом**» («**градом майбутнього**»), нині **породжується прагненням утілити Божественні риси Творця у власній особі**. Не слід забувати слова святого Фоми Аквінського про те, що **зло не може бути абсолютним і самостверджуюче уже тому, що воно є ніщо інше, як лише відсутність Блага**.

Істинний сенс прибутку полягає у примноженні Слова Божого – любові в людині, яка живе для блага інших і безперервно вдосконалюється через спілкування з Богом, свій спосіб життя у сім'ї, трудовому колективі та суспільстві, внаслідок чого забезпечується і належний фінансовий прибуток, де б і ким вона не трудилася. Бог знає, що вона має потребу в цьому.

Бібліографічні посилання

1. **Біблія**. – М. : Российское библейское общество (на церковно-славянском языке). – 1993. – 1658 с.
2. **Днепропетровский Центр Духовного Возрождения**. Основные принципы семейной жизни православных христиан. На основе лекций Смутко Владимира Михайловича. Днепропетровск. – 2010. – 17 с. (Рукопись).
3. **Декарт Р.** Сочинения / Р. Декарт. – М., 1989. – Т. 1.
4. **Большой иллюстрированный словарь иностранных слов**: 17 000 сл. – М. : ООО «Русские словари»; ООО «Издательство Астрель»; ООО «Издательство АСТ», 2003. – 957 с.
5. **Власова М.** Конкуренты объединяются / М. Власова // Маркетолог. – 2007. – № 9.
6. **Гончаров С. З.** О ценностной основе духовно-нравственной экономики России / С. З. Гончаров // Русский экономический вестник. – Екатеринбург, 2001. – С. 36.
7. **Дворецкий И. Х.** Латино-русский словарь / И. Х. Дворецкий. – 3-е изд., испр. – М. : Рус. яз., 1986. – 840 с.
8. **Дучинська Н. І.** Нагромадження капіталу в умовах трансформації економіки України : монографія / Н. І. Дучинська. – К. : ННЦ ІАЕ, 2007. – 400 с.
9. **Ильин И. А.** Собрание сочинений : в 10 т. / И. А. Ильин. – М. : Русская книга, 1993. – Т. 1. – 207 с.
10. **Иноземцев В. Л.** Расколота цивилизация : науч. изд. / В. Л. Иноземцев. – М. : «Academia» – Наука, 1999. – 724 с.
11. **Канке В. А.** Философия экономической науки : учеб. пособ. / В. А. Канке. – М. : Инфра; Высшее образование, 2010.
12. **Киллинг Дж.** Союз с конкурентом: юридический или фиктивный / Дж. Киллинг // Маркетинг. – 2004. – № 3.
13. **Львов Д.** Нравственная экономика / Д. Львов // Свободная мысль – XXI. – 2004. – № 9. – С. 24.
14. **Мазараки А. А.** Философия денег / А. А. Мазараки, В. В. Ильин. – К. : Киевский нац. торг.-экон. ун-т, 2004. – 718 с.
15. **Маркс К.** Капитал / К. Маркс. – Т. III. – 1949. – 928 с.
16. **Миняйло А.** Духовно-нравственная экономика – новый тип хозяйствования одухотворенного православием человека [Электронный ресурс] / А. Миняйло. – Режим доступа : <http://sdruzhie-volga.ucoz.ru/publ/1-1-0-25>
17. **Нурулина Г.** Исламская этика бизнеса / Г. Нурулина. – М. : ИД «Умма», 2004.
18. **Рубин В. Ю.** Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе / В. Ю. Рубин. – М. : Маркет ДС, 2006.
19. **Самсин А. И.** Основы философии экономики / А. И. Самсин. – М. : Юнити-Дана, 2003. – 272 с.
20. **Фукуяма Ф.** Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию : пер. с англ. / Ф. Фукуяма. – М. : ООО «Издательство АСТ» : ЗАО НПП «Ермак», 2004. – 730 с.

Надійшла до редколегії 24.05.2012

Т. М. Пшенична

Чернігівський державний інститут економіки і управління

ГАРМОНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЯКОСТІ І БЕЗПЕКИ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ДО СВІТОВИХ ВИМОГ

Розглянуто стан та тенденції розвитку ринку молока та молокопродуктів, а також можливість адаптації товаровиробників до міжнародних вимог та вимог ЄС щодо якості молока та молочної продукції. Узагальнено можливі шляхи підвищення конкурентоспроможності товаровиробників молочної галузі як на внутрішньому ринку, так і можливість освоєння міжнародних ринків.

Ключові слова: молоко, молочні продукти, конкурентоспроможність, якість.

Рассмотрено состояние и тенденции развития рынка молока и молокопродуктов, а также возможность адаптации товаропроизводителей к международным требованиям и требованиям ЕС, относительно качества молока и молочной продукции. Выделены возможные пути повышения конкурентоспособности товаропроизводителей молочной отрасли, как на внутреннем рынке, так и возможность освоения международных рынков.

Ключевые слова: молоко, молочные продукты, конкурентоспособность, качество.

In the article the the state is considered and progress of market of milk trends, and also possibility of adaptation of commodity producers to the international requirements and requirements of ES, in relation to qualities of milk products. Generalized possible directions of increase of competitiveness of commodity producers of milk industry, as at the internal market and possibility of mastering of international markets.

Keywords: milk, milk products, competitiveness, quality.

Інтеграція України у світовий економічний простір призвела до зростання ролі зовнішньої торгівлі у відтворювальному процесі, посилила вплив кон'юнктури світового ринку на параметри розвитку економіки держави. Оцінка та інтерпретація сучасних тенденцій і нових викликів на світовому агропродовольчому ринку є важливою для забезпечення суб'єктів формування торгової політики відповідною інформацією для мобілізації державних ресурсів на місцевому, регіональному та національному рівнях.

У сучасних умовах зростає необхідність реалізації адекватної аграрної політики, одним із елементів якої є визначення зовнішньоекономічних векторів розвитку агропродовольчої сфери. Торговельна політика держави має сприяти формуванню експортного потенціалу сільськогосподарської сировини і продовольства, рівень якого безпосередньо впливає на ефективність функціонування аграрного сектора економіки [1]. Динаміка зовнішньоекономічної діяльності в молочної галузі України останніх років характеризується нестійкими показниками зростання.

Поряд з цим сучасний стан світового ринку агропродовольчої продукції проявляється у формі зростаючої кон'юнктури, що є сприятливим для нарощування обсягів виробництва продуктів харчування в Україні та їх експорту. Зростання світових цін на молочну продукцію створює додаткові можливості вітчизняним товаровиробникам. Україна має у своєму розпорядженні значний неосвоєний потенціал у сфері виробництва молока, тому доцільно залучати нові довгострокові інвестиції в усі ланки виробничо-маркетингового ланцюга, необхідні для стійкого нарощування експорту. Слід залучати інвестиції не тільки в переробку молока, а й у виробничу та експортну інфраструктури, поліпшувати умови зберігання як сировини, так і готової продукції та вдосконалювати матеріально-технічне забезпечення молочної галузі, інтенсифікувати племінну справу та впроваджувати міжнародні стандарти якості молока.

Теоретичні та методологічні аспекти зростання ролі торговельної політики держави у нарощуванні експортного потенціалу, розвитку ринкової інфраструктури, динаміки міжнародної конкурентоспроможності підприємств знайшли певне висвітлення у працях вітчизняних та зарубіжних учених. Зокрема, основи теорії торговельної політики, зовнішньоекономічної діяльності підприємств та теоретичні аспекти розвитку експортних стратегій висвітлено в роботах Т. Мос-тенської, І. Бураковського, В. Рокочі, Р. Рути та А. Філіпенко. Окремі аспекти розвитку торговельної політики знайшли відображення в роботах В. Будкіна, А. Гальчинського та А. Яновського. Проблеми посилення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств України на світовому ринку надзвичайно важливі як у науковому, так і в практичному аспектах. Однак у питаннях діяльності молокопереробних підприємств в умовах економіки, що базується на засадах відкритого ринку, залишається чимало невирішених проблем, які необхідно детально аналізувати.

Дослідити негативний вплив глобальної економічної кризи на молокопереробну галузь. Визначити передумови економічного зростання та ескалації експортного потенціалу молокопереробної галузі України. Дослідити експортний потенціал України на світовому ринку молока, особливості діяльності молокопереробних підприємств у кризових умовах.

Вступ України до СОТ поєднується як з певними перевагами для національної економіки (полегшення доступу до привабливих світових маркетингових ніш, вигоди для споживачів, підвищення глобального рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств), так і недоліками (необхідність зменшення рівня протекціонізму щодо національного ринку, можливість підвищення вартості життя громадян та зростання рівня безробіття) [2].

За рахунок сприятливих агрокліматичних умов Україна має неабиякий потенціал для розвитку агропромислового комплексу, зокрема у сфері тваринництва: виробництва молока та молокопродуктів. Так, одним із найактуальніших питань на ринку молока України є його експортна спроможність, зокрема до Європейського Союзу, а також перспективи подолання технічних бар'єрів на шляху експорту української молочної продукції. Однак молочна галузь є однією з пріоритетних у харчовій промисловості України, про що говорить те, що серед 30,5 % продукції тваринництва виробництво молока становить 12,1 %. Вхідження України до СОТ і наміри інтегруватись у ЄС потребують чіткого дотримання законів ринкової економіки в агропромисловому виробництві і, зокрема, в системі реалізації молока та молокопродукції за рахунок адаптації товаровиробників до міжнародних вимог та вимог ЄС щодо її якості (масова частка жиру, води, молочного білка; титрована кислотність; індекс розчинності; дозволений вміст сторонніх домішок; вимоги до маркування тощо).

За результатами дослідження ситуації на молочному ринку України можна зробити деякі висновки, а саме, що молочна галузь посідає другу позицію в структурі валового продукту сільського господарства України та повинно забезпечувати виробництво молока в обсягах, що відповідають нормам державної продовольчої безпеки, та мати ресурсний експортний потенціал.

Головні проблеми, які на сьогодні характеризують галузь, є:

- зменшення обсягу виробництва молока в Україні протягом останніх 20 років (з 24,5 до 11,1 млн. тонн);
- вкрай низька якість молока, яка надходить на переробку, що унеможливило виробництво якісної та безпечної молочної продукції у державі.

Так, у 2011 році з усього об'єму молока, прийнятого на переробку, лише 5,6 % складало молоко «екстра» та 32,9 % вищого гатунку, що відповідає середній якості по стандартах ЄС, а решта (майже 62 відсотки) вважається непридатним для переробки. Процес скорочення обсягів виробництва в молочній галузі продовжується та набирає загрозливого для продовольчої безпеки країни характеру. При такому розвитку подій уже за 5–8 років Україна може втратити свій виробничий потенціал у молочній галузі та стати залежною від імпорту молочних продуктів.

Причиною, що зумовило виникнення проблеми, є: стале зменшення поголів'я великої рогатої худоби, в тому числі дійних корів, протягом останніх 20 років. Так, кількість поголів'я великої рогатої худоби зменшилась з 24623 тис. голів у 1991 році до 4426 тис. голів у 2011 році, відповідно корів – з 8378 тис. голів до 2582 тис. голів.

Цей процес обумовлений, по-перше, економічними причинами, а саме, нестабільною ціновою ситуацією, що виникла внаслідок:

- падіння попиту на молочну продукцію на внутрішньому ринку, що пов'язано зі зниженням платоспроможності населення, яке спричинене економічною кризою;
- зменшення об'єму експорту, що пов'язано з низькою конкурентоспроможністю вітчизняної молочної продукції, виготовленої з низькоякісної сировини.

По-друге – низька економічна ефективність галузі, пов'язана з використанням у молочному виробництві застарілих екстенсивних технологій утримання, годівлі, доїння та відтворення;

- відсутність високого рівня спеціалізації галузі на рівні господарюючих суб'єктів;
- відсутність якісного наукового супроводу у справі вдосконалення виробничих процесів;
- низький рівень підготовки фахівців з боку профільних навчальних закладів;
- недосконала система плеїнної справи та неефективний механізм її державної підтримки;
- відсутність послідовної державної підтримки регуляторної політики, спрямованої на стимулювання розвитку галузі.

По-третє – демографічні причини, які обумовлюють швидке скорочення поголів'я в господарствах населення, де утримується близько 80 % поголів'я корів, а саме 1998 тис. голів.

Також значною мірою на цей процес впливають низькі закупівельні ціни з боку переробних підприємств, відсутність стабільної кормової бази у господарствах населення та низька якість молочної сировини.

Цей фактор обумовлений тим, що близько 60 % молока надходить на переробку від господарств населення, яке:

- застосовує ручне доїння, що порушує санітарно-гігієнічні норми;
- не використовує режим охолодження;
- використовує фальсифікацію молока, що дуже складно контролювати в зв'язку з надходженням на заготівельні пункти великої кількості дрібних партій.

І, як наслідок, на переробку надходить низькоякісна або несортова сировина.

Порівняно з іншими галузями молочний бізнес є найменш привабливим з точки зору капіталовкладень, що є гальмом у стабілізації та розвитку всієї молочної галузі, а саме молочного скотарства. Бізнес-проекти будівництва нових ферм та реконструкції існуючих мають високу капіталоемність з тривалим терміном окупності.

Тому, на нашу думку, потрібне вдосконалення нормативно-правових актів України, положень Угоди про технічні бар'єри у торгівлі (СОТ). Обов'язковим є встановлення вимог до молока, продуктів переробки молока та технологічних процесів їх виробництва для забезпечення захисту життя та здоров'я людей, тварин, національної безпеки, охорони довкілля та природних ресурсів, запобігання недобросовісної конкуренції. Гармонізація вимог щодо молока та молочних продуктів з міжнародними стандартами, стандартами Комісії «Кодекс Аліментаріус» і чинного законодавства України, що сприяє усуненню технічних бар'єрів на шляху вільного переміщення продукції на ринок під час взаємного обміну продукцією. Вимоги є обов'язковими для усіх суб'єктів господарювання, які займаються виробництвом, зберіганням, транспортуванням, реалізацією та утилізацією молочної сировини, молочних продуктів, незалежно від форм власності та підпорядкування.

Щоб продукція була конкурентоспроможною як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку, повинні бути визначені вимоги до виробництва молока та продуктів його переробки, що виробляються та знаходяться в обігу в Україні, а також вимоги до їх пакування, маркування, контролю якості готової продукції, її зберігання, транспортування, реалізації та утилізації. Контроль за виробництвом повинен застосовуватися по всьому харчовому ланцюгу, для забезпечення придатності кінцевих продуктів до споживання людьми. Виробництво продуктів переробки молока на рівні переробних підприємств повинно здійснюватися за нормативними документами, в контексті систем контролю на основі принципів НАССР або інших. Організація заходів контролю повинна попереджувати, виключати або зменшувати наявність небезпечних чинників до прийнятного рівня та знижувати вірогідність забруднення. Первинне виробництво молочної сировини повинно здійснюватися з дотриманням санітарно-гігієнічних та ветеринарних норм і правил. Виробник, який здійснює діяльність, щодо виробництва та реалізації продуктів переробки молока зобов'язаний організувати контроль по всьому харчовому ланцюгу за системи НАССР або інших систем забезпечення безпечності і якості (рис. 1).

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що впровадження європейських стандартів у діяльність молочної галузі України потребуватиме від виробників молока і молочної сировини проведення таких заходів:

- здійснення реконструкції існуючих і побудови нових молочних ферм, які відповідали б стандартам ЄС;
- приведення методів і процедур контролю за безпечністю і якістю молочної сировини у відповідність з вимогами ЄС;
- збільшення частки молока гатунку «екстра» у загальному обсязі молочної продукції;
- удосконалення системи професійного навчання персоналу, задіяного у виробництві молочної сировини, молока і молокопродуктів;
- адаптація процедури дослідження води на підприємствах молочної галузі для забезпечення параметрів ЄС.

Крім того, для відповідності вимогам європейського законодавства низку заходів мають здійснити державні органи. Зокрема, необхідно:

- чітко визначити правовий статус ветеринарної та санітарно-епідеміологічної служб з метою уникнення дублювання їх функцій та поліпшення координації між ними;

- підвищити рівень відповідальності виробників молочної сировини за недотримання встановлених вимог;
- привести у відповідність дослідження туберкульозу та програму ліквідації захворювання у господарствах, що постачають молоко для експорту до ЄС до вимог Директиви Ради 64/432/ЕЕС;
- забезпечити офіційних осіб, залучених до контролю підприємств, що працюють на експорт, належними знаннями щодо вимог ЄС з імпорту молочних продуктів з третіх країн.

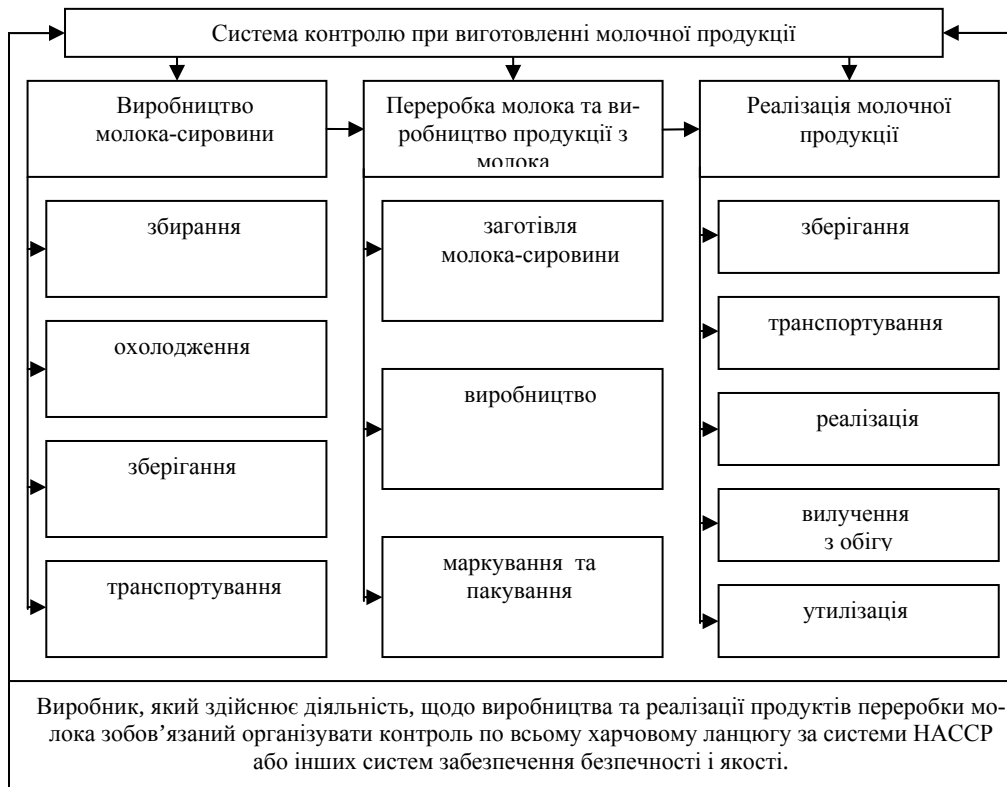


Рис. 1. Система контролю при виготовленні молочної продукції

Готовність чи неготовність виробників молочної продукції та державних органів до здійснення кроків у напрямку імплементації європейських вимог впливатиме не лише на можливість вітчизняних виробників вийти на європейський ринок, а й посісти там відповідну нішу. Від додержання вимог щодо якості і безпечності молочної продукції у майбутньому будуть залежати і конкурентні переваги на внутрішньому ринку.

