

МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



**НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Серія:

Економіка і менеджмент

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 24

Частина 1

Одеса
2017

Серію засновано у 2010 р.

Засновник – Міжнародний гуманітарний університет
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Включено до списку друкованих періодичних видань,
що входять до переліку наукових фахових видань України
Наказ Міністерства освіти і науки України № 455 від 15.04.2014 р.
Додаток № 5.

Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus (ICV 2015: 33.27)

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Міжнародного гуманітарного університету
протокол № 7 від 30.05.2017 р.

Видавнича рада:

С. В. Ківалов, акад. АПН і НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – голова ради; **А. Ф. Крижановський**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф. – заступник голови ради; **М. П. Коваленко**, д-р фіз.-мат. наук, проф.; **С. А. Андронаті**, акад. НАН України; **В. Д. Берназ**, член-кореспондент НАПрН України, д-р юрид. наук, проф.; **О. М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д. А. Зайцев**, д-р техн. наук, проф.; **В. М. Запорожан**, д-р мед. наук, проф., акад. АМН України; **М. З. Згуровський**, акад. НАН України, д-р тех. наук, проф.; **В. А. Кухаренко**, д-р філол. наук, проф.; **І. В. Ступак**, д-р філол. наук, доц.; **Г. П. Пекліна**, д-р мед. наук, проф.; **О. В. Токарев**, Засл. діяч мистецтв України.

Головний редактор серії – д-р фіз.-мат. наук, проф. **М. П. Коваленко**
Відповідальний секретар серії – **О. М. Назарук**

Редакційна колегія серії «Економіка і менеджмент»:

Б. В. Буркинський, акад. НАН України, д-р екон. наук, проф.; **А. І. Бутенко**, д-р екон. наук, проф.; **В. С. Дога**, д-р екон. наук, проф.; **О. М. Головченко**, д-р екон. наук, проф.; **Д. В. Гнилицька**, д-р екон. наук, доц.; **В. І. Захарченко**, д-р екон. наук, проф.; **О. М. Котлубай**, д-р екон. наук, проф.; **Є. В. Лазарева**, д-р екон. наук; **П. Сауэр**, канд. екон. наук, проф.; **Р. Габдулін**, канд. екон. наук, член-кореспондент МАІН; **В. Ласло**, д-р екон. наук; **Б. А. Волков**, д-р екон. наук, проф.; **В. М. Осипов**, д-р екон. наук, проф.; **Д. М. Пармаклі**, д-р екон. наук, проф.; **Л. А. Бахчиванжи**, канд. екон. наук, доц.; **О. В. Сталінська**, д-р екон. наук, проф.

Повне або часткове передрукування матеріалів, виданих у збірнику
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету»,
допускається лише з письмового дозволу редакції.

При передрукуванні матеріалів посилання
на «Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету» обов'язкове.

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 20001-9801 ПР від 25.06.2013 р.

Адреса редакції:
Міжнародний гуманітарний університет
вул. Фонтанська дорога 33, м. Одеса, 65009, Україна
Телефон: +38 (099) 967 84 71
Електронна пошта: editor@vestnik-econom.mgu.od.ua
Офіційний сайт: www.vestnik-econom.mgu.od.ua

© Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.
Серія: «Економіка і менеджмент», 2017
© Міжнародний гуманітарний університет, 2017
© Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України, 2017

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ
ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

*Gasanov S.S.,
Ph.D., Professor,
Head of Scientific-Research Financial Institute,
SESE «Academy of Financial Management»*

STRUCTURAL TRANSFORMATIONS OF THE TRANSITIONAL ECONOMY UNDER INSTITUTIONAL UNCERTAINTY

Summary. The conceptual foundations of transitive economy structural transformations under institutional uncertainty are investigated in the article in a political economy context. A profound structural collision of the transitive economy of that kind appears as a contradiction between economic coordination market mechanism that is in the process of elaboration and dominating mechanism of oligarchic organized regulation in terms of institutional uncertainty and inefficiency of the state. The structural transformations of economic systems are the internal process of their general evolution. The capacity of the system towards the transformation is a precondition of its viability and competitiveness. The theory of structural transformation subject could not be limited only to economic transition from central-planning to market economy. Modern national economies are still in the process of permanent structural transformations, adapting to the dynamic economic environment. Thus, the analysis of the structural and institutional changes is the main course for the elaboration of economic evolution and transformation general theory. The most important feature of the transformation process is a mixture of economic policy and spontaneous adaptation mechanisms.

Keywords: economic systems, transitive economy, structural transformations, institutional uncertainty, evolutionary economics, structural policy, knowledge-based economy.

Formulation of the problem. Institutional and financial constraints of structural reforms are a special issue in regard of the traditional economic governance in Ukraine and structural policy goals that prevailed in the “pre-transformation” economy.

Analysis of recent research and publications. A significant contribution to the study of structural changes, dynamics, structural transformations and economic policy was made by A. Fischer, C. Clark, S. Kuznets, W. Leontief, W. Eucken, J. Tinbergen, W. Rostow, J. Fourastié, W. Lewis, G. Myrdal, J.K. Galbraith, L. Pasinetti, A. Maddison, C. Freeman, G. Dosi, J. Gowdy, D. North, R. Nelson and S. Winter [1–20]. The problems of uncertainty, including institutional uncertainty, have been studied in the works by F. Knight [21], A. Alchian and H. Demsetz [22; 23], F. Filho and O. Conceicao [24] and others. The proposals concerning the economic reforms fiscal space expansion, ensuring the sustainability of public finance, the implementation of structural policy in Ukraine in conditions of fiscal consolidation are justified in the research publications of the Academy of Financial Management scientists [25–28], etc.

The aim of the study is to reveal the theoretical foundations of the conceptual basis of transitive economy structural transformations under institutional uncertainty in Ukraine, the approaches to solving the structural issues in accordance with the conditions of institutional uncertainty.

Presentation of the main material of the study. The structural transformations of economic systems are the internal process of their general evolution. The capacity of the system towards the transformation is a precondition of its viability and competitiveness.

The theory of structural transformation subject could not be limited only to economic transition from central-planning to market economy. Modern national economies are still in the process of permanent structural transformations, adapting to dynamic economic environment. Thus, the analysis of the structural and institutional changes is a main course for elaboration of economic evolution and transformation general theory. The most important feature of the transformation process is a mixture of economic policy and spontaneous adaptation mechanisms.

A profound and harsh institutional crisis is the main peculiarity of the current phase of transition period in Ukraine. Under certain conditions a transitive institutional order might be “preserved” by the government as well as pretending its ability to self-reproduction.

Effective structural reforms are essential precondition for overcoming the crisis state of the national economy, ensuring sustainability of public finance and economic growth recovery. Sustainable Development Strategy “Ukraine – 2020” (hereinafter – Strategy) stipulates implementation of 40 reforms and 22 programs during six years period (2015–2020) [29]. Eight reforms and two programs are prioritized: reform of the national security and defense; renewal of governance and anti-corruption reform; law enforcement system reform; decentralization and public administration reform; deregulation and entrepreneurship development; health care reform; tax reform; energy independence program; Ukraine popularization in the world and promotion of its interests in the international information space.

That is a two years period in January 2017 since the Strategy approval. Unfortunately, none of the reforms and programs would be implemented and finalized until that date. That is not only a consequence of enormously big quantity, complexity and terms (the Annual Implementation Plan should consist of at least 10 reforms and programs), but, primarily, due to absence of clear structuration by reform nature, interdependence and priorities (institutional, general economic, structural, social). The reforms aggregation into four so-called “vectors” (development, security, responsibility and pride) is mostly an issue of propaganda measures.

Secondly, it is impossible to successfully organize and complete any of the relatively independent structural reforms (in regard of the each individual importance) without precursory resolving general *fundamental constitutional issues* of the establishment and enforcing real democracy and on that basis – balancing, counterweights and responsibilities of central and local government towards citizens (electors and taxpayers). A profound, comprehensive, thoroughly justified (including the terms of further practical implementation) *constitutional reform* is the first in importance. Such reform should provide single, unified criteria for setting goals, mechanisms and

anticipated outcomes of consistent and interconnected structural reforms. Only under this condition every reform would not only perform destructively whilst enabling a positive and creative “smart function”. Ukrainian people need not a Leviathan State, but a *new socially responsible state and constitutionally organized, legal and social market economy*. The authors of the Strategy recognize that a major precondition for its implementation is a *social contract* between government, business and civil society, where each of parties has its own responsibility. But what is that kind of social contract specifically? In a democracy society, the being such contract is impossible out of the constitutional borders.

Thirdly, large-scale structural reforms require the accumulation of significant financial resources in all institutional sectors of the national economy, including the public sector. Thus, the structural reforms are doomed to failure without a sufficient fiscal space.

The concept of fiscal space was established by the experts of International Monetary Fund and World Bank in order to solve practical problems of both internal and external financial resources increase for ensuring development goals for low-level GDP per capita countries [30]. At the same time, the implementation of structural reforms prioritized with consideration of the special characteristics of the national economy could positively affect the expansion of the fiscal space, which is necessary to maintain the sustainability of public finance, reducing the debt burden and general government deficit in the medium term [31].

It should be noticed, that tax reform itself (even the most advanced one) does not provide the anticipated outcomes for fiscal space whether it is not properly coordinated with monetary and general economic policies to ensure economic growth. There is quite a significant time lag between fiscal decisions, entities behavioral response to these decisions, their anticipated economic outcomes and macro-fiscal effects for the governance.

Today in Ukraine virtually no coordination of fiscal policy and monetary policy of the Government of National Bank in the context of recovery and accelerate growth both in the short and medium term and. Moreover, current methods of structural reforms implemented towards science (R&D), education and healthcare are contrary to the national strategic interests concerning human capital formation as a determinant of long-term economic growth, enhancing national competitiveness, transition to knowledge-based and innovative economy. *The main deficiencies in the country are not the natural gas and oil resources, but high-quality human capital, knowledge, professional capacities and innovations*. Underestimating this fact could lead to catastrophic economic, social and political consequences. The structural reforms priorities should be concentrated on public and private investment into human capital development.

Economic growth is positively associated with the development of the human capital and negatively – with economic policy measures that distort markets, and institutional uncertainty as well. There is a negative influence on growth caused by: fiscal policy, which limits the volume of consumption and investment spending, foreign trade deformation imposed by external economic regulation measures [32]. Legal institutions that promote “economic order” and the financial institutions development policy, government infrastructure spending provide a positive impetus on economic growth. Institutional and financial constraints of structural reforms are a special issue [33] in regard of the traditional economic governance in Ukraine and structural policy goals that prevailed in the “pre-transformation” economy.

The required preconditions for structural reforms in terms of institutional uncertainty and financial instability are:

1) conceptual foundations of structural reforms areas in a form of clearly defined “sequence” set of goals and functions that should be completed by the state;

2) implementation of systematic economic policy aimed at market internal coordination mechanism importance increase that structurally adapts to the global economy environment on the basis of the national economy absolute and relative advantages consideration;

3) functioning of the state as the most important structural policy goals and tools agent-bearer, being the exponent and guarantee of general (but not any group limited) national interests implementation. However, it should contribute to establishing the required structural changes and support them by well-coordinated activities of fiscal and monetary policies;

4) the justification of structural policy objectives and tools for every single case should be considered in regard of the specific institutional sector potential, state fiscal capacity, varied influences of political parties, social groups, institutions, organizations, etc.

We have to move away from dogmatic approaches to structural policy as soon as possible, because they are inherited on the one hand by the “ideal state” categories thinking, and by the definitions of the “ideal market” from the other hand. The function of state structural policy is a timely and effective elaboration of response to old and new structural problems of the national economy in terms of the environment that is rapidly changing. But the state itself is now in conditions of system transformation. There are many supporters of its functions “strengthening”. The implementation of ideas concerning “strong” but *inefficient* state, which itself is the bearer of institutional uncertainty and not trusted by small and medium business – that is the main institutional factor of structural reforms capacity limitation.

There is a great danger that due to the weakness of new institutions and behavior forms the state as an institute could return back to old functions whether the coordination of developing market economy would lead to “bad outcomes”. This threat is amplified in conditions when the state is constantly involved into contest of government power groups and oligarchic structures.

Only an effective state able to implement the concept of *economic order policy* is a precondition for successful structural reforms. In modern conditions the state power is weakened. Moreover, there is a specific tendency of “new privatization of state” and utilization of its tools to perform the private sector exploitation. The forms of such exploitation are:

- 1) corruption;
- 2) controlled public procurement;
- 3) inflation processes due to exchange rate manipulations;
- 4) private banks recapitalization by the public budget with further bankruptcy and public and investors funds withdrawal to offshore jurisdictions;
- 5) artificial regulatory barriers for small and medium enterprises;
- 6) non-transparent tax administration and excessive tax burden on business;
- 7) unjustified tax benefits;
- 8) monopoly pricing; lobbying of budget programs and their excessive volumes in the interests of political parties and oligarchic groups.

Finally, such state exploitation of private sector leads to the enormous property stratification, mass poverty and social discontent, undermines the economic security of the state, contradicts to the national interests.

In this regard, the necessary conditions for implementation of the structural reforms policy should be considered:

1) formation of a broad social base of proper understanding, support and ensuring of national interests, especially among the most economically active population;

2) achieving at least a moderate, but real progress in some areas of structural reforms, especially those related to the vital interests of the most population groups.

At the same time it should be recognized as a reality: nowadays Ukrainian market economy is formed and functions as *quasi-market*. Its main features are:

1) large private property, which is formed mainly due to formal privatization, nomenclature distribution of public property, the utilization of state power as a capital funding leverage;

2) private property, which is mostly linked to the shadow economy has suspicious origins and distorts the real beneficiaries structure;

3) property rights have no real state protection and guarantee mechanisms;

4) control of the public administration apparatus and oligarchic groups concerning business areas and scope, its personification and entry/exit barriers as well, which distorts the industrial organization and markets structure;

5) informal institutions priority over formal ones, establishment of market behavior rules outside the boundaries of current legislation;

6) specific “transitive ethics” of economic behavior that significantly differs from that type of ethics, described by M. Weber and which became into the basis of market evolution;

7) permanent non-equilibrium state of some markets, their relatively weak interdependence;

8) actual priority of state regulation mechanisms towards economic system coordination mechanisms;

9) rent seeking behavior of most entities and economic and political decision-making subjects;

10) existence of the numerous negative external effects and the lack of effective economic mechanisms for their neutralization;

11) penetration of some social by its nature benefits into the sphere of quasi-market economy;

12) relatively widespread price discrimination;

13) market-oriented behavior simulation by entities and economic and political decision-making subjects.

Conclusions. Interrelation of real market forms of economic activities is an important actual criterion for assessing the degree of “market standards” or “quasi-market standards”. Structural reforms are the only path to ensure strategic national economic interests, which determines the long-term economic policy priorities. The real structural reforms require clear prioritization, perception of interconnections, the peculiarities of each reform fiscal space, coordination of appropriate measures in fiscal and monetary policies.

Post-Soviet transitive economies, including Ukrainian, are characterized by the matter that social and market organization and coordination of the production and distribution of wealth is not constantly established neither institutionally and technologically nor socially and mentally. A profound structural collision of transitive economy of that kind appears as contradiction between economic coordination market mechanism that is in process of elaboration and dominating mechanism of oligarchic organized regulation in terms of institutional uncertainty and inefficiency of the state.

In the context of the political economy the structural changes of economy are essential structural and institutional transformations.

The market mechanism of coordination and allocation of resources in different institutional conditions also stipulates various social and economic consequences, even though resource advantages of a certain country. However, similar by its essential nature structural reforms in certain countries are successfully completed, whilst in others they turn into a long simulation process, leading to opposite outcomes that eventually turn them into non-trustworthy in society comprehension.

The overall modern trend is that the institutional changes in the structure of economic activities are increasingly associated not with a conflict but an economic interests compromise, shaping a trust factor between business entities and their relations with the state, enforcement of property and human rights, labor intellectualization, establishment of knowledge-based industries.

References:

1. Fisher A.G.B. Production, Primary, Secondary and Tertiary / A.G.B. Fisher // The Economic Record. – 1939. – Vol. 15, iss. 1. – P. 24–38.
2. Clark C. The Condition of Economic Progress / C. Clark. – London : Macmillan ; New York : St. Martin's Press, 1957.
3. Kuznets S. Economic Change / S. Kuznets. – New York : Norton, 1953.
4. Leontief W. Input – Output Economics / W. Leontief. – 2nd ed. – New York : Oxford University Press, 1986.
5. Eucken W. Grundsätze der Wirtschaftspolitik / W. Eucken. – Bern ; Tübingen : Hrsg. v. Edith Eucken u. Paul Hense, 1952.
6. Tinbergen J. On the theory of economic policy / J. Tinbergen. – Amsterdam : North-Holland Pub. Co., 1952.
7. Tinbergen J. Economic Policy: Principles and Design / J. Tinbergen. – Amsterdam : North-Holland Pub. Co., 1967.
8. Rostow W.W. The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto / W. W. Rostow. – Cambridge : Cambridge University Press, 1960.
9. Fourastie J. The Causes of Wealth / J. Fourastié. – Glencoe, III: The Free Press, 1960.
10. Lewis W. The Theory of Economic Growth / W. Lewis. – London : Allen and Unwin, 1955.
11. Myrdal G. Economic Theory and Underdeveloped Regions / G. Myrdal. – London : G. Duckworth, 1957.
12. Galbraith J.K. The New Industrial State / J.K. Galbraith. – Princeton : Princeton University Press, 1967.
13. Pasinetti L. Structural Change and Economic Growth / L. Pasinetti. – Cambridge : Cambridge University Press, 1981.
14. Pasinetti L. Structural Economic Dynamics / L. Pasinetti. – Cambridge : Cambridge University Press, 1993.
15. Maddison A. The World Economy: A Millennial Perspective / A. Maddison. – Paris, 2001.
16. Unemployment and Technical Innovation / [C. Freeman, J. Clark, L. Soete]. – London : Pinter Publishers, 1982.
17. Dosi G. Technological Paradigm and Technological Trajectories: A suggested Interpretation of the Determinants and Directions of Technological Change / G. Dosi // Research Policy. – 1982. – Vol. 11. – P. 147–162.
18. Gowdy J. Evolutionary Theory and Economic Policy with Reference to Sustainability / J. Gowdy // Journal of Bioeconomics. – 2006. – № 8. – P. 1–19.
19. Nelson R. An Evolutionary Theory of Economic Change / R. Nelson, S. Winter. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1982.
20. North D. Institutions, Institutional Change and Economic Performance / D. North. – Cambridge : Cambridge University Press, 1991.
21. Knight F. Risk, Uncertainty and Profit / F. Knight. – Boston ; New York, 1921.
22. Alchian A. Uncertainty, Evolution, and Economic Theory / A. Alchian // The Journal of Political Economy. – 1950. – Vol. 58, № 3. – P. 211–221.
23. Alchian A.A. Production, Information Costs, and Economic Organization / A.A. Alchian, H. Demsetz // The American Economic Review. – 1972. – Vol. 62, No. 5. – P. 777–795.

24. Filho F. The Concept of Uncertainty in Post Keynesian Theory and in Institutional Economics / F. Filho, O. Conceicao // Journal of Economic Issues. 2005. – Vol. 39, No. 3. – P. 579–594.
25. Єфименко Т.І. Фіскальний простір антикризового регулювання / Т.І. Єфименко. – К. : ДННУ «Акад. фін. управління», 2012. – 332 с.
26. Формування системи індикаторів фінансової стійкості сектору загального державного управління / [С.С. Гасанов, В.П. Кудряшов, Р.Л. Балакін] // Фінанси України. – 2012. – № 9. – С. 18–36.
27. Модернізація фінансової системи України в процесі євроінтеграції : у 2 т. / [Т.І. Єфименко, С.С. Гасанов, В.П. Кудряшов та ін.] ; за ред. О.В. Шлапака, Т.І. Єфименко. – К. : ДННУ «Акад. фін. управління», 2014.
28. Фінанси інституційних секторів економіки України / за ред. Т.І. Єфименко, М.М. Єрмошенка. – К. : ДННУ «Акад. фін. управління», 2014. – 584 с.
29. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» : Указ Президента України від 12 січня 2015 р. № 5/2015.
30. Heller P. Understanding Fiscal Space / P. Heller // IMF Policy Discussion Paper / International Monetary Fund, Fiscal Affairs Department, Washington. – 2005. – № 05/4. – March – 18 p.
31. Priorities for Structural Reforms in G-20 Countries / International Monetary Fund, Washington // Staff Background Paper for G-20 Surveillance Note. – 2016. – July. – 14 p.
32. Barro R.J. Economic Growth / R.J. Barro, X. Sala-i-Martin. – New York : McGraw-Hill, 1995. – 540 p.
33. Andrews M. The Limits of Institution Reform in Development. Changing Rules for Realistic Solutions / M. Andrews. – Cambridge and New York : Cambridge University Press, 2013. – 254 p.

Гасанов С.С. Структурні трансформації транзитивної економіки в умовах інституціональної невизначеності

Анотація. У статті у політекономічному контексті розкриваються концептуальні основи дослідження структурних трансформацій транзитивної економіки в умовах інституціональної невизначеності. Глибинна структурна суперечність транзитивної економіки пострадянського типу постає як суперечність між ринковим механізмом економічної координації, що формується, та панівним механізмом олігархічно організованої регуляції в умовах інституціональної невизначеності й неефективної держави. Структурна трансформація економічних систем – внутрішній процес їх загальної еволюції. Здатність системи до трансформації – умова її життєвості, конкурентоспроможності. Предмет теорії структурної трансформації не може обмежуватися переходом від командної господарської системи до ринкової економічної системи. Сучасні національні економічні системи дотепер перебувають у процесі перманентної

структурної трансформації, пристосування до мінливих умов господарювання. Аналіз структурних та інституційних змін – основний напрям формування загальної теорії економічної еволюції і трансформації. Головною особливістю трансформаційних процесів є поєднання механізмів спонтанної адаптації з механізмами економічної політики.