Законодавство України звичайно потребує удосконалення та доопрацювання у сфері тваринництва, але ці зміни потребують і можливості їх практичної реалізації. Так, наприклад, якість молока, що виробляється в Україні, не відповідає європейським стандартам, що найменше з двох причин. Насамперед тому, що якість сировини не відповідає європейським стандартам. Зміну управління якістю молочної продукції необхідно здійснювати у всьому харчовому ланцюзі «виробництво – споживання», який включає виробництво молочної сировини, її переробку, реалізацію та споживання готової продукції. Другий чинник – устаткування молочних підприємств. Багато молокопереробних підприємств працюють

на обладнанні, яке встановлювалось ще за радянських часів, що не сприяє високій якості продукції. 90–95 % молочних ферм в Україні потребують оновлення та реконструкції. Так само, як і близько 75 відсотків підприємств переробної галузі. Водночас, ще однією перешкодою може стати відсутність в Україні системи виробництва молока, оскільки близько 60 % цього продукту заготовляють у домашніх господарствах. Такої практики в ЄС не існує, тому довести, що за українським молоком є належний контроль, вкрай складно.

При такому стані справ у галузі виникає нагальна потреба розв'язання проблем шляхом розробки та застосування маркетингової діяльності, яка б допомогла вивести молочну галузь на більш конкурентоздатні позиції, як на внутрішньому ринку, так і на зовнішньому.

Але, щоб усе вищерозглянуте втілилось у життя, потрібна досконало проведена управлінська робота, яка буде основана на маркетинговій діяльності. Оскільки маркетинг є одним з найважливіших різновидів економічної і суспільної діяльності, тому, на нашу думку, для українських підприємств необхідне практичне застосування маркетингових принципів для досягнення результатів, достатніх для підтримання своєї конкурентоспроможності.

Відомо, що сутність маркетингу, як управлінської діяльності, полягає в тому, що ця діяльність спрямована на орієнтацію виробництва, створення видів продукції, які відображають вимоги ринку. Під нею розуміють насамперед вивчення поточного і перспективного попиту на продукцію на певному ринку і вимог споживачів до таких характеристик товару, як якість, новизна, техніко-економічні й естетичні показники, ціна. Виходячи з комплексного врахування ринкового попиту, ми пропонуємо складати програми маркетингу товару, де буде встановлюватись верхня межа ціни і рентабельності його виробництва. Далі на основі програми маркетингу буде розроблятися інвестиційна політика підприємства, проводиться розрахунок повних витрат виробництва і визначатися кінцевий результат господарської діяльності підприємства (валовий прибуток і чистий прибуток). Усі ці операції мають бути обов'язковими для підприємства, яке хоче міцно закріпити свої позиції на ринку і продовжувати ефективне господарювання.

Висновки. Діяльність на зовнішньому ринку в останні роки набуває все більшого значення для молокопереробних підприємств України. Обмежені потенційні можливості внутрішнього ринку молочної продукції, досить сильна конкуренція з боку провідних компаній на ринку змушують керівництво вітчизняних компаній шукати нові ринки збуту своєї продукції для максимально повного завантаження виробничих потужностей, зниження на цій основі собівартості продукції (за рахунок скорочення постійних та змінних витрат на одиницю продукції), досягнення за рахунок ефекту масштабу більшої конкурентоспроможності в ціновій сфері та, в кінцевому рахунку, забезпечення стійкої прибутковості підприємства в довгостроковій перспективі.

Таким чином, економічне зростання молочної галузі України за рахунок ескалації зовнішньоторговельного потенціалу визначається розвитком регіональних кластерів з використанням геоекономічних переваг виходу на перспективні зовнішні ринки, забезпеченням оптимальної диверсифікації зовнішньоекономічної сфери, залученням інноваційного потенціалу та застосуванням заходів державного стимулювання експорту. Результати дослідження засвідчили послаблення глобальних конкурентних позицій вітчизняних виробників молочної продукції, що зумовлює необхідність розробки та застосування ефективних державних регуляторних механізмів та вимагає розв'язання проблеми поглиблення регіональної диференціації експорту молочної продукції.

Основними причинами, які змушують молокопереробні підприємства України здійснювати подальше освоєння міжнародних ринків молочної продукції, є такі:

- по-перше, міжнародні ринки молочної продукції відкривають значні можливості для нарощування виробництва, збільшення доходів, отримання додаткових конкурентних переваг за рахунок ефекту масштабу;
- по-друге, вихід на зовнішні ринки дозволить диверсифікувати ризики як комерційного, так і політичного характеру;
- по-третє, освоєння зовнішніх ринків має стати стимулом впровадження міжнародних стандартів якості у процесі виробництва, переробки та реалізації продукції вітчизняної молочної галузі.

Враховуючи ці чинники, нарощування зовнішньоторговельного потенціалу молочної промисловості України є передумовою здобуття вітчизняними молокопереробними підприємствами конкурентних переваг та досягнення економічного зростання.

Для нарощування експортного потенціалу молокопереробної галузі України слід продовжити дослідження механізмів державного управління зі зміцнення інституційної бази у сфері стандартизації, акредитації, оцінки відповідності, метрології та нагляду за ринком молокопродуктів шляхом інтегрування українських інституцій у європейські та міжнародні структури. Слід оцінити перспективи нарощування експортного потенціалу молокопереробної галузі України внаслідок апроксимації технічних регламентів та впровадження міжнародних стандартів на вітчизняну молочну продукцію у рамках вимог СОТ.

Бібліографічні посилання

1. Про затвердження Концепції науково-технічного розвитку галузей агропромислового виробництва України на період до 2015 року від 10 квіт. 2008 р. № 240 : Наказ Міністерства аграрної політики України // Агрокомпас. – 2008. – № 6. – С. 20–21.
2. Світова організація торгівлі (СОТ) – правова та інституціональна основа світової торговельної системи // Українська асоціація імпортерів та експортерів. – Режим доступу : <http://www.uaie.org>

Надійшла до редколегії 19.11.2012

Т. С. Яровенко

*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***ВИДИ ІННОВАЦІЙ В ОСВІТІ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ**

Уточнено трактування категорії «інновації в освіті»; розроблено й обґрунтовано авторський підхід щодо системної класифікації освітніх інновацій за факторами, що включають їхні рівні, властивості та характеристики.

Ключові слова: освітні інновації, сфера освіти, класифікація інновацій.

Уточнена трактовка категории «инновации в образовании»; разработан и обоснован авторский подход системной классификации образовательных инноваций в разрезе факторов, которая включает их уровни, свойства и характеристики.

Ключевые слова: образовательные инновации, сфера образования, классификация инноваций.

In article refined interpretation category «innovation in education»; designed authorship approach classification of educational innovation in factors with accounting's level, properties and characteristics.

Key words: innovation in education, the sphere of education, innovation classification.

Стрімкий розвиток інноваційних технологій стає причиною масштабних освітніх реформ, що перетворюють освіту на продуктивний сектор економіки. В Національній доктрині розвитку освіти зазначено, що в Україні повинен забезпечуватися прискорений, випереджальний інноваційний розвиток освіти шляхом оновлення змісту освіти та організації навчально-виховного процесу відповідно до демократичних цінностей, ринкових засад економіки, сучасних науково-технічних досягнень [1]. Отже, мова йде про впровадження певних інновацій у сфері освіти. З одного боку, система освіти є виробником інновацій шляхом відповідної підготовки майбутніх фахівців, з іншого – сама стає споживачем інноваційних технологій. На жаль, інноваційна діяльність у сфері освіти в Україні характеризується відсутністю цілісності та системності у розробці, обґрунтуванні та освоєнні інновацій. Відсутність однозначних трактувань понять і класифікації інновацій в освіті – одна з головних причин низьких обсягів інвестування в такий вид інновації в Україні.

Дослідження інноваційних технологій в освіті ведуться з кінця 50-х років ХХ сторіччя, у вітчизняній практиці термін «інновація в освіті» почав використовуватися лише у середині 80-х років ХХ століття у зв'язку з процесами перебудови радянської освітньої системи. Проблемам інноваційної діяльності в освітній сфері було присвячено чимало досліджень провідних вчених, серед яких К. Ангеловські, Л. Ващенко, О. Козлова, Н. Артикуца, М. Поташник, О. Арламов, М. Бургін, В. Журавльов, Н. Юсуфбекова, А. Ніколс, Г. Герасимова, Л. Ілюхіна, І. Бежа, Л. Даниленко, І. Дичківська, М. Кларіна, О. Пехота, О. Попова, Л. Подимова, А. Прігожина, В. Сластьоніна, А. Хуторський та інші. Але, незважаючи на велику кількість досліджень у цьому напрямі, й нині відсутні єдині підходи як до визначення поняття «освітня інновація», так і до класифікації інновацій, орієнтованих на освітні цілі, що мають певні специфічні особливості та властивості.

Відсутність системних та комплексних підходів до вирішення цих питань не дозволяє конкретизувати пріоритетні напрями інноваційного розвитку освітньої сфери; розробити «єдиний банк (базу даних)» освітніх інновацій; підвищити ефективність управління інноваціями в освітній сфері, зокрема, організації їх експертизи; запровадити більш раціональні форми фінансування інноваційних проєктів у галузі освіти; здійснювати організацію правового захисту освітніх інновацій як інтелектуальної власності, тощо.

Метою статті є подальший розвиток теоретичних основ інноваційного менеджменту з позицій уточнення категорії «інновації в освіті», а також розробка науково-обґрунтованої класифікації освітніх інновацій, яка системно включати-ме їхні рівні, властивості та характеристики.

Отже, в першу чергу, необхідно визначитися з трактуванням самого поняття «освітня інновація». Незважаючи на численні дослідження, трактування цього поняття в педагогічній літературі та в інноваційному менеджменті, що може бути використано в практичній інноваційній діяльності суб'єктів освітньої сфери, недостатньо розроблене.

Існує декілька підходів щодо визначення поняття «педагогічна інновація». Так, Г. Сиротинко [2] характеризує її як новий педагогічний продукт – результат процесу створення нового, що відповідно оновлює педагогічну теорію і практику, оптимізуючи досягнення поставленої перед суспільством освітньої мети. На думку Р. Юсуфбекова [3], «педагогічна інновація» визначається як зміст можливих змін педагогічної діяльності, що ведуть до раніше невідомого, розвивають теорію та практику навчання, тобто як процес створення, освоєння, використання та поширення нового. В. Загвязинський [4, с. 23] трактує це поняття, як ідеї, підходи, методи та технології, що раніше не використовувалися, та їх комплекс, що несе на собі прогресивний початок, який дозволяє в умовах, що змінюються, досить ефективно вирішувати завдання освіти.

На нашу думку, поняття **«виховна або навчально-виховна система», «система освіти» та «педагогічна система»** не є тотожними і становлять собою різні рівні та структури одного поняття – «сфери освіти». З цієї точки зору «сфера освіти» охоплює аспекти діяльності всіх суб'єктів процесу освіти: тих, хто навчається, здобуває знання з певного напрямку (діти дошкільного віку, вихованці, учні, студенти, курсанти, слухачі, стажисти, клінічні ординатори, аспіранти, докторанти); тих, хто навчає (заклади освіти; наукові, методичні, науково-методичні установи; науково-виробничі підприємства); тих, хто обслуговує навчальний процес (державні і місцеві органи управління освітою та самоврядування в галузі освіти, державні податкові органи, інвестори, роботодавці, банківські установи, що кредитують навчання, тощо).

У дослідженнях (А. Хуторського [5], Л. Даниленко [6]) освітні інновації розглядаються у соціально-економічному, психолого-педагогічному, організаційно-управлінському або науково-виробничому аспектах. Отже, інновації можуть бути впроваджені в самий педагогічний процес з надання знань (у засоби, підходи навчання); в структури, що його забезпечують (у зміст та форми організації управління освітньою сферою, організаційну структуру закладів освіти тощо); а також у механізми засвоєння отриманої інформації.

Тобто, поняття «педагогічна інновація» та «освітня інновація» не є синонімами через те, що «система освіти» та «педагогічна система» мають певні особливості щодо цілей, суб'єктів, змісту діяльності, методів і засобів, організаційних форм та результатів. Зокрема, на нашу думку, «педагогічна система» забезпечує здобуття певних знань, формування конкретних умінь та навичок, а «система освіти» – набуття (засвоєння) знань, умінь, навичок як системи. «Освітні інновації» стосуються системи освіти в цілому, її структур та процесів, які в ній відбуваються; «педагогічні інновації» охоплюють сферу педагогічного процесу (оригінальні методики розвитку різноманітних форм мислення, творчих здібностей, соціально-адаптаційних можливостей особистості тощо). Тобто, «педагогічна інновація» є одним із різновидів «освітньої інновації». Отже, доцільно використовувати поняття «інновації у сфері освіти» або «освітня інновація».

Спираючись на визначення «інновацій» згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» [7], «інновації у сфері освіти або освітні інновації» можна трактувати як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно підвищують якість, ефективність та результативність навчально-виховного процесу. При цьому, основними елементами «освітньої інновації» є її носій (творча особистість), який має певну інноваційну ідею (ядро інновації) та проводить інноваційний експеримент (джерело інновації); споживач інновації – учень або група студентів, слухачів (які здобувають знання з певного напрямку); а також інституції, що забезпечують упровадження інновацій у навчальний процес (заклади освіти; наукові, методичні, науково-методичні установи; науково-виробничі підприємства; державні і місцеві органи управління освітою та самоврядування в галузі освіти). Основними характеристиками, що відображають її як специфічну категорію, є:

- цілеспрямовані зміни, які вносять у сферу освіти нові стабільні елементи (нововведення), що викликають її перехід з одного якісного стану до іншого; тобто не будь-які зміни в освіті є інновації, а лише ті, що провокують зміни цілей і результатів освіти (через її зміст) та зміну способів їх досягнення (через форми, характер та організацію навчального процесу);
- наявність специфічних особливостей, що пов'язані із соціально-психологічними та іншими аспектами педагогічної діяльності;
- інноваційні зміни можуть ініціюватися на будь-якому з рівнів освітньої системи (вчителем, учнем, керівництвом окремої освітньої установи, державними і місцевими органами управління освітою та самоврядування в галузі освіти);
- інноваційні зміни повинні здійснюватися в діяльності та мисленні всіх учасників освітнього процесу;
- інноваційні процеси у сфері освіти повинні бути безперервними та спрямованими на постійне покращання існуючої системи;
- задля забезпечення процесу постійного інноваційного оновлення освітньої сфери необхідно впроваджувати відповідні механізми управління якістю освіти;
- ефективність впровадження певної інновації значною мірою залежить від рівня сприйнятливості до інноваційних змін системи (яка впроваджує інновацію) та наявністю в неї реальних можливостей здійснення (впровадження) інновації (тобто, реалізованості).

Інновація є результатом інноваційного процесу, який визначається як процес використання нововведення, що пов'язаний з його одержанням, відтворенням і реалізацією. Хоча частина дослідників не відносить до «інноваційних» процеси освоєння, використання та поширення освітніх інновацій, обмежуючись визначенням лише діяльності зі створення нового, з практичної точки зору, поняття «освітня інновація» необхідно розглядати як системне. При цьому, на нашу думку, «інноваційними процесами у сфері освіти» будуть процеси пошуку інноваційних ідей; створення (розробки) інноваційних продуктів у педагогічній науці та в системі освіти; їх сприйняття соціально-педагогічним співтовариством та системою освіти в цілому (завдяки теоретичній, методичній, психологічній підготовці учасників); освоєння – засвоєння і застосування (впровадження в практику завдяки розробленню відповідних рекомендацій); поточне використання; оцінювання продуктивності й ефективності та подальше поширення (розповсюдження).

Будь-яка інновація передбачає наявність певного плану реалізації, а також оцінку результатів її здійснення у певних умовах. Таким чином, впровадження інновацій в освітній сфері передбачає розробку «інноваційного проекту» [7] – комп-

лекту документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (у тому числі інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту і (або) інноваційної (у нашому випадку освітньої) продукції. «Інноваційним продуктом» у сфері освіти при цьому можуть бути – концепції, теорії, системи, моделі, методики, технології, методи, прийоми, форми та інше, як у навчальній діяльності, так і в забезпеченні навчального процесу.

Дослідження та ранжування освітніх інновацій пов'язане з певними труднощами внаслідок великої кількості їх видів, тому при дослідженні особливостей і характеристик цієї категорії інновацій вкрай необхідна системна класифікація. Зарубіжні та вітчизняні вчені, такі як А. Пригожин, К. Ангеловські, М. Поташник, А. Хуторський та інші розробили багато підходів до побудови класифікацій інновацій, які здебільшого визначаються їх ознаками, середовищем застосування та спрямованістю. Так, на думку Ф. Валенти [8], інновації можна класифікувати за глибиною змін, що вносяться, та поділити їх на відповідні рівні: нульовий порядок: регенерація первинних властивостей системи, збереження й оновлення її функцій; перший порядок: зміна кількісних властивостей системи при незмінній якості; другий порядок: перегрупування складових системи для поліпшення її функціонування; третій порядок: адаптивні зміни, елементи виробничої системи для пристосування їх один до одного; четвертий порядок: новий варіант, найпростіша якісна зміна, що виходить за межі простих адаптивних змін; первинні ознаки системи не міняються, відбувається деяке поліпшення їхніх корисних властивостей; п'ятий порядок: нове покоління; міняються всі або більшість властивостей системи, але базова структурна концепція зберігається; шостий порядок: новий вид, якісна зміна первинних властивостей системи, первинної концепції без зміни функціонального принципу; сьомий порядок: новий рід, вища зміна у функціональних властивостях системи або її частини, яка міняє її функціональний принцип.

На нашу думку, пристосувати цю класифікацію до інновацій у сфері освіти можна лише частково, адже перші три рівні (порядки) не викликають перехід системи освіти з одного якісного стану до іншого, не провокують зміни цілей і результатів освіти, а також зміни способів їх досягнення. Тобто, мова йде лише про модернізацію, що може підвищувати якість, ефективність та результативність навчально-виховного процесу, але не в істотній мірі. Інноваціями з цієї позиції можуть визнаватися лише інновації четвертого, п'ятого, шостого та сьомого порядку.

Більшість класифікацій є досить загальними через прагнення їх авторів врахувати максимальну кількість можливих ознак інновацій. Крім того, у більшості випадків, у них відсутня системність та ієрархічна побудова, що є основними ознаками класифікаційної системи як засобу встановлення зв'язків між поняттями або класами об'єктів.

На основі аналізу класифікацій, представлених у наукових дослідженнях, розроблено класифікацію освітніх інновацій, що побудована на принципах комплексності та системності (табл. 1). Так, для практичного використання класифікації при аналізі, на нашу думку, її необхідно представити у вигляді ієрархічної системи, що передбачає поділ факторів за етапами здійснення інновацій (виникнення, впровадження, вплив, наслідки). Відповідно з цим розподілом виявляється певне групування інновацій в освітній сфері. Такий підхід ураховує специфіку сфери освіти та особливості її розвитку в сучасних умовах з позицій практичного застосування.

Таблиця 1. Класифікації освітніх інновацій за факторами виникнення, впровадження, впливу та наслідків (авторська розробка)

ФАКТОРИ ВИНИКНЕННЯ											
Економічне значення	Масштаб цілей та період дії	Спосіб виникнення	Шлях розробки	Джерело виникнення	Тип взаємодії учасників педагогічного процесу	Встановлені суб'єкти освіти	Характер нововведень	Основа виникнення	Об'єкт спрямованості	Сфера виникнення	Ступінь використання наукових знань
– новації; – нововведення; – інновації	– стратегічні; – тактичні; – оперативні	– планові (систематичні, періодичні); – стихійні; – спонтанні; – випадкові	– еволюційні; – революційні	– в результаті НТП; – по потребі ринку	– у колективному, груповому, сімейному навчанні, тьюторстві, репетиторстві, ін.	– в розвинутих здібностей учнів і педагогів; їх знань, на-умнь, на-вичок, ін.	– прогресивні, соціально-педагогічні, техніко-технологічні, економічні, естетичні, екологічні, медичні, т.д.	– відкриваючі; – замінюючі; – відмінюючі; – ретранслюючі; – ворогні	– продуктивні; – техніко-технологічні; – економічні; – техніко-технологічні; – економічні; – естетичні; – екологічні; – медичні, т.д.	– педагогічні, методичні, культурні, методологічні, наукові, фінансово-економічні, соціальні-психологічні, юридичні, організаційно-управлінські, інформаційні, медичні, т.д.	Засновані на: фундаментальних, прикладних дослідженнях, існуючих наукових знаннях, комбінації різних типів знань
ФАКТОРИ ВПРОВАДЖЕННЯ											
Джерела фінансування (за рахунок коштів)	Види впровадження	Масштаб впровадження та соціально-педагогічна вага			Сфера впровадження	Тривалість впровадження та дії	Комплексність здійснення	Момент прийняття рішення	За тематикою впровадження	Можливість управління	Ступінь впровадження
– власних, кредитних, інвестиційних, спонсорських, бюджетних, змішаних джерел	– обов'язкове; – вибіркове; – ініціативне	– світові, міжнародні, національні, регіональні, галузеві; в позашкільній, середній, професійно-технічній, вищій освіті; на рівні окремих навчальних закладів, їх типів; у межах навчальної дисципліни (їх групи), на-прямку підготовки (їх групи), групи учнів, у межах професійно-типологічних груп (методичних об'єднань) педагогів, в діяльності одного педагога та ін.			– зовнішні; – внутрішні	– довгострокові; – середньострокові, короткострокові	– прості, комплексні або інтегральні, системні	– в процесі прийняття рішення	– з стрибкоподібним, зростаючим, уповільненим темпом	– регулюючі; – нерегулюючі	– повільно; – швидко
ФАКТОРИ ВПЛИВУ ТА НАСЛІДКІВ											
Зв'язок з іншими інноваціями	Можливість передбачення наслідків	Значення у відтворенні педагогічного процесу			Глибина та обсяг внесених змін	Тип результату	Рівень ефективності та результативності				
– часткові, локальні, або одиничні; – модульні або комплексні; системні	– з передбачуваними наслідками	– споживчі; – інвестиційні			– радикальні (базові, глобальні, масові, фундаментальні); модернізаційні, комбінаторні, поліпшувачі; модифікаційні (псевдоінновації); ординарні	– відкриття, винаходи, раціоналіза-торська пропозиція	– успішні (з високою та середньою ефективністю), – неуспішні (з низькою ефективністю, або її відсутністю)				

Певні види інновацій мають свої специфічні особливості, наприклад, системні інновації, що стосуються радикальних змін в освіті, потребують та породжують інші види інновацій: організаційні, управлінські, економічні, педагогічні, соціальні тощо. Якщо ж рівень новизни частковий, то зміни відбуваються лише в певній функціональній сфері.

Висновки. Розроблений класифікаційний підхід надасть можливість практичного визначення рівня, масштабів, сфер, ступеня змін та наслідків впровадження освітніх інновацій. У сучасних умовах він може бути надійним підґрунтям розробки стратегії та тактики розвитку освітньої сфери, зокрема, механізмів впровадження освітніх інновацій; здійснення оцінювання їх ефективності та впливу на інші сфери народного господарства, що є основою для обґрунтування напрямів інноваційного фінансування; побудови прогнозів показників інноваційної діяльності сфери освіти тощо. Крім того, методологічний апарат інноваційного менеджменту може стати діючим засобом аналізу, обґрунтування і проектування модернізації освіти в Україні, що є характерною рисою сьогодення.

Окрім процесу розроблення інновацій в освіті (методики, форми, педагогічної технології тощо) необхідно забезпечення їх впровадження, засвоєння та подальшого супроводження. Отже, перспективами подальших розвідок у даному напрямку є розробка методології організації інноваційних процесів у сфері освіти та управління ними.

Бібліографічні посилання

1. **Національна** доктрина розвитку освіти. Затверджена Указом Президента України від 17 квітня 2002 року N 347/2002 [Електронний ресурс] // Офіційний вісник України. – 2002. – № 16. – С. 11. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/151.html>.
2. **Сиротинко Г. О.** Інноваційний розвиток освіти: проблеми переходу від теорії до практики / Г. О. Сиротинко // Управління школою. – 2005. – № 1. – С. 15–18.
3. **Юсуфбекова Н. Р.** Общие основы педагогической инноватики: опыт разработки теории инновационных процессов в образовании : монография / Н. Р. Юсуфбекова. – М. : ЦС ПО РСФСР, 1991. – 91 с.
4. **Загвязинский В. И.** Педагогическое творчество учителя : монография / В. И. Загвязинский. – М. : Педагогика, 1987. – 160 с.
5. **Хуторской А. В.** Педагогическая инноватика: методология, теория, практика : науч. изд. / А. В. Хуторской. – М. : УНЦ ДО, 2005. – 222 с.
6. **Даниленко Л. І.** Модернізація змісту, форм та методів управлінської діяльності директора загальноосвітньої школи : монографія / Л. І. Даниленко. – К. : Логос, 1998. – 140 с.
7. **Про інноваційну** діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України ; Верховна рада України. – 2002. – № 36. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
8. **Водачек Л.** Стратегия управления инновациями на предприятии / Л. Водачек, О. Водачкова. – М. : Экономика, 1989. – С. 32–34.

Надійшла до редколегії 09.11.2012

УДК 330.101.541

О. А. Бондаренко

Запорожский институт экономики и информационных технологий

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕПРЕССИЯ 1990-х ГОДОВ В ЯПОНИИ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ ВЛИЯНИЯ НА РАЗВИТИЕ ФИНАНСОВОЙ СФЕРЫ ЭКОНОМИКИ США

Проаналізована проблема накоплення капіталу в процесі функціонування фондового ринку в сучасних умовах. Визначена роль фінансової сфери в економічному розвитку США і Японії.

Ключові слова: капітал, накоплення капіталу, прибуток, робоча сила, фондовий ринок.

Проанализирована проблема накопления капитала в процессе функционирования фондового рынка в современных условиях. Очерчена роль финансовой сферы в экономическом развитии США и Японии.

Ключевые слова: капитал, накопление капитала, прибыль, рабочая сила, фондовый рынок.

The problem of capital accumulation in the process of fund market functioning in modern conditions is analyzed. The article is dedicated to the role of financial sphere in economic development of the USA and Japan.

Key words: capital, capital accumulation, profit, labour power, fund market.

В конце 2008 – начале 2009 года американская экономика пережила очередной циклический спад. В 2009 году в США падение ВВП достигло 2,5 %, в Японии – 5,4, Евросоюзе – 3,9 % [8, с. 18]. Новый финансовый кризис, возникнув в США в 2007 году как кризис рынка недвижимости и производных финансовых инструментов, распространился на Европу и охватил в 2008–2009 годах все другие страны.

Цель статьи состоит в том, чтобы раскрыть некоторые аспекты механизма функционирования фондового рынка в США, исходя из экономического развития Японии в послевоенный период.

Функционирование фондового рынка тесно связано с процессом накопления капитала. В данном процессе ещё возникает понятие инвестиций. Накопление капитала предполагает, прежде всего, получение предприятиями прибыли.

Экономисты А. Смит, Д. Рикардо, Р. Джонс и даже Е. Беём-Баверк в качестве основного источника получения прибыли рассматривали фонд заработной платы. Тогда как Дж.С. Милль, А. Маршалл и Дж. Б. Кларк основные источники образования прибыли связывали с управлением производства, в том числе с инновационной деятельностью.

Становление и развитие фондового рынка, прежде всего, зависит от того, какие источники преобладают в создании прибыли. Многие предприятия и организации в США получают доходы, которые тесно связаны с инновационной деятельностью. Последнее обстоятельство способствовало развитию американского фондового рынка.

Различные аспекты исследования фондовых рынков представлены в работах экономистов: А. Аникина, Н.Воеводской, А. Динкевича, И. Доронина, М. Ершова, Е. Жукова, М. Игнацкой.

В последние три десятилетия XX века существовали две Японии. Одна – хорошо знакомая Западу высококонкурентная Япония. Такие отрасли, как бытовая электроника и автомобилестроение, двигали вперед всю экономику, форсировали экспорт и производительность труда. Это была наиболее известная часть экономики, по которой изучались методы достижения высокого экономического роста. Данные отрасли существовали рядом с другой, менее эффективной экономикой Японии [7, с. 95].

Вторая Япония включала в себя два сегмента. Первый сегмент (сельское хозяйство, химия, промышленно-потребительские товары, медикаменты, все виды услуг) был защищен торговыми барьерами и другими видами государственного регулирования. Многие из них даже в 1990-х годах ещё функционировали под протекцией. Во втором сегменте (торговля, финансы, энергетика, грузоперевозки, телекоммуникации, промышленное строительство, коммунальное хозяйство) неэффективность определялась внутренними факторами. В малопродуктивных отраслях, относительно США, было занято около 2/3 трудоспособного населения. В высокоэффективных отраслях преобладают крупные предприятия, а в менее эффективных – средние и мелкие [7, с. 95].

В Японии, из всех индустриально развитых стран, проявляется значительное влияние государственного регулирования в экономике. Приняв политику монетаризма в экономике, США значительно ослабили государственное вмешательство в экономику. Тогда как в Японии кейнсианская модель по-прежнему функционирует. Возможно, здесь действуют национально-психологические черты населения [7, с. 96].

После Второй мировой войны в Японии была создана совершенно другая модель капитализма. Средства производства здесь принадлежат не богатым независимым капиталистам, а крупным коммерческим группам, которые работают на деньги больших банков. Тогда как их капитал формировался из сбережений простых японцев. Это общество, в котором капиталистические риски и выигрыши коллективизированы – в неповторимом японском стиле [2, с. 115].

Япония стала промышленной державой, производящей более дешевую продукцию, чем её конкуренты. Таким образом, 40-летний бум, превративший Японию во вторую крупнейшую экономику мира, создал крупнейший в мире фондовый рынок и самую дорогую в мире недвижимость [2, с. 117].

В японской экономике доминируют крупные интегрированные компании, обычно объединяющие несколько промышленных и сервисных предприятий (включая банки, страховые компании и торговые дома). Основной формой организации финансового капитала были дзайбацу. Происхождение капиталов последних уходило корнями в феодальную Японию к семьям землевладельцев. «Ликвидация дзайбацу», проведенная американцами в 1945–1947 годах, временно оттеснила семьи дзайбацу от финансовой олигархии, но не воспрепятствовала концентрации капитала. Большинство концернов – это части могущественных финансовых империй «Мицубиси» и «Мицуи». С 1970-х годов большинство (около 80 %) крупнейших нефинансовых корпораций с капиталом, превышающим 10 миллиардов иен, входит в шестерку крупнейших финансовых групп Японии [7, с. 98].

Финансовые группы не имеют юридически оформленной организации. Они состоят из ядра, в которое входят корпорации и банки, связанные взаимным владением акций, и периферии, состоящей из корпораций и концернов с менее устойчивыми связями с ядром.

В 1978 году предприятия, с числом занятых свыше 1000 человек, составляли 0,1 % общего количества предприятий. На них работало 15 % от числа занятых и производилось 24,9 % чистой продукции. Более $\frac{3}{4}$ крупных предприятий (586 из 756) относились к отраслям тяжелой индустрии. Средние предприятия, с числом занятых от 300 до 999 человек, выпускали пятую часть чистой продукции, и на них работало 13,9 % занятых. На мелких предприятиях, с числом занятых от 1 до 20 человек, работало 29 % всех занятых в обрабатывающих отраслях [7, с. 97].

Разница в производительности труда между мелкими и крупными предприятиями в Японии была значительной. В 1976 году производительность труда мелких (до 10 человек) предприятий составляла всего 31 % соответствующего показателя для крупных, т.е. была в 3,2 раза меньше. В США такой разрыв составил 1,4 [7, с. 97].

Вследствие двух «нефтяных шоков» 1970-х годов и «валютного шока» середины 1980-х годов, когда резко вырос курс иены по отношению к доллару, ряд отраслей обрабатывающей промышленности в Японии оказался в трудном положении, особенно материалоемкие производства. В конце 1985 года курс иены вырос на 40 %, что сделало японские товары вдвое более дорогими. К началу 1986 года рост ВВП Японии снизился вдвое. В 1986 году официальная учетная ставка банковского процента понижалась четыре раза – до 3 %. В то время прибыли корпораций уже начали падать, так же как через десять лет это произошло в США. Хотя инвесторы в японской экономике все ещё давили вверх. Снижение учетного процента подстегнуло курс акций [2, с. 120].

Период (1985–1991 годы) называют временем «Бабл» – «пенистой экономики». Японское правительство стремилось переориентировать экономическую структуру и рост на внутренний спрос и сокращать роль экспорта как фактора роста. Такая политика привела к спекуляции земельными участками, акциями и в результате к росту цен.

Обеспокоенный ростом цен на недвижимость, Банк Японии решил поднять процентную ставку. В мае 1989 года, впервые за девять лет, учетная ставка была увеличена с 2,5 до 3,25 %. В октябре 1989 года учетная ставка поднялась до 3,75 %, ставка по краткосрочным кредитам продолжала расти и к концу года составила 6,25 %, т.е. всего на 0,25 % отличалась от ставки, существовавшей в США через десять лет как раз перед началом бума [2, с. 127].

С начала 1990 года в японской экономике имело место резкое падение цен на акции, ценные бумаги и удешевление иены. Показатели по всем трем параметрам уже в I квартале снизились так резко, что появилось даже высказывание о «крушении Токийской биржи». За год (с конца 1989 года по конец 1990 года) цены акций упали на 45 % – на сумму в 400 триллионов иен, что эквивалентно годовому ВВП [6, с. 145].

Такое падение явно не соответствует тенденциям предшествующего периода, когда курсы акций на бирже росли более 10 лет подряд и показатель «Никкэй» (индекс, учитывающий движение курсов акций 225 крупнейших корпораций) увеличился в 8 раз. За все 1960-е годы он поднялся на 74 % – меньше, чем по отдельности в 1988 или 1989 годах. Биржевой бум был связан со структурной перестройкой экономики, экономическим ростом, поддерживался падением нефтяных цен, ростом иены, снижавшимися 9 лет процентными ставками. Хотя определенную роль также играли спекулятивные факторы [6, с. 145].

29 декабря 1989 года индекс *Nikkei Dow* достиг пикового значения – 38915 пунктов. За следующий 21 месяц он упал на 38,5 %. Однако все это время цены на недвижимость в Японии продолжали расти. Только через два года, в 1991 году, цены на недвижимость достигли максимума – на 15 % выше, чем в конце 1989 года [2, с. 127].

Для сравнения: американский фондовый рынок достиг пика почти десять лет спустя – 31 декабря 1999 года. За следующие 33 месяца индекс S&P 500 упал на 45 %, т.е. сильнее, чем в Японии. За тот же самый период цены на недвижимость в США выросли почти так же, как в Японии [2, с. 127].

По всем экономическим и финансовым показателям за 1989 год положение Японии накануне падения фондовой биржи было очень хорошим. Инфляция была незначительной: индекс потребительских цен увеличился на 3 % в год (как и в Америке через десять лет). Уровень безработицы в стране понизился до 2,3 % [5, с. 134].

В конце 1980-х годов рост японской экономики опирался на внутренний спрос – инвестиционный и потребительский. В одной из важнейших составляющих – инвестиционном процессе – вместе с тем проявилось определенное замедление, начавшееся во второй половине 1990 года. Повышение трижды в 1989 году официальной ставки банковского процента (с 2,5 % в мае до 4,25 % в декабре) не могло не отразиться на крупных компаниях, испытывающих нехватку рабочей силы. Кроме того, повышение ставки процента оказало отрицательное влияние на мелкие компании (с капиталом менее 1 миллиард иен), осуществлявших примерно 60 % всех капиталовложений [5, с. 131].

Замедлению инвестиционного процесса в японской экономике во второй половине 1990 года способствовало повышение учетной ставки банковского процента в августе до 6 % годовых (пятое повышение с мая 1989 года). Однако воздействие это было достаточно ограниченным: величина процентной ставки для крупных корпораций играла меньшую роль, чем раньше. Инвестиционные решения в большинстве случаев стали приниматься в зависимости от реальной необходимости, а не от уровня процентной ставки [6, с. 146].

В 1990 году стоимость недвижимости в шести крупнейших городах Японии сравнялась с величиной её ВВП. К концу 1993 года цены снизились в 2 раза, т.е. стали меньше на половину ВВП. Банковское кредитование, расширявшееся в фазе бума и раздувания пузыря, поддерживалось ростом цен на недвижимость. Следующая фаза была очевидна и неизбежна – займы на триллионы иен перестали возвращаться [2, с. 128].