Ключові слова: економічні системи, транзитивна економіка, структурні трансформації, інституціональна невизначеність, еволюційна економіка, структурна політика, економіка знань.

Гасанов С.С. Структурные трансформации транзитивной экономики в условиях институциональной неопределенности

Аннотация. В статье в политэкономическом контексте раскрываются концептуальные основы исследования структурных трансформаций транзитивной экономики в условиях институциональной неопределенности. Глубинное структурное противоречие транзитивной экономики постсоветского типа предстает как противоречие между формирующимся рыночным механизмом экономической координации и господствующим механизмом олигархически организованной регуляции в условиях институциональной неопределенности и неэффективного государства. Структурная трансформация экономических систем – внутренний процесс их общей эволюции. Способность системы к трансформации – условие ее жизнестойкости, конкурентоспособности. Предмет теории структурной трансформации не может ограничиваться переходом от командной хозяйственной системы к рыночной экономической системе. Современные национальные экономические системы до сих пор находятся в процессе перманентной структурной трансформации, приспособления к меняющимся условиям хозяйствования. Анализ структурных и институциональных изменений – основное направление формирования общей теории экономической эволюции и трансформации. Главной особенностью трансформационных процессов является сочетание механизмов спонтанной адаптации с механизмами экономической политики.

Ключевые слова: экономические системы, транзитивная экономика, структурные трансформации, институциональная неопределенность, эволюционная экономика, структурная политика, экономика знаний.

*Шпильова Ю.Б.,**к.е.н., с.н.с.,**Інститут економіки природокористування та сталого розвитку
Національної академії наук України**Львіна М.В.,**к.соц.н., с.н.с.,**Інститут економіки природокористування та сталого розвитку
Національної академії наук України*

ЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ІМПЕРАТИВУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ОРІЄНТИРІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Анотація. У статті розкрито сутність теоретико-філософського поняття «екологічний імператив». Визначено зміст і наповнення екологічного імперативу залежно від часу і досягнення поставлених цілей. Обґрунтовано, що процес розвитку екологічного імперативу набуває характеру неперервного нарощування нових, удосконалених правил економічної та неекономічної взаємодії індивідів на основі тих, що вже завершили свій цикл.

Ключові слова: імператив, екологічний імператив, категоричний імператив, розвиток суспільства, сталий розвиток.

Постановка проблеми. Політика провідних країн світу, спрямована на нестримне нарощування темпів і масштабів виробництва зі зростаючим використанням невідтворюваних природних ресурсів, зумовила загострення еколого-економічних проблем. Їх вирішення більшість науковців убачає в ідеях сталого розвитку, що мають допомогти уникнути руйнування природного середовища і надати людству можливість розвиватися динамічно та збалансовано. Саме тому в процесі здійснюваних в Україні реформ необхідно приділяти особливу увагу екологічному складнику соціально-економічного розвитку держави. Одним із ключових чинників сталого розвитку і консолідації суспільства навколо вирішення екологічних проблем і поліпшення добробуту людей стає екологічний імператив. Дослідження науковців різних економічних шкіл усе частіше виявляються орієнтованими на аналіз екологічних імперативів та обґрунтування їх оптимальної системної взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Екологічний проблематиці присвячено достатньо праць багатьох українських і зарубіжних учених. Істотний внесок у її аналіз зробили відомі закордонні економісти: Дж. Адreonі, Т. Беррі, К. Гофма, І. Кант, Ф. Ларрен, М. Портер, Дж. Сакс, П. Тейяр, Е. Ле Руа, М. Мойсеев та ін. [1–7]. Серед сучасних вітчизняних авторів варто виділити О. Арзамасову, З. Вагаманюка, З. Герасимчук, В. Гриценка, О. Дорош, М. Дробнохода, О. Іншакова, М. Ковальчук, П. Ліпського, В. Павлова, І. Синякевича, Я. Столярчук, Ю. Туницю та ін. [8–12; 14–16]. Незважаючи на значний обсяг напрацювань у цій сфері, окремі аспекти визначення та ролі екологічного імперативу для розвитку суспільства залишаються актуальними і потребують подальшого вивчення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Екологічний проблематиці за її суттю та роллю в теоретичному фундаменті економічної науки притаманні тематична, функціональна та інструментальна різноманітність.

У контексті аналізу напрямів розв'язання найбільш актуальних екологічних проблем сучасної України наукового опрацювання потребують екологічні імперативи, які можуть слугувати філософським орієнтиром для формування теоретичної основи економічних досліджень у сфері природокористування.

Мета статті полягає у розкритті сутності теоретико-філософського поняття «екологічний імператив»; визначенні його місця й ролі в соціо-еколого-економічній системі сучасного суспільства; обґрунтуванні актуальних для України екологічних імперативів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під екологічним імперативом найчастіше розуміють форму заборон і обмежень, що розповсюджуються на будь-яку людську діяльність, для збереження живої природи, видового різноманіття планети, захисту навколишнього середовища від надмірного забруднення як безумовних пріоритетів.

Поняття «екологічний імператив» було введено в науковий обіг наприкінці 80-х років М. Мойсеевим і означало «ту межу допустимої активності людини, яку вона не має права переступати за жодних обставин» [1, с. 8]. Таким чином, автор запропонував новий принцип взаємодії людини з природою.

Термін «екологічний імператив» було введено за аналогією з Кантовим категоричним імперативом і в юридичному сенсі означав заборону або вимогу дотримуватися правил охорони довкілля, комплексу пріоритетних та обов'язкових до виконання обмежень діяльності людини. Актуальність терміну пояснювалася тим, що невиконання вимог імперативу може призвести до катастрофічних наслідків для людства [2].

У своєму дослідженні М. Мойсеев обґрунтовує необхідність формування сукупності заборон та обмежень людської діяльності через існування «забороненої межі»: «Люди вже відчували її існування, наближення до «забороненої межі» багато вже усвідомлюють як реальність (хоча більшістю, у тому числі представниками гуманітарних наук, таке твердження розглядається як «алармізм» – їм видається, що ця межа лежить за горизонтом)» ... «І я не бачу будь-яких непереборних труднощів у розробленні «кодексу взаємин виду Homo sapiens із рештою частиною планетарного біоценозу», точніше системи заборон, що спрямовують людську активність у певне русло» [3, с. 132]. На цій основі автор сформулював стратегію виживання людства в ХХІ ст.

Американський учений-природознавець Т. Беррі критикував соціальні інституції за їх нездатність забезпечити співіснування людини в гармонії з природним середовищем: «Довкілля не належить людській спільноті, а екологічний імператив не є

категорією, похідною від людської етики. Швидше навпаки, етика людини є похідною від екологічного імперативу, адже основна етична норма полягає у забезпеченні процвітання спільноти та кожної окремої людини в ній» [4, с. 105].

На думку Т. Беррі, екологічний імператив проявляється в етичній системі людства як вимога «руху сучасної індустріальної цивілізації від її нинішнього руйнівного впливу на Землю до більш м'яких форм співіснування» [4, с. 7]. Виходячи з широкого розуміння взаємозв'язку людини зі Всесвітом, екологічний імператив вимагає зміщення акцентів етичних засад – від антропоцентризму до екоцентризму – для відновлення рівноваги між людиною та біосферою. Г. Грін, доповнюючи ідеї Беррі, зазначав: «Нам потрібні закони, що визнають права інших, окрім людини, складників біосфери Землі, та етика, що дає людським спільнотам кодекс правил щодо взаємодії з природним середовищем» [5, с. 12].

В основі екологічного імперативу ці автори так само розглядали Кантовий категоричний імператив – вимогу діяти так, аби «максима волі однієї конкретної людини могла стати загальним законом» [6, с. 30]. Ю. Габермас розвиває це визначення: «Моральні заповіді є категоричними (безумовними) імперативами, що на пряму формулюють важливі норми, або імпліцитно мають до них певне відношення. Імперативний сенс таких заповідей полягає у їхній незалежності від суб'єктивних цілей та уподобань» [7]. Таким чином, Габермас відрізняє етичні цінності, що співвідносяться із самовизначенням індивідів та їхніх груп, від моральних, «категоричних» цінностей, що мають універсальне значення.

Другий принцип категоричного імперативу І. Канта стверджує: «Стався до людей (у своїй особі або в особі інших) завжди як до мети і ніколи – як до засобу» [6, с. 46]. Екологічний імператив, сформульований з урахуванням цього твердження, дає змогу змістити акцент у протилежний від антропоцентризму бік. Тоді екологічний імператив матиме вигляд: «Дій, сприймаючи світ навколо себе (неважливо, чи світ людей, чи світ поза людьми) завжди як мету і ніколи – як засіб».

Т. Беррі пропонує шлях до забезпечення життєздатності людства – такого стану його рівноваги з природним середовищем, який би повернув людину у звичну мережу взаємовідносин на планеті [4, с. 70]. З огляду на це та враховуючи другий принцип категоричного імператива Канта, екологічний імператив набуває такого формулювання: «Дій таким чином, аби сприяти життєздатності людської спільноти, зважаючи на її взаємозв'язок та взаємозалежність з екосистемами планети» [6]. Зрештою, екологічний імператив має знайти своє відображення у соціальних інститутах.

Подібні погляди на сутність екологічного імперативу притаманні і вітчизняним науковцям. Я. Столярчук зазначає, що екологічні імперативи – це обов'язкові, об'єктивно зумовлені принципи екологічної поведінки, напрями, форми і методи господарювання, механізми, інструменти і засоби їх реалізації, що мають обов'язковий характер, використовуються в межах створюваного правового поля та відображають суспільні інтереси [8, с. 273].

Одним із ключових чинників сталого розвитку держави і консолідації суспільства навколо вирішення екологічних та економічних проблем, на думку Ю. Туниці, стає екологічний імператив, який передбачає запровадження нового способу господарювання, наближеного до законів природи, раціональне використання, превентивну охорону і своєчасне відтворення якості умов природного життєвого доквілля та природних ресурсів [9, с. 146].

М. Дробноход зазначає, що екологічний імператив – це нагальна потреба дотримуватися законів природи, розуміти й беззаперечно сприймати вимоги й обмеження, що визначаються цими законами в усіх сферах життєдіяльності людини включно зі здоровим способом її життя [10]. Інші автори дотримуються подібних поглядів, акцентуючи при цьому увагу на окремих структурних елементах поняття екологічного імперативу: це сукупність умов, через які людина не має права переступити [11]; це заснована на законах природи й звернена до людського співтовариства вимога обмежити й зупинити землезнищувальну експансію й узгодити антропогенний тиск з екологічною витривалістю біосфери [12]. На думку Г. Білявського, екологічний імператив – звернена до людства вимога (подібна до закону моральної категорії) обмежити і зупинити згубне для природи господарювання й у своїй діяльності враховувати антропогенний тиск на доквілля й екологічну витривалість біосфери. Це дотримання всіх екологічних правил і вимог, обмежень і заборон, чинних і таких, що можуть виникнути у майбутньому, насамперед збалансованість виробництва з природою, співіснування техносфери й біосфери згідно з концепцією збереження та відтворення останньої [13].

І. Синякевич зазначає: «Для того щоб стабілізувати екологічні системи, необхідно антропогенну діяльність здійснювати в рамках економічних, екологічних, соціальних і духовних імперативів» [14].

Детальний аналіз заслуговують погляди П. Липського, який проблеми України окреслює через призму сукупності таких імперативів: подолання соціальної нестабільності, консолідація українського суспільства, зниження потенціалу конфліктів; збереження інноваційно-інтелектуального людського потенціалу, перетворення його у працюючий на благо українського суспільства капітал; подолання надзвичайно високої енергоємності ВВП [15, с. 21–22]. Також автор обґрунтовує поняття енергетичного імперативу як важливого складника екологічного імперативу, як методологічної основи екологічної безпеки та безпеки життєдіяльності сучасної людини [16]. При цьому одними з основних принципів сталого розвитку є жити в межах сонячної енергії; забезпечувати зменшення ресурсоємності та відходності національної економіки, збереження цінних чорноземів і раціональне їх використання; підвищувати ефективність соціального управління на всіх рівнях (державне управління, корпоративне, місцеве, громадське).

Актуальність запровадження більш жорстких вимог до антропогенної діяльності, що виражається екоімперативом, обґрунтовує значна увага суспільства та держави до зазначених проблем. Так, у Стратегії національної безпеки України серед загроз екологічній безпеці зазначено надмірний антропогенний вплив і високий рівень техногенного навантаження на територію України; негативні екологічні наслідки Чорнобильської катастрофи; значний обсяг відходів виробництва та споживання і неналежний рівень їх вторинного використання, переробки та утилізації; незадовільний стан єдиної державної системи та сил цивільного захисту, системи моніторингу доквілля [17]. На жаль, у Стратегії відсутнє бачення розвитку базових компонентів природокористування: природних ресурсів (лісів, води, землі, тварин, надр, комплексів біогеоценозів та біогеохімічних циклів) як основи функціонування економіки і необхідної умови існування суспільства. Не зосереджено увагу на проблемах водних ресурсів, кліматичних викликах, катастрофічних загрозах, пов'язаних з ерозією ґрунтів та їх деґуфікацією, деградації лісів, збіднення біоресурсів водою та

мінеральних ресурсів. У Стратегії сталого розвитку України до 2020 р. [18] серед 25 індикаторів немає жодного, що стосувався б довкілля.

Ефективність екологічного законодавства, відсутність у ньому прогалин, комплексність охоплення предмету правового регулювання, наявність чіткої екологічної політики на всіх рівнях управління та усталеної структури відповідних державних органів та інші чинники впливають на спроможність держави вирішувати наявні екологічні проблеми та запобігати виникненню нових. Однак з огляду на сучасний стан розвитку екологічних відносин, можна констатувати, що більшість із перелічених факторів ще не знайшли свого адекватного відображення в національному законодавстві або мають декларативний характер.

Екологічний імператив визначає вимоги загальносвітowego процесу трансформації суспільства, формування відповідної екологічної політики і впровадження її в усі сфери життя [19, с. 23]. Включає такі принципи та ідеї: у центрі уваги повинна знаходитися людина, яка має право на здорове і плідне життя в гармонії з природою; необхідно забезпечити рівність можливостей розвитку і збереження навколишнього середовища як для нинішнього, так і для майбутніх поколінь; охорона навколишнього середовища повинна стати невід'ємною частиною загального соціально-економічного процесу і не може розглядатися у відриві від нього; на відміну від практики, що склалася, акцент слід перенести на здійснення заходів щодо екологізації економічної діяльності, у першу чергу – на усунення причин негативних техногенних впливів, а не їх наслідків; соціально-економічний розвиток має бути спрямований на поліпшення якості життя людей у допустимих межах господарської ємності екосистем; необхідно впроваджувати заходи з екологізації свідомості та світогляду людини, системи виховання й освіти. Ці вимоги відображають сутність екологічного імперативу, нерозривний та органічний взаємозв'язок соціальних, екологічних і економічних цілей сталого розвитку.

Висновки. Таким чином, під екологічним імперативом слід розуміти систему формальних і неформальних вимог, правил, норм, що регулюють антропогенну діяльність та впливають на зміни в навколишньому природному середовищі. Слід підкреслити, що екологічні імперативи є динамічним поняттям і можуть змінюватися залежно від рівня розвитку суспільства, його технологій, свідомості, добробуту, інституційного середовища та процесів глобалізації. Екологічним імперативам притаманний «спіральний» тип їх розвитку: діючи на певній території, у певний проміжок часу, за певних обставин (наявних технологічних, економічних, інституціональних умов тощо), вони, змінюючись (удосконалюючись, трансформуючись), переходять на вищий, якісніший, більш екологоорієнтований рівень.

Виходячи із запропонованого визначення, на нашу думку, екологічні імперативи, актуальні для України, можна представити у такому вигляді.

1. Збереження екологічної цілісності глобальних та локальних територіальних систем: розуміння можливості впливу антропогенної діяльності на інші території, які, втім, можуть зазнати негативних наслідків через системний характер процесів у біосфері.

2. Збереження екологічної цілісності сукупності ресурсів території: усвідомлення взаємозалежності та взаємовпливу стану природних ресурсів різних видів та їх залежності від антропогенної діяльності.

3. Споживання невідновних ресурсів не повинно випереджати розвиток технологій, що дадуть змогу суттєво зменшити

їх споживання або замінити ці ресурси іншими, відновними, у т. ч. синтетичними.

4. Споживання відновних ресурсів повинно відбуватися з урахуванням їх здатності до відновлення: обсяг спожитого протягом певного періоду ресурсу не повинен бути більшим за обсяг його відновлення за той же період; у разі зменшення ресурсу його обсяг повинен бути таким, аби не унеможливити подальше його відновлення.

5. Обсяги відходів, накопичених унаслідок людської життєдіяльності, повинні надходити у біосферу в обсязі, що не перевищує її здатність до адсорбування: прикладами порушення цього імперативу є сучасні екологічні проблеми людства, такі як зміни клімату, руйнування озонового шару, деградація землі, зменшення обсягів та погіршення якості питної води.

6. Здоров'я та цілісність екосистеми: спроможність природного середовища генерувати ресурси та послуги і їх віддавати, зберігаючи при цьому різноманіття та комплексність видів, власну стійкість, ефективність, продуктивність (наприклад, харчові ланцюги, енергетичні потоки тощо).

7. Масштаб людської діяльності не повинен перевищувати здатність біосфери нівелювати її негативні наслідки: «екологічний відбиток» від людської діяльності у біосфері не має залишатися назавжди, а розвиток людини як біологічного виду не повинен відбуватися за рахунок інших видів.

8. Слід усвідомлювати, що біосфері притаманні ентропія та незворотність процесів: якщо за нинішніх умов господарювання не відбуватимуться необхідні трансформації, ситуація у навколишньому природному середовищі невідворотно погіршуватиметься. Важливо дотримуватися правила: зроби найкраще, але використай для цього найменше ресурсів. Тобто ефективність – це найкращий «результат» за найменшу «ціну».

Література:

1. Моисеев Н.Н. Современный антропогенез и цивилизационные разломы. Эколого-политологический анализ / Н.Н. Моисеев // Вопросы философии. – 1995. – № 1. – С. 3–30.
2. Моисеев Н.Н. Экология человечества глазами математика: (Человек, природа и будущее цивилизации) / Н.Н. Моисеев – М. : Молодая гвардия, 1988. – С. 254.
3. Моисеев Н.Н. Нравственность и феномен эволюции. Экологический императив и этика XXI в. / Н.Н. Моисеев // Общественные науки и современность. – 1994. – № 6. – С. 131–139.
4. Berry, Thomas. The Great Work. New York: Three Rivers Press, 1999. – P. 105.
5. Green, Herman. Thomas Berry's 'Great Work // The Ecozoic Reader. – 2000. – Vol. 1. – № 1. – P. 12.
6. Kant, Immanuel. Foundations of the Metaphysics of Morals / 2nd Ed, Trans. and Intro. Lewis White Beck. – Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall, 1997.
7. Habermas, Jurgen. Moral Consciousness and Communicative Action. / Trans. Christian Lenhardt and Shierry Weber Nicholsen. – Cambridge : MIT Press, 1990. – P. 197.
8. Столярчук Я.М. Глобальні асиметрії економічного розвитку / Я.М. Столярчук. – К. : КНЕУ, 2009. – 302 с.
9. Туниця Ю.Ю. Екологічний імператив сталого розвитку регіонів України: в пошуках чинників консолідації суспільства / Ю.Ю. Туниця // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.19 – С. 146–156.
10. Дробноход М. Екологічний імператив та його виміри / М. Дробноход, Ф. Вольвач // Освіта і управління. – 2004. – Т. 7. – № 2. – С. 47–59.
11. Микитюк О.М. Екологія людини : [підручник для ВНЗ] / О.М. Микитюк, О.З. Злотін, В.М. Бровдій ; 3-є вид., випр. і доп. – Харків : ОВС, 2004. – 254 с.
12. Акимова Т.А. Экология : [учебник для вузов] / Т.А. Акимова, В.В. Хаскин. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 455 с.

13. Екологічний імператив розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://studopedia.su/8_60063_ekologichniy-imperativ-rozvitku.html
14. Сиякевич І.М. Економічні, екологічні та соціальні імперативи як інструмент подолання глобальних екологічних загроз / І.М. Сиякевич // Наукові праці Лісівничої академії наук України. – 2014. – Вип. 12. – С. 227–232.
15. Ліпський П.Ю. Соціально-екологічні імперативи сталого розвитку України (проблематика України) / П.Ю. Ліпський // Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Екологічна безпека як основа сталого розвитку суспільства. Європейський досвід і перспективи». – Львів : ЛДУ БЖД, 2015. – 390 с.
16. Ліпський П. Енергетичний імператив, як методологічна основа гарантії екологічної безпеки і безпеки життєдіяльності людини / П. Ліпський. – К. : Вітас-ЛТД, 2010. – 12 с.
17. Стратегія національної безпеки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>
18. Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>
19. Национальная стратегия устойчивого социальноэкономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Респ. Беларусь / Редкол.: Я.М. Александрович [и др.]. – Мн. : Юнипак. – 200 с.

Шпилевая Ю.Б., Ильина М.В. Значение экологического императива для формирования ориентиров устойчивого развития общества

Аннотация. В статье раскрыта сущность теоретико-философского понятия «экологический императив». Определено содержание и наполнение экологического императива в зависимости от времени и достижения поставленных целей. Обосновано, что процесс развития экологического императива приобретает характер непрерывного наращивания новых, усовершенствованных правил взаимодействия индивидов на основе тех, что уже завершили свой цикл.

Ключевые слова: императив, экологический императив, категорический императив, развитие общества, устойчивое развитие.

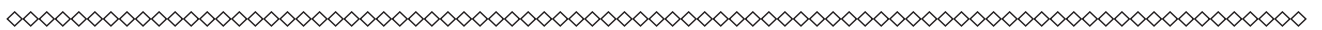
Shpylova Yu.B., Ilina M.V. The meaning of the environmental imperative for the formation of reference points of a society's sustainable development

Summary. In the article, a sense of “ecological imperative” theoretic-philosophical term is discovered. Content and subject-matter of the ecological imperative depending on time and achievement of the appointed goals are defined. It is grounded that the process of the ecological imperative’s development acquires the character of uninterrupted up-building of new, imperfect rules of economic and non-economic interactions between actors based on those who already have completed the cycle.

Keywords: imperative, ecological imperative, categorical imperative, society’s development, sustainable development.



**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ**



*Конєва Т.А.,**к.е.н., доцент,**Чорноморський національний університет імені Петра Могили**Кузнецов А.В.,**студент факультету економічних наук,**Чорноморський національний університет імені Петра Могили*

ВПЛИВ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА ЕКОНОМІКУ ЯПОНІЇ

Анотація. Стаття присвячена проблемі виявлення тенденцій, що зумовлюють ступінь впливу курсу єни на економічні показники Японії. У рамках дослідження були проаналізовані в динаміці темпи ВВП, чистого експорту, інфляції в країні. У рамках визначених динамічних рядів були розраховані коефіцієнти кореляції між валютним курсом та обсягом чистого експорту Японії, що засвідчили зростання чистого експорту за зміцнення єни протягом 1960–1994 рр. та досить слабкий зв'язок між знеціненням єни та зростанням експортного потенціалу протягом 1995–2016 рр.

Ключові слова: валютний курс, девальвація, інфляція, чистий експорт, кореляція.

Постановка проблеми. Валютна політика є одним із методів регулювання зовнішньоекономічної діяльності країни, який значно впливає на макроекономічні показники, зокрема на обсяги міжнародної торгівлі. Кожна держава в залежності від особливостей своєї економіки та поставлених цілей індивідуально визначає для себе принципи ефективної валютної політики.

Для прикладу, Японія здавна дотримується експортоорієнтованої моделі розвитку власної економіки. Знецінення вітчизняної валюти відповідно сприяло зростанню експортного потенціалу та забезпечувало зростання ВВП в країні. Але дані останніх років свідчать про неспроможність здійснення такої політики надалі. Будь-які спроби девальвації єни відтепер не призводять до позитивного ефекту та супроводжуються збільшенням від'ємного чистого експорту, що не може позитивно відобразитися на економічному стані в країні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед вітчизняних дослідників питання впливу валютного курсу на економіку країни розглядали В. Міщенко, Т. Мусієнко, М. Савлук [1], серед іноземних фахівців – К. Макконел та С. Брю [2]. Іноземні науковці намагалися дослідити також ступінь кореляції між валютним курсом та результатами зовнішньої торгівлі. Зокрема, від'ємний зв'язок отримали: Саввідес (1992), що досліджував зміну реального валютного курсу у 1973–1986 рр., Ахтар та Хілтон (1984), які аналізували щоквартальні дані 1974–1981 рр., і Чоудхарі (1993) – щоквартальні дані 1973–1990 рр. Відсутність взаємозв'язку або незначний вплив валютного курсу на обсяги експорту (імпорту) був виявлений Готуром (1985) та Бейлі, Тавлас і Улан (1986) [3]. Змішані результати були отримані Кумаром (1992) та Делі (1998) [4]. У зазначених дослідженнях були використані метод найменших квадратів у моделі лінійної регресії, метод стандартного відхилення, дисперсійний аналіз, авторегресійні гетероскедастичні моделі (ARCH та GARCH) та інші [5].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на численні наукові дослідження, неможливо виявити єдиного рецепту ефективної валютної політики

для будь-якої країни. Кожного разу вибір типу валютного регулювання потребує індивідуального дослідження економічних умов у тій чи іншій державі, зокрема Японії.

Окрім того, глобалізаційні процеси, що сприяють динамічному розвитку світової економіки, вимагають постійного моніторингу їхнього впливу на показники розвитку країни. Ці дані мають стати підґрунтям до зміни наявних підходів із формування та реалізації валютної політики Японії з метою подолання негативних явищ останніх років.

Метою статті є виявлення тенденцій, що обумовлюють ступінь зв'язку між зміною курсу єни та результатами міжнародної торгівлі Японії, темпами інфляції, зростанням ВВП в країні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Валютна політика держави проводиться відповідно до економічних та політичних цілей, які хоче досягти держава, зокрема, забезпечення економічного зростання, стабільного рівня цін, досягнення повної зайнятості та підтримка рівноваги на зовнішніх ринках.

Світовий досвід показує, що валютна політика однієї країни може бути вкрай неефективною для іншої. Для проведення валютної політики будь-яке рішення центрального банку має бути підтриманим відповідними діями уряду щодо регулювання фіскальної політики з урахуванням зовнішньоекономічної стратегії країни. Ямайська валютна система надає державам можливість обирати для себе будь-яку модель поведінки.

Вплив валютного курсу на обсяги міжнародної торгівлі представлений у ціновому вираженні імпорту та експорту. Він відбивається на економічній ситуації в країні загалом та, відповідно, поведінці економічних агентів. Сам же валютний курс може змінюватися під дією таких чинників, як зміни в смаках споживачів; відносна зміна доходів; відносна зміна цін; реальна ставка відсотку; спекуляції [2].

Будь-яка із цих подій спричинює девальвацію чи ревальвацію національної валюти. В умовах девальвації національна валюта стає дешевшою за іноземну. Тоді як країна біднішає, експортери національної продукції багатіють, обмінюючи іноземну валюту за вищим курсом або навмисно чекаючи, доки національна валюта знеціниться ще більше. Вони здатні продавати товари за відносно нижчими цінами, ніж середньосвітові. Девальвація робить імпорт товарів та послуг більш дорогим, що дає змогу національним виробникам збільшити свою конкурентоспроможність на домашньому ринку. Імпортери, які не хочуть втрачати власного прибутку через девальвацію, збільшують ціни на свої товари.

В умовах ревальвації ситуація абсолютно протилежна. Експортоорієнтовані галузі економіки стають неефективними. Однак збільшується база імпорту, оскільки держава за той самий обсяг грошей може придбати більше іноземних товарів та послуг. Це сприяє зростанню потоку інвестицій до країни. Однак створюються умови для негативного сальдо торговельного балансу.

В реальності важко сказати, що зв'язок між валютним курсом та міжнародною торгівлею є одностороннім. Дуже легко уявити ситуацію, коли валютний ринок знаходиться у стані рівноваги, однак відбувається зростання реального доходу громадян в одній із країн. У результаті цього в цій країні збільшується рівень споживання і зростає попит на імпортні товари. Це спричиняє зростання попиту на іноземну валюту та девальвацію національної грошової одиниці. Водночас реальне зростання доходів громадян може бути викликаним заміною імпоротної продукції на товари вітчизняних виробників. За цих умов імпорту скорочується, а експортна база зростає.

Кожна країна світу має власні особливості, тому бувають винятки, коли зміна валютного курсу дуже незначно або взагалі не впливає на зміну обсягів імпорту та експорту. Якщо економіка країни залежить від імпорту (як правило, енергоносіїв чи сировини), то навіть девальвація власної грошової одиниці не вплине значно на обсяг імпорту. Подібна ситуація характерна і для експорту: якщо на світовому ринку відсутній попит на продукцію певної країни через її якісні характеристики, то і відносно її здешевлення не дуже вплине на збільшення попиту на неї.

Розглянемо ситуацію із валютним регулюванням в одній із розвинених країн світу – Японії. У 2015 р. ця країна охопила 3,8% світового експорту товарів та 3,3% експорту послуг, що вказує на значну її залежність від світової торгівлі [6].

Разом із цим темпи економічного зростання Японії є низькими. У 2008–2009, 2011 рр. взагалі спостерігаються від'ємні темпи росту реального ВВП (табл. 1).

Як можна побачити з табл. 2, інфляція не є проблемою для країни. Найголовнішою бідою є дефляція, що досягла свого піку – 1,35 у період Світової фінансової кризи.

Банк Японії постійно намагається стимулювати інфляцію, але без особливих успіхів. Найвищий показник інфляції досягла у 2014 р. – 2,76, але уже в 2015, 2016 рр. всі спроби були зведені нанівець.

Аналізуючи динаміку валютного курсу (табл. 3), можна простежити зв'язок між зміцненням єни, дефляцією та спадом реального ВВП у кризовий період.

Починаючи з 1960 р. єна поступово зміцнювалась разом із розвитком економіки та зростанням ВВП. У 1995 р. спостерігався найвищий курс єни – 94,06 єни за 1 дол. США. Після цього відбувалася девальвація єни, рівня 1995 р. було досягнуто лише у 2009 р. – 93,57. Зміцнення єни до 2012 р. було викликане зростаючим попитом на неї у світі як на одну з найстабільніших світових валют.

Приблизно до середини літа 2015 р. спостерігалася девальвація японської валюти, однак після цього вона почала поступово дорожчати. Станом на 1 липня 2016 р. курс становив 102,54 єни за 1 дол. США. Протягом 2016 р. відбувалася доволі велика зміна курсу єни, таким чином, на 1 січня 2017 р. єна вже

Таблиця 1

Зростання реального ВВП Японії у 2007–2016 рр.

Рік	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Темп зростання, %	1,65	-1,09	-5,41	4,19	-0,11	1,49	2	0,33	1,21	1,0

Джерело: складено на основі статистичних даних Світового банку [7]

Таблиця 2

Інфляція у Японії в 2007–2016 рр.

Рік	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Темп інфляції, %	0,06	1,37	-1,35	-0,72	-0,26	-0,05	0,34	2,76	0,79	-0,11

Джерело: складено на основі статистичних даних Світового банку [7]

Таблиця 3

Курс валют долар-єна у 1960–2016 рр., середній за період

Рік	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966
Курс	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Рік	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973
Курс	360,00	360,00	360,00	360,00	350,68	303,17	271,70
Рік	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Курс	292,08	296,79	296,55	268,51	210,44	219,14	226,74
Рік	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Курс	220,54	249,08	237,51	237,52	238,54	168,52	144,64
Рік	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
Курс	128,15	137,96	144,79	134,71	126,65	111,20	102,21
Рік	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Курс	94,06	108,78	120,99	130,91	113,91	107,77	121,53
Рік	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Курс	125,39	115,93	108,19	110,22	116,30	117,75	103,36
Рік	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Курс	93,57	87,78	79,81	79,79	97,60	105,94	121,04
Рік	2016	–	–	–	–	–	–
Курс	108,79	–	–	–	–	–	–

Джерело: складено на основі статистичних даних Світового банку [7]

подешевшала до 117,05 [8]. Із цього можна зробити висновок про досить значну волатильність цієї валюти.

Теоретично девальваційні процеси мають забезпечувати позитивний ефект в економіці, стимулюючи експорт. Обсяг експорту Японії у 2016 календарному році згідно з даними Організації міжнародної торгівлі Японії (Japan External Trade Organization) становив 644,5 млрд. дол. США – 13,1% від загального обсягу вироблених товарів і послуг у країні.

Згідно з географічною структурою 57,3% японського експорту спрямовується в країни Азії, 23,1% – в Північну Америку, 13% – до Європи. Японія експортує кінцеву продукцію з високою доданою вартістю. Приблизно 22% становлять транспортні засоби, 19,2% – машини, у тому числі комп'ютери, 15,2% – електроніка та устаткування, 5,6% – оптична, медична та технічна апаратура. Основними компаніями-експортерами є «Toyota Motor», «Japan Tobacco», «Canon», «Hitachi», «Panasonic», «Nippon Steel», «Mitsubishi Electric», «Honda Motor», «Nissan Motor» та «Kubota» [9].

Досить показовим є той факт, що країна, яка практично не володіє жодними природними ресурсами, є третьою економікою світу. За дуже короткий час Японія із феодальної в минулому держави перетворилася в одного з основних гравців світової економіки.

Чистий експорт є дуже важливим складником платіжного балансу Японії (табл. 4).

До 1995 р. за зміцнення курсу єни відбувалося зростання чистого експорту. Після цього і курс, і величина чистого експорту стають дуже нестабільними. Різне зниження чистого експорту у 2008 р. було викликане Світовою фінансовою кризою і зменшенням доходів торгівельних партнерів Японії.

Негативне значення цього макроекономічного показника у 2011 р. стало результатом зміцнення єни. Досить тривалий час, 5 років (2011–2015), країна страждала від негативного торговельного балансу, що є найдовшим періодом, починаючи з 1960 р. Причому від'ємне значення чистого експорту спостерігається як за знецінення, так і за зміцнення національної валюти.

Розглянувши умови функціонування економіки, варто визначити, який саме вплив на результати міжнародної торгівлі Японії має валютний курс єни до долару США, що впливає і на ВВП країни, платіжний баланс та інші макроекономічні показники.

Тісноту зв'язку між валютним курсом та чистим експортом країни можна розрахувати за допомогою коефіцієнту кореляції (r). Цей коефіцієнт використовується для визначення сили та напрямку зв'язку між незалежною (валютний курс) та залежною (чистий експорт) змінними на основі відхилень фактичних значень кожного періоду від середнього значення за вибіркою. Розрахунок цього показника здійснюється за формулою (1):

$$r = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \times \sum (y_i - \bar{y})^2}}, \quad (1)$$

де x – валютний курс;

y – чистий експорт.

Кореляційне відношення було розраховане за допомогою статистичних формул Excel, а саме KOPPEL, на основі даних середньорічного курсу долар-єна та чистого експорту Японії у 1960–2016 рр., що наведені у табл. 3, 4. Протягом зазначеного періоду часу коефіцієнт $r = -0,31$. Це означає, що кореляція є негативною, а ступінь впливу – середній. Знецінення єни, чого так намагаються досягти правлячі кола Японії, приводить тільки до зменшення чистого експорту, а в результаті – і ВВП країни.

Однак у зв'язку із комплексністю економіки, взаємозалежністю країн одна від одної та досить стрімкими змінами ринкової кон'юнктури, що відбулись протягом двох минулих десятиліть, варто поділити досліджуваний період на 2 часові відрізки: 1960–1994 рр. та 1995–2016 рр. За критичну точку було обрано саме 1995 р., оскільки його можна назвати піковим для економіки у минулому столітті. До 1995 р. ВВП Японії зростає дуже високими темпами (5,449 трлн. дол. США у 1995 р.), а курс єни має очевидну тенденцію до ревальвації із піком у цьому році – 94,06 єн за долар США.

Таким чином, якщо розрахувати коефіцієнт кореляції за формулою 1 між валютним курсом та чистим експортом Японії протягом 1960–1994 рр., отримуємо значення (r) = -0,82.

Таблиця 4

Чистий експорт (ЧЕ) Японії у 1960–2016 рр., млн. дол. США

Рік	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966
ЧЕ	193	-869	85	-583	-161	1258	1635
Рік	1967	1968	1969	1970	1971	1972	1973
ЧЕ	253	1610	2714	2530	6200	6954	-98
Рік	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
ЧЕ	-3776	-112	4165	10989	16530	-9826	-10321
Рік	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
ЧЕ	8294	7043	20 233	33 649	46 220	79 013	73 086
Рік	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994
ЧЕ	64 141	44 804	28 207	55 623	81 902	96 713	93 373
Рік	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
ЧЕ	68 883	20 961	46 662	73 268	70 920	69 858	28 406
Рік	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ЧЕ	55 588	75 374	97 348	71 778	64 061	85 462	22 623
Рік	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ЧЕ	28 821	83 250	-33 436	-95 940	-119 444	-119 571	-14 158
Рік	2016	-	-	-	-	-	-
ЧЕ	37 559	-	-	-	-	-	-

Джерело: складено на основі статистичних даних Світового банку [7]

Результати є ще більш вражаючими, кореляція є високою та негативною. Це означає, що за зміцнення курсу єни до 1995 р. значно зростає чистий експорт країни. Це явище варто пов'язати саме із розвитком економіки Японії, переважанням та постійним зростанням попиту на японські товари на міжнародному ринку через їх надзвичайну якість та відсутність конкурентів. Яскравим прикладом у цьому питанні може слугувати попит на японські автомобілі у період «нафтових шоків».

Що стосується наступного періоду (1995–2016 рр.), то починаючи із 1995 р. показники ВВП та обмінного курсу єни до долара США стають більш волатильними, на міжнародній арені активізуються інші країни Азії, відбувається «бум» у розвитку комп'ютерних технологій та лібералізація міжнародних ринків. Коефіцієнт кореляції між валютним курсом та чистим експортом Японії протягом 1995–2016 рр. становить 0,43. Ступінь впливу є середнім та позитивним. Тобто напрям впливу девальвації на результати міжнародної торгівлі Японії змінюється у протилежну сторону: відносно знецінення єни незначно, але приводить до зростання чистого експорту.

Така ситуація в Японії чітко показує, що міжнародна торгівля цієї країни залежить не стільки від валютних коливань, скільки від інших значимих факторів. І в результаті ефект від девальвації єни може звестись фактично нанівець. Цей парадокс японської економіки, як стверджують експерти англomовного економічного журналу «The economist», викликані такими причинами:

- деякі торговельні партнери Японії тільки почали відновлюватись від наслідків кризи, що пояснює низький попит на японські товари;

- внутрішні виробники продовжують тримати ціни на експортні товари високими в національній валюті: вони використовують девальвацію єни не для того, щоб продати більше товарів, а для того, щоб повернути втрачені прибутки у часи міцної єни;

- багато виробників перенесли свої виробництва за кордон, щоб надалі уникнути залежності від зміцнення єни, як це було у попередні роки. Прогнозується, що найближчим часом більше японських автомобілів буде вироблятися за кордоном, ніж у самій Японії;

- технологічний розвиток Китаю та «азійських тигрів» зменшив конкурентоспроможність японських товарів на міжнародному ринку [10; 11].

Якщо перші дві причини є короткостроковими, то інші становлять справжню загрозу для економіки Японії. За період міцної єни такий автовиробник, як «Nissan», зазнав величезних збитків, втратив свої позиції на європейському та північноамериканському ринках. Водночас компанія «Sony» не може конкурувати з американським «Apple» та південнокорейськими «LG» та «Samsung». Для багатьох людей є шоком той факт, що країна, яка займає лідерські позиції у виробництві роботів, страждає від нестачі інновацій у технологічній сфері. Ці структурні проблеми мають бути активно вирішені для того, щоб попередити подальші проблеми в економіці [10].

З метою поживлення національної економіки Банк Японії та уряд, очолюваний Сіндзо Абе з 2012 р., прийняв рішення знизити курс єни, що мало би сприяти зростанню експорту товарів та послуг. Однак Банк Японії виявився обмеженим у засобах здійснення поставленої мети. Причиною цього стала «пастка ліквідності»: облікова ставка в Японії становить 0,1%, тому центральний банк нездатний був знижувати її ще більше, щоб сприяти відтоку іноземного позичкового капіталу з країни,

що мало би знизити курс єни. Норма необхідних резервів, що становила 0,75%, навряд чи може стати ефективним засобом політики «дешевих грошей».

Врешті-решт, вихід був знайдений: Банк Японії почав упровадження політики кількісного пом'якшення (quantitative easing) для стимулювання інфляції та девальвації єни. Програму було розпочато у квітні 2012 р., коли Банк Японії встановив обсяг купівлі державних облігацій на рівні 5 трильйонів єн (62 млрд. дол. США) щомісячно [11]. У квітні 2013 р. Харухіко Курода, Голова Японського центрального банку, прийняв рішення збільшити цей обсяг до 7 трильйонів щомісяця. Врешті-решт було вирішено витратити суму, еквівалентну 447 млрд. фунтів стерлінгів на рік [12].

Однак цим уряд та центральний банк Японії не обмежились. У 2016 р. фактично розпочався новий етап, який отримав назву «необмеженого кількісного пом'якшення». Центральний банк збільшив обсяг купівлі державних облігацій до 733 млрд. дол. США на рік, а дохідність за ними було зменшено до 0%. Такі кроки свідчать, що Японія намагається зробити усе можливе для боротьби з дефляцією раз і назавжди.

Наступним моментом у напрямі відновлення економіки Японії стало збільшення частки країни у МВФ до 430 млрд. дол. США. Таке рішення було прийнято для того, щоб збільшити можливу базу кредитування Європейського Союзу та інших країн для їх швидшого відновлення після тієї ж кризи 2008–2009 рр., оскільки ЄС є одним із головних торговельних партнерів Японії. Таким чином, можна простежити відповідність між діями країни у напрямі міжнародного співробітництва та реалізацією національної економічної стратегії.

Як свідчать наведені вище дані, досягти значних позитивних результатів не вдалося, дефляція повернулася лише у 2016 р., а ВВП країни невисокими темпами, але стабільно зростає. Дії Банку Японії, вірогідно, попередили ще більше падіння темпів економічного зростання, і досить важко уявити, що б відбувалось у країні зараз без них.

Оскільки економічні відносини є доволі багатограними, валютний курс є не єдиним фактором, який впливає на міжнародну торгівлю. Обсяг імпорту залежить від внутрішніх факторів, таких як рівень доходу населення, обсяг вироблених товарів та послуг всередині країни, диверсифікованість та рівень розвитку промисловості, наявність сировини та інших необхідних ресурсів тощо.

Обсяг експорту залежить від зовнішніх факторів – рівня доходу населення в іноземних країнах, кон'юнктури світового ринку, зовнішньоекономічного розвитку країни та її інтеграції у економічні відносини, споживчих вподобань людей за кордоном, виробничих витрат у інших країнах, стадії економічного циклу тощо.

Висновки. Експортоорієнтована економіка Японії за останні 5 років вперше зустрілася із проблемою зростаючого від'ємного чистого експорту. Спроби уряду, що керується класичним підходом із знецінення єни заради активізації міжнародної торгівлі, не мають значного успіху.