1990-е годы называют периодом депрессии японской экономики. Темпы экономического роста снизились до 1,4 % в год против 4,1 % в предыдущем десятилетии. Если в 1990 году ВВП Японии был равен 38 % от уровня США, то в 1999 году – 32,5 % [7, с. 94].

Летом 2001 года индекс *Nikkei* упал до 10977, т.е. впервые с 1984 года стал меньше отметки 11000. За 11 лет индекс *Nikkei Dow* упал с 40000 до 11000 и, таким образом, владельцы акций потеряли 75 % своих средств [2, с. 135].

Здесь следует отметить определенные параллели в развитии японского и американского фондовых рынков. В Японии в 1970–1980-х годах фондовый рынок поднимался, а уровень сбережений снизился на 10 процентных пунктов. В США произошло то же самое, только с отставанием на десять лет. С 1971 по 1985 год японский фондовый рынок вырос примерно на 500 %. С 1981 по 1995 год фондовый рынок США также вырос на 500 %. В 1990 году японский фондовый ры-

нок сорвался в крутое пике. За следующие 18 месяцев он упал на 30 %. То же самое произошло с американским фондовым рынком через десять лет [2, с. 110].

Вместе с тем, подобная аналогия в развитии фондовых рынков данных стран не может иметь серьезного значения. По масштабам эмиссии ценных бумаг США далеко превосходили другие страны. В последние два десятилетия XX века Япония только приближалась по этим показателям к США [1, с. 41].

Система финансирования экономики Японии в период 1950-х – начала 1970-х годов функционировала под очень сильным, хотя и косвенным, государственным контролем. Министерство финансов и Банк Японии занимались планированием и определением стратегии экономического развития страны, исходя из своего представления о национальных интересах, предоставляя конкретную реализацию этой стратегии частному сектору и сохраняя постоянно сильные рычаги экономического воздействия на него. Такие система и политика обеспечили в указанный период высокие темпы роста экономики, создание мощного экспортного потенциала и решение валютных проблем. Вместе с тем, имелись побочные эффекты в виде некоторой инфляции, перекоса в распределении ресурсов, проявившегося в отсталости сфер экономики, которые не являлись приоритетными. Модель финансирования экономики и макроэкономической политики в этот период может быть охарактеризована как экстенсивная, поскольку решались задачи в первую очередь количественного роста финансовых ресурсов, быстрыми темпами увеличивался государственный бюджет, денежная масса, поддерживавшие с финансовой стороны быстрое экономическое развитие [11, с. 278].

В начале – середине 1970-х годов вслед за резким изменением условий функционирования экономики Японии данная модель переживает серьезный кризис. Продолжение в начале 1970-х годов курса на экстенсивное расширение финансовых ресурсов, в первую очередь денежной массы, привело к усилению инфляции, а сохранение высоких темпов увеличения расходов государственного бюджета – к его большому дефициту. Все это потребовало решительной перестройки как в сфере финансирования экономики, так и в сфере макроэкономической политики [11, с. 278].

Период высоких темпов промышленного роста японской экономики (1953–1973 годы) прежде всего связан с двумя обстоятельствами: высоким уровнем личных сбережений и относительно дешевой рабочей силой. Именно данные аспекты продолжали оказывать позитивное влияние на экономическое развитие Японии в последующие годы.

Экономист Р. Джонс полагал, что существует три обстоятельства, определяющие производительность труда: 1) непрерывность, с которой он затрачивается; 2) искусность, с которой он направляется; 3) сила, которая оказывает ему содействие [4, с. 129]. Единственной, первоначальной, всеобъемлющей и господствующей причиной производительной силы людей является употребление продуктов прошлого труда для увеличения производительности его естественных сил, т.е. затраты капитала [4, с. 142]. Таким образом, капитал представляет собой нечто, сбереженное из дохода, применяемое с целью производства богатства, или с расчетом на прибыль [4, с. 144].

Джонс полагал, что целесообразно разделить капитал, применяемый в производстве, на две различные части – именно, на часть, употребляемую на содержание или оплату рабочих, и на часть, применяемую для повышения производительности труда. Первую часть следует называть поддерживающим или содержащим рабочих капиталом, а вторая часть будет иметь наименование вспомогательного капитала [4, с. 158].

Капитал, авансированный на содержание труда, в одном весьма важном отношении значительно отличается от капитала, употребляемого в качестве вспомогательного. Он должен воспроизводиться в течение того же самого времени, в продолжение которого он потребляется рабочим. Если рабочий занят в течение года на фабрике, то стоимость, производимая им за то же время, что он потребляет свою заработную плату, должна равняться стоимости этой заработной платы с добавлением некоторой прибыли на её сумму [4, с. 159]. Таким образом, основным источником прибыли является фонд заработной платы.

Согласно Р. Джонсу, основными источниками накопления капитала являются заработная плата и прибыль [4, с. 145]. Именно за счет таких источников происходило накопление капитала и, соответственно, экономическое развитие Японии в послевоенный период.

Вместе с тем, интенсивный рост японской промышленности в конце 1980-х годов вызвал нехватку рабочей силы, что углублялось общим процессом старения населения в стране. В 1990 году недостаток в рабочей силе достиг 1 миллиона человек, тогда как ещё в 1988 году её избыток насчитывал 1,5 миллиона человек [5, с. 134].

По мнению большинства специалистов, наиболее слабым местом экономического развития Японии в начале 1990-х годов являлась нехватка рабочей силы. Особенно остро она проявлялась в строительстве, базовых отраслях обрабатывающей промышленности, например, черной металлургии. Кроме того, эта проблема возникла на мелких и средних предприятиях, вынуждая их даже отказываться от заказов. Последние обстоятельства сдерживали расширение выпуска продукции, способствовали её удорожанию, поскольку японские компании ради привлечения рабочей силы стали повышать заработную плату [6, с. 148].

В период депрессии в Японии удельный вес инвестиций в основной капитал сократился в 1,6 раза (1970 год по отношению к 1998 году), а инвестиции в жилищное строительство оставались на прежнем уровне: 5 %. За 1990-е годы государственные инвестиции возросли с 6,6 до 8,2 %, так как частные инвестиции, например, в машины и оборудование, снизились с 19,6 до 13,8 % [7, с. 100]. В течение 1990-х годов государственный долг Японии увеличился с 60 до 150 % ВВП [2, с. 133].

В конце 1980-х годов главной внешнеторговой проблемой Японии являлась острая несбалансированность в торговле с США. Более 30 % японского экспорта в целом, в том числе 45 % вывоза продукции электроники, были ориентированы на американский рынок. Доля ввоза из США составляла 23 % японского импорта. Вследствие такого перекоса торговый баланс с США в данный период сводился к превышению порядка 50 миллиардов долларов и служил источником серьезных противоречий [5, с. 135]. Тогда как из-за экономической депрессии 1990-х годов проблема японской экспортной экспансии в США уже не имела прежнего значения.

В начале 1990-х годов в Японии возник целый ряд причин, в определенной степени сдерживающих расширение товарного экспорта. Во-первых, компании, организовавшие зарубежное производство, уже в меньшей степени были связаны с текущими валютными колебаниями. Во-вторых, многие отрасли стали зависеть от импорта готовых изделий и компонентов. В 1989 году доля готовой продукции в японском импорте, впервые превысив 50 %-ный рубеж, составила 50,3 %. Кроме того, расширение производственных мощностей для увеличения вывоза было ограничено из-за возрастающей нехватки рабочей силы, особенно в экспортных отраслях [6, с. 149].

Именно нехватка рабочей силы явилась основным фактором, связанным с возникновением в Японии экономической депрессии 1990-х годов. Концепция равновесного экономического цикла может являться в некоторой степени теоретической основой для такого вывода. Согласно теориям равновесного экономического цикла, из-за неправильного восприятия колебаний цен и заработной платы на рынке рабочей силы возникает излишек или дефицит, что вызывает, в свою очередь, циклические изменения в производстве и занятости [9, с. 133].

В то же время в американской экономике не возникало таких проблем. В 1990-е годы США значительно превосходили другие страны по темпам экономического роста. В этот период низкая доля вложений в основной капитал в ВВП США была связана с высокой эффективностью накоплений [1, с. 38].

Американская экономика имела большой запас прочности, который был обусловлен не столько ее масштабами, сколько качественными факторами, прежде всего инновационным лидерством США. Достижения научно-технического прогресса 1990-х годов относятся прежде всего к информационным технологиям. В этой области лидировали США.

В 1997 году инвестиции в информационное оборудование в США были в 5 раз больше, чем в Японии. Если в общей сумме капиталовложений удельный вес инвестиций в информатику в 1990 году в США составил 13,3 %, в Японии – 7,3 %, то в 1999 году – соответственно, 33,9 и 12,5 % [7, с. 99]. Поэтому устойчивость американского фондового рынка в конце XX века была выше, чем в 1930-е годы, когда именно обвальное падение биржи в октябре 1929 года положило начало Великой депрессии.

Важным фактором экономического подъема США в 1990-е годы выступила ценовая инфляция активов американского корпоративного сектора. В совокупности с личными потребительскими расходами они выступили важнейшими финансовыми источниками циклического развития экономики США за последние два десятилетия XX века, включая экономический рост 1980-х годов, предопределившего повышенный спрос на акционерный капитал как основную форму богатства, доступный сравнительно большому числу американцев. Спекулятивные операции во второй половине 1990-х годов все в большей степени определяли динамику фондовых индексов, что вело к повышению биржевых индексов и к росту потребительских расходов [3, с. 73].

С середины 1990-х годов в США стал постепенно формироваться новый базовый алгоритм экономического роста, который во все большей степени основывался на ценовой инфляции активов. Причем главным теоретиком эффективности этого механизма ещё в конце 1990-х годов выступил председатель ФРС Б. Бернанке. В последующих работах ряд американских экономистов обосновали тезис о необходимости целенаправленного использования монетарной политики именно для установления режима контролируемой инфляции активов [10, с. 43].

Выводы.

В структуре мировых фондовых рынков абсолютно доминируют США и другие развитые страны, тогда как в странах третьего мира такие рынки ещё формируются. В начале XXI века капитализация компаний США составляла половину капитализации мирового фондового рынка, что явно не соответствовало доле экономики США в мировом производстве и торговле. Высокая капитализация американского фондового рынка являлась не только следствием более высокой эффективности американских предприятий. Высокая стоимость американских компаний также была обусловлена предпочтениями самих участников

рынка, которые рассматривали фондовый рынок США (как облигаций, так и акций) самой надежной альтернативой размещения средств.

На рубеже XX–XXI веков в США рельефно проявилось приоритетное развитие группы наукоемких отраслей и сферы услуг, что позволяло поддерживать устойчивость американского фондового рынка в течение определенного периода времени. Тогда как в Японии вследствие недостаточного развития наукоемких отраслей не было создано таких предпосылок, чтобы поддерживать подъем фондового рынка в стране.

Только высокие личные сбережения могли обеспечить функционирование японского фондового рынка. Однако осуществление накопления капитала и, соответственно, развитие фондового рынка возможны только путем получения предприятиями прибыли. В Японии же, как свидетельствует экономическая депрессия, инновационную деятельность не следует рассматривать в качестве основного источника получения прибыли предприятиями. Таким образом, мировой финансовый кризис 2008 года явился результатом глобальной перекапитализации рынков, а не ипотечного кризиса в США 2007 года, который следует только рассматривать в качестве катализатора разрастания кризисных явлений.

Бібліографічні посилання

1. **Аникин А. В.** Экономика США на исходе века: итоги и проблемы / А. В. Аникин // Мировая экономика и международные отношения. – 1998. – № 11.
2. **Боннер У.** Судный день американских финансов: мягкая депрессия XXI в. : пер. с англ. / У. Боннер, Э. Уиггин. – Челябинск, 2008.
3. **Государственная** экономическая политика США: современные тенденции. – М., 2002.
4. **Джонс Р.** Политическая экономия народов : пер. с англ. / Р. Джонс. – М., 2011.
5. **Корчагина О.** Япония: инвестиционный бум. Экономическое положение капиталистических и развивающихся стран. Обзор за 1989 г. и начало 1990 г. / О. Корчагина. – М., 1990.
6. **Корчагина О.** Япония: стабильный рост экономики. Тенденции мирового экономического развития. Обзор за 1990 г. и начало 1991 г. / О. Корчагина. – М., 1991.
7. **Мозгоев А. М.** Развитие экономики стран Восточной Азии и инвестиционная модель регионов России / А. М. Мозгоев. – М., 2004.
8. **Экономика** в 2009–2011 гг. / Н. Райская, Л. Рощина, Я. Сергиенко, А. Френкель, И. Мальцева, Э. Баранов // Экономист. – 2010. – № 8.
9. **Самуэльсон Пол Э.** Макроэкономика : пер. с англ. / Пол Э. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус. – М., 2009.
10. **Экономика** и управление в зарубежных странах // Информ. бюлл. – 2009. – № 12.
11. **Япония:** смена модели экономического роста. – М., 1990.

Надійшла до редколегії 15.06.2012

УДК 330.341.1:339.9

А. Р. Дунська

*Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»***ВПЛИВ СВІТОВОГО РИНКУ НА ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК
ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

Визначено основні характерні ознаки сучасної світової економіки, досліджено характер зовнішньоторговельної діяльності промислових підприємств України та її вплив на інноваційність підприємств.

Ключові слова: промислове підприємство, світовий ринок, інновація, інноваційний розвиток.

Определены основные характерные черты современной мировой экономики, исследован характер внешнеторговой деятельности промышленных предприятий Украины и ее влияние на инновационность предприятий.

Ключевые слова: промышленное предприятие, мировой рынок, инновация, инновационное развитие.

In the article was identified the main characteristics of the global economy, was studied foreign trade character of industrial enterprises in Ukraine and its impact on innovation of enterprises.

Keywords: industrial enterprise, the global market, innovation, innovative development.

Головною особливістю сучасного світового господарства є глобалізаційні процеси, що пронизують національні економіки і зачіпають окремі господарські одиниці: організації, підприємства, корпорації. Глобалізація як об'єктивна риса сьогодення поділяє світ на два непримиренних табори: один вважає її панацеєю від усіх негараздів у середині країни, можливістю для розвитку національної економіки в умовах світового ринку, інший розглядає її як загрозу для національної безпеки.

Безумовно, глобалізація, як і будь-які інші економічні явища, несе в собі як можливості, так і певні втрати. Це всеосяжна категорія, яка часто розглядається в загальносвітовому масштабі, хоча дослідження та аналіз тенденцій глобалізації в національному або навіть галузевому розрізі є ще більш вагомим і цікавим. Адже національна економіка складається саме з окремих галузей, які фактично є цеглинами для побудови економіки країни. І від якості цих цеглин і фундаменту, який вони складають, залежать потужність і довготривалість основної будівлі, іншими словами – потужність і конкурентоспроможність національної економіки в межах світового ринку.

Основу конкурентоспроможності, як на рівні галузі, так і на рівні окремого підприємства, складають інновації. Саме інноваційна діяльність є тим ключовим важелем, що здатний забезпечити успіх у конкурентній боротьбі вітчизняним підприємствам у межах світового ринку.

Питання інноваційного розвитку промислових підприємств досліджувались у роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед українських науковців слід відзначити праці Ю. Бажала, Л. Федулової, А. Гриньова, С. Ілляшенка [1–4]. В основному, їх роботи присвячені вивченню макроекономічної проблематики інноваційного розвитку, питанням формування інноваційної моделі розвитку економіки нашої країни, що є надзвичайно важливим з огляду на сучасний стан інноваційних перетворень у країні. В окремих наукових дослідженнях [3; 5; 6] проблематика інноваційного розвитку промислових підприємств розглядається в контексті сучасних глобалізаційних тенденцій.

Незважаючи на ґрунтовність підходів до вивчення загальних питань інноваційного розвитку, поза увагою дослідників на сьогоднішній день залишилась

оцінка впливу світового економічного середовища на потенціал інноваційного розвитку сучасного промислового підприємства в Україні.

Отже, метою статті є вивчення можливості інноваційного оновлення українських промислових підприємств за рахунок активізації своєї репрезентативності на світовому ринку.

Розвиток економічних відносин у сучасних умовах зорієнтований на поступову інтеграцію українських підприємств у міжнародні економічні зв'язки. Прогресивні зміни всередині будь-якої країни неможливі без її активної участі у міжнародній співпраці. Самостійність національної економіки не означає її відокремлення від світового економічного простору. Навпаки, подальший розвиток національної економічної системи значною мірою залежить від можливості завоювання вітчизняними підприємствами конкурентних переваг на світових ринках.

Світова економіка сьогодні визначається такими характерними рисами:

1. Глобалізація. Проблеми людства екологічного, соціального та науково-технічного характеру мають сьогодні глобальний характер і вимагають поєднання зусиль різних країн.

2. Інтернаціоналізація. Як процес переростання суспільним виробництвом національних кордонів інтернаціоналізація виробництва на сучасному етапі розвитку світової економіки дозволяє орієнтуватися на більш дешеві ресурси, що дозволяє економити на всіх ресурсах одночасно і забезпечувати високу інтенсифікацію суспільного виробництва. З іншого боку, інтернаціоналізація властива інноваційній сфері у вигляді розповсюдження інноваційних технологій, продуктів, формування глобальної економіки знань.

3. Конкуренції. Світовий економічний простір сьогодні – це висококонкурентне середовище, де конкурують не лише окремі виробники за окремого споживача, а національні капітали за ринкові території. Окрім того, загострюється конкуренція на ринку інноваційної продукції, технологій.

4. Екологізація. В умовах обмеженості природних ресурсів та посилення екологічних проблем у навколишньому середовищі підвищується необхідність соціальної відповідальності промислових підприємств за результати своєї діяльності.

5. Розвиток світового ринку знань. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології дозволяють ефективно створювати єдині світові ринки нових технологій, науково-технічних знань, розширювати міжнародну торгівлю ліцензіями, інжиніринговими та консалтинговими послугами.

6. Первинність «людського фактора» в порівнянні з іншими факторами виробництва. Людина, особистість розглядається не лише як об'єкт, який здатен виконувати певні функції, на перший план виходить розуміння людини як носія інтелекту, знань, досвіду.

Історичний досвід підтверджує вигідність розширення участі країн у міжнародному поділі праці і різноманітних формах міжнародного бізнесу. Закони зростання потреб, поділу праці, економії робочого часу, товарного виробництва та обміну є об'єктивними економічними законами розвитку світової цивілізації, що обумовлюють посилення її цілісності, становлення та зміцнення єдиного світового господарства. Це знаходить своє відображення у розширенні мережі великомасштабних транснаціональних господарських комплексів, єдиних ринків товарів та послуг, капіталів та робочої сили. Згортання зовнішньоекономічної діяльності неминуче призводить до уповільнення соціально-економічного розвитку країни, виникнення складних проблем, які неможливо вирішити не лише в економіці, але і в інших сферах суспільного життя. У зв'язку з цим, в останні роки все більше значення набуває орієнтація вітчизняних підприємств на зару-

біжні ринки з метою стабілізації свого економічного становища. Тому процес глобалізації та інтернаціоналізації господарського життя можна вважати закономірним з огляду на посилення взаємозалежності між країнами і зростаючу схожість їх економік.

Інтеграційні тенденції сучасного економічного простору обумовлюють тісну взаємозалежність національного виробництва і міжнародної торгівлі. Сьогодні практично неможливо навести приклади промислових підприємств, у виробничому циклі яких не задіяні імпортовані складники: обладнання, комплектуючі, напівфабрикати, енергоресурси, сировина, матеріали тощо. Все це, разом із великою кількістю споживацьких товарів, надходить на внутрішній ринок через зовнішню торгівлю.

За даними Держкомстату експорт товарів у 2011 р. збільшився в порівнянні з 2010 р. на 33,1 %, імпорт – 36 %. Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 222 країн світу. У зовнішньоторговельному обороті України переважають 14 країн СНД і Балтії – 62,6 %. Спостерігається тенденція випереджаючих темпів розвитку торгівлі з близьким зарубіжжям завдяки реальному впровадженню режимів вільної торгівлі з цими країнами, зокрема з Росією [7]. Динаміка зовнішньоторговельного обороту України представлена у таблиці 1.

Таблиця 1

Зовнішньоторговельний оборот України, млн. дол. США [7]

Рік	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Зовнішньоторговельний оборот	94 628	123 938	170 746	99 911	129 378	170 962
Експорт	45 874	58 287	78 744	49 301	63 190	82 107
Імпорт	48 754	65 651	92 002	50 610	66 188	88 855

З таблиці 1 видно, що у структурі зовнішньоторговельного обороту України імпорт переважає над експортом. У період із 2006 до 2008 року зовнішньоторговельний оборот постійно зростав та всесвітня економічна криза стала причиною того, що у 2009 році зовнішньоторговельний оборот України скоротився майже вдвічі. Починаючи з 2010 року, зовнішньоторговельний оборот поступово зростає та у 2011 практично досяг кризових показників.

Хоч номінально в нашій країні проголошена експортна орієнтація економіки, наведені вище цифри свідчать про зворотне. Сьогодні ми фактично маємо імпортоорієнтовану економіку, в умовах якої не здатні забезпечити себе певними товарами та послугами і активно закуповуємо їх за кордоном. Звісно, що для кожного учасника світового ринку властиве здійснення як експортних, так і імпортних операцій, проте варто оцінити окрім загальних даних щодо експорту і імпорту, ще і якісну структуру експортно-імпортних операцій.

Розпочнемо аналіз з вивчення головних зовнішньоторговельних партнерів України (рис. 1).

Як бачимо із наведених діаграм, основним торговельним партнером України залишається Російська Федерація, на неї припадає більше третини загальних обсягів торгівлі і загальний товарообіг з Росією постійно зростає.

Традиційно до десятки найбільших зовнішньоторговельних партнерів України входить Китай. Слід зазначити, що головною ознакою двосторонньої торгівлі з початку 2010 року є відновлення обсягів товарообігу та наближення до показників кризового періоду (2008 року). Початок 2011 р. характеризується суттєвим зростанням темпів розвитку двосторонньої торгівлі товарами. При цьому, відновилась тенденція суттєвого превалювання китайського імпорту над показниками українського експорту до КНР.

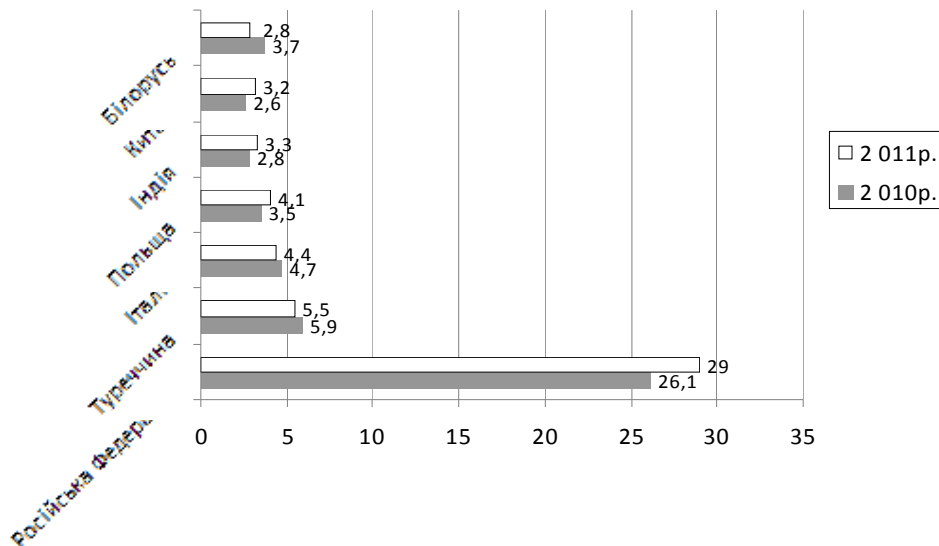


Рис. 1. Основні країни-партнери з експорту товарів, %

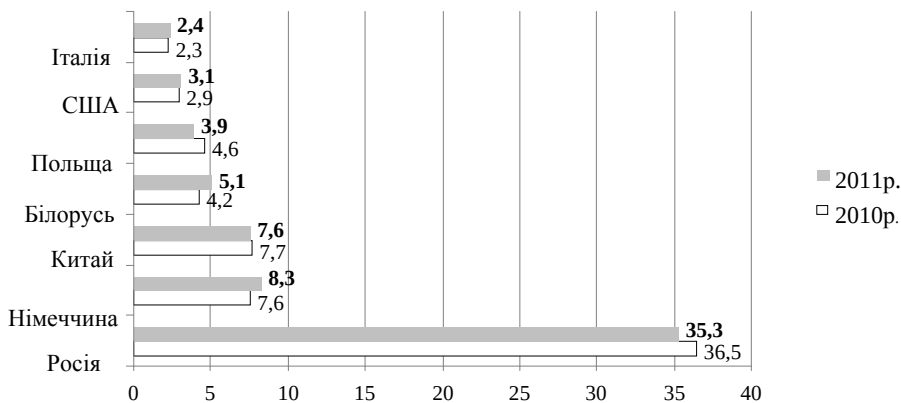


Рис. 2. Основні країни-партнери в імпорті товарів, %

Серед регіонів світу, з країнами яких Україна здійснює зовнішню торгівлю, перше місце посідає Європа: 22,8 % зовнішньоторговельного обороту, в тому числі 22,1 % експорту і 23,4 % імпорту України. Із 40 країн Європи, які торгують з Україною, перше місце належить Німеччині (2,9 % експорту і 6,2 % імпорту), за нею йдуть Угорщина, Польща, Італія (відповідно 2,6; 2,5 і 2,4 % в експорті, і 1,2; 2,7 і 1,8 % в імпорті).

На європейському континенті переважає торгівля з країнами Європейського Союзу, на частку якого припадає 12,8 % зовнішньоторговельного обороту України. Сальдо взаємної торгівлі з країнами ЄС від'ємне. Такий стан торгівлі і, перш за все, випереджаючий темп зростання імпорту, обумовлений:

- реальним наповненням товарами кредитних ліній, що надавались Україні з боку Німеччини, Італії, Франції та ЄС у цілому;
- збереженням низки торговельних обмежень для товарів з України;
- низькою ефективністю використання українськими підприємствами торговельних преференцій ЄС.

Країни Азії посідають друге місце у зовнішній торгівлі України (18,4 %), сальдо торговельного балансу з ними додатне. Серед 41 азіатської країни, що ведуть торгівлю з Україною, перше місце посідає Китай.

У торгівлі України товарами з 37 країнами Америки (4,1 % у зовнішньоторговельному обороті) виділяються США (2,5 % в експорті і 3,1 % в імпорті України), а також Бразилія, Канада, Аргентина, Чилі, Венесуела, Перу.

Проведений аналіз показав, що зовнішня торгівля з економічно розвиненими країнами характеризується від'ємним сальдо, а додатне сальдо спостерігається в експортно-імпортних операціях з тими країнами, які знаходяться приблизно на однаковому з Україною рівні економічного розвитку, або навіть поступаються їй.

Зазвичай економічно розвинені країни належать до категорії так званих країн-інноваторів, для них властива інноваційна модель розвитку, в економіці цих країн велика частина підприємств активно займаються інноваційною діяльністю, суттєві кошти спрямовуються на розробку нових технологій, товарів, здійснення організаційно-управлінських інновацій, значна частка державних коштів спрямовується на дослідження та розробки, науку та освіту. Для товарних ринків таких країн характерна висока питома вага інноваційної продукції.

Враховуючи сучасний стан інноваційної діяльності в Україні, ми не можемо запропонувати цікаві інноваційні товари більш економічно розвиненим країнам. Тому, з одного боку, наша країна імпортує із інноваційно активних країн товари з високим рівнем доданої вартості, які не здатна виробити в державі, а з іншого боку, експортує в менш економічно розвинені країни товари з низьким рівнем переробки і доданої вартості.

Товарно-структурний аналіз зовнішньої торгівлі України свідчить про низький рівень інноваційності українського експорту. Так, за результатами 2011 р. експорт товарів до Китаю збільшився за рахунок поставок руд та концентратів залізних, органічних, хімічних сполук, жирів та олій тваринного або рослинного походження, Індії – за рахунок поставок жирів та олій тваринного або рослинного походження, чорних металів, добрив, Польщі – за рахунок поставок чорних металів, руд, залізних концентратів.

Для України характерні низькі показники експорту високотехнологічних товарів та послуг. Це віддзеркалює недосконалу структуру конкурентних переваг української економіки, яка базується передусім на цінових факторах та порівняльних перевагах у вартості природних ресурсів та робочої сили. При цьому не використовуються належним чином наявні високотехнологічні можливості окремих галузей промисловості.

На рис. 3 видно, що обсяги експорту металургійної галузі практично в 2 рази більші, ніж обсяги експорту машинобудування, причому питома вага інноваційно активних підприємств у металургії становить 14 %, а в машинобудуванні – 22 %, питома вага реалізованої інноваційної продукції в металургії становить 3,7 %, а в машинобудуванні – 10,5 %.

Недовикористання інноваційного потенціалу таких галузей промисловості як машинобудування призводить до недосконалої структури експорту і відповідно до від'ємного сальдо зовнішньої торгівлі України.

Сьогодні наша країна орієнтується швидше на отримання короткострокових результатів від здійснення експортно-імпортних операцій і практично не враховує вимоги світового ринку в напрямку підвищення інноваційності промислового виробництва. Українська промисловість потерпає від морально застарілого та неякісного обладнання, застарілих технологій, неефективного управління та інших проблем. Тому доречно створити такі умови в країні, які будуть сприятливі для поглиблення інвестиційних процесів, зокрема, для активного залучення іноземних ін-

вестицій, спрямованих на інноваційне оновлення промислових підприємств. При цьому, вони не повинні створювати політичну чи економічну залежність для держави. Однак, як свідчить статистика, надходження ПІІ на підприємствах промисловості зосереджено 31,4 % загального обсягу прямих інвестицій в Україну, у фінансових установах – 32,5 % [8]. Тобто фінансові установи займають, хоча із невеликою різницею, проте лідируючу позицію. Для розвитку економіки має бути навпаки.

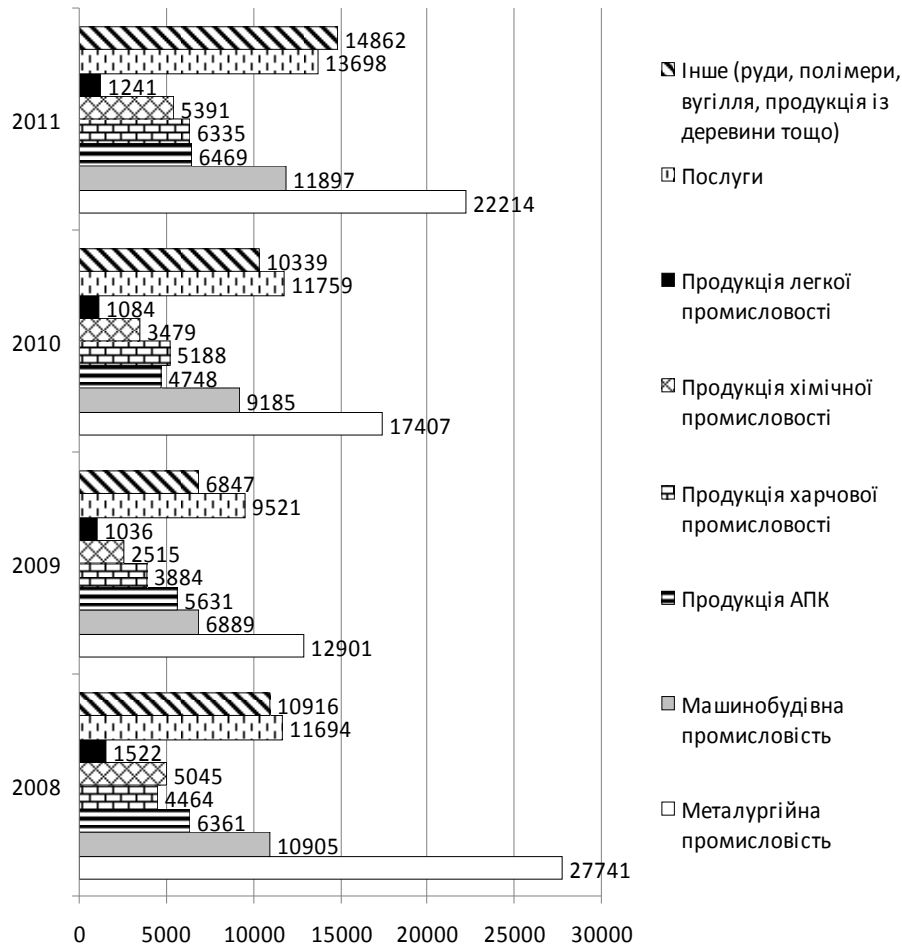


Рис. 3. Структура експорту з України за 2008–2011 роки

Одним із аспектів створення прозорого бізнес-середовища і пожвавлення інвестиційного клімату є участь України в міжнародних організаціях. Так, набуття Україною у травні 2008 р. членства в СОТ надало можливість Україні стати рівноправним партнером на світових товарних ринках: були скасовані окремі обмеження та лібералізовані умови доступу на зовнішні ринки для цілої низки українських товарів металургійної, хімічної, машинобудівної галузей та сільського господарства.

Однак участь у СОТ не змінила структуру експорту та імпорту в якісному аспекті. Необхідно враховувати, що хоч СОТ забезпечує нормативно-правову базу для стимулювання участі у міжнародній конкуренції, але, поряд з цим, участь у СОТ

може мати і негативні наслідки для економіки: згорання виробництва, збільшення імпорту тощо. Запобігти цьому можна лише за рахунок підвищення конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств на інноваційній основі, що, в свою чергу, сприятиме міжнародній співпраці українських підприємств.

Отже, можна зробити висновок, що українській промисловості на даному етапі необхідний сильний поштовх для інноваційного розвитку. Таким інерційним важелем для стимулювання інноваційної діяльності на промислових підприємствах України може стати прагнення активно інтегруватися в світовий економічний простір, намагання країни не лише пристосуватися до вимог світового ринку, а й стати повноцінним його учасником, прагнення отримати результати в довгостроковій перспективі, а не орієнтуватися на короткострокові вигоди. Система державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності активно використовує адміністративні важелі для досягнення балансу експорту та імпорту, такі як спеціальні митні тарифи, політика протекціонізму, але це не сприяє здоровій конкуренції та розвитку підприємств.

Українські підприємства часто просто не можуть вийти на світовий ринок через жорсткі умови конкуренції у кожній ніші. Тому увагу необхідно зосередити саме на побудові потужних конкурентних переваг, адекватних вимогам світового ринку. Такі конкурентні переваги необхідно базувати на прогресивних, проривних інноваціях, які не лише дозволяють отримати значні фінансові результати, а й сприятимуть оптимізації структури експорту нашої країни і, в кінцевому результаті, отриманню позитивного сальдо зовнішньоторгового обороту.

Для досягнення зазначених результатів на промислових підприємствах необхідно розробити методологічну базу для формування інноваційного механізму розвитку промислових підприємств і розпочати активне впровадження зазначеного механізму на підприємствах. Такий механізм дозволить посилити конкурентні позиції промислових підприємств на світовому ринку, вирішить проблему низької технологічного експорту. Але проблематика формування інноваційного механізму розвитку промислових підприємств – це питання подальших досліджень.

Бібліографічні посилання

1. **Бажал Ю. М.** Економічна теорія технологічних змін : [навч. посіб.] / Ю. М. Бажал. – К. : Заповіт, 1996. – 240 с.
2. **Інноваційний** розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / Л. І. Федулова [та ін.] ; ред. Л. І. Федулова ; НАН України, Інститут економічного прогнозування. – К. : Основа, 2005. – 550 с.
3. **Гриньов А. В.** Управління інноваційним розвитком промислових підприємств у глобальному середовищі : [монографія] / А. В. Гриньов, Т. В. Деділова ; Харківський національний автомобільно-дорожній ун-т. – Х. : ХНАДУ, 2008. – 148 с.
4. **Ілляшенко С. М.** Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи : [навч. посіб.] / С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2003. – 278 с.
5. **Дмитренко М. А.** Інноваційний розвиток України в умовах глобалізації й інформаційної революції / М. А. Дмитренко ; Національний педагогічний ун-т ім. М. П. Драгоманова, Інститут дослідження проблем держ. безпеки. – К. : Знання України, 2009. – 339 с.
6. **Дацій О. І.** Інноваційна модель розвитку економіки України в умовах глобалізації : монографія / О. І. Дацій, М. В. Гаман, Н. В. Дацій. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 368 с.
7. **Зовнішньоекономічна** діяльність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.
8. **Інвестиційний** клімат в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mfa.gov.ua/mfa/ua/publication/content/57850.htm>.

Надійшла до редколегії 03.09.2012

В. В. Македон*Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля***РОЗГОРТАННЯ МЕТАКАПІТАЛІЗМУ В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РИНКОВІ ПРОЦЕСИ В УКРАЇНІ**

Досліджуються питання розвитку концепції метакapіталізму у системі світової економіки, ролі електронного бізнесу в оптимізації ринкової діяльності міжнародних компаній та визначення впливу цих процесів на трансформацію національної економіки України.