Аналіз зміни курсу долар-єна дав змогу умовно визначити два динамічні ряди (1960–1994 рр. та 1995–2016 рр.), в рамках яких був розрахований коефіцієнт кореляції між валютним курсом та обсягом чистого експорту Японії. Результати показали, що поступове зміцнення єни протягом 1960–1994 рр. супроводжувалося зростанням чистого експорту, загальним розвитком економіки.

Надалі, в рамках другого періоду – 1995–2016 рр., така тенденція не підтримується, оскільки відбувається знецінення єни.

При цьому спостерігається досить слабкий вплив на зростання експортного потенціалу Японії, а також від'ємний чистий експорт протягом 2011–2015 рр.

Неспроможність системи державного регулювання валютного курсу зумовлює необхідність розроблення кардинально нових підходів до стимулювання експорту, обсягів міжнародної торгівлі в Японії, пристосування до глобалізаційних процесів на ринку товарів, робочої сили, капіталу, що є напрямом для подальших наукових досліджень.

Література:

1. Гроші та кредит : [Підруч. / М.І. Савлук, А.М. Мороз, М.Ф. Пуховкіна, І.М. Лазепко, І.В. Шамова, І.В. Токмакова; ред.: М.І. Савлук] – Київ. нац. екон. ун-т, Укр. фін.-банк. шк. – К., 2001. – 602 с.
2. Макконелл К. Экономикс / К. Макконелл, С. Брю ; пер. с англ. – [13-е издание]. – М.: Инфра-М, 1999. – 974 с.
3. Hondroyannis George. Some Further Evidence on Exchange-Rate Volatility and Exports/ George Hondroyannis, P.A.V.B. Swamy, George Tavlas and Michael Ulan// Review of World Economics / Weltwirtschaftliches Archiv. – Vol. 144, No. 1 (April 2008). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10290-008-0141-4>
4. Kumar Vikram. The Real Effects of Exchange Rate Risk on International Trade/ Kumar Vikram. – Federal Reserve Bank of Atlanta Working Paper. – №92/5, 1992. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://logec.repec.org/scripts/paperstat.pf?h=repec:fip:fedawp:92-5>
5. The relationship between exchange rates and international trade: a review of economic literature / World Trade Organization Economic Research and Statistic Division. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd201117_e.pdf
6. Михайленко А. Эпоха дешевых денег / А. Михайленко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.ua/opinions/1391088-epoha-deshevyyh-deneg>
7. Статистичні дані Світового банку. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator>
8. US Dollars (USD) to Japanese Yen (JPY) exchange rate for January 1, 2017/ World Currency Exchange Rates and Currency Exchange Rates History. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.exchange-rates.org/Rate/USD/JPY/1-1-2017>
9. Workman D. Japan's Top 10 Exports/ D. Workman. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldstopexports.com/japans-top-10-exports/>

10. The mystery of Japan's sluggish exports/ The Economist. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economist.com/blogs/economist-explains/2014/10/economist-explains-5>
11. Weaken, Dammit!/ The Economist. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economist.com/node/21554230>
12. Managhan A. Bank of Japan to inject 80 trillion yen into its economy / A. Managhan, G. Wearden// The Guardian. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.theguardian.com/business/2014/oct/31/bank-of-japan-80-trillion-yen-economy>

Конева Т.А., Кузнецов А.В. Влияние валютного курса на экономику Японии

Аннотация. Статья посвящена проблеме выявления тенденций, которые обуславливают степень влияния курса иены на экономические показатели Японии. В рамках исследования были проанализированы в динамике темпы ВВП, чистого экспорта, инфляции в стране. В рамках определенных динамических рядов были рассчитаны коэффициенты корреляции между валютным курсом и объемом чистого экспорта Японии, которые показали рост чистого экспорта при укреплении иены в течение 1960–1994 гг. и достаточно слабую связь между обесценением иены и ростом экспортного потенциала в течение 1995–2016 гг.

Ключевые слова: валютный курс, девальвация, инфляция, чистый экспорт, корреляция.

Konieva T.A., Kuznetsov A.V. The influence of exchange rate on the economy of Japan

Summary. The article is devoted to the problem of identification of trends, which determine the degree of yen exchange rate influence on economic indicators in Japan. The study analyses the dynamics of GDP growth rates, net exports, and inflation in the country. There are calculated correlation coefficients between the exchange rate and the volume of net exports of Japan within defined time series, which showed growth of net exports during the strengthening of the yen from 1960 to 1994 and rather a weak correlation between the depreciation of the yen and rising export potential from 1995 to 2016.

Keywords: exchange rate, devaluation, inflation, net export, correlation.

Крикун В.А.,

к.е.н.,

доцент кафедри міжнародного бізнесу,

Інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В ДОСЛІДЖЕННІ УКРАЇНСЬКОГО БАНКІВСЬКОГО РИНКУ ЗА РОКИ НЕЗАЛЕЖНОСТІ

Анотація. У статті розглянуто поняття та основні ефекти поведінкової економіки, проаналізовано тенденції розвитку українського банківського ринку та розглянуто ситуації ірраціональної поведінки суб'єктів даного ринку.

Ключові слова: поведінкова економіка, український банківський ринок, банківські установи.

Постановка проблеми. В останні роки теоретики все частіше пропонують нові концепції і розширення класичних моделей виходячи з емпіричних свідчень про людську поведінку та хибності економічних моделей, які базуються лише на раціональних підходах і не враховують психологічних, соціальних, когнітивних та емоційних факторів, які сильно впливають на прийняття рішень у реальному житті. У зв'язку із цим прогнозування, засновані на класичних економічних моделях, можуть привести до похибки в економічному аналізі, розробленні маркетингових стратегій та тактик. Психологічний і соціальний складники мають суттєве значення під час прийняття людиною рішення, тому нині постає потреба в уточненні економічних моделей, що зумовлюють реальну поведінку економічних суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наука поведінкової економіки спирається на дослідження з різних галузей знань, таких як психологія, економіка, філософія, фінанси, соціологія та культурологія, об'єднуючи в собі широкий набір концепцій, методів, та напрямів. Вагомий внесок у дослідження цієї молодшої науки зродили такі відомі зарубіжні науковці, як Д. Канеман, М. Алле, Л. Фестингер, Г. Ле Бон, Г. Саймон, А. Тверські, Р. Тейлер та Д. Аріелі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Поведінкова економіка – це сучасний і досить новий напрям економічної теорії, який займається дослідженнями впливу психологічних факторів на рішення людей у різноманітних економічних ситуаціях. Узагальнення наявних теорій і концепцій та вивчення особливостей впливу різних ефектів поведінкової теорії на функціонування українського банківського ринку зумовили вибір теми дослідження й окреслили коло питань, які розглянуто.

Мета статті полягає в узагальненні наявних теорій і концепцій та вивченні особливостей впливу різних ефектів поведінкової теорії на функціонування українського банківського ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сфері будь-яких міжнародних економічних відносин, в яких функціонує людина, більшість рішень приймається під впливом суспільних і культурних стереотипів, особливостей сприйняття, помилкового та недостатнього аналізу інформації та невизначеності ринку, на яку впливають суб'єктивні психологічні та ірраціо-

нальні фактори. Ще сто років тому економічна теорія базувалася на припущенні про раціональну поведінку людини, яка передбачає максимізацію очікуваної корисності, наявність однакової і доступної всім учасникам ринку інформації і використання ними однакових методів її обробки. У результаті більшість прогнозних моделей, які не враховують поведінкові аспекти, втрачають свою ефективність із розвитком таких сфер, як Інтернет-бізнес, бренд-менеджмент, електронна комерція, сучасна концепція маркетинг-менеджменту. Без урахування особливостей ірраціональної поведінки споживачів дуже складно передбачити дії суб'єктів на економічному та фінансовому ринках, рішення споживачів щодо купівлі того чи іншого бренду, розробити ефективні стратегії управління міжнародним бізнесом. У західній економічній теорії і практиці відносно нещодавно виникла нова концепція поведінкової економіки, яка описує й узагальнює такі психологічні феномени. Отже, із розвитком поведінкової економічної теорії поняття «людина економічна» замінюється на поняття «людина ірраціональна», та з'являється все більше підтверджень тому, що рішення дуже часто приймаються під впливом когнітивних помилок, які змінюють погляд на загальновідомі факти. У такій ситуації стандартні економічні моделі не можуть обґрунтувати поведінку суб'єкта, оскільки вона є оберненою до принципу максимізації корисності. Основоположником поведінкової економіки вважається лауреат Нобелівської премії з економіки 2002 р. Д. Канеман, який отримав нагороду «за застосування психологічної методик в економічній науці, особливо під час дослідження формування суджень і прийняття рішень в умовах невизначеності».

Розробкам Д. Канемана передували праці й інших учених у сфері психології та ірраціональної поведінки людини. Одним із перших, хто виступив зі спростуванням загально визнаної теорії прийняття рішень в умовах ринку і чий розробки створили основу для майбутньої теорії поведінкової економіки, був М. Алле. У 1952 р. він довів, що людина в умовах ризику поводить себе інакше, ніж передбачала неокласична економічна теорія, а саме: віддає перевагу не отриманню максимальної очікуваної корисності, а досягненню абсолютної надійності. Дана теорія отримала назву «парадокс Алле» і довела, що людина не завжди обирає раціональні рішення.

Наступною теорією, яка доповнила концепцію поведінкової економіки і пояснила нераціональну поведінку економічного суб'єкта, була теорія когнітивного дисонансу, запропонована професором Л. Фестингером у 1957 р. Завдяки даному ефекту підсвідомість вирішує протиріччя шляхом підлаштування чи викривлення історичних фактів так, щоб уникнути внутрішнього конфлікту людини і пом'якшити або взагалі нівелювати проблему, що існує.

У 1985 р. піонером у дослідженні сфери нерациональної поведінки, виступив французький соціолог Г. Ле Бон [1], який визначив одну з найрозповсюдженіших причин невинуватого поведінки людини – «ефект натовпу». Вчений довів, що люди, групуючись, стають одним цілим і починають поводитися зовсім не так, як вони діяли б наодинці. Досить часто люди піддаються сторонньому впливу навіть коли переконані, що джерело цього впливу є некомпетентним у даному питанні. Результати досліджень доводять, що близько 35% присутніх у групі людей дотримуються думки цієї ж групи (й якщо не згодні з нею). Однак ситуація змінюється, якщо хоча б одна людина починає суперечити цій думці. Тоді згадані 35% членів групи цілком готові підтримати нову точку зору [2]. «Ефект натовпу» присутній на будь-яких економічних ринках і часто проявляється у різких коливаннях цін на біржах та змінах тенденцій, моди та трендів на споживчих ринках.

У 1978 р. ще один учений, Г. Саймон, отримав Нобелівську премію з економіки за свій внесок у науку управління – теорію обмеженої раціональності і, таким чином, додав ще одну модель, що описує процес прийняття рішення в поведінковій економіці. Г. Саймон [3] увів у науковий обіг поняття обмеженої раціональності, під якою розуміються цілеспрямовані дії суб'єкта, проведені ним в умовах, коли прийняття найбільш ефективних рішень утруднено у зв'язку з відсутністю часу, інформації, а також недостатністю ресурсного забезпечення. Результатом даного дослідження є той факт, що людина скоріше прагне до задоволення замість максимізації корисності виходячи з постійної обмеженості ресурсів, необхідних для зваженого прийняття рішення. Г. Саймон виділив найрозповсюдженіші психологічні феномени, які сприяють швидкому прийняттю в умовах невизначеності: проекцію, ефект обмеженості уваги та надмірну самовпевненість.

Нарешті, у 1979 р. Д. Канеманом та А. Тверські [4] була запропонована модель, яка описує та більш повно дає оцінку ірраціональній поведінці індивіда – теорія перспектив. Учені зробили висновок, що в середньому за однакових ризиків люди схильні до збереження досягнутого фінансового рівня, ніж до його збільшення. В еквівалентних умовах можливість малих утрат відштовхує приватних інвесторів більше, ніж досягнення значного доходу. Вони уникають ризику на зростаючому ринку і більш толерантні до нього на спадаючому. Це звичайна аномалія, яка пояснюється тим, що людська психіка сприймає не стільки абсолютне значення свого багатства, скільки його зміни, причому радість від виграшу є значно меншою, ніж відчуття гіркоти програшу. Втрати завжди видаються значнішими, ніж еквівалентний дохід. Грунтуючись на експериментальних дослідженнях, теорія перспектив робить парадоксальний висновок: люди швидше готові взяти на себе більший ризик, щоб уникнути втрат, аніж одержати додаткову премію за більшого ризику [5]. А. Тверські та Д. Канеман у своїх дослідженнях виділили три найбільш розповсюджені типи людської поведінки (евристики): подібності, наявності та якоря. Евристика подібності виявляє розвинену інтуїцію індивідуума до результатів вибірок, що пов'язано з низкою фундаментальних помилок: надлишок самовпевненості, ілюзія контролю, не увага до історії, упереджене ставлення. Евристика наявності полягає у схильності оцінювати ймовірність настання події на основі збереженої в пам'яті яскравої або недавньої інформації. Фізичні особи схильні в оцінці ймовірності складних подій розглядати тільки прості й доступні сценарії. Евристика якоря виявляє, що фізичні особи виходять із початкових оцінок і підходів, які стають базою для характеристики

наявних ситуацій. Автори продемонстрували, що люди в багатьох випадках аж ніяк не схильні чинити відповідно до приписів неокласичної економіки і часто демонструють схильність до абсолютно нерациональної поведінки [6].

Поведінкова економіка є відносно новою наукою, яка розвивається прискореними темпами, тому її теоретичний базис становить велика кількість різних, але не ще не зведених до єдиної концепції моделей, підходів, парадоксів та ефектів. Одним із таких підходів, який описує реакцію ціни на отриману суб'єктами інформацію, є модель Тейлера, яка в 1985 р. сформулювала науку поведінкових фінансів. Р. Тейлер [7] стверджував, що інвестори часто дуже гостро реагують на нову інформацію незалежно від того, негативна вона чи позитивна. У результаті такої реакції відбувається непідтверджено високий ріст котировань (за позитивної інформації) і невинуватого низьке їх падіння (за негативної інформації). На протигагу класичній теорії очікуваної корисності концепція поведінкової економіки враховує той факт, що будь-яке рішення приймається не тільки виходячи з конкретних даних окремого поставленого завдання, але й під впливом знаку емоційного забарвлення (позитивного чи негативного) поданої ситуації. Такий ефект отримав назву «фрейм» і був описаний Д. Канеманом та А. Тверські в 1981 р. Коли людина стоїть перед вибором рішення між ідентичними проблемами, але одна з них подана в позитивному значенні, а інша – в негативному, здебільшого рішення буде прийнято на користь позитивного формулювання. Ефект фрейму змінює точку відліку прийняття рішення так, що кінцева користь або втрата сприймається по-іншому і сприйняття ризику змінюється. Отже, фреймінг можна визначити як емоційну маніпуляцію над об'єктом, за допомогою якого можна впливати на рішення та думки, навіть не змінюючи і не приховуючи всіх фактів.

Ситуація, яка склалася на українському банківському ринку впродовж останніх 20 років, є дуже показовою для підтвердження багатьох ефектів теорії поведінкової економіки. Проаналізувавши умовні етапи розвитку даного ринку, виділимо деякі з прикладів поведінки пересічного споживача, засновані на психологічних і емоційних особливостях людини, й інструменти маніпулювання соціальними настроями, а отже, і рішеннями, які приймаються на ринку.

Перший етап (1991–1992 рр.) розвитку української банківської системи характеризувався процесами перереєстрації та реорганізації. Постановою Верховної Ради України від 20 березня 1991 р. було створено Національний банк України з його регіональними управліннями. 2 жовтня 1991 р. НБУ почав перереєструвати комерційні банки України, зареєстровані ще Держбанком СРСР. У цей період вкладення у комерційні банки різних державних установ поступово витісняються ринковим капіталом спільних і малих підприємств, акціонерних товариств. На цьому етапі станом на 1 січня 1992 р. зареєстровано 77 банків.

Другий етап (1992–1993 рр.) визначається появою банків так званої другої хвилі. Протягом 1992 р. зареєстровано ще 60 банків, три банки вилучено з реєстру. Станом на 1 січня 1993 р. в Україні налічувалося вже 134 комерційні банки. На цьому етапі у комерційних банках дедалі зменшувалася частка капіталу державних установ. Також спостерігалася масове утворення дрібних малопотужних банків.

Третій етап (1994–1996 рр.) вирізняється появою перших банкрутств. 1994 р. ліквідовано 11 збанкрутілих банків; 1995 р. – 20, у 1996 р. прямими банкрутами стали 45 банків та 60 опинилися у стані прихованого банкрутства. Так, на кредитно-фінансовому ринку України почали працювати іноземні

банки та їхні представництва; всього їх було зареєстровано 14. З'явилися також ще п'ять нових українських комерційних банків. Отже, цей етап характеризувався розвитком галузевих банків та декількох великих комерційних організацій, які позиціонували себе як універсальні банки.

На даних етапах розвитку українського банківського ринку простежуються ефекти поведінкової теорії – «неприйняття втрат» та «парадокс Алле», які проявлялися в масовому зберіганні людьми грошей у готівці, незважаючи на всі заклики до їхнього раціональнішого використання і підтримки національної економіки. Маючи негативний досвід сертифікатної приватизації та фінансових пірамід, більшість населення приймало рішення залишити кошти у себе, незважаючи на гіперінфляцію, тобто віддавали перевагу не отриманню максимальної очікуваної користі, а досягненню більшої надійності.

Четвертий етап розвитку українського банківського ринку (1996–1998 рр.) характеризується стабілізацією банків і впровадженням національної валюти – гривні. Продовжують діяти 227–229 банків. На цьому етапі сформувалися групи провідних банків, які вже завоювали певне місце на ринку, визначився напрям менеджменту, розподілено клієнтів та ринок пасивів. На нашу думку, саме на цьому етапі починає зароджуватися інтерес банківських установ до розробок у галузі маркетингу. Із розвитком ринку зростала конкуренція, зароджувалася ринкова інфраструктура, розширювалася самостійність підприємств, зміцнювалася довіра до банків із боку споживачів банківських послуг. Вітчизняні установи, ще не усвідомлюючи цього, почали проводити роботу з перетворення своїх торговельних марок на бренди.

П'ятий етап (1998–2002 рр.) можна охарактеризувати швидким розвитком банківської системи. Після фінансової кризи 1997–1998 рр. банківська система відновлювалася досить динамічно. На початок 2000 р. кількість банків за реєстром становила 203. Українські банки активно застосовують усі способи і методи маркетингу, орієнтуються не тільки на розширення кола вкладників, але й на постійне покращення якості обслуговування.

Шостий етап (2002–2008 рр.) розпочався піднесенням банківської системи України. У 2002–2007 рр. розвиток банківського бізнесу помітно прискорився, випередивши темпи зростання інших секторів економіки, що пояснюється поступовим відновленням довіри до банківської системи з боку населення та суб'єктів господарювання. Впродовж зазначеного періоду відбулося підвищення рівня капіталізації банків. Показники рентабельності банківського сектору за ці роки залишалися на досить високому рівні, а рентабельність капіталу (ROE) перевищувала аналогічні показники інших видів економічної діяльності. Рентабельність активів банків (ROA) зросла з 1,27% у 2002 р. до 1,29% у 2005 р., а ROE – з 7,5% до 10% відповідно. Банківський сектор залишався інвестиційно привабливим, що підтверджувалося кількістю угод із продажу контрольних пакетів акцій банків, зокрема іноземним інвесторам. Протягом звітного року зберігалася тенденція до збільшення частки іноземного капіталу в банківському секторі України.

Сьомий етап (2008–2010 рр.). Світова фінансова криза, яка розпочалася у серпні 2007 р. з розвалу ринку іпотечних позик, поглибилася в 2008 р. Банківський сектор характеризувався сповільненням темпів зростання. Відплив коштів фізичних осіб із банківської системи, підвищення попиту на іноземну валюту, зниження рівня довіри до окремих банків – усе це негативно вплинуло на банківський бізнес. На збільшення обсягів грошової пропозиції вплинули обмеження на дострокове повернення населенню банками депозитів, зменшення

кредитування суб'єктів економіки. Обсяги депозитних коштів на рахунках у банках за 2009 р. знизилися на 6,9%, або на 24,8 млрд. грн., і становили 335,0 млрд. грн. Кредитна активність банків України знизилася. Станом на 01.01.2010 у Державному реєстрі зареєстровано 197 банків, з яких 182 мали ліцензію на здійснення банківських операцій. Упродовж 2009 р. кількість діючих банків за участі іноземного капіталу зменшилася з 53 до 51; у стадії ліквідації перебувало 13 банків.

Вплив світової фінансової кризи 2008 р. на український банківський ринок був украй незначним порівняно з інформаційною атакою щодо складного становища банківської системи, яка спровокувала паніку вкладників і погіршила становище на даному ринку. Ефект «фрейму», описаний Д. Канеманом та А. Тверські, а саме емоційна маніпуляція над об'єктом, згідно з яким будь-яке рішення приймається не тільки виходячи з конкретних даних окремого поставленого завдання, але й під впливом знаку емоційного забарвлення поданої ситуації, просліджується дуже виразно. На тлі негативної інформації щодо стану всієї банківської системи банки з позитивним фінансовим результатом виглядали ризиковими і втрачали довіру до себе, у зв'язку з чим спостерігався значний відплив коштів з усієї банківської системи, не лише з банків-банкрутів. Своєю чергою, фінансові установи намагалися змінити загальний негативний інформаційний фон, упроваджуючи нові програми лояльності і продуктивні пропозиції, вдосконалюючи якість послуг, застосовуючи інформаційно-комунікаційні стратегії, які виконували функції антикризових та репутаційних заходів.

На восьмому етапі (2010–2014 рр.) спостерігаються поступова тенденція до зростання показників українського банківського сектору, відновлення довіри до банківської системи та національної валюти, про що свідчить стабільний приріст коштів на рахунках у банках, насамперед у національній валюті. 2012 р. уперше з 2008 р. банківська система України закінчила з прибутком. Коефіцієнт рентабельності активів банків зріс з 4,38 у 2010 р. до 0,45 у 2013 р. Поступове відновлення довіри вкладників сприяє закріпленню позитивної тенденції до нарощування депозитної бази іншими депозитними корпораціями. Банки приділяють увагу вдосконаленню внутрішніх процесів, шукають нові нестандартні рішення для просування своїх продуктів і послуг.

Сучасний, дев'ятий, етап розвитку банківського ринку характеризується глибокою фінансово-економічною кризою, катализатором якої стали анексія АР Крим та розгортання воєнних дій на сході держави, напруженою в банківському секторі. Населення відреагувало масовим зняттям своїх коштів із рахунків у банках, і, як наслідок, за 2014 р. банківська система України втратила майже третину депозитних вкладів. Основними системними ризиками, реалізація яких негативно вплинула на діяльність банків, згідно з даними Національного банку України, були: погіршення платоспроможності позичальників через зменшення доходів населення та збиткову діяльність багатьох підприємств, звуження ресурсної бази банків через значний відплив депозитів протягом 2014–2015 рр., проблеми з обслуговуванням таких валютних кредитів позичальниками, які не мають власної валютної виручки. У 2015 р. більшість платоспроможних банків здійснює докапіталізацію для покриття понесених збитків. Протягом 2015–2017 рр. більше ніж 90 банків було оголошено неплатоспроможними, ще 67 було ліквідовано. Отже, концентрація зросла – частка 20 найбільших банків у чистих активах за рік збільшилася на 3,0 в. п., до 89,4%. Перехід «ПриватБанку» у державну власність наприкінці грудня суттєво змінив структуру

Основні показники діяльності банків України за 2005–2017 рр.

№	Показники	Дата						
		01.01.2005	01.01.2007	01.01.2009	01.01.2011	01.01.2013	01.01.2015	01.01.2017
1.	Кількість банків, що перебувають у стадії ліквідації	20	19	13	18	22	25	81
2.	Кількість діючих банків	160	170	184	176	176	163	96
2.1	із них: з іноземним капіталом	19	35	53	55	53	51	38
2.1.1	у т. ч. зі 100%-м іноземним капіталом	7	13	17	20	22	19	17
3.	Частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків, %	9,6	27,6	36,7	40,6	39,5	32,5	н.д.
4.	Доходи (млн. грн.)	20 072	41 645	122 580	136 848	150 449	210 201	н.д.
5.	Витрати (млн. грн.)	18 809	37 501	115 276	149 875	145 550	263 167	-159 400
6.	Рентабельність активів, %	1,07	1,61	1,03	-1,45	0,45	-4,07	-12,6
7.	Рентабельність капіталу, %	8,43	13,52	8,51	-10,19	3,03	-30,46	-116,74
8.	Кошти суб'єктів господарювання та фізичних осіб у банківській системі (млрд. грн.)	82,9	184,2	359,7	416,6	957,9	1 168,8	1 132,5
8.1	із них: у національній валюті	52,7	114,1	201,8	239,3	458,9	534,3	488,3
8.2	в іноземній валюті	30,2	70,1	157,9	177,3	499,0	634,5	644,2
8.3	кошти фізичних осіб (млрд. грн.)	41,6	106,7	217,9	275,1	364,0	416,1	437,2

Джерело: НБУ

банківського сектору: частка державних банків у чистих активах збільшилася до 51,3% (із 28,1% на початку 2016 р.), за депозитами населення – майже втричі, до 59,5%. У 2016 р. зафіксовано історично високий збиток банківського сектору – 159 млрд. грн. Іншою негативною тенденцією є постійна тенденція збільшення частки депозитів в іноземній валюті порівняно з національною, що ускладнює проблеми девальвації гривні. Говорячи про підтвердження ефектів поведінкової економіки, знову звертаємося до «парадоксу Алле», евристики наявності та якоря, які підтверджують нерациональність людини в питаннях максимізації свого прибутку. Замість пошуку нових шляхів «активного доходу» (інвестування в бізнеси) населення схильне до отримання гарантованого «пасивного доходу» від банківських депозитів, навіть зважаючи на факт зменшення відсоткової ставки, яка не покриває й інфляційних збитків.

Висновки. Безперечно, теорія поведінкової економіки має низку переваг перед класичною економічною теорією раціональної поведінки людини, найбільшою з яких є її орієнтування на реальних людей, які діють згідно зі своїми емоціями, поглядами, стереотипами, інстинктами натовпу та ірраціональними рішеннями. Поведінкова економіка дає можливість структурувати та пояснити, на перший погляд, незрозумілу поведінку людини, спираючись на розробки в таких різних галузях знань, як психологія, економіка, філософія, фінанси, соціологія та культурологія. Питання ціноутворення, побудови ефективних маркетингових стратегій, розроблення цінного для споживача продукту, більш точне прогнозування – далеко не вичерпний перелік можливостей, які пропонує нам цей новий підхід по вивчення поведінки людини.

Література:

1. Le Bon G. The Crowd / G. le Bon. – New York : Penguin Books, 1977.
2. Ващенко Т.В. Поведенческие финансы – новое направление финансового менеджмента. История возникновения и развития / Т.В. Ващенко, Е.В. Лисицина // Финансовый менеджмент. – 2006. – № 1. – С. 89–98.
3. Simon H. A Behavioral Model of Rational Choice, // Quarterly Journal of Economics. – 1955. – vol. 69. – P. 99–118.
4. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk // Econometrica. – 1979. – vol. 47. – P. 263–291.
5. Економічна теорія : [підручник] / С.В. Мочерний, М.В. Довбенко ; М-во освіти і науки України. – Київ : Академія, 2004. – 856 с.
6. Котова М.В. Особливості прийняття інвестиційних рішень фізичними особами на ринку цінних паперів / М.В. Котова // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2014. – Т. 1. – Вип. 2. – С. 70–75 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2014_1_2_10.
7. De Bondt W., Thaler R. Does the Stock Market Overreact? // Journal of Finance. – 1985. – Vol. 40. – P. 793–808.
8. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения / Д. Ариели ; пер. с англ. П. Мирнова. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 296 с.
9. Бобух І.М. Пропорції та перспективи формування національного багатства України : [монографія] / І.М. Бобух ; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозів. – К., 2010. – 372 с.
10. Економічна теорія : [підручник]. – К. : Академія, 2004. – 856 с.
11. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро / Д. Канеман. – М. : АСТ 2014. – 653 с.
12. Канеман Д. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения / Д. Канеман, П. Словик, А. Тверски ; пер. с англ. – Х. : Гуманитарный Центр, 2005. – 632 с.
13. Пинк Д. Драйв: Что на самом деле нас мотивирует / Д. Пинк ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2013. – 274 с.
14. Смит В. Экспериментальная экономика (комплекс исследований, по совокупности которых автору присуждена Нобелевская премия) / В. Смит ; пер. с англ. под научн. ред. Р.М. Нуреева. – М. : Мысль, 2008. – 808 с.
15. Крикун В. Сучасні тенденції розвитку банківського сектору в Україні / В. Крикун // Світові процеси капіталізації: економічний, політичний, соціальний аспект : матеріали Міжвідомчої наук.-теорет. конф. (Київ, 15 квітня 2008 р.). – К., 2008.
16. Річний звіт Національного банку України 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=31669311>
17. Звіт про фінансову стабільність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=40819104>

Крикун В.А. Теория поведенческой экономики в исследовании украинского банковского рынка

Аннотация. В статье рассмотрены понятие и основные эффекты поведенческой экономики, проанализированы тенденции развития украинского банковского рынка и рассмотрены ситуации иррационального поведения субъектов данного рынка.

Ключевые слова: поведенческая экономика, украинский банковский рынок, банковские учреждения.

Krykun V.A. Ukrainian banking market and the theory of behavioural economics

Summary. Behavioural economics and its main effects, tendencies of development of Ukrainian banking market are investigated and irrational behaviour of banking market participants are considered in this article.

Keywords: behavioural economics, Ukrainian banking market, banking institutions.

*Очеретний Д.С.,
аспірант кафедри міжнародного обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ РОЗБУДОВИ В УКРАЇНІ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Анотація. У статті проаналізовано основні напрями побудови в Україні ефективної моделі інноваційного підприємництва, а саме формування інститутів «посівної» підтримки інноваційних розробок вітчизняних компаній, розширення доступу малих і середніх компаній до інструментів фондового фінансування, докорінного реформування й удосконалення діяльності інститутів державного менеджменту, відповідальних за реалізацію політики у сфері стимулювання й підтримки малого і середнього бізнесу.

Ключові слова: інноваційне підприємництво, ефективна модель, інтелектуальна власність, інноваційні розробки, бізнес-структури.

Постановка проблеми. Розбудова в Україні ефективної моделі інноваційного підприємництва передбачає як необхідну умову реалізацію диверсифікованої і розгалуженої системи інфраструктурних, організаційно-інституційних, фінансово-економічних, інформаційних і маркетингово-логістичних заходів, інструментів і механізмів, спрямованих на підтримку усіх ланок інноваційних процесів та забезпечення їх інтеграції в єдиний процес інноваційного відтворення, а саме від генерування науково-технічних ідей до їх комерціалізації та збуту на внутрішньому і міжнародному ринках. Що стосується інфраструктурного забезпечення, то його репрезентує широкий спектр державних і приватних організацій й інституцій (компаній, посередників, науково-дослідних установ), які прямо або опосередковано включені в інноваційні процеси і забезпечують реалізацію, функціонування і розвиток їх ключових форм. При цьому повний доступ до ресурсів і послуг таких інституцій обов'язково має бути відкритий будь-якому суб'єкту малого і середнього підприємництва, який має намір займатись інноваційною діяльністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням пошуку ефективної моделі інноваційного підприємництва присвячені праці багатьох вчених. Зокрема, Я.В. Жаліло [1] у своїх працях розглядав перспективи для розвитку малого бізнесу в Україні в умовах євроінтеграції, О.В. Собкевич, А.В. Шевченко [4] присвятили свої дослідження особливостям виробничого співробітництва України та ЄС. О.Ю. Біленький, О.М. Галенко, В.М. Столярчук, Я.М. Столярчук [3] досліджують тенденції розвитку світового ринку інтелектуальної власності.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Недостатньо вивченим залишається питання розбудови в Україні фінансових механізмів розвитку вітчизняного інноваційного підприємництва.

Мета статті полягає в аналізі напрямів та механізмів побудови ефективної моделі інноваційного підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з напрямів розбудови в Україні ефективної моделі інноваційного підприємництва є формування інститутів «посівної» підтримки

інноваційних розробок вітчизняних компаній. Особливо обнадійливі перспективи щодо цього має становлення у нашій державі національної мережі іннолабів (консорціумів інноваційного співробітництва науковців, інноваторів-винахідників та суб'єктів підприємництва), стартап-шкіл, небанківських фінансово-кредитних фондів, страхових компаній (що спеціалізуються на страхуванні високо ризикованих проектів), венчурних фінансових установ, центрів інтелектуальної власності, бізнес-інкубаторів. Завдяки чіткій спеціалізації кожного з вищеперерахованих суб'єктів на різних ланках інноваційних процесів їх тісна взаємодія дасть змогу досягнути потужного синергійного ефекту у розвитку вітчизняного інноваційного підприємництва. Тоді як стартап-школи будуть спеціалізуватися на розробці інноваційних проектів; небанківські фінансово-кредитні і венчурні фонди (за умов запровадження стосовно них спеціальних режимів оподаткування) займатимуться їх фінансуванням; центри інтелектуальної власності забезпечуватимуть належний правовий патентний захист інноваційних продуктів, а бізнес-інкубатори виводитимуть їх на ринок.

Характеризуючи інститути «посівної» підтримки інноваційних розробок вітчизняних компаній, важко переоцінити значення повномасштабної імплементації європейського досвіду щодо розв'язання складних проблем, пов'язаних із реструктуризацією депресивних старопромислових регіонів. Стратегічні пріоритети у цій царині вбачаються у такому:

- формування у структурі регіональних центрів зайнятості консультативних пунктів з надання методичної допомоги у започаткуванні інноваційного бізнесу, розробка бізнес-планів для отримання мікрокредитних ресурсів тощо;
- передача у власність або довгострокову оренду за символічну ціну вільних виробничих приміщень, обладнання, іншого державного чи комунального майна для організації нового чи розширення наявного малого бізнесу;
- державна підтримка розвитку на регіональному рівні креативних індустрій (туризму, культури, традиційних ремесел тощо) як інструмента диверсифікації спеціалізації вітчизняних депресивних територій;
- впровадження практики проведення на всеукраїнському і регіональному рівнях конкурсів бізнес-проектів підприємців-початківців та мікропідприємців, котрі змагатимуться за отримання фінансування їх реалізації від відомих інвесторів або грантової підтримки від інституцій сприяння розвитку бізнесу [1].

Ефективний розвиток інноваційного підприємництва в Україні є неможливим без приведення у відповідність до діючих міжнародних стандартів вітчизняної системи захисту інтелектуальної власності. Йдеться про те, що сучасний формат науково-технічного й інноваційного співробітництва, зокрема міжнародного, є немислимим без ефективної охоронної системи об'єктів інтелектуальної власності. Більше того, з урахуванням усталеного статусу України як одного зі світових

порушників авторських прав з найвищим рівнем контрафакту та піратства [2] до числа пріоритетних висувається завдання повного унормування правовідносин у цій царині. Це перш за все повна імплементація норм Розділу 9 Угоди про асоціацію між Україною і Євросоюзом на основі:

- спрощення процедур комерційного використання результатів інноваційної діяльності, укладення ліцензійних і сублідрядних угод на добровільній основі, а також міждержавного технологічного трансферу;

- організації загальнодоступної електронної бази інформаційних даних щодо зареєстрованих в Україні і країнах ЄС торговельних марок;

- нарощування рівня захисту авторських прав на основі посилення взаємодії відповідальних осіб у сфері протидії онлайн-піратству та імплементації механізму виключень до об'єктів авторського права;

- поглиблення співробітництва України і держав Європейського Союзу у сфері правової охорони торговельних марок – брендів, котрі не потребують офіційної реєстрації;

- розширення наявної в Україні бази зареєстрованих географічних позначень та їх подальшого обслуговування, а також компенсування вітчизняним товаровиробникам (зокрема, за рахунок кредитів ЄБРР, Європейського інвестиційного банку тощо) витрат, пов'язаних зі зміною назв продуктів, котрі співпадають з офіційно зареєстрованими у країнах Євросоюзу географічними позначеннями [3, с. 249, 251].

На часі й безальтернативним сьогодні є і забезпечення повної конвергенції вітчизняної нормативно-правової бази із захисту прав інтелектуальної власності з міжнародними нормами. Йдеться про нагальну необхідність ратифікації Україною низки важливих міжнародних конвенцій та угод (насамперед Сінгапурського договору про право з торговельних марок 2006 р.; Локарнської угоди про заснування Міжнародної класифікації промислових зразків 1968 р. (зі змінами 1979 р.); Страсбурзької угоди про міжнародну патентну класифікацію 1971 р. (зі змінами 1979 р.); а також її приєднання до договірної бази Всесвітньої організації інтелектуальної власності.

У розбудові вітчизняної системи захисту прав інтелектуальної власності особливу стимулюючу роль здатні відіграти і такі заходи, як імплементація діючих в ЄС норм щодо передачі технологій, згенерованих за кошти державного бюджету; посилення захисту комерційної інформації; колективне управління авторськими і суміжними правами; а також розробка системи організаційного, фінансового й юридичного супроводження інтеграції української наукової і винахідницької спільноти у європейську патентну систему [4]. Важливим при цьому є надання права державним науково-дослідним інституціям й організаціям на укладення угод про кооперацію у сфері досліджень та розробок з приватними компаніями, передбачивши передачу останнім права власності на інтелектуальні продукти – результати спільних інноваційних досліджень. Реалізація цих заходів забезпечить не тільки суттєве підвищення гарантій вітчизняних споживачів на споживання якісної продукції за адекватними цінами, але й ефективний захист інвестиційних капіталовкладень у розробку нових інноваційних товарів та їх ринкову комерціалізацію.

Потужного імпульсу динамізації вітчизняного інноваційного підприємництва надасть розширення доступу малих і середніх компаній до інструментів фондового фінансування. З огляду на міжнародний досвід у цій сфері найбільш обнадійливі перспективи мають, зокрема, програми і проекти

міні-IPO, заснування малими компаніями власних фондів прямих інвестицій, а також створення спеціалізованих фондових структур, котрі займатимуться виключно лістингом цінних паперів високотехнологічних компаній (на кшталт “Nasdaq”) з їх допуском до торгів і здійсненням контрольних процедур на відповідність цінних паперів та їх емітентів встановленим вимогам біржі. Наприклад, у Польщі, окрім Варшавської фондової біржі, активну роботу розгорнув і фондовий майданчик “New Connect”, заснований спеціально для малих і середніх компаній, який дає їм змогу залучати фондове фінансування на суму від 1 до 3 млн. євро [5, с. 62]. Підтвердженням ефективності цього інституту є, зокрема, активний перехід польських компаній останніми роками з платформи “New Connect” на головний фондовий майданчик, оскільки залучений капітал дав змогу у максимально короткі терміни наростити їх обіг, ринкову частку і рівень капіталізації активів. Отже, Україна, на нашу думку, повинна скористатись цим позитивним досвідом, оскільки левова частка інвестиційного капіталу вітчизняних компаній малого і середнього бізнесу залучається шляхом приватних розміщень (а не IPO), а отже, не дає приватним інвесторам доступу до високодохідних активів.

Вітчизняне інноваційне підприємництво буде здатне стати потужним рушієм реального технологічного прориву України тільки за умов докорінного реформування й удосконалення діяльності інститутів державного менеджменту, відповідальних за реалізацію політики у сфері стимулювання й підтримки малого і середнього бізнесу. Пріоритетність цього напрямку обумовлена тим, що останніми роками всі ми стали свідками певного дублювання регуляторних функцій у цій сфері між Державною регуляторною службою, з одного боку, та Міністерством економічного розвитку та торгівлі, з іншого. З огляду на це на перший план сьогодні виходить питання щодо посилення міжвідомчої координації у сфері поточного і стратегічного регулювання інноваційного підприємництва. Досягнення цієї стратегічної мети є неможливим без ухвалення загальнодержавної стратегії розвитку малого і середнього бізнесу на парадигмальних засадах загальноєвропейського Акта про малий бізнес (Small Business Act), зокрема у частині інструментарію державної підтримки інноваційного підприємництва, його дерегулювання, зниження бар'єрів входу на ринок та у доступі до джерел фінансування, інтернаціоналізації діяльності малих і середніх компаній. Обов'язковою умовою є також узгодження цієї стратегії з провідними вітчизняними бізнес-асоціаціями, що надасть їй максимально практичного спрямування.

Важливу інституційну роль у розвитку вітчизняного інноваційного підприємництва може відіграти спеціалізована публічна агенція, створена у структурі Міністерства економічного розвитку та торгівлі. Її функціональні компетенції мають лежати у площині реалізації цієї стратегії із закріпленням статусних повноважень щодо міжвідомчого координування державної підтримки вітчизняного підприємництва на основі включення до складу її керівних структур повноважних представників головних державних інститутів, відповідальних за розвиток бізнес-структур.

Ефективне функціонування вітчизняного інноваційного підприємництва неможливе і без імплементації у господарську практику визнаного у міжнародній практиці інструментарію податкового стимулювання, здатного перевести національну економіку на використання інтенсивних чинників макроекономічного зростання. Насамперед йдеться про необхідність запровадження в Україні податкових канікул терміном на

5 років для інноваційних компаній малого бізнесу, що займаються науково-технічними розробками за піонерними технологічними напрямками (особливо у випадку виробництва та/або експорту інноваційно-місткої і високотехнологічної продукції).

Податковий інструментарій розвитку інноваційного підприємства як обов'язковий компонент має передбачати і запровадження податкових пільг для науково-дослідних установ і організацій, а також вищих навчальних закладів. Ця група пільг має передбачати, зокрема, їх звільнення від сплати ввізного мита, податку на додану вартість та інших обов'язкових платежів на науково-дослідне обладнання, комплектувальні і запасні частини до них, витратні матеріали і реактиви, науково-технічну і навчальну літературу, що імпортується до України для забезпечення інноваційної діяльності вищезазначених суб'єктів. На часі сьогодні і запровадження податкових пільг у формі знижених ставок державного патентного збору для індивідуальних винахідників; зниження ставок податку на прибуток тих компаній, що працюють за пріоритетними напрямками продукування й експорту високих технологій; а також надання дозволу інноваційним компаніям під час розрахунку оподаткованого прибутку включати у загальну суму своїх виробничих витрат певний відсоток витрат на ДіР. При цьому слід передбачити механізм обов'язкового зарахування сум податків на спеціальні рахунки бізнес-структур із зобов'язанням їх подальшого цільового використання виключно на науково-технічну й інноваційну діяльність економічних суб'єктів, інвестування у розвиток дослідно-експериментальної бази (інноваційний податковий кредит), насамперед за проектами у пріоритетних напрямках інноваційного прогресу, що реалізуються на платформах вільних економічних зон, технологічних і наукових парків.