Ключові слова: метакapіталізм, метаринок, ринкова трансформація, електронний бізнес, міжнародна компанія, «B2B», бренд-компанія.

Исследуются вопросы развития концепции метакapиализм в системе мировой экономики, роли электронного бизнеса в оптимизации рыночной деятельности международных компаний и определения влияния этих процессов на трансформацию национальной экономики Украины.

Ключевые слова: метакapиализм, метарынок, рыночная трансформация, электронный бизнес, международная компания, «B2B», бренд-компания.

In the article the questions of development of conception of metacapitalism are investigated in the system of world economy, roles of electronic business in optimization of market activity of international companies and determination of influence of these processes on transformation of national economy of Ukraine.

Keywords: metacapitalism, metamarket, market transformation, electronic business, international company, «B2B», brand-company.

Існуюча модель бізнесу міжнародних компаній в умовах світової економіки зазнає фундаментальних змін у повній відповідності з основним постулатом дарвінізму: компанія або адаптується до нових умов, або гине. На думку міжнародної громадськості, світовий бізнес зараз будується і розвивається абсолютно по-новому, і це не дивно. Проте найбільше вражає висновок про те, що період, відведений на трансформацію бізнесу, дуже короткий – всього декілька років, і саме його ми зараз переживаємо. Деякі компанії (наприклад, «Cisco Systems») вже вступили в процес електронної революції і претендують на роль лідерів нової економіки XXI століття. Іншим, зокрема компаніям із галузей важкої промисловості, ще належить усвідомити величезні можливості бізнесу, відкриті Інтернетом. Але, поза сумнівами, вихід на рівень «B2B» не обійде стороною жоден сектор світової економіки, оптимізує весь ланцюжок відносин постачальник-споживач, забезпечить надєфективність і призведе до вибухового зростання світових ринків капіталу.

Коло питань, присвячених метакapіталістичним процесам у світовій економічній системі та трансформаціям у ринковій та виробничій політиці провідних корпорацій світу під впливом електронної комерції, розглядається в роботах таких вчених, як Д. Белл, В. Белов, П. Бергер, М. Джордж, М. Кононов, В. Майклс, Ю. Макогон, Г. Мінс, П. Параісо, Є. Пашко, М. Сафрончук, О. Субботін, С. Хантінгтон, Д. Шнайдер.

Водночас величезний інтерес мають дослідження щодо впливу електронної революції на країни, що розвиваються та мають систему національної економіки, що трансформується. Саме до таких країн належить і Україна, і неможливо оминути увагою питання інтеграції національної економіки України до системи світового господарства та підхоплення її провідних тенденцій, до яких саме і належить метакapіталізм.

Метою даної статті є необхідність визначення умов появи та розвитку метакapіталізму та метакapіталістичної трансформації в системі світової економіки,

дослідження впливу метакапіталізму на галузеву політику провідних компаній світу та зміні їхньої стратегічної та технологічної орієнтації під впливом Інтернету. Також визначення можливого позитивного ефекту від впливу метакапіталізму на розвиток ринкових відносин в Україні та отримання можливих конкурентних переваг у тих галузях, які найбільш готові до переходу до політик нового інституційного напрямку у світовій економіці.

В країнах західного світу традиційні короткострокові джерела зростання близькі до вичерпання. Технологічні лідери корпоративного сектора світової економіки бачать нові перспективи зростання в метакапіталістичній трансформації. Найважливішою складовою глобальної трансформації є перехід до метаринків на базі новітнього етапу розвитку інформаційних технологій у сфері «B2B» (бізнес для бізнесу). Революція в електронному бізнесі саме на рівні «B2B» трансформує світові компанії-лідери в усіх галузях і в усіх країнах. Завдяки цьому виникають нові сфери і напрями конкуренції при використанні переваг новітніх і технологій, які постійно здешевлюються.

Завдяки стрімкому розвитку «B2B»-електронної комерції сучасні високотехнологічні компанії перетворюються на інтелектуальний центр інтеграції виробничого циклу і все більше відмовляються від діяльності, що вимагає фізичного капіталу. Такі компанії стають носіями нової філософії бізнесу [4].

Важливо підкреслити, що експоненціальне зростання інформаційних технологій у світовій економіці супроводжується критичним зниженням їхньої вартості. Такий ефект, за прогнозами фахівців, може викликати (і вже викликає на рівні окремих країн і галузей) революцію в темпах економічного зростання, в масштабах відтворення національного багатства в усіх причетних до цього процесу країнах.

Що дає для української моделі економічного розвитку розширене впровадження і використання новітніх технологій, передусім інформаційних, і підключення у світову мережу? Чим обернеться для української економіки бурхливе формування і розвиток метаринків у світі? Україна має достатній запас людського капіталу та інших можливостей для отримання позитивного ефекту. Глобальна трансформація економічних відносин на метаринкові дасть можливість для української економіки змінити не лише масштаби, але й досягти принципово нової якості зростання. Включення України в процес метаринкової трансформації, на наш погляд, допоміг би вирішити тупикові проблеми, що гальмують перехід країни до повноцінної розвинутої ринкової економіки і стійкого зростання. Цей процес повинен проходити через механізми формування метаринкових відносин, що широко спираються на інформаційні технології як в області виробництва, так і в сфері «уряд – електорат», що зробило б державне регулювання ефективним чинником економічного розвитку України.

Вітчизняні фахівці та державні діячі постійно говорять про перехідну економіку, про трансформаційний спад і трансформаційну депресію, тоді як міжнародне співтовариство вже визнало Україну країною з ринковою економікою, де протягом кількох років спостерігається позитивна динаміка ВВП. Насправді в українській економіці ще наявні ознаки перехідності, або незавершеності переходу до ринкової організації економічних відносин. До них можна віднести такі елементи. По-перше, несформованість конкурентно-ринкових відносин у реальному секторі. По-друге, зберігається тенденція домагатися переваг в отриманні прибутку (або зростання доходу) не за рахунок зниження витрат і підвищення ефективності виробництва, управління, нових технологій, а за рахунок неринкових

(чи псевдоринкових) відносин. Неекономічна мотивація досягнення конкурентних переваг все ще сильна і розвивається у сфері відносин політичного і адміністративного торгу. По-третє, структура економіки країни не раціональна і зберігає добре відомі перекося командно-адміністративної системи, не адекватна досягненням сучасного ринку [2].

Критично велика частина ВВП все ще створюється за рахунок екстенсивної експлуатації металургійного та хімічного комплексу. Його питома вага в промисловості зростає при відносному зниженні частки оброблювальної промисловості, продукції високотехнологічних галузей.

По-четверте, неефективна структура власності, яка має перехідний характер. Висока динаміка перерозподілу прав власності при непрозорості процедур її закріплення і відчуження серйозно послабляє результати приватизації, не приваблює інвесторів та не дає сформуватися ефективному власникові. Зберігається штучна збитковість, нерентабельність підприємств. Стимули модернізації виробництва підриваються відсутністю платоспроможного внутрішнього попиту і високими транспортними, а також трансакційними витратами.

П'ятою і найважливішою ознакою незавершеності переходу до ринку є незавершеність інституціональної трансформації: не сформувалися поведінкові інститути ринкового типу, що, до речі, є значною перешкодою у формуванні ефективного власника. У діях економічних агентів відсутньою є ринкова цільова орієнтація і підприємницька функція, тобто прагнення до прибутку шляхом підвищення ефективності, оптимізації виробництва, його організації і управління, зниження витрат, і так далі [1].

Перераховані чинники впливають на якість державного регулювання. У економічній політиці переважають рішення, які лобіюються груповими інтересами фінансово-промислових груп, що відводять убик від розвитку конкуренції, реалізації програм науково-технічного розвитку, інноваційної політики і таке інше. Звичайно, усе це негативно позначається на темпах і якості економічного зростання. Проте чи можна назвати економічним зростанням позитивну динаміку ВВП останніх років в Україні? Чи можна говорити про завершення трансформаційного спаду або про перехід до трансформаційної депресії?

Необхідно зазначити, що економічний спад України з 1992 до 1996-97 рр. мав трансформаційний характер. Його причини досить різні:

- зміна «правил гри», включаючи приватизацію;
- розрив виробничих зв'язків на міжрегіональному і регіональному рівнях, переорієнтація регіонів на зарубіжних партнерів і небажання або неможливість працювати з традиційними контрагентами через «правову несумісність» на міжрегіональному рівні;
- на початковому етапі трансформації – криза неплатежів, яка паралізувала виробництво, високі темпи інфляції, проблеми грошового обігу, а також взаємодії фінансових і реальних ринків;
- зміна моделі поведінки або поведінкових інститутів [2].

Усі ці проблеми вирішуються дуже повільно у порівнянні з очікуваннями реформаторів, що цілком природно: не можна точно врахувати ступінь інерційності і лаги інституційних зрушень, – про це свідчить світовий досвід. Звичайно, виходячи з теорії перехідної економіки, що ґрунтується на практичних спостереженнях економістів, можна говорити про різні темпи інституційних і економічних перетворень (про різні темпи трансформації). Можна зробити висновок, що економічний розвиток потрапив у так звану трансформаційну пастку. Для таких

країн з перехідною економікою, як Україна, які еволюційним шляхом дуже довго йтимуть до цивілізованого ринку, або рухатимуться по замкненому колі, не виходячи з інституціональних пасток, вихід можна бачити в наступних кроках.

Необхідно, на наш погляд, створювати канали (технологічні, інформаційні, інституціональні) для проникнення ринкових відносин, механізми формування і розвитку ринкового середовища, формувати попит на ринкові поведінкові інститути. Створення системи таких мережевих каналів допоможе розвитку ринкового менталітету і адекватної ринкової поведінки в усіх сферах ухвалення економічних рішень, а не в окремих сегментах фінансового ринку, як зараз. На наш погляд, це дасть цілеспрямований імпульс розвитку ринкових відносин у реальному секторі. Причому там, де це можливо, ринкова координація вже відразу піде на рівні переходу до метакapіталістичних відносин, які все ширше й активніше проростають крізь систему традиційних ринків західних країн. Одночасно і автоматично розвиватиметься зв'язок реальних ринків з фінансовими.

Таким чином, підключення до метакapіталістичних відносин країн з перехідною економікою може створити екзогенну систему проникнення сучасних ринкових відносин, що ендogenно реалізуються в перехідних системах, передусім на мікро- і неоінституційному рівнях.

Метакapіталістичні ринки (метаринки), і як метаринкові технології, реалізуються в сучасних галузях промисловості, а потім створюються та реалізуються можливі шляхи і сфери підключення до метаринків промисловості перехідних економік, зокрема економіки України. Необхідно підкреслити, що відмінні риси метакapіталістичних відносин – екзогенність і глобальність. Незважаючи на модний нині розвиток ендogenних теорій економічного зростання, саме екзогенний технологічний чинник, що самовідтворюється і саморозкручується, розвивається з дуже великою часткою об'єктивності, незалежно від бажань уряду, організованих груп інтересів, економічних експертів і волі підприємців. Кардинально змінюючи організацію бізнесу, екзогенний технологічний чинник породжує безпрецедентну для сучасної розвиненої світової економіки норму прибутку. Саме цей сигнал спрямовує волю підприємців, які, вичерпавши можливості традиційного бізнесу, все більш охоче включаються в кардинальну перебудову управління бізнес-процесами. Як в епоху «золотої лихоманки», вони захоплені можливостями метаринку, що обіцяє вибухове економічне зростання і різке підвищення добробуту [11].

Ще одна характерна риса – безперервність координації і бізнес-процесів, модульність бізнесу (структури, зв'язків, ланцюжків постачальник-споживач і так далі), а не дискретність змін, як на звичайних ринках. Інакше кажучи, – постійний стан перехідності на мікрорівні як форма нормального існування або розвитку, що, власне, і забезпечує підтримку безпрецедентно високої норми прибутку в порівнянні з можливостями «спокійного» (рівноважного або стабільного) ринку.

Третя характерна риса, пов'язана з глобальністю і екзогенністю метакapіталістичних відносин, – транстериторіальність і транссистемність, тобто охоплення процесом метакapіталізації виробників з будь-яких соціально-економічних систем. Очевидно, принцип транссистемності виводить проблему форм власності і їх ефективності за межі критичних [9].

Визначимо, в чому полягає сутність метаринкових, або метакapіталістичних перетворень. Передусім, на рівень рушійного локомотиву галузі або сегмента ринку виходить бренд-компанія. Виводячи виробничі процеси за межі своєї організації, вона вивільняє сили для концентрації тільки на «мізках» і способі жит-

тя клієнтів, активно формуючи і враховуючи їхні потреби, а так само залучаючи їх до процесу створення товару (наприклад, моделювання кольору, зовнішніх форм, конструкцій і так далі) за допомогою інтернет-технологій. Нові метаринкові відносини і бізнес-процеси вишиковуються на базі постійного реінжинірингу, що підтримується. Бренд-компанія звертається до виробничих підприємств із замовленням під конкретного споживача. Тут характерна гнучкість зв'язків, які можуть бути на певному етапі як постійними, так і тимчасовими, навіть одноразовими. Підключення до підприємств має, як уже згадувалося, транстериторіальний і транссистемний характер, тобто не залежить від їх приналежності до країни, регіону, географічної віддаленості і характеру її економічної системи. Корпорації або цілі сегменти галузей різних країн – ринково розвинутих країн, які розвиваються і перехідних до ринку можуть підключатися завдяки сучасним інтернет-технологіям до метаринків або співтовариств виробників, які обслуговують бренд-компанії в будь-якій країні. Проте основними осередками системи метаринкових відносин виступають не окремі підприємства і галузі або бренд-компанії, а співтовариства доданої вартості (СДВ). У центрі уваги відносини постачальник-споживач: придбання ресурсів, виробництво, дистрибуція, фінансовий облік, розробка нової продукції і просування її на ринок, маркетинг і реклама, реалізація продукції [3].

Електронні бізнес-технології дозволяють вивести ці відносини за межі великої компанії-виробника і передати перераховані операції в добре організовану зовнішню мережу профільних фірм або зовнішніх структур. Ця мережа займається ланцюжками відносин «постачальник-споживач», або «попит-пропозиція», по яких розподіляються всі виробничі процеси, обробкою фінансової інформації і обліком, надає технологічний сервіс і навіть здійснює набір персоналу. Сама бренд-компанія, позбавившись від виробничого капіталу і виробничих процесів повністю або частково, стає системним інтегратором окремо вироблюваних вузлів і комплектуючих готової продукції у межах підприємств мережі. Готова продукція поставляється в центри замовлень бренд-компанії (на ринок) мережею зовнішніх структур або безпосередньо споживачеві. Отримуючи все це ззовні, бренд-компанія вивільняє величезні кошти і направляє їх на розробку брендів, залучення споживача, управління постачальницькою мережею, тобто на усе те, що різко підвищує конкурентоспроможність, прибутковість капіталу компанії і її фінансові показники. Отже, співтовариство доданої вартості (СДВ) є кооперацією бренд-компанії з мережею зовнішніх структур або з декількома мережами [7].

У свою чергу, СДВ, які взаємодіють між собою, об'єднуються у метаринок. Звідси і вибудовується назва цієї системи – метакapіталізм. У розвинених країнах традиційні ринкові відносини трансформуються у метакapіталістичні саме на технологічній основі. Передусім – це інформаційні технології. Спочатку великі виробничі фірми за допомогою інформаційних технологій створюють бізнес-процеси на рівні «B2C» (системи електронної комерції «business-to-client»), розвиваючи інтернет-торгівлю та інтернет-фінанси для клієнтів. У свою чергу, це стає базою для наступного етапу – трансформації або переходу бізнес-процесів у систему «B2B» («business-to-business», коли клієнтом і постачальником виступають юридичні особи), також можливий перехід у змішані системи «B2B2C». Таким чином, рівень «B2B», на основі якого будуються мережеві економічні відносини в СДВ, включений в орбіту метаринкових відносин [5; 7].

Цікаво, що імпульсом у розвитку метаринкових процесів стало зниження інфляції в 1980-ті pp., коли реальна вартість практично безкоштовного обігового

капіталу стала підвищуватися. Майже нульова, а іноді негативна ставка відсотка в результаті боротьби з інфляцією стала позитивною. Компанії відразу відчули, що в нових умовах 1990-х володіти і управляти усіма стадіями виробництва у межах компанії – занадто дороге задоволення. Так бізнес, що завжди прагне до найбільшої прибутковості, став втрачати інтерес до оптимізації обігових коштів. Зі сфери фізичного капіталу (вдосконалення виробничих процесів) і від системи управління виробництвом підприємництво спрямувалося в сферу нарощування бренд-капіталу і до управління бізнес-процесами, до розробки нової продукції. Корпорації почали приділяти підвищену увагу вдосконаленню зв'язків постачальник-споживач і управлінню зовнішніми мережами виробників на основі інформаційних технологій [6].

Слід визначити, які галузі охоплені переходом до метаринкових відносин. Передусім ідеться про високотехнологічні галузі з великою концентрацією виробництва.

Практично повністю за метакapіталістичною моделлю працює компанія «Cisco Systems», яка регулярно скорочує основний і обіговий капітал, спрямовуючи велику частину основних фондів у систему НДДКР. Перехід на рівень «B2B» здійснюють компанії: «Alcatel-Lucent», «Nortel», «Oracle», «Apple» та інші провідні технологічні компанії світу. Сюди ж належить і «Microsoft» – одна з найбільш великих компаній світу при невеликому обсязі основних виробничих засобів. Деякі базові галузі в країнах з розвиненим ринком так само схильні до переходу метакapіталістичної моделі виробництва. Передусім, це автомобільні гіганти – «Ford», «General Motors», «Daimler Benz», що йдуть шляхом злиття і передачі виробничих процесів (вузлів і деталей) у зовнішні структури, що вивільняє кошти для розвитку дилерських мереж. Концентрація зусиль на організації і розвитку збутових мереж з передачею частини виробництва в мережу зовнішніх структур спостерігається в хімічній, фармацевтичній промисловості. Широко розгортається електронна торгівля у сфері роздрібних продаж. Деякі телекомунікаційні та інтернет-компанії (наприклад, «AOL»), а так само індустрія розваг, поєднуючись з Інтернетом, рухаються до створення метаринків розваг, мас-медіа і телекомунікацій [8].

Отже, ми бачимо, що на рівні мезоекономіки в країнах з розвиненим ринком відбуваються процеси концентрації бренд-капіталу і децентралізації фізичного (виробничого) капіталу. Передусім, процес метакapіталізації спостерігається в умовах олігополістичної структури ринку. В більшості випадків бренд-компанія є потужним галузевим лідером-олігополістом. Проте найважливіше місце в СДВ відводиться виробничо-збутовим мережам зовнішніх структур, на які спирається бренд-компанія. Вони можуть бути представлені і дрібнішими фірмами залежно від специфіки виробництва. Таким чином, практично всі організаційні структури ринку можуть бути учасниками метакapіталістичних відносин.

Цікавий шлях у системі метаринкових відносини мають світові автомобільні компанії. В автомобільному бізнесі існує два основні підходи до формування СДВ. Перший – створення внутрішньої мережі постачальників. компанія повністю контролює діяльність цієї мережі, приймаючи від постачальників на конкурсній основі нові послуги. Мережа, яка контролюється, може поставляти продукцію та інформацію для бренд-компанії, або самостійно на рівень постачальник-споживач. Другий шлях – створення зовнішніх мереж із «відкритою архітектурою», коли автомобільна компанія не здійснює повного контролю мережі постачальників, що вбирає в себе все нових і нових учасників. У цьому випадку мож-

ливий широкий доступ до нових постачальників, серед яких іде жорстка конкуренція не лише за традиційними параметрами (наприклад, ціна-якість), але і за рівнем гнучкості, мобільності, тобто здатності легко вбудовуватися в різні мережі «постачальник-споживач», союзи (альянси) з іншими компаніями і так само мобільно виходити з них. Використання мережевих комп'ютерних технологій дозволяє отримувати інформацію і постачання з будь-якої країни [10].

Найважливішою технологічною основою вже стає не виробнича, а інформаційна технологія: системи обміну електронною інформацією, автоматизована система торгів, яка вирішує проблеми як внутрішньої, так і зовнішньої, ринкової і метаринкової координації. Так, спільно з компаніями з програмного забезпечення, автомобільні корпорації створюють електронні інтегровані біржі автомобільних деталей. Ефект від електронних бірж полягатиме не стільки в зниженні ціни деталей, скільки в підвищенні ефективності ланцюжка «постачальник-споживач», що виражається в різкому скороченні трансакційних витрат (переговори, телефон, листування, папір, робота менеджерів і секретарів і так далі) і часу розробки продукту, а так само в зниженні постійних витрат, і таке інше.

Ще один напрям – створення нового інтернет-порталу. При його використанні спільно з електронним торговельним майданчиком можна значно покращити інтеграцію ланцюжків зв'язків постачальник-споживач корпорації. За підрахунками фахівців, електронна обробка замовлень у 10 разів скорочує їхню вартість (від 100 до 10 доларів). Впровадження електронних торговельних майданчиків дає можливість замінювати концепцію створення товарних запасів на концепцію «притягування споживача» при нагоді миттєво відреагувати на будь-які запити [3; 7].

Слід зазначити, що в роботу таких гнучких, модульних і відкритих структур обов'язково включена система контролю і моніторингу виконання постачальниками замовлень, що дисциплінує учасників СДВ і підтримує певний рівень конкурентних відносин.

Так поступово автомобільні корпорації трансформуються в нові мережеві структури, що є продовженням природної корпоративної еволюції, яка враховує увесь досвід попереднього розвитку. Трансформація в СДВ і метаринки – це наступний етап або подальший розвиток корпоративних форм, а не їх руйнування. Об'єднання виробників у СДВ і далі в метаринки можуть мати такі принципи будови:

- галузевий;
- міжгалузевий, або трансгалузевий;
- транстериторіальний;
- транссистемний.

Однчасна реалізація усіх цих принципів робить метаринкову систему відкритою, гнучкою, модульною, здатною до постійного оновлення учасників.

Найбільш болючим є питання про те, чи є у вітчизняних галузях можливості для підключення до метаринкових відносин і що для цього вимагається? Перша умова пов'язана з розміром виробництва: передусім, потрібна його висока концентрація, що відповідає олігополістичній структурі галузі. При цьому у виробництві має бути задіяна величезна номенклатура деталей і матеріалів, що забезпечує високу схильність до трансформації у «B2B»-компанії і в СДВ [5].

Друга умова пов'язана з технологічною базою. Українська промисловість має достатній науковий потенціал, що дозволяє не лише переймати, але і самостійно розвивати і впроваджувати інтернет-технології в бізнесі. Третя умова – це бажання уряду і, передусім, самих підприємців, або керівників підприємств, іти

шляхом підключення до метаринкових відносин. Звичайно ж, в українській перехідній економіці існують серйозні політичні, економічні і інституціональні чинники, які не сприяють розгортанню цих процесів. Проте загальний інтерес у всіх учасників економічних відносин може бути зав'язаний на можливості активізації економічного зростання і добробуту, на інтересах у сфері міжнародної економіки і політики, включаючи, наприклад, отримання вищих інвестиційних рейтингів. На мікрорівні – це можливість вищої якості обслуговування, економії на трансакційних витратах, відносно нижчі ціни постачань і підвищення норми прибутку.

Розглянуті вище сутність, механізми створення і функціонування метакапіталістичних відносин дозволяють побачити, як мінімум, два шляхи підключення до СДВ українських галузей: через попит і через пропозицію, що поступово розповсюдить, хоч би частково, позитивний економічний ефект метаринків і на українських учасників – виробників і споживачів. Але головне полягає в тому, що через взаємодію з СДВ у різних формах співпраці неминуче формуватимуться канали проникнення конкурентно-ринкових відносин у трансформаційне середовище української соціально-економічної системи. На проблемі економічного зростання в умовах трансформації це відіб'ється таким чином. Ми вже визначали те, що специфіка моделі зростання в перехідній, інституційно нестійкій економіці полягає в появі, як мінімум, ще двох значущих чинників – державного регулювання й інституціонального чинника (інституціональний нестабільності). Практика української трансформації свідчить, що державне регулювання й інституціональна нестійкість, нестабільність спричиняють стримуючий, гальмівний вплив на економічний розвиток. У результаті серйозно ослаблюється ефективність роботи усіх складових виробничої функції – праці (L), капіталу (K), показника рівня технологічної продуктивності (A), деградація людського капіталу (H).

Таким чином, розвиваючись на глобальному рівні, метакапіталістична трансформація може реально вплинути на процес української ринкової трансформації. При включенні національних підприємств або галузей у співпрацю на рівні мережевих електронних торгів і постачальників для бренд-компаній, а також при використанні інших форм взаємодії з СДВ у вітчизняній галузі проникатимуть технологічні, організаційні і поведінкові вимоги ринкової (чи метаринкової) економіки, розвиватимуться конкурентні відносини у сфері виробництва. Проблеми регулювання і контролю так само отримують можливість вирішуватися через СДВ у сферах взаємодії великих бренд-компаній чи з українськими галузями окремими виробниками.

Отже, є підстави вважати, що екзогенна дія ринкового (чи метаринкового) середовища на вітчизняній галузі може стати ефективним довгостроковим джерелом формування і розвитку якісних ринкових відносин і сучасного передового виробництва в українській економіці, прискорить перехід до ринку, допоможе нейтралізувати інституціональні пастки та створити умови для інтенсивного економічного зростання.

Бібліографічні посилання

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования : пер. с англ. / Д. Белл. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Academia, 2004. – 788 с.
2. Глобализация и экономическое развитие: национальный аспект : монография / Ю. В. Макогон, В. В. Дергачева, Е. А. Пашко, П. А. Фильянов ; Донецкий нац. ун-т, Донец. гос. ун-т экономики и торговли им. М. И. Туган-Барановского. – Донецк : ДонНУ, 2006. – 259 с.

3. **Минс Г.** Метакапитализм и революция в электронном бизнесе: какими будут компании и рынки в XXI веке : пер. с англ. / Г. Минс, Д. Шнайдер. – М. : Альпина Паблишер, 2001. – 280 с.
4. **Многоликая** глобализация / под ред. П. Бергера и С. Хантингтона ; пер. с англ. В. В. Сапова под ред. М. М. Лебедевой. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 379 с.
5. **Сафрончук М. В.** Экономический рост в условиях трансформации и метакапитализм / М. В. Сафрончук // Экономическая теория: истоки и перспективы. – М. : Экономический факультет МГУ, ТЕИС, 2006. – С. 488–494.
6. **Субботин А. К.** Границы рынка глобальных компаний / А. К. Субботин. – М. : Изд-во «Едиториал УРСС», 2008. – 328 с.
7. **Белов В.** Метакапитализм и B2B [Электронный ресурс] / В. Белов // Метакапитализм и B2B. WebmasterPro – первый украинский сайт о поисковых системах. – Режим доступа : <http://www.webmasterpro.com.ua/articles/article24.html>.
8. **Кононов Н.** Метакапитализм – новая модель ведения бизнеса в постиндустриальной экономике [Электронный ресурс] / Н. Кононов // Промышленный маркетинг. – Режим доступа: <http://marketprom.ru/article/8>.
9. **George Michel Ezzie M.** The Imperialist Claws of Metacapitalism [Электронный ресурс] / М. George Michel Ezzie // Social Science Research Network (SSRN). – Режим доступа : <http://ssrn.com/abstract=1017505>.
10. **Michaels W. James.** MetaCapitalism: an Economy on Steroids [Электронный ресурс] / James W. Michaels // Best of The Web. – Режим доступа : <http://www.forbes.com/best/2000/0717/022.html>.
11. **Paraiso P.** New Business Model for Universities-impact of Metacapitalism / P. Paraiso // International Conference on Digital Object Identifier «Computers in Education». – N. Y., 2011. – Vol. 2. – P. 1439–1440.

Надійшла до редколегії 17.07.2012

В. А. Федорова*Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара***ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ
ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ****Розглянуто особливості державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні.***Ключові слова:* інвестиції, інвестиційна діяльність, державне регулювання, міжнародні організації, двосторонні угоди, багатосторонні угоди, Україна.**Рассмотрены особенности государственного регулирования инвестиционной деятельности в Украине.***Ключевые слова:* инвестиции, инвестиционная деятельность, государственное регулирование, международные организации, двусторонние соглашения, многосторонние соглашения, Украина.**The features of state regulation of investment activity in Ukraine.***Keywords:* investing, investment activity, government regulation, international organizations, bilateral agreements, multilateral agreements, Ukraine.

Сучасний стан розвитку світового господарства характеризується значним поглибленням і зміцненням міжнародних зв'язків. На сучасному етапі світогосподарського розвитку економічні відносини країн стають все більш широкими і різноманітними. Для країн світу створюються сприятливі передумови підвищення ефективності функціонування національних економік за рахунок оптимального використання переваг міжнародного розподілу праці.

Країни, які отримують прямі іноземні інвестиції, можуть мати вагомі економічні результати від їх вкладення за умови наявності відповідного механізму використання. Саме прямі іноземні інвестиції (ПІІ) сприяли становленню і прискоренню розвитку економік більшості країн, а їх частка у валових інвестиціях протягом останніх 20 років постійно зростала (з 2 % у 1980 р. до близько 8 % наприкінці 1990-х, у тому числі в країнах, що розвиваються, та з перехідною економікою – 10 %). У разі ефективного використання ПІІ стають не тільки надійним каналом передачі передового технологічного і управлінського досвіду, але й позитивно впливають на темпи ринкового трансформування й загальну макроекономічну динаміку.

Для уникнення негативних наслідків участі в процесах міжнародного співробітництва на всіх рівнях, необхідно мати чітке уявлення щодо особливостей зовнішньоекономічної діяльності країн з урахуванням їх законодавства, методів державного регулювання інвестиційного процесу.

Серед західних дослідників проблеми прямого зарубіжного інвестування найбільш ґрунтовно виклали у своїх працях Дж. Даннінг, П. Кругман, Р. Мандела, К. Маєр, М. Портер та інші. В Україні зробили наріжним каменем своїх праць О. Білорус, О. Гаврилюк, Б. Губський, А. Івасенко, Д. Лук'яненко, О. Мозговий, О. Плотніков, А. Пересада, А. Поручник, І. Сазонець та інші. Українськими вченими обґрунтовані сутність іноземного інвестування, його мікро- і макромотивація, розкриті чинники, що сприяють або перешкоджають залученню ПІІ в українську економіку.

Виходячи з актуальності, метою роботи є дослідження особливості державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні, здійснивши аналіз міжнародних та національних нормативно-правових актів.

Інвестиційна діяльність є ключовою для розуміння ходу відтворення, та переважно завдяки їй визначається циклічність економіки. Саме іноземні інвестиції є провідником сучасних технологій виробництва та управління, своєрідною «перепусткою» на світові ринки товарів та капіталів, дають змогу при цьому компенсувати дефіцит національних грошових коштів. Розвиток сучасної світогосподарської системи характеризується широким залученням країн до міжнародних інвестиційних процесів.

За останнє півстоліття типи ПІІ, а також регіони-реципієнти, галузі промисловості, які беруть участь в ПІІ, зазнали значних змін. Безсумнівно, ПІІ будуть продовжувати бурхливо рости; існує ймовірність, що це буде відбуватися швидше, ніж у минулому, оскільки природа світової економіки останнім часом динамічно змінюється. Погляд на минулі і сучасні тенденції в розвитку ПІІ допомагає зрозуміти принципи інвестиційного позиціонування регіону у світлі майбутніх тенденцій. З'являються такі важливі зміни у поведінці інвесторів і в інвестиційних процесах у цілому:

- змінилися основні види ПІІ. У той час як більшість інвестицій до Другої світової війни здійснювалися в природні ресурси та інфраструктуру, домінуючим видом ПІІ в післявоєнний період стали інвестиції в промисловість. Сьогодні найбільш важливими є інвестиції в сектор послуг. Створення підприємства в іншій державі стало домінуючим способом обслуговування зарубіжних ринків. Типи ПІІ стали більш різноманітними з розвитком затрато-і стратегічно-орієнтованих інвестицій;

- змінилась юридична структура оформлення прав транскордонної власності. Протягом тривалого часу спільні підприємства (СП) були найбільш поширеною формою співпраці в країнах, що розвиваються. Фактично, в багатьох країнах створення СП було єдиним засобом захисту інтересів закордонних інвесторів. Дана модель змінилася після того, як багато країн лібералізували своє інвестиційне законодавство, внаслідок чого загострилася конкуренція у сфері залучення інвестицій, і в даний час допускають існування підприємств із 100 % іноземною участю в більшості галузей промисловості. Крім того, починають більш широко використовуватися інші форми співробітництва: стратегічні альянси та інші не-акціонерні об'єднання.

Система державних гарантій прав та інтересів іноземних інвесторів ґрунтується на трьох рівнях [1]:

- а) на рівні законодавства країн-одержувачів, де гарантується недоторканість власності. Обумовлюється тим, що конфіскація майна або інших активів проводиться на підставі рішення суду і тільки за обставин, безпосередньо визначених законом;

- б) на багатосторонньому рівні. Наприклад, до Конвенції із регулювання інвестиційних суперечок між державами та громадянами інших країн, що була підготовлена Всесвітнім банком у 1966 р., уже приєдналися близько ста країн. У разі виникнення суперечок між державою, що приймає, та іноземним інвестором останній може звертатися по захист не до держави, з якої походять інвестиції, а до Міжнародного центру з регулювання інвестиційних суперечок при Всесвітньому банку у Вашингтоні [2];

- в) на двосторонньому рівні, переважно за допомогою укладення між країнами угод про заохочення та захист інвестицій.

До процесів регулювання прямих іноземних інвестицій на міжнародному рівні залучаються багатонаціональні інституції. Після створення в 1995 р. Світової

організації торгівлі (СОТ) ситуація у сфері регулювання зазнала змін. Роль СОТ передбачає сприяння міжнародній торгівлі послугами. Оскільки чимало послуг повинні надаватися там, де їх використовують, експорт послуг неможливий (неможливо, наприклад, експортувати гамбургери «Mc Donalds» чи банківські послуги населенню). Враховуючи це, СОТ доводиться мати справу з режимом регулювання ПШ. Зусилля СОТ, в основному, зосереджені на лібералізації законодавства, що регулює ПШ, зокрема, у сфері послуг. Під егідою СОТ у 1997 р. було підписано дві масштабні багатонаціональні угоди з лібералізації торгівлі у сфері телекомунікацій та фінансових послуг. Обидві ці угоди містять деталізовані розділи, де від всіх учасників угоди вимагається лібералізація законодавства, яке регулює припливні ПШ, і особливо відкриття ринків для іноземних компаній, що надають телекомунікаційні та фінансові послуги [3].

Організація економічної співпраці та розвитку (Organization for Economic Cooperation and Development – OECD) в 1995 р. розпочала подібні переговори серед своїх членів. Метою переговорів була підготовка проекту Багатосторонньої угоди з питань інвестицій (Multilateral Agreement on Investment – MAI), яка поставила б поза законом дискримінацію іноземних інвесторів. Ця угода сприяла б лібералізації законодавства, що регулює ПШ у країнах – її учасницях. На жаль, переговори щодо цієї угоди на початку 1998 р. було перервано з ініціативи США, які відмовилися її підписати. Проти MAI виступали також природоохоронні та профспілкові групи, які критикували цю угоду через те, що в ній не містилося жодних положень про охорону довкілля та праці [4].

Проте завдання Багатосторонньої угоди з інвестицій полягає у створенні багатостороннього режиму, який закріпить принцип недискримінації та обмежить виключення із національного законодавства. Таким чином, намагання урядів нав'язати обмеження в інтересах національної промисловості розглядатимуться згідно з правилами Угоди. Виключення з такої протекціоністської політики можуть бути зроблені для малих та середніх компаній, які обслуговують як постачальників, так і отримувачів нових технологій, також в інтересах національних економік, щоб потенційні одержувачі зростаючих потоків інвестицій робили це за найменшими цінами, за високої якості продукції та послуг [3].

Діяльність іноземного інвестора, як правило, регулюється національним законодавством країни, що приймає. До міжнародних актів (багатонаціональних та регіональних), що регулюють іноземне інвестування, належать:

- звіт принципів і правил з обмеження ділової практики ЮНКТАД;
- міжнародний кодекс поведінки при передачі технологій ЮНКТАД;
- кодекс поведінки ТНК ООН;
- андський пакт;
- принципи дій ОЕСР (Організації економічного співробітництва та розвитку ЄС);
- Декларація про міжнародні капіталовкладення та багатонаціональні підприємства ОЕСР;
- Конвенція із регулювання інвестиційних суперечок між державами та громадянами інших країн [5].

Розв'язання суперечок здійснюється наднаціональною структурою – Міжнародним центром урегулювання інвестиційних суперечок, створеним у 1965 р.

Одним із заходів регулювання на міжнародному рівні виступають міжнародні інвестиційні угоди (МІУ). В них узгоджуються та закріплюються заходи по регулюванню іноземних інвестицій між відповідними країнами.

Нині світова практика розробила універсальний набір заходів, які використовуються для залучення іноземного капіталу. Серед них найбільше значення мають наступні: податкові стимули; фінансові стимули; нефінансові стимули.

У різних комбінаціях ці заходи залучення іноземних інвестицій використовуються в усіх країнах [6].