Вагому стимулюючу роль у розвитку вітчизняного інноваційного підприємства здатне відіграти удосконалення діючої системи його амортизаційного регулювання на основі запровадження диференційованих ставок і термінів амортизаційних відрахувань залежно від типів основних фондів і нематеріальних активів. Це дасть змогу бізнес-структурам у максимально короткі терміни сформувати фонди виробничого нагромадження з акумулювання грошових ресурсів на спеціальних рахунках підприємств з подальшим їх цільовим використанням на потреби налагодження інноваційного виробництва. Водночас існує нагальна потреба у запровадженні підвищених ставок оподаткування прибутку тих компаній і фірм, котрі використовують застарілі енергомісткі технології, що дасть змогу реалізувати стосовно бізнес-структур інструменти примусу і пресингу, а отже, спонукати їх до технологічної модернізації своїх виробничих потужностей. При цьому має бути передбачено отримання підприємствами пільгових податкових кредитів на освоєння інноваційних технологій у сфері енергоощадності й енергоефективності.

Спираючись на міжнародний досвід, можемо стверджувати, що важливу роль у розбудові ефективної моделі інноваційного підприємства в Україні здатна відіграти потужна інформаційно-аналітична і консалтингова підтримка суб'єктів малого і середнього бізнесу з боку держави. Вона передбачає, зокрема, комплекс заходів, спрямованих на розбудову ефективних інформаційних мереж зовнішньоторговельної інформації; сприяння започаткуванню підприємницької діяльності каналами Інтернету; розроблення рекомендацій щодо виходу компаній малого і середнього бізнесу на зовнішні ринки і нарощування їх експорту; організацію ефективної системи обміну економічною інформацією між українськими і зарубіжними партнерами; проведення масштабних рекламних, іміджевих і

пропагандистських кампаній з метою популяризації розвитку економічних відносин з Україною [6, с. 33]; формування баз даних про наявні інфраструктурні об'єкти підтримки малого і середнього бізнесу тощо.

Висновки. Побудова інноваційного підприємства пов'язана насамперед з реалізацією системи невідкладних заходів щодо активізації венчурного фінансування малих і середніх компаній, державного стимулювання технологічної кластеризації національної економіки, формування інститутів «посівної» підтримки інноваційних розробок вітчизняних компаній, розширення доступу малих і середніх компаній до інструментів фондового фінансування, докорінного реформування й удосконалення діяльності інститутів державного менеджменту, відповідальних за реалізацію політики у сфері стимулювання й підтримки малого і середнього бізнесу.

Техноглобалізаційний формат функціонування вітчизняного інноваційного підприємства відкриває значні перспективи активного використання Україною інтеграційного інструментарію його активізації і розвитку насамперед на основі її міжнародного партнерства з державами Європейського Союзу, участі у розбудові європейського дослідницького простору та ефективного використання інструментів і механізмів, закладених в Угоді про асоціацію між Україною і ЄС. Науково-технічне співробітництво України і держав Євросоюзу реалізується нині на основі як двосторонніх угод про інноваційну взаємодію, так і наднаціональних механізмів кооперації у межах діючих рамкових програм. Їх синергійний економічний ефект є результатом як глобального характеру міждержавного інноваційного співробітництва й об'єднання зусиль різних країн у розв'язанні найактуальніших проблем фундаментальної науки і господарської практики, так і міждисциплінарності ДіР, нарощування масштабів іноземного фінансування інноваційних розробок та розширення участі держав у міжнародних науково-дослідних проектах і програмах.

Резюмуючи вищенаведене, наголосимо на тому, що сьогодні в Україні ще не завершився процес формування сприятливого середовища інноваційного підприємства, що вимагатиме подальшого об'єднання зусиль державних і приватних інститутів, громадських організацій і населення для його динамізації з метою виведення національної економіки на якісно вищий щабель розвитку.

Література:

1. Жаліло Я.В. Євроасоціація і нові можливості для розвитку малого бізнесу в Україні / Я.В. Жаліло // Дзеркало тижня. – 2015. – 20 листопада. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gazeta.dt.ua/macrolevel/jevvoasociaciya-i-novi-mozhливosti-dlya-rozvitku-malogo-biznesu-v-ukrayini-.html>
2. 2016 International Property Rights Index [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://internationalpropertyrightsindex.org/ipri2016>
3. Глобальний ринок інтелектуальної власності: масштаби, структура, інститути : [монографія] / [О.Ю. Біленький, Я.М. Столярчук, О.М. Галенко, В.М. Столярчук]. – К. : Фенікс, 2016. – 271 с.
4. Собкевич О.В. Перспективи розвитку науково-технічного і виробничого співробітництва України з країнами ЄС : аналітична записка / О.В. Собкевич, А.В. Шевченко // Інститут стратегічних досліджень. – 2015. – № 49, Серія «Економіка». – С. 18–20.
5. Імплементация високих технологій в економіку України : наукова доповідь / [за ред. І.Ю. Єгорова, І.В. Одотюка, О.Б. Саліхової]. – К. : НАН України, ДУ «Інститут екон. та прогноз. НАН України», 2016. – 166 с.
6. Зарицька Н.С. Сучасний рівень та потенційні можливості торговельного співробітництва України та США / Н.С. Зарицька // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2016. – Вип. 17. – Ч. 1. – С. 32–34.

Очеретный Д.С. Ключевые направления развития в Украине эффективной модели инновационного предпринимательства

Аннотация. В статье проанализированы основные направления построения в Украине эффективной модели инновационного предпринимательства, а именно формирование институтов «посевной» поддержки инновационных разработок отечественных компаний, расширение доступа малых и средних компаний к инструментам фондового финансирования, коренного реформирования и совершенствования деятельности институтов государственного менеджмента, ответственных за реализацию политики в сфере стимулирования и поддержки малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: инновационное предпринимательство, эффективная модель, интеллектуальная собственность, инновационные разработки, бизнес-структуры.

Ocheretnyi D.S. Key areas of innovation business effective model development in Ukraine

Summary. The article deals with the analysis of the main trends of construction in Ukraine of an effective model of innovation business, namely the formation of “seeding” institutions of supporting innovation domestic companies expanding access of small and medium-sized companies to the tools of stock financing, radical reformation, and improvement of the state management institutions activity, responsible for policy implementation in stimulating and supporting small and medium businesses.

Keywords: innovative entrepreneurship, effective model, intellectual property, innovations, business structures.

Скоробогатова Н.С.,

к.е.н., доцент,

викладач кафедри менеджменту та маркетингу,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Кузнецова А.В.,

студентка,

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Анотація. У статті проаналізовано тенденції розвитку продукції сільськогосподарського машинобудування в Україні за останні роки, а також виділено основні фактори, що впливають на ефективність діяльності підприємства галузі. Оцінено рівень експортного потенціалу виокремлених підприємств сільськогосподарського машинобудування, визначено наявні загрози їх подальшого розвитку. Запропоновано напрями підвищення ефективності сільськогосподарського машинобудування та виходу його на світові ринки.

Ключові слова: сільськогосподарське машинобудування, експорт, імпорт, сільськогосподарська техніка, ефективність діяльності, експортний потенціал.

Постановка проблеми. У сучасних умовах проблема пошуку шляхів підвищення та забезпечення ефективності роботи підприємств сільськогосподарського машинобудування набуває особливої актуальності, стає одним із пріоритетних напрямів розвитку вітчизняної економіки. Оскільки ця галузь є потенційним джерелом розвитку аграрного сектору економіки, вона відіграє надзвичайно важливу роль в економічному й соціальному становленні держави. Останнім часом більша питома вага у ВВП країни припадає на продукцію АПК, тому подальший розвиток цього сектору економіки стимулюватиме перехід країни до виробництва високотехнологічної продукції, якою є основна частка сільськогосподарського машинобудування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням аналізу діяльності машинобудівних підприємств приділяється значна увага у працях зарубіжних та вітчизняних вчених та практиків (В. Женьжебир [13], В. Долгова [14], К. Король [15], Е. Пенроуза [19] та ін.). В умовах глобалізації світової економіки актуальним є питання підвищення результативності зовнішньоекономічної діяльності підприємств, включаючи галузі машинобудування. Оскільки Україна має значний потенціал агропромислового комплексу, питання активізації сільськогосподарського машинобудування стоїть вкрай гостро на даний момент. І. Олександренко [10], О. Савіцька [11] та К. Весель-

ська [12], використовуючи системний підхід, досліджували сутність експортного потенціалу. І. Захарчук [16] та С. Козьменко [15] ідентифікували фактори впливу на ефективність діяльності машинобудівних підприємств. Проте питання комплексної оцінки ефективності діяльності підприємств сільськогосподарського машинобудування та пошуку шляхів раціонального використання їх експортного потенціалу потребують подальшого дослідження.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Нині недостатньо дослідженими залишились методологічні підходи до оцінювання експортного потенціалу підприємства сільськогосподарського машинобудування з урахуванням сучасних умов господарювання, а також шляхи його підвищення.

Мета статті полягає в аналізі сучасного стану та у визначенні перспектив зростання експортного потенціалу продукції сільськогосподарського машинобудування в Україні.

Для досягнення мети у роботі було поставлено та вирішено такі завдання:

- дослідити тенденції випуску валової продукції України, визначити місце агропромислового комплексу у розвитку національної економіки;
- оцінити рівень експортного потенціалу підприємств сільськогосподарського машинобудування, надати пропозиції щодо його підвищення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток аграрної сфери майже неможливий без використання сучасних технологій та високоякісної сільськогосподарської техніки. Україна має досить високі можливості для розвитку продукції сільськогосподарського машинобудування, проте, як свідчать статистичні дані, використовує їх недостатньо ефективно. Основні показники, що характеризують динаміку ВВП, промислового виробництва та продукції машинобудування наведено у табл. 1.

Графічна інтерпретація динаміки основних макроекономічних показників, що характеризують економіку України та її промислове виробництво, наведена на рис. 1.

Таблиця 1

Основні показники промислового виробництва України у млн. грн.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Валовий внутрішній продукт	1 349 178	1 459 096	1 522 657	1 586 915	1 988 544
Обсяг промислового виробництва	1 331 888	1 400 680	1 354 130	1 428 839	1 776 604
Обсяг продукції машинобудування	133 469	143 533	117 302	101 925	115 262

Джерело: побудовано авторами за даними [17]



Рис. 1. Динаміка основних ВВП та обсягів промислового виробництва України

Джерело: побудовано авторами за даними [17]

Наведені дані свідчать про зростання ВВП за період 2011–2015 рр., проте суттєво вплинули на цей показник інфляція та знецінення курсу національної валюти. Така ж тенденція простежується й у промисловості України, окрім 2013 р., що пояснюється погіршенням макроекономічної ситуації в країні та ускладненням політичних аспектів на наднаціональному рівні. Водночас така базова галузь промисловості, як машинобудування, знаходиться у занепаді, що підтверджують статистичні дані табл. 1. У світовій практиці саме машинобудування є флагманом інноваційного розвитку та стимулює активізацію інших галузей. Для України розвиток сільськогосподарського машинобудування є особливо важливим моментом, оскільки саме сільське господарство є однією з базових галузей економіки нашої країни (табл. 2), пріоритетний розвиток якої особливо важливий на даний час.

Графічна інтерпретація динаміки показників, що характеризують обсяги виробництва сільськогосподарської продукції та ефективність діяльності підприємств цієї галузі України за 2011–2015 рр., наведена на рис. 2.

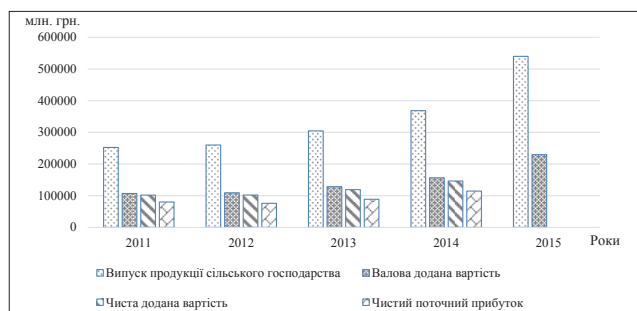


Рис. 2. Динаміка випуску продукції сільськогосподарства України

Джерело: побудовано авторами за даними [17]

Аналіз даних, представлених на рис. 2, свідчить про стале зростання обсягів виробленої сільськогосподарської продукції,

збільшення при цьому чистої доданої вартості цієї галузі та наявність додаткових прибутків власникам підприємств. Проте на сучасному етапі в цій галузі існує низка проблем, розв'язання яких у майбутньому дасть змогу підвищити експортний потенціал і посісти провідне місце у світі щодо експорту не лише сировинної, але й кінцевої продукції. Нині сільськогосподарські підприємства України відчувають потребу у сучасних технологічних засобах (рис. 3, 4).

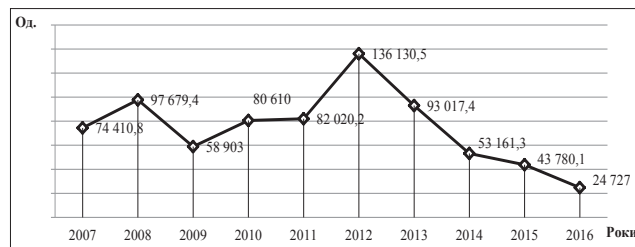


Рис. 3. Динаміка обсягу виробництва сільськогосподарської техніки у 2007–2015 рр. (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та зони проведення АТО)

Джерело: побудовано авторами за даними [17]

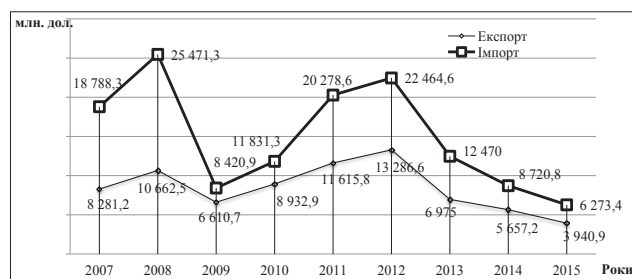


Рис. 4. Динаміка експорту-імпорту машинобудівної продукції, 2007–2015 рр. (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та зони проведення АТО)

Джерело: побудовано автором за даними [17]

Як свідчать статистичні дані, сільськогосподарська техніка тривалий період часу імпортується в Україну в більших обсягах, ніж експортується, що негативно впливає на економічну ситуацію в країні. Україна поступово перетворюється на сировинну країну, а це негативно впливає на майбутнє країни, оскільки сировина має стихійний характер та порівняно стійку тенденцію до здешевлення, на відміну від технологічної продукції. Таким чином, країна втрачає перспективи інноваційного розвитку. Аналіз світових даних свідчить про те, що лідерами з експорту продукції сільськогосподарського машинобудування є високорозвинені країни, такі як Німеччина, Італія, Франція (рис. 5).

Таблиця 2

Основні показники розвитку аграрного сектору України, млн. грн.

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Випуск продукції сільськогосподарства	252 356	260 085	304 499	368 452	540 013
Валова додана вартість	107 065	109 227	128 501	156 385	229 655
Чиста додана вартість	101 719	101 976	119 186	146 404	—
Чистий поточний прибуток	80 170	76 018	88 654	114 626	—

Джерело: побудовано авторами за даними [17]

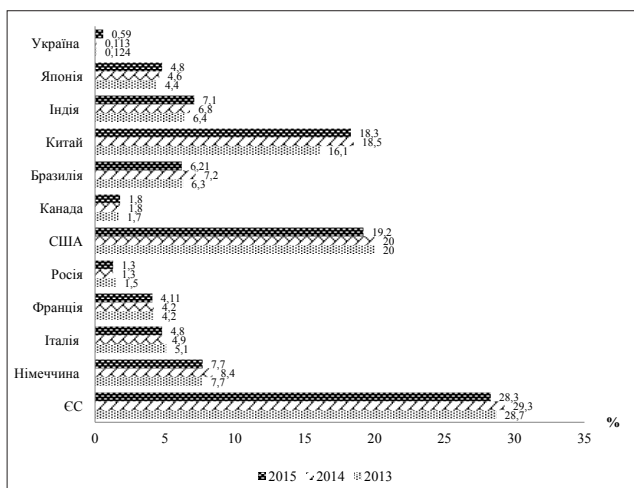


Рис. 5. Експорт сільськогосподарської машинобудівної продукції в зарубіжних країнах та в Україні за 2013–2015 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [17]

Найвищий відсоток концентрації світового виробництва сільськогосподарської техніки одночасно з найвищим показником рівня міжнародної торгівлі зосереджено у Північній Америці та Західній Європі. Ринок цих регіонів є найбільшим, саме вони визначають тенденції розвитку усього світового ринку.

Серед основних постачальників сільськогосподарської техніки, присутніх на ринку України, варто відзначити такі компанії, як, зокрема, «Мінський тракторний завод», «AGCO», «Amadas», «CASE IH», «Claas», «John Deere», «Massey Ferguson», «Mainero», «New Holland», «Valley», «Lindsay», «Plásticos Pen-Pla», «Fabimag», «MacDon». Велика кількість згаданих підприємств забезпечує українського аграрія широким асортиментом необхідної техніки, чим збільшують свою частку на українському ринку. Успішна діяльність цих компаній представляє великий інтерес з метою дослідження й переймання прогресивного досвіду виробників, що активно імпортують свою продукцію в Україну, та можливостей створення саме з ними спільних підприємств хоча б тому, що вже сформувався внутрішній попит на таку техніку.

Сільськогосподарське машинобудування Китаю та Індії більшою мірою зосереджене на задоволенні потреб внутрішнього ринку. Проте частка експорту в цих країнах щорічно зростає за рахунок збільшення попиту з боку країн, що розвиваються, які відкривають нові можливості для аграрного бізнесу, завдяки механізації та автоматизації процесів. Японія міцно посіла своє місце в сегменті високотехнологічної, спеціалізованої малопотужної сільгосптехніки (тракторів і техніки для виробництва рису), яка з успіхом експортується у насичені та висококонкурентні ринки Європи й Америки. У пострадянських країнах, особливо в Україні, Росії, Республіці Білорусь, спостерігається скорочення ринку продукції сільськогосподарського машинобудування. Водночас за результатами 2015 р. видно, що попит на нову сільгосптехніку в ЄС помітно ослаб практично у всіх сегментах ринку. Загалом на ринку сільгосптехніки Європейського Союзу відбулося падіння обсягів продажів у 2015 р. на 3,41%.

Сьогодні на ринку України залишилась незначна кількість малих і середніх вузькоспеціалізованих фірм з виробництва сільськогосподарської техніки, які виробляють нові комплекси машин, що відповідають високим енергозберігаючим вимогам і технологіям виробництва основних культур зернових, цукро-

вих буряків, кукурудзи, соняшнику, картоплі, овочів тощо. Нині небагато підприємств мають змогу підтримувати свою діяльність в межах країни та виходити на зовнішні ринки. Експортний потенціал вітчизняних підприємств, що відносяться до виробників сільськогосподарської техніки, було проаналізовано на прикладі трьох підприємств (табл. 3).

Таблиця 3

Ринкова частка підприємств сільськогосподарського машинобудування в Україні 2013–2015 рр.

Назва підприємства	Ринкова частка підприємств, %		
	2013 р.	2014 р.	2015 р.
ТОВ НВП «БЕЛОЦЕРКОВМАЗ»	6,23	7,76	5,77
ПАТ «Ельворті»	4,17	3,12	5,37
«VELES AGRO»	3,78	3,59	2,91

Джерело: побудовано автором за даними [21]

ПАТ «Ельворті» («Elvorti») (до 22 квітня 2016 р. – ПАТ «Червона зірка») – провідне підприємство у галузі сільськогосподарського машинобудування в Кропивницькому, одне із найстаріших на Кіровоградщині; станом на кінець 2000-х рр. входить до групи компаній «Ельворті Груп».

Компанія «VELES AGRO» є виробником багатофункціональної ґрунтообробної техніки з високими стандартами якості з огляду на сучасні та економічно ефективні технології. Компанія «VELES AGRO» була заснована у 1996 р. та за минулі двадцять років постійного розвитку і вдосконалення посіла заслужене місце серед провідних виробників ґрунтообробних машин і запчастин, а продукція отримала визнання якості не тільки в Україні, але й за її межами.

ТОВ НВП «БЕЛОЦЕРКОВМАЗ» – підприємство галузі вітчизняного сільгоспмашинобудування. Історія підприємства налічує понад 160 років досвіду виробництва обладнання для ведення аграрного бізнесу. Сьогодні ТОВ НВП «БЕЛОЦЕРКОВМАЗ» є лідером в сегменті вітчизняного виробництва ґрунтообробної техніки з часткою ринку України більше 30%. Підприємство стабільно працює зі своїми партнерами як в межах України, так і в Казахстані, Республіці Білорусь, Молдові, Польщі, Болгарії, Румунії, Чехії, Словаччини, Узбекистані й Таджикистані.

Оцінку експортного потенціалу вітчизняних підприємств, що виготовляють сільськогосподарську техніку, доцільно здійснювати за допомогою груп показників, що характеризують фінансовий та виробничий стан, а також систему розвитку та навчання персоналу.

В Україні з 2014 р. прослідковується чітка тенденція до скорочення ринку сільгосптехніки, що обумовлено як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками (табл. 4). Падіння світових цін на сільськогосподарські культури, зміна геополітичної обстановки, втрата державою частини земель сільськогосподарського призначення, перехід на нові ринки збуту, девальвація гривні, високі банківські відсотки, скорочення преференцій для виробників сільськогосподарської продукції (зміна Податкового кодексу та скасування спеціального режиму ПДВ) істотно відбилися на фінансовому стані аграрних підприємств [18, с. 105].

Обсяг зовнішньої торгівлі тракторами протягом 2011–2016 рр. мав чітку динаміку до зростання в імпорті продукції та чітку динаміку до зменшення в експорті продукції, що призвело до негативного сальдо (імпорт переважав експорт (пасивний баланс)) в 2016 р. в обсязі -508,642 млн. дол.

Показники зовнішньоекономічної торгівлі тракторами та запчастинами до них в Україні в 2011–2016 рр., тис. дол.

Трактори та інша с/г техніка	Імпорт, вартість	Імпорт, питома вага	Імпорт, вага нетто	Експорт, вартість	Експорт, питома вага	Експорт, вага нетто	Сальдо
2011 р.	559 081	0,0069	135 210	78 653	0,0012	13 994	-480 428
2012 р.	564 832	0,0068	137 639	76 852	0,0011	13 899	-487 980
2013 р.	562 771	0,0073	142 599	63 922	0,001	11 037	-498 849
2014 р.	274 118	0,0052	72 887	55 002	0,001	11 954	-219 116
2015 р.	229 940	0,0063	77 469	26 522	0,0007	8 330	-203 418
2016 р.	517 739	0,0133	126 951	9 097	0,0003	3 606	-508 642

Джерело: побудовано авторами за даними [17]

На жаль, основна частина ринку сільськогосподарських знарядь нині виробляє машини і обладнання, що відстають на 2 покоління (рис. 6). Україна імпортує машини 2-го та 3-го поколінь, що також призводить до процесу старіння технічного потенціалу. Більшість сільськогосподарського обладнання має рівень зносу більше ніж на 80%. Питання забезпечення сільгосптехнікою назріло давно, адже нині наявний парк в Україні – це 50 тис. одиниць техніки, з яких 72% – техніка, старша за 16 років [20].

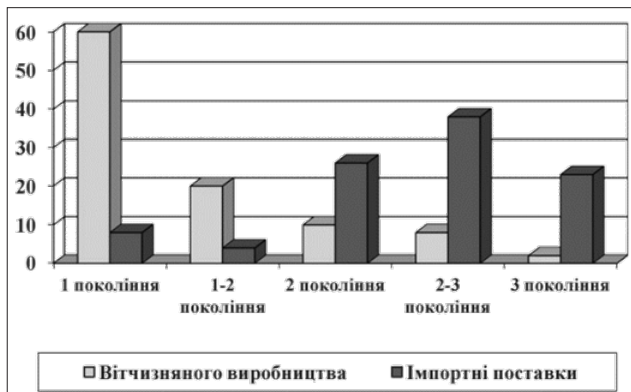


Рис. 6. Види імпортих поставок сільськогосподарської техніки на ринок України [20]

Водночас слід відзначити, що позитивним явищем є скасування в Україні обов'язкової сертифікації сільськогосподарської техніки. Згідно з Наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України № 1699, що набув чинності 1 січня 2016 р., постачальникам і виробникам техніки для аграрної сфери більше не потрібно отримувати український сертифікат відповідності.

З переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні, виключено розділ 10 «Техніка сільськогосподарська». Єдиною вимогою до сільгосптехніки залишається відповідність двом технічним регламентам (обов'язковими для використання з 2016 р.). Скасування обов'язкової сертифікації та перехід на використання технічних регламентів – це складові реформи системи технічного регулювання, головною метою якої є перехід від пострадянської системи стандартизації, заснованої на ДСТУ та обов'язкової сертифікації, на європейську систему, що заснована на відповідності технічним регламентам.

У 2016 р. Міністерство аграрної політики та продовольства України здійснювало заходи в трьох основних напрямках [6]:

1) удосконалення програми фінансового лізингу техніки та збільшення обсягів фінансування з паралельним удосконаленням митно-тарифного регулювання розвитку галузі

шляхом відміни сплати ввізного мита на ввезення комплектувальних виробів та машинних комплектів для виробництва в Україні високопродуктивної техніки, а також на сучасне технологічне обладнання для забезпечення модернізації виробничої бази заводів;

2) внесення змін до Закону України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» в частині визначення, що вітчизняна техніка – це техніка, яка виготовляється в Україні діючими підприємствами-резидентами України, зокрема спільними з іноземними партнерами та на нових виробництвах, створених із залученням інвестицій;

3) розроблення та втілення у життя інвестиційних проектів з налагодження виробництва високопродуктивних зернозбиральних комбайнів, тракторів та іншої інноваційної сільськогосподарської техніки і обладнання.

Висновки. Таким чином, останнім часом простежується тенденція до збільшення частки агропромислового комплексу у ВВП України. Проте підтримка сільськогосподарської галузі відчуває потребу у прогресивному технічному забезпеченні. Зокрема, темпи приросту імпорту випереджають темпи приросту експорту за останній рік на 2%, а за період з 2012 р. експорт втратив 45% станом на 2015 р.

Сучасний розвиток експортного потенціалу стає неможливим на аграрному ринку в Україні без високотехнологічної техніки, одночасно потрібно модернізувати сільськогосподарські машинобудівні заводи, здійснити їх технологічне переоснащення. Реалізація цих заходів підвищить конкурентоспроможність останніх на світовому ринку. Оскільки Україна має значний потенціал до розвитку сільського господарства, для підвищення рівня інноваційності та прогресивності машинобудівних підприємств, зокрема й у сфері сільськогосподарського машинобудування, потрібно залучати додаткові інвестиційні ресурси. Вважаємо, що це дасть змогу в перспективі машинобудуванню посісти вагоме місце як у структурі сільського господарства, так і у формуванні експорту України.

Література:

1. Білоусько Я. Тенденції розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування / Я. Білоусько // Економіка АПК. – 2015. – № 7. – С. 84–90.
2. Економічні показники розвитку країн світу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ereport.ru>
3. Кравчук В. Окремі аспекти досліджень технічного забезпечення АПК / В. Кравчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.tsaa.org.ua
4. Олійник О. Шляхи реформування вітчизняного сільськогосподарського машинобудування / О. Олійник // Техніка і обладнання для АПК. – 2014. – № 2 – С. 36–37.

5. Петрович Й. Організаційно-економічні передумови модернізації промислових підприємств / Й. Петрович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 12 (№ 720: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку). – С. 310–314.
6. Проект Концепції Державної цільової економічної програми розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу до 2020 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minagro.gov.ua
7. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 р. / за ред. Ю. Лупенка, В. Месель-Веселяка. – К. : ННЦ ІАЕ, 2012. – 182 с.
8. Трегобчук В. Інноваційно-інвестиційний розвиток національного АПК: проблеми, напрями і механізми / В. Трегобчук // Економіка України. – 2013. – № 2. – С. 4–12.
9. Оксенюк Т. Фінансові результати машинобудівних підприємств Хмельниччини: проблеми та напрями їх вирішення / Т. Оксенюк // Вісник Хмельницького національного університету – 2012. – № 4. – Т. 1. – С. 191–194.
10. Олександренко І. Спільні підприємства як форма залучення іноземного капіталу / І. Олександренко // Економічний аналіз. – 2008. – № 2 (18). – С. 168–172.
11. Савицька О. Проблеми та тенденції розвитку спільних підприємств України / О. Савицька // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.1. – С. 284–290.
12. Весельська К. Формування конкурентних переваг спільних машинобудівних підприємств / К. Весельська // Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського. – 2014 (87). – Вип. 4. – № 4. – С. 164–168.
13. Женьжебир В. Влияние на структуру машиностроительного комплекса общественного разделения труда, диверсификация и специализация отраслей / В. Женьжебир // Сборник статей Международной научно-практической конференции (28 октября 2016 г.). – 2016. – Ч. 1. – С. 78–82.
14. Король К. Економічний стан та проблеми розвитку галузі машинобудування в Україні / К. Король // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 1. – С. 157–162.
15. Козьменко С. Методичні підходи до оцінки експортного потенціалу інновацій машинобудування / С. Козьменко, С. Колосок // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=422>
16. Захарчук І. Експортний потенціал машинобудівних підприємств / І. Захарчук // Ефективна економіка. – 2009. – № 2-05/3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2057>
17. Офіційний сайт Державної служби статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
18. Розвиток ринку сільськогосподарської техніки / [О. Витницька, М. Даценко, С. Даценко] // Економіка АПК. – 2014. – № 10. – С. 103–108.
19. Пенроуз Е.Т. Теорія зростання фірми / Е.Т. Пенроуз // Oxford University Press. – 2009. – 4-е вид. – 304 р.
20. Науково-організаційні аспекти технічного переоснащення АПК та розвитку сільськогосподарського машинобудування / [О. Григоревич, В. Кравчук, В. Гусар] [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Titark_2012_9_4
21. Офіційний сайт “Smida” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://smida.gov.ua>

Скоробогатова Н.Е., Кузнецова А.В. Анализ производства и экспорта продукции сельскохозяйственного машиностроения в Украине

Аннотация. В статье проанализированы тенденции развития продукции сельскохозяйственного машиностроения в Украине за последние годы, а также выделены основные факторы, влияющие на эффективность деятельности предприятия отрасли. Оценен уровень экспортного потенциала выделенных предприятий сельскохозяйственного машиностроения, определены угрозы их дальнейшего развития. Предложены направления повышения эффективности сельскохозяйственного машиностроения и выхода его на мировые рынки.

Ключевые слова: сельскохозяйственное машиностроение, экспорт, импорт, сельскохозяйственная техника, эффективность деятельности, экспортный потенциал.

Skorobohatova N.Ye., Kuznetsova A.V. Analysis of the production and export of agricultural machinery in Ukraine

Summary. The tendencies of agricultural machinery in Ukraine in recent years are analysed and the main factors affecting the performance of the industry are highlighted in the article. Evaluated the examined enterprises' export potential of agricultural machinery and defined the threat to their further development. Proposed ways to improve the efficiency of agricultural engineering and its expansion into the world markets.

Keywords: agricultural machinery, exports, imports, agricultural machinery, operating efficiency, export potential.

Щава Р.П.,

к.н.держ.упр.,

докторант кафедри міжнародного обліку і аудиту,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС В ДИСКУРСІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Анотація. У статті докладно розглядаються точки зору вчених різних економічних шкіл щодо доцільності скоординованої податкової політики в рамках інтеграційних об'єднань. Було зроблено оцінку ролі і можливостей використання податкових інструментів в умовах формування і функціонування економічних союзів, виявлено причини загострення конкуренції в рамках Євросоюзу, а також проведено аналіз досвіду Євросоюзу в галузі регулювання оподаткування країн-членів та формування загального бюджету.

Ключові слова: економічна інтеграція, податкова гармонізація, податкове регулювання, бюджетна політика, інтеграційні об'єднання.

Постановка проблеми. Глобальна модель економічного розвитку на початку третього тисячоліття ґрунтується на зростанні взаємозалежності усіх підсистем та структурних елементів світового господарства, переході його технологічного базису на якісно вищий щабель; поглибленні транснаціональних процесів у сфері суспільного відтворення та інтенсифікації регіональної економічної інтеграції.

Розширення взаємозв'язків між національними фіскальними моделями різних країн та їх повільна, але безперервна конвергенція, що розуміється насамперед як зближення основних принципів оподаткування та підходів до формування національної фіскальної політики, в умовах глобалізації світової економіки здійснювалися безперервно. Нерівномірність соціально-економічного розвитку світового суспільства має прояв в усіх сферах життя, зокрема у надвисокому дефіциті державних бюджетів та браку коштів для фінансування соціальних видатків. Її загострення мало місце перш за все у постіндустріальних країнах під час їх переходу від неокейнсіанської до неоліберальної моделі розвитку. Втім, вирішення цієї проблеми вимагає від національних урядів розробки оптимальної фіскальної політики, яка б забезпечила мінімізацію ризиків й втрат економічних суб'єктів та збалансування їхніх інтересів, що передбачає конвергенцію національних фіскальних систем через стандартизацію методів регулювання й уніфікацію підходів до оподаткування, єдність механізмів та інструментів формування бюджету, її взаємозв'язок з монетарною політикою тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти трансформаційних аспектів фіскальної політики ЄС в умовах глобалізації світового господарства загалом та європейської інтеграції зокрема глибоко досліджувалися в працях П. Кенена, Р. Болдуїна, Ч. Віплоша, Т. Андерсена, М. Форне, Л. Рейхлина, С. Гудхарта, С. Сміта, П. Массона, Т. Байомі, М. Обстфельда, Д. Пері, М. Халета, І. Бураковського, І. Благуна, Ю. Козака, Д. Лук'яненка, З. Луцишина, Ю. Макогона,

П. Мельника, О. Мозгового, А. Поручника, В. Чужикова та багатьох інших вітчизняних та зарубіжних вчених.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значний внесок вчених у розробку та дослідження питання трансформації фіскальної політики в інтеграційних угрупованнях, вплив податково-бюджетної політики на економіку країн-членів інтеграційних об'єднань істотно відрізняється, що вимагає більш ґрунтовного аналізу.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних і практичних аспектів трансформації фіскальної політики в інтеграційних об'єднаннях та етапів глобалізації і розвитку міждержавного співробітництва у фіскальній сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історично формування інтеграційного об'єднання проходить декілька етапів, кожен з яких свідчить про ступінь транснаціональних процесів, що відбуваються в глобалізованому світі. У зв'язку з різноманітністю диференціації цих процесів та глибини економічних зв'язків країн-учасниць угруповання в економічній літературі зазвичай виділяють такі етапи інтеграції [1]: зона вільної торгівлі; митний союз; загальний ринок; економічний союз (в найбільш зрілій формі – економічний і валютний союз); економічна і політична інтеграція.

Найбільш зрілим інтеграційним об'єднанням є Європейський Союз (ЄС). У процесі конвергенції країн ЄС податкова політика, що проводиться на рівні наднаціональних структур, а також державних органів управління, послідовно змінювалася. Заходи, що проводяться інститутами ЄС, а також країнами-членами, сприяли ліквідації податкових бар'єрів в рамках внутрішнього ринку, забезпеченню свободи руху товарів, осіб, послуг і капіталів, відмові від застосування режимів недоброчесної податкової конкуренції юрисдикцій, усуненню подвійного оподаткування та успішній боротьбі з податковими правопорушеннями.

Трансформація оподаткування в ЄС має певну специфіку. У регулюванні прямого і непрямого оподаткування країн-членів існують принципові відмінності. У сфері непрямого оподаткування країн ЄС проводиться політика, спрямована на гармонізацію, а в галузі прямого оподаткування здійснюється процес координації [2].

Програма Комісії Європейського Економічного Союзу (ЄЕС), прийнята в 1967 р., передбачала вирішення таких завдань [2]:

- створення умов для забезпечення вільного переміщення інвестиційного капіталу на території спільного ринку;
- забезпечення податкового нейтралітету під час проведення корпоративними структурами операцій щодо трансдонних злиттів і реструктуризації;
- формування умов для рівної конкуренції у сфері інвестицій за допомогою застосування єдиних методів обчислення податків;

- ліквідація відмінностей у сфері оподаткування активів компаній, інкорпорованих в країнах ЄС;
- використання загальної методики визначення податкової бази для обчислення податку на прибуток;
- застосування єдиних методів проведення податкових перевірок, а також справляння податків;
- усунення подвійного оподаткування;
- зближення податкових ставок, які застосовуються щодо корпорацій держав-членів.

Цю Програму не вдалося реалізувати повністю, оскільки державна влада країн ЄС активно відстоювала свої права щодо збереження фіскального суверенітету в сфері прямого оподаткування. Тому в рамках Євросоюзу нині проводиться політика координації податкових систем, що забезпечує можливість впливу на податкову політику країн-членів під час збереження їх фіскального суверенітету. Основними напрямками податкової політики в ЄС стали гармонізація процесу стягування непрямих податків, а також уніфікація оподаткування компаній. Для досягнення поставленої мети потрібно було уніфікувати принципи нарахування та забезпечити зближення ставок щодо податку на додану вартість (ПДВ) та інших непрямих податків.

Країни Євросоюзу можуть проводити самостійну політику в сфері прямого оподаткування за умови, що вона не суперечить основним принципам Європейського співтовариства. Сучасна стратегія ЄС, яка спрямована на підтримку збереження суверенітету держав під час проведення регулюючої політики у сфері прямого оподаткування, є економічно виправданою. Як відомо, митна політика Євросоюзу захищає країни, що увійшли до його складу, від зовнішніх конкурентів. Однак заснування митного союзу і формування спільного ринку супроводжувалися усуненням тарифних і кількісних обмежень у рамках ЄС. Невизначеність і диспропорційність процесів фінансового глобалізму виявляються також у суттєвій динамізації структурних трансформацій національних фінансових ринків, зростанні вартісних обсягів угод злиттів і поглинань, а також формуванні багатоплярного фінансового світу. При цьому конкуренція між компаніями країн Євросоюзу значно загострюється, що сприяє витісненню з внутрішніх ринків товарів національного виробництва менш розвинених країн [3]. Слід також враховувати, що заміна національних валют єдиною колективною грошовою одиницею в країнах зони євро не дає змогу ефективно застосовувати для захисту національних економік валютно-фінансові інструменти [4]. Таким чином, прийняття єдиного митного тарифу привело до розширення ринків збуту для найбільш розвинених країн ЄС за рахунок скорочення виробництва в менш конкурентоспроможних національних економіках.

За обмеження можливостей держави в галузі митно-тарифного і валютно-грошового регулювання особливо актуально зберігання ефективності податково-бюджетної політики, від якої багато в чому залежить забезпечення стабільності в економіках країн-учасниць об'єднання.

Слід зазначити, що позиції вчених-економістів різних шкіл і напрямів, які досліджують вплив податково-бюджетної політики на економіку країн-членів інтеграційних об'єднань, істотно розрізняються.

Так, П. Кенен у своїй роботі, опублікованій в 1969 р., доводив, що під час формування економічних і валютних союзів (ЕВС) найдоцільнішим є зосередження фіскальних повноважень на рівні наднаціональних органів влади [5].

Р. Болдуїн і Ч. Віплош на підставі проведених досліджень дійшли висновку, що єдина податкова стратегія в рамках ЕВС є доцільною, якщо політика в галузі оподаткування однієї держави робить негативний вплив на економіку інших країн-членів. Вчені доводили, що політика в галузі оподаткування, здійснювана на рівні наднаціональних органів влади, може виявитися менш плідною, тому що буде по-різному впливати на стан національних економік і соціальної сфери країн-членів. Часто питання, пов'язані з життєдіяльністю населення, більш ефективно вирішуються на рівні держав [6].

Т. Андерсен досліджував стабілізуючий вплив податкової політики на економіку країн-членів ЕВС. На основі проведеного аналізу вчений зробив висновок, що ефективність податкової політики країн економічних союзів істотно знижується за відсутності координації в їх діях [7].

М. Форне і Л. Рейхлін за допомогою представленої теоретичної моделі аргументовано довели, що кризові явища в економіках країн-членів ЕВС можуть бути згладжені за допомогою проведення єдиної податкової політики. У дослідженні вчений був представлений показник, за допомогою якого оцінювався потенційний ризик. Крім того, вчені провели оцінку частки ризику, яка може бути знівельована за рахунок єдиної фіскальної системи. Згідно з висновками авторів фіскальна федерація, створена на території Євросоюзу, в умовах економічної кризи зможе згладжувати до 40% початкового зниження доходів населення і бізнесу [8].

Подібні дослідження проводилися також С. Гудхартом, С. Смітом, П. Массоном і Т. Байомі. Відповідно до їх висновків фіскальні системи ЕВС, США, а також деяких європейських держав дають змогу згладити від 20% до 30% скорочення особистих доходів населення в умовах кризи [9].

Автор статті вважає, що під час формування інтеграційних об'єднань особливу увагу слід приділяти гармонізації законодавства щодо непрямих податків, тому що саме ці податки істотно впливають на формування цін у взаємній торгівлі, а також складають значну частину надходжень до бюджетів країн-членів. При цьому збереження певної самостійності в сфері прямого оподаткування дає можливість на державному рівні вживати заходів, необхідних для збереження рівноваги в національних економіках.

На думку автора, обмеження національного суверенітету у сфері валютного регулювання може бути частково компенсовано за допомогою проведення грамотної податкової політики, а для стабілізації національних економік і нейтралізації негативного впливу зовнішнього середовища на рівні державних органів управління особливого значення набувають інструменти податково-бюджетного регулювання.

Звичайно, слід брати до уваги те, що коригування проведеної фіскальної політики вимагає часу, тому що затвердження національного бюджету є досить тривалим процесом. Крім того, введення нових положень в податкове законодавство, як правило, здійснюється не відразу. Прозорість і стабільність податкової політики передбачають поступову зміну податкових ставок і принципів оподаткування. Однак, як показує практика, результати впливу на економіку країни податково-бюджетної політики помітні вже за 6–12 місяців після внесення змін, тоді як досягнення позитивного результату від застосування монетарних заходів можна очікувати не раніше ніж за 12–14 місяців [6]. У цьому полягає основна перевага податково-бюджетного регулювання.

Посилення взаємозалежності і взаємодоповнюваності економік країн ЄС зумовило необхідність не тільки координації податкової політики, але й формування загального бюджету. Сьогодні бюджетна система Євросоюзу є найбільш розвинутою з усіх наявних. Формування єдиного бюджету стало унікальним спільним проектом країн-членів ЄС, які об'єднали частину своїх ресурсів з метою забезпечення фінансування витрат, необхідних для вирішення спільних завдань.

Найбільшу частину надходжень до загального бюджету ЄС становлять відрахування країн-членів, що встановлюються у вигляді відсотка від величини їх валового національного доходу. Значну частку в дохідній частині бюджету також займають імпорتنі мита, відрахування від ПДВ, внески країн, які не є членами ЄС, податки на заробітну плату співробітників наднаціональних інститутів Євросоюзу, відсотки за банківськими вкладками, а також штрафи, що накладаються на компанії, які порушують законодавство ЄС.

Кошти бюджету Європейського співтовариства переважно використовуються для проведення єдиної політики в галузі сільського господарства, виділення допомоги проблемним країнам і регіонам (зокрема, країнам, які не є членами ЄС), розвитку транспортної інфраструктури, проведення наукових досліджень і реалізації проектів регіонального значення. При цьому на фінансування апарату управління виділяється не більше 5% бюджетних коштів. Слід зазначити, що перерозподіл коштів бюджету ЄС часто здійснюється на користь проблемних країн, а також нових членів Євросоюзу. На основі розрахунку бюджетного балансу кожної країни виділяють країни-донори, до числа яких нині відносять Німеччину, Францію, Велику Британію, Італію, Нідерланди, і країни-реципієнти, а саме Португалію, Грецію, Іспанію, Польщу, Угорщину тощо. При цьому розширення ЄС за рахунок приєднання нових країн погіршує ситуацію. Питання витрат бюджету є центром дискусій, тому що інтереси країн-донорів і країн-реципієнтів часто не збігаються.

Слід зазначити, що про прояви подібних негативних тенденцій під час формування єдиного бюджету країнами економічного і валютного об'єднання попереджали європейські вчені-економісти. Наприклад, згідно з висновками М. Обстфельд і Д. Пері країни, економіки яких знаходяться в стані рецесії, будуть покривати свої витрати за рахунок коштів загального бюджету. Більш того, між країнами Союзу можлива конкуренція за бюджетні ресурси для фінансування державних витрат [9].

Висновки. Інтеграційний досвід Євросоюзу, особливо в галузі гармонізації податкових систем країн-учасниць і формування загального бюджету, представляє теоретичний і практичний інтерес для інших інтеграційних об'єднань. Наприклад, для країн Євразійського Економічного Союзу, формування якого обумовлює необхідність зближення законодавств країн-членів у сфері оподаткування.

Згідно з оцінкою Світового банку нині існує близько ста об'єднань, що функціонують в рамках зон вільної торгівлі, митних союзів, а також які досягли більш високого рівня інтеграції. Залежно від мети країн-членів об'єднань відбувається або подальша співпраця в рамках вже досягнутих угод, або перехід на більш високий рівень інтеграції.

Перехід від одного етапу інтеграції до іншого передбачає подальшу лібералізацію економічного співробітництва на основі результатів, досягнутих на попередньому етапі. Зона вільної торгівлі забезпечує вільний рух товарів між країнами-учасницями. Митний союз націлений на проведення

єдиної митно-тарифної політики щодо третіх країн. Загальний ринок передбачає свободу руху не тільки товарів, але й послуг, капіталів, робочої сили. ЄВС функціонує на основі проведення узгодженої економічної політики, гармонізації роботи фінансових систем і заміни національних грошових одиниць загальною регіональною.

Під час переходу до більш просунутого етапу конвергенції національних економік найважливішими завданнями стають координація національних податкових політик, зближення рівнів оподаткування, а також активізація процесів формування і розвитку в рамках інтеграційних об'єднань наднаціональних бюджетних систем для фінансування спільних проектів.

Під час формування економічних і валютних об'єднань стає раціональною передача частини фіскальних повноважень державних органів наднаціональним структурам, здатним забезпечити координацію податково-бюджетної політики країн-учасниць з урахуванням загальних економічних цілей. Однак при цьому слід враховувати, що обмеження суверенітету в галузі податкового регулювання може чинити серйозний негативний вплив на економіку окремих країн економічного і валютного союзу.

Найважливішим завданням під час формування ЄВС є обґрунтований розподіл фіскальних повноважень між національними та наднаціональними регулюючими органами, що забезпечує координацію податково-бюджетної політики з урахуванням інтересів усіх країн-членів об'єднання.

Література:

1. Погорлецкий А. Международное налогообложение : [учебник] / А. Погорлецкий. – СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2006. – 384 с.
2. European Economic Community Fiscal and Fin. Comm., Tax Harmonization in the Common Market. New-mark Report. July 9, 1967 – P. 137–148.
3. Линкевич Е. Анализ опыта экономической и валютно-финансовой интеграции стран Евросоюза / Е. Линкевич // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 34 (337). – С. 48–54.
4. Ишханов А. Анализ национальных политик конкурентной девальвации в условиях кризиса мировой валютной системы / А. Ишханов, Е. Линкевич // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2011. – № 26. – С. 2–11.
5. Kenen P. The Theory of Optimum Currency Areas: An Eclectic View / P. Kenen // Monetary Problems in the International Economy – Chicago : University of Chicago Press. – P. 41–60.
6. Baldwin R. The Economics of European Integration / R. Baldwin, Ch. Wyplos. – New York : McGraw – Hill Education, 2012. – P. 584–567.
7. Andersen T.M. Is there a role for an active fiscal stabilization policy? / T.M. Andersen // CESifo working paper. – 2005. – № 1447. – P. 1–33.
8. Forni M. Risk and Potential Insurance in Europe / M. Forni, L. Reichlin // European Economic Review. – 1999. – № 43. – P. 1237–1256.
9. Obstfeld M. Regional Nonadjustment and Fiscal Policy: Lessons for EMU / M. Obstfeld, G. Peri // NBER Working Paper. – 1998. – № 6431. – P. 48–52.

Щава Р.П. Трансформационные аспекты фискальной политики ЕС в дискурсе региональной экономической интеграции

Аннотация. В статье подробно рассматриваются точки зрения ученых разных экономических школ касательно целесообразности скоординированной налоговой политики в рамках интеграционных объединений. Была сделана оценка роли и возможностей использования налоговых инструментов в условиях формирования

и функционирования экономических союзов, выявлены причины обострения конкуренции в рамках Евросоюза, а также проведен анализ опыта Евросоюза в области регулирования налогообложения стран-членов и формирования общего бюджета.

Ключевые слова: экономическая интеграция, налоговая гармонизация, налоговое регулирование, бюджетная политика, интеграционные объединения.

Shchava R.P. Transformation aspects of the EU fiscal policy in the discourse of the regional economic integration

Summary. The article deals with the detail examination of various economic schools' point of view on the feasibility of a coordinated fiscal policy in the framework of integration associations. The role and the possibility of using tax instruments in the formation and functioning of the economic union are assessed. The reasons of increased competition within the EU are reviled. We analysed the EU experience in the field of member countries' taxation regulation, as well as the formation of the general budget.

Keywords: economic integration, tax harmonization, tax regulation, fiscal policy, integration associations (pl).

*Юр'єва П.Б.,
к.е.н., доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки,
Університет державної фіскальної служби України*

ПРОСТОРОВА СТРУКТУРА ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ

Анотація. У статті розкрито сутність просторової структури зовнішньої торгівлі товарами; сформовано рівні просторової структури зовнішньої торгівлі товарами; визначено роль та значення аналізу просторової структури зовнішньої торгівлі товарами; проведено аналіз просторової структури зовнішньої торгівлі товарами України за різними рівнями світового торговельного простору, а також визначено сучасні тенденції структурних змін.

Ключові слова: зовнішня торгівля товарами, просторова структура зовнішньої торгівлі товарами, торговельний простір, зустрічні товаропотоки, експорт, імпорт, зовнішньоторговельний обіг.

Постановка проблеми. Зовнішня торгівля товарами є доміантною формою зовнішньоекономічних зв'язків України та важливим фактором формування і функціонування національної економіки. Відсутність дієвого механізму державного регулювання зовнішньоторговельних зв'язків, неефективне використання наявного природно-ресурсного, трудового, інвестиційного, науково-технічного, виробничо-технологічного та транзитивного потенціалу призвела до зниження конкурентних позицій України на світових товарних ринках та закріплення за нею статусу продавця продукції з низьким рівнем доданої вартості. Внаслідок реалізації неефективної моделі міжнародної спеціалізації в Україні сформувалася просторова структура зовнішньої торгівлі товарами з низьким рівнем диверсифікації. Отже, актуалізується завдання вивчення геопросторових процесів у зовнішній торгівлі товарами, виявлення тенденцій і умов виникнення змін у просторовій структурі зовнішньої торгівлі товарами з можливістю подальшого прогнозування її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку зовнішньої торгівлі товарами України в просторовому контексті займалися як географи, так і економісти. Серед них слід назвати таких, як С. Дідур, Н. Дук, В. Завгородня, Н. Іксарова, А. Касич, Д. Ляшенко, А. Мазаракі, Т. Мельник, О. П'янкова, О. Ралко, І. Суматохіна, В. Третяк [1–6].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак сучасні умови зовнішньої торгівлі товарами України характеризуються суттєвими змінами, обумовленими поглибленням економічної глобалізації, зміною структури світового виробництва і торгівлі внаслідок нарощення економічної потужності Китаєм та рядом інших країн, трансформаційними процесами в економічній та політичній сферах всередині країни тощо. Отже, просторова структура зовнішньої торгівлі товарами України потребує додаткового дослідження з точки зору вищевказаних обставин.

Мета статті полягає у здійсненні теоретичних узагальнень основ просторового дослідження структури зовнішньої торгівлі товарами, аналізі просторової структури зовнішньої тор-

гівлі товарами України, а також виявленні сучасних тенденцій структурних змін.

Вклад основного матеріалу дослідження. Під просторовою структурою зовнішньої торгівлі товарами ми розуміємо форму організації або побудови зовнішньої торгівлі товарами, яка складається з зустрічних товаропотоків країни (експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт), певним чином розподілених у світовому торговельному просторі, а також зв'язків між ними. Елементом просторової структури зовнішньої торгівлі товарами може бути географічний регіон, група країн, країна, адміністративний регіон, торгово-економічний район, адміністративно-територіальна одиниця.

Просторові дослідження структури зовнішньої торгівлі товарами дають змогу визначити геопросторову орієнтацію країни в її зовнішньоторговельних зв'язках; проаналізувати роль та значення кожного просторового елементу в загальній структурі; спрогнозувати можливості розвитку зустрічних товаропотоків та зв'язків між ними за основними чи перспективними просторовими елементами. Практичне значення аналізу просторової структури зовнішньої торгівлі товарами визначається можливістю її оптимізації, що забезпечить підвищення ефективності зовнішньої торгівлі товарами загалом.

Більшість вітчизняних науковців розглядає просторову структуру торгівлі товарами у рамках зовнішніх відносин України з позиції географічного, територіального чи організаційного розподілу [1–6]. Проте подальше ускладнення просторової взаємодії в умовах глобальної торговельної системи потребує удосконалення структурної конструкції зовнішньої торгівлі товарами. Тому, підтримуючи висунуту П. Мінакіром гіпотезу про просторову побудову економічної системи [7], пропонуємо розглядати просторову структуру зовнішньої торгівлі товарами як сукупність просторових елементів у зустрічних товаропотоках країни, що вміщує три форми торговельного простору, а саме глобальний, міжнародний та національний.

В процесі проведення просторового структурування зовнішньої торгівлі товарами важливим є правильний вибір критеріїв та показників, які характеризують розвиток цієї сфери зовнішньоекономічної діяльності та дають змогу виокремити структурні елементи. На нашу думку, можна виділити такі ключові критерії, як місце (роль) просторових елементів у зовнішній торгівлі товарами країни; рівень оптимальності просторової структури; ступінь стійкості зовнішньоторговельних зв'язків просторових елементів. В основу побудови просторової структури зовнішньої торгівлі товарами повинні покладатися показники, які визначають обсяги зовнішньої торгівлі товарами у вартісних та фізичних одиницях виміру. Серед цих показників зовнішньою статистикою більшості країн світу формуються такі, як обсяг експорту, імпорту та зовнішньоторговельний обіг.

Структурування зовнішньої торгівлі товарами в межах глобального торговельного простору передбачає виокремлення

географічних (макроекономічних) регіонів світу за особливостями зовнішньої торгівлі товарами та визначення їх місця й структуроутворюючої ролі. Українська статистика [8] виокремлює п'ять макроекономічних регіонів світу, в яких Україна здійснює торгівлю товарами, а саме Європу, Азію, Африку, Америку, Австралію та Океанію.

Аналіз просторової структури зовнішньої торгівлі товарами України в глобальному розрізі (табл. 1) засвідчує, що зовнішня торгівля товарами зосереджена в межах Євразійського континенту. Причому на Європейський макроекономічний регіон припадає 2/3 зовнішньоторговельного обороту, а на Азійський – 1/3. Тут також слід зауважити, що протягом 2005–2016 рр. спостерігається незначна просторова переорієнтація зовнішньої торгівлі товарами України з Європи на користь інших регіонів, але переважно на товарні ринки Азії та Америки. Частка торговельних потоків між Україною та Австралією є найменш значущою, але більш-менш стабільною.

Структура та її зрушення у розрізі показника обсягу експорту та імпорту товарів України у глобальному торговельному просторі практично повторюють тренди зовнішньоторговельного обігу. З тією лише відмінністю, що у структурі експорту товарів Україна втратила свої позиції на ринках Америки, проте зміцнила їх на ринках Африканського регіону. Зазначимо, що така тенденція є цілком логічною та очікуваною через те, що на ринках останнього вітчизняні товари є конкурентоспроможними за ціновим чинником. Інша відмінність полягає у структурі імпорту товарів: Україна менше імпортує товарів з Африки, ніж з Америки, що також легко пояснити тим, що товаровиробникам більшості країн Африки немає що запропонувати українському споживачу ані за якістю, ані за рівнем інноваційності.

Глобальний торговельний простір можна піддати декомпозиції на субглобальні регіони: 1) Африка: Східна Африка, Центральна Африка, Північна Африка, Південна Частина Африки, Західна Африка; 2) Америка: Латинська Америка й Карибський

басейн, Карибський басейн, Центральна Америка, Південна Америка, Північна Америка; 3) Азія: Центральна Азія, Східна Азія, Південна Азія, Південно-Східна Азія, Західна Азія; 4) Європа: Східна Європа, Північна Європа, Південна Європа, Західна Європа; 5) Океанія: Австралія й Нова Зеландія, Меланезія, Мікронезія, Полінезія [8]. Аналіз в розрізі субглобальних регіонів дасть змогу конкретизувати глобальні орієнтири зовнішньої торгівлі товарами України та звузити напрями пошуку перспективних каналів збуту вітчизняних товарів та закупівлі необхідних сировинних ресурсів чи засобів праці для модернізації національної економіки.

Структура зовнішньої торгівлі товарами у межах міжнародного торговельного простору країни – це розподіл зустрічних товаропотоків країни за групами країн та окремими країнами, а також визначення їх місця та структуроутворюючої ролі. Зауважимо, що в основу групування країн можуть бути покладені різні ознаки: рівень економічного розвитку (промислово-розвинені країни, країни, що розвиваються, країни з перехідною економікою), товарна група (країни – експортери нафти, країни – імпортери зерна тощо), масштаб розвитку інтеграційних процесів (макроінтеграційні об'єднання, мезоінтеграційні об'єднання та мікроінтеграційні об'єднання). Враховуючи той факт, що поглиблення обміну товарами між країнами є передумовою та наслідком формування і функціонування регіональних інтеграційних об'єднань, а також у зв'язку з інтенсифікацією глобалізаційних трендів, які супроводжуються поглибленням регіональної інтеграції, вважаємо за доцільне проводити дослідження структури зовнішньої торгівлі товарами у межах міжнародного торговельного простору в розрізі інтеграційних угруповань та їх країн-членів. Серед інтеграційних векторів України слід виділити такі: на макрорівні – Європейський Союз (ЄС), Співдружність Незалежних Держав (СНД), мезорівні – Організація Чорноморського економічного співробітництва (ОЧЕС), Організації за демократію та економічний розвиток (ГУАМ), макрорівні – зона

Таблиця 1

Просторова структура зовнішньої торгівлі товарами України в розрізі глобального торговельного простору, %

Регіон	2005 р.	2010 р.	2015 ¹ р.	2016 ¹ р.	Відхилення 2016 р. від:		
					2005 р.	2010 р.	2015 р.
Експорт							
Європа	58,21	58,19	51,20	51,80	-6,41	-6,39	0,6
Азія	29,39	31,98	36,71	35,47	6,08	3,49	-1,24
Африка	7,02	5,88	10,00	10,66	3,64	4,78	0,66
Америка	5,34	3,90	2,06	2,03	-3,31	-1,87	-0,03
Австралія і Океанія	0,04	0,06	0,04	0,05	0,01	-0,01	0,01
Імпорт							
Європа	73,43	73,83	71,08	67,41	-6,02	-6,42	-3,67
Азія	21,60	19,56	20,64	24,26	2,66	4,7	3,62
Африка	1,18	1,44	1,60	1,41	0,23	-0,03	-0,19
Америка	3,50	4,74	6,23	6,62	3,12	1,88	0,39
Австралія і Океанія	0,29	0,43	0,45	0,31	0,02	-0,12	-0,14
Зовнішньоторговельний обіг							
Європа	66,02	66,66	61,07	59,91	-6,11	-6,75	-1,16
Азія	25,39	25,25	28,73	29,64	4,25	4,39	0,91
Африка	4,02	3,47	5,83	5,85	1,83	2,38	0,02
Америка	4,40	4,36	4,13	4,41	0,01	0,05	0,28
Австралія і Океанія	0,17	0,26	0,24	0,18	0,01	-0,08	-0,06

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: розраховано та складено автором за даними [9–12]

вільної торгівлі з Канадою, зона вільної торгівлі з Туреччиною. Виходячи з того, що одні й ті самі країни одночасно є членами декількох з вищезазначених інтеграційних об'єднань, сфокусуємося лише на регіональному рівні інтеграції – ЄС та СНД.

Як свідчать дані рис. 1, якщо на початку досліджуваного періоду зовнішня торгівля товарами України на 70% була сфокусована в країнах ЄС та СНД, то у 2016 р. частка зовнішньоторговельного обороту з ними зменшилась до 60%, що може вказувати на переорієнтацію на ринки країн інших інтеграцій-

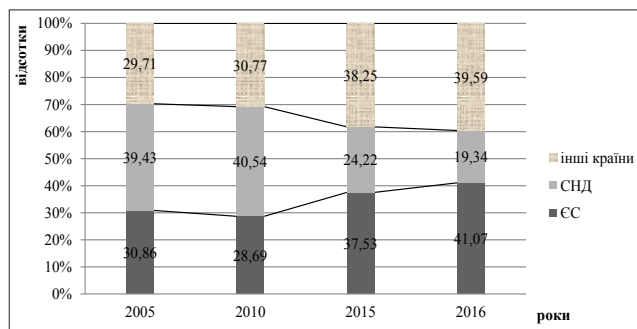


Рис. 1. Просторова структура зовнішньоторговельного обігу товарами України у розрізі міжнародного торговельного простору (макроекономічний інтеграційний вектор), %

Джерело: розраховано та побудовано автором за даними [9–12]

них угруповань. Варто також наголосити на тому, що розподіл сил між ЄС та СНД суттєво змінився. Протягом 2005–2010 рр. СНД концентрувала на собі в середньому 40% товаропотоків з Україною, а 2015–2016 рр. це місце посів ЄС. При цьому СНД втратила 20% товаропотоків, а ЄС набув лише 10%, що цілком підтверджує раніше висунуте припущення про просторову переорієнтацію зовнішньої торгівлі товарами як в глобальному аспекті, так і в рамках інтеграційних векторів торгово-економічного співробітництва.

Причина таких різючих змін очевидна: Революція Гідності, що відбулась в Україні у 2014 р., привела до загострення політичних, а згодом і торгово-економічних відносин з Російською Федерацією через те, що остання порушила територіальну цілісність та суверенітет нашої держави та продовжує втручатись у внутрішні справи, дестабілізуючи ситуацію на Сході країни. Таким чином, Україна втратила одного з основних торговельних партнерів.

Для більш глибокого розуміння коренів просторових змін товаропотоків між Україною – ЄС та Україною – СНД розглянемо структурні зміни обсягів експорту та імпорту в розрізі країн-учасниць (табл. 2). Але також варто зауважити, що Україна в межах СНД є не повноправною учасницею, а лише членом, а у ЄС – асоційованим членом.

Як свідчать дані табл. 2, на позиції домінанта у структурі експорту та імпорту товарів у рамках СНД для України була і залишається Російська Федерація. Остання фокусує на собі в середньому 2/3 як імпортного, так і експортного товаропотоку. Зрозуміло, що

Таблиця 2

Просторова структура експорт-імпорту товарів України в розрізі країн-членів СНД, %

Країна	2005 р.	2010 ¹ р.	2015 ^{1,2} р.	2016 ^{1,2} р.	Відхилення 2016 р. від:		
					2005 р.	2010 р.	2015 р.
Експорт							
Азербайджан	2,71	3,26	4,08	4,11	1,4	0,85	0,03
Білорусь	8,31	10,13	11,15	14,98	6,67	4,85	3,83
Вірменія	0,91	1,07	1,30	1,47	0,56	0,4	0,17
Грузія	1,86	–	–	–	–	–	–
Казахстан	6,22	6,94	9,13	6,63	0,41	-0,31	-2,5
Киргизстан	0,30	0,40	0,97	0,67	0,37	0,27	-0,3
Молдова	6,32	3,81	6,72	7,98	1,66	4,17	1,26
Російська Федерація	69,79	71,66	61,85	59,56	-10,23	-12,1	-2,29
Таджикистан	0,44	0,40	0,38	0,42	-0,02	0,02	0,04
Туркменістан	1,74	1,11	2,18	1,81	0,07	0,7	-0,37
Узбекистан	1,41	1,22	2,24	2,36	0,95	1,14	0,12
Імпорт							
Азербайджан	0,16	3,56	0,29	0,46	0,3	-3,1	0,17
Білорусь	5,52	9,62	23,36	32,43	26,91	22,81	9,07
Вірменія	0,08	0,07	0,07	0,10	0,02	0,03	0,03
Грузія	0,24	–	–	–	–	–	–
Казахстан	1,09	2,87	3,60	5,07	3,98	2,2	1,47
Киргизстан	0,03	0,02	0,06	0,02	-0,01	0	-0,04
Молдова	0,49	0,28	0,39	0,56	0,07	0,28	0,17
Російська Федерація	75,41	83,15	71,46	60,12	-15,29	-23,03	-11,34
Таджикистан	0,03	0,01	0,03	0,01	-0,02	0	-0,02
Туркменістан	15,73	0,12	0,16	0,40	-15,33	0,28	0,24
Узбекистан	1,21	0,31	0,59	0,83	-0,38	0,52	0,24

¹ Без урахування Грузії, яка вийшла