Прояв державного регулювання інвестиційної діяльності здійснюється через сукупність державних підходів і рішень, закріплених законодавством, організаційно-правових форм, у рамках яких інвестор здійснює свою діяльність. Таке регулювання може виражатись у безпосередньому (прямому) управлінні державними інвестиціями: системі податків з диференціюванням податкових ставок і податкових пільг, фінансової допомоги у вигляді дотацій, субсидій, бюджетних позичок, пільгових кредитів, у фінансовій і кредитній політиці, ціноутворенні, випуску в обіг цінних паперів, амортизаційній політиці [7].

Стратегічна інвестиційна політика розглядається як найважливіша складова загальної економічної політики, яку проводить держава. Державна політика включає регулювання умов інвестиційної діяльності, яке здійснюють органи виконавчої влади країни в цілому і окремі суб'єкти відповідно до чинного законодавства. Державне регулювання іноземного інвестування має ґрунтуватися на принципах взаємної відповідальності іноземного інвестора і держави: дотримання основних прав і свобод іноземних інвесторів; юридичної відповідальності іноземних інвесторів за порушення закону або міжнародних договорів; заохочення іноземних інвесторів, які спрямовують інвестиційні ресурси у програми (проекти), визначені державою як пріоритетні; удосконалення законодавства щодо іноземних інвестицій [5].

Міжнародними дво- та багатосторонніми угодами, як правило, регулюються такі питання інвестування, як визначення інвестицій та інвесторів, умови ввезення прямих іноземних інвестицій, заохочення інвестицій, загальні норми режиму, переказ платежів, вимоги щодо результатів господарської діяльності, позбавлення інвестора прав власності, вирішення суперечок, норми поведінки корпорацій.

Окрім країни, які не підписали дво- або багатосторонніх угод, можуть ухвалювати спеціальні нормативно-правові акти, спрямовані на захист іноземних інвестицій. У такому разі держава бере на себе зобов'язання щодо охорони прав та інтересів іноземних інвесторів у односторонньому порядку. Передбачається, що дія такого нормативно-правового акта поширюється на всіх іноземних інвесторів [8].

Двосторонні інвестиційні угоди (ДІУ) дотепер мали найбільше практичне значення в регулюванні міжнародних потоків ПІІ. Вже більше сорока років країни укладають ДІУ з метою захисту і заохочення іноземних інвестицій. Історично розвинуті країни покладалися на ДІУ як на механізм забезпечення захисту для їхніх інвестицій у країнах, що розвиваються, у той час як останні стали укладати ДІУ з метою залучення ПІІ. У сучасних умовах в деяких випадках підписання ДІУ країною-імпортером капіталу є умовою для зниження політичного ризику, у чому хоче бути упевнена країна, яка експортує капітал [5].

Обмеження гнучкості управління викликають в інвесторів побоювання, що стосуються умов доступу і функціонування інвестицій, стабільності зобов'язань урядів приймаючих країн. Іноземні інвестори не можуть покладатися тільки на національне законодавство приймаючих країн у питаннях захисту своїх інвестицій, і через це країни звертаються до міжнародних інструментів регулювання ПІІ.

У післявоєнний період країни, що розвиваються, започаткували кілька ініціатив на різнобічному рівні з метою ствердження їхнього економічного суверені-

тету. Результат цього відображений у серії Резолюцій Генеральної Асамблеї ООН, що підтверджували постійний і невід'ємний суверенітет над національним багатством і ресурсами (Резолюції 1803 (XVII), 3201 (S-VI), 3202 (S-VI), 3281 (XXI)). Позиція більшості країн, що розвиваються, щодо іноземних інвестицій у цей період відображена в ст. 2 Хартії економічних прав і обов'язків держав ООН [8]. Кожна держава має право:

- регулювати і застосовувати владні дії щодо іноземних інвестицій у межах своєї національної юрисдикції і відповідно зі своїми національними цілями і пріоритетами. Жодна держава не може примусово залучатися до надання більш сприятливого режиму щодо іноземних інвестицій;

- регулювати і контролювати діяльність ТНК у рамках своєї національної юрисдикції і вживати заходи з метою забезпечення відповідності цієї діяльності цілям економічної і соціальної політики. ТНК не повинні втручатися у внутрішні справи держави.

Однак Хартію економічних прав і зобов'язань не сприйняли більшість розвинутих країн. Спроби створення міжнародних правил, що регулюють іноземні інвестиції, починалися і на початку 40-х років у рамках створення Гаванської Хартії. Позиції учасників щодо питань регулювання ПІІ були далекі від досягнення консенсусу. І хоча деяка кількість угод зараз адресована певним питанням регулювання ПІІ, повної різносторонньої угоди по іноземних інвестиціях не існує. Таким чином, для багатьох країн ДІУ стали «другим-кращим» рішенням під час відсутності універсальної міжнародної інвестиційної угоди.

Двосторонні угоди про захист і заохочення інвестицій – це не перші двосторонні угоди, що забезпечують захист іноземних інвестицій. Починаючи з кінця XIX ст., питання, що стосуються допуску і режиму функціонування на території країни іноземних осіб, історично регламентувалися договорами про дружбу, торгівлю і мореплавання («Friendship, Commerce and Navigation treaties of Establishment» або «Treaties of Amity and Commerce»). У цих договорах частина широкого переліку положень про двостороннє економічне, культурне і політичне співробітництво була присвячена саме інвестиційному співробітництву [8].

ДІУ принципово відрізняються від своїх «попередників» більш детальним і виїмковим фокусом на іноземних інвестиціях. Незважаючи на те, що ДІУ укладаються з кінця 1950-х років, їхнє широке використання країнами стало зовсім нещодавнім феноменом.

Кількість таких угод зросла з 400 на початку 90-х рр. до майже 2000 наприкінці 90-х рр. Більшість договорів укладались між розвинутими країнами з одного боку, і країнами, що розвиваються, або країнами з перехідною економікою, з іншого.

Однак останнім часом різко зросла частка ДІУ, укладених між самими країнами, що розвиваються, і між країнами, що розвиваються, і країнами з перехідною економікою.

Кількість ДІУ, діючих усередині регіонів, що розвиваються, значно зросла: перше місце посідає Азіатсько-тихоокеанський регіон (75 угод), друге – Латинська Америка і Карибський регіон (37), третє – Африка (17). Широке використання ДІУ країнами всіх регіонів в останні роки відбувається за рахунок різних факторів. Так, рух у напрямку ринкових відносин колишніх соціалістичних країн Центральної і Східної Європи призвів до усвідомлення ролі приватного сектора у якості стимулу економічного росту і розвитку. У зв'язку зі скороченням іноземної допомоги виникло запитання про створення сприятливих умов для залучення приватних інвестицій у країни, що розвиваються, що також привело до усвідомлення ролі ПІІ як джерела економічного зростання, нових технологій [4].

У розвинених країнах діє принцип, за яким для іноземних інвесторів створюється національний режим господарської діяльності. Декларацією про міжнародні капіталовкладення та багатонаціональні підприємства, що ухвалена у 1976 р., Організація економічного співробітництва та розвитку рекомендує країнам-членам ОЕСР надавати підприємствам з іноземними інвестиціями режим відповідно до законодавства країни-одержувача, а також урахувати норми міжнародного права і міжнародних договорів. Цей режим повинен бути не менш сприятливим, ніж той, який створює держава для національних економічних суб'єктів [5].

В Україні єдину державну стратегію у сфері інвестиційної діяльності визначає Верховна Рада України, яка створює законодавчу базу для сфери інвестиційної діяльності; затверджує пріоритетні напрями інвестиційної діяльності як окрему загальнодержавну програму у складі Програми діяльності Кабінету Міністрів України, загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального розвитку, охорони довкілля; в межах Державного бюджету України визначає обсяг асигнування для фінансової підтримки інвестиційної діяльності [7].

Законодавча база є найважливішим напрямком державного регулювання іноземних інвестицій. Переважна більшість заходів державного регулювання впроваджується за допомогою правових форм. Тому вдосконалення системи та принципів правового регулювання іноземного інвестування є вирішальним чинником пожевлення надходжень капіталу нерезидентів [5].

Слід зазначити, що «державне регулювання інвестицій» та «державна інвестиційна політика» – не тотожні терміни. Інвестиційна політика – більш широке поняття і може застосовуватись як неутручання, тоді як поняття «державне регулювання інвестиційної діяльності» має активну природу. До того ж, державне регулювання інвестиційної діяльності містить інструменти, що безпосередньо не стосуються інвестиційної політики. Держава здійснює регуляторну функцію інвестиційної активності за допомогою законодавства, через державне планування, програмування, через державні інвестиції, субсидії, пільги, кредитування, реалізацію соціальних і економічних програм. Державному регулюванню притаманний постійний пошук оптимального співвідношення ринкової та державної складових [7; 9].

Правовий режим інвестування в Україні визначається національним законодавством, яке, в свою чергу, складається з великої кількості нормативних актів (табл. 1).

Держава гарантує захист інвестицій незалежно від форм власності, а також видів іноземних інвестицій. Захист інвестицій забезпечується законодавством України та її міжнародними договорами. Інвесторам, у тому числі іноземним, забезпечується рівноправний режим, що виключає застосування заходів дискримінаційного характеру, які могли б перешкодити управлінню інвестиціями, їх використанню та ліквідації, а також передбачаються умови і порядок вивезення вкладених цінностей і результатів інвестицій [7].

З метою забезпечення сприятливого та стабільного інвестиційного режиму держава встановлює державні гарантії захисту інвестицій.

Державні гарантії не можуть бути скасовані або звужені щодо інвестицій, здійснених у період дії цих гарантій. Спори, пов'язані з інвестиційною діяльністю, розглядаються, відповідно, судом, арбітражним судом або третейським судом. Усі витрати та збитки іноземних інвесторів, спричинені цими діями, мають бути відшкодовані на основі поточних ринкових цін та/або обґрунтованої оцін-

ки, підтверджених аудитором чи аудиторською фірмою. Компенсація, що виплачується іноземному інвестору, має бути швидкою, адекватною та ефективною [11].

Таблиця 1

Основні нормативні акти з регулювання інвестиційної діяльності в Україні [10]

Назва	Короткий зміст
Конституція України	Положення щодо забезпечення державою соціальної орієнтації економіки України та гарантування захисту прав усіх суб'єктів, у т. ч. права власності (ч. 4 ст. 13), права приватної власності (ст. 41), права громадян на підприємницьку діяльність (ст. 42) та ін.
Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23 січня 2006 р.	Стосується порядку випуску та обігу цінних паперів в Україні
Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18 вересня 1991 р.	Щодо загальних засад здійснення інвестиційної діяльності в Україні незалежно від її суб'єктів
Закон України «Про дію міжнародних договорів на території України» від 10 грудня 1991 р.	Щодо умов і порядку дії таких договорів в Україні
Указ Президента України «Про інвестиційні фонди та інвестиційні компанії» від 19 лютого 1994 р.	Щодо порядку створення та діяльності інвестиційних фондів та інвестиційних компаній
Декрет Кабміну України «Про впорядкування діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, створених за участю державних підприємств» від 31 грудня 1992 р.	Щодо особливості створення та діяльності спільних підприємств, в яких беруть участь державні суб'єкти господарювання
Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19 березня 1996 р.	Визначає особливості режиму іноземного інвестування на території України
Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 1 квітня 1991 р.	Визначає іноземне інвестування як різновид зовнішньоекономічної діяльності та встановлює особливості, принципи та форми здійснення останньої

Отже, одним із найважливіших факторів, що сприяє припливові іноземних інвестицій у країну, є наявність ефективного, стабільного законодавства про іноземні інвестиції та зовнішньоекономічну діяльність. Заходи державного регулювання за допомогою грошово-кредитної політики (емісія грошей, зміна облікової ставки, зміна обсягів обов'язкових резервів тощо), як правило, застосовуються не спеціально до іноземних інвесторів, а до всіх економічних суб'єктів. На великі іноземні компанії, що займаються виробництвом, ці заходи суттєво не впливають. Але слід зазначити, що іноземні інвестори розглядають практику застосування грошово-кредитних методів як показник державних пріоритетів у сфері економіки, а також для макроекономічного аналізу.

Висновки. Одним із найважливіших факторів, що сприяє припливові іноземних інвестицій у країну, є наявність ефективного, стабільного законодавства про іноземні інвестиції та зовнішньоекономічну діяльність. Зрозуміло, що окрім набутих знань у сфері інвестицій для успішного ведення міжнародного бізнесу, велику вагу має присутність зовнішніх чинників, таких як державне регулювання у інвестиційній сфері, а також вплив та контроль міжнародних інституцій за потоками капіталу.

Бібліографічні посилання

1. **Курило С. В.** Інвестиційна політика, її сутність і роль у сучасних умовах [Електронний ресурс] / С. В. Курило. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/...2/.../Econ_02_2009_Kurilo.pdf.
2. **Киреев А. П.** Международная экономика : в 2-х ч. – Ч. I. : Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства / А. П. Киреев. – М. : Международные отношения, 1997. – 416 с.
3. **Качурець Ч. І.** Міжнародні інституції для лібералізації прямих іноземних інвестицій [Електронний ресурс] / Ч. І. Качурець, В. С. Корчун // Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/Articles/Kultnar/knp59/knp59_119-120.pdf.
4. **Ришкевич Н. Л.** Розширення прямих іноземних інвестицій як ознака фінансової глобалізації [Електронний ресурс] / Н. Л. Ришкевич, М. Гризлов. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ever/2010_1/23.pdf.
5. **Любимов В. І.** Особливості державного регулювання іноземних інвестицій: закордонний досвід / В. І. Любимов // Економічний простір. – 2009. – № 21. – С. 65–71.
6. **Шарова Ф. Л.** Экономика иностранных инвестиций / Ф. Л. Шарова. – М. : МИЭП, 2007. – 88 с.
7. **Крючкова І. В.** Теоретико-методологічні аспекти державного регулювання інвестиційної політики як важливого фактора економічного зростання / І. В. Крючкова, Р. В. Попельнюхов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1, Т. 2. – С. 298–301.
8. **Голубов М. І.** Багатостороннє та двостороннє інвестиційне співробітництво країн в умовах регіоналізації світової економіки / М. І. Голубов // Донецький національний університет. – 2007. – С. 248–254.
9. **Мегер М.** Прямі іноземні інвестиції та їхній вплив на регіональну економіку в Україні / М. Мегер // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.5. – С. 227–235.
10. **Старчук Є.** Організаційно-правові засади захисту прав та інтересів інвесторів в Україні / Є. Старчук // Часопис Академії адвокатури України. – 2009. – № 3. – С. 18–24.
11. **Курило С. В.** Інвестиційна політика, її сутність і роль у сучасних умовах [Електронний ресурс] / С. В. Курило. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_ep/...2/.../Econ_02_2009_Kurilo.pdf.

Надійшла до редколегії 07.09.2012

ЗМІСТ

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

Бесчастна Д. О., Песикова О. Г. Особливості статистичної методології аналізу регіональних ринків інновацій	3
Гринько Т. В. Напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємств галузі міжнародного туризму в Україні	12
Кабак А. Ю., Корнілова О. М. Економіко-статистичний аналіз паливно-енергетичного комплексу України протягом 2001–2010 років	17
Кірнос І. О. Зміна парадигми соціальної держави	26
Клівець П. Г., Логвиненко О. Р. Техніко-технологічний рівень вітчизняної металургійної галузі: напрями розвитку	35
Максимчук О. С. Розвиток світового інноваційного простору як досвід для ефективного розвитку економіки України	41
Малютін О. К. Складові системи інвестиційних стимулів інтенсифікації капіталовкладень у національну економіку в умовах посилення економічних загроз.....	46
Петенко І. В., Лозинський І. Є. Економічні аспекти збереження потужностного потенціалу вугільних шахт регіону	54

ДЕРЖАВНІ ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ПРОЦЕСІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Shevtsova M. Y., Olber B. HRM Strategy for Staff Recruitment in Poland's Financial Institutions.....	62
Звєнчакіна В. Ю. Особливості податкового обліку витрат промислових підприємств	70
Коваленко О. В. Система оціночних показників-індикаторів кризового стану підприємств металургії	79
Колесник О. О., Журавльова Т. О. Проблеми банківського регулювання та нагляду в контексті нових вимог базельської конвенції	87
Котковський В. С., Шевцова О. Й. Конкурентоспроможність як основа ефективних кредитно-інвестиційних інновацій банків	92
Поправка О. Г. Стратегічні пріоритети реформування банківського нагляду	105

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВ ТА МАРКЕТИНГ

Бродська Д. В. Оцінка продуктивності підприємства як складова системи забезпечення його ефективного функціонування	111
Гапоненко С. О. Управління та реалізація інноваційних проєктів на засадах концепції маркетингу взаємодії	118
Ібрагімов Е. Е. Роль сегментування у корпоративній системі стратегічного планування на підприємстві.....	124

Корнєєв М. В., Гололобов М. І. Теоретичні засади управління капіталом вітчизняних підприємств	129
Кубіній Н. Ю., Щелкунова О. В. Маркетинговий потенціал у системі стратегічного потенціалу споживчої кооперації: теоретичний ракурс	135
Кузьменко О. Б. Теоретичні основи визначення деструктивних явищ у землекористуванні аграрних підприємств	140
Кучеренко С. К., Штапаук Г. П. Дослідження впливу соціально-економічної структури споживчого попиту на діяльність комерційних підприємств	146
Мещеряков А. А., Партика М. В. Управління портфелем цінних паперів комерційного банку	154
Попкова Л. В., Иванова А. И. Повышение конкурентоспособности продукции на основе обновления как важный фактор развития экономики	161
Хамініч С. Ю., Хижняк А. Ю. Удосконалення маркетингової діяльності торгово-посередницьких підприємств України	169
Чумак Л. Ф. Сучасні тенденції розвитку підприємств	176

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ

Воробйова Г. С. Міжнародний досвід як інструмент формування інфраструктури під час проведення масштабних заходів у країні	182
Доценко О. С., Кравченко О. Г. Совершенствование способов формирования рейтингов банков Украины	189
Краснікова Н. О. Сучасні зовнішньоторговельні відносини як елемент системи економічної безпеки	195
Куценко В. Й. Духовна сутність прибутку	201
Пшенична Т. М. Гармонізація управління якості і безпеки молочної продукції до світових вимог	207
Яровенко Т. С. Види інновацій в освіті та їх класифікація	214

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Бондаренко О. А. Экономическая депрессия 1990-х годов в Японии как один из аспектов влияния на развитие финансовой сферы экономики США	220
Дунська А. Р. Вплив світового ринку на інноваційний розвиток промислових підприємств в Україні	228
Македон В. В. Розгортання метакапіталізму в умовах світової економіки та його вплив на ринкові процеси в Україні	235
Федорова В. А. Державне регулювання інвестиційної діяльності в Україні	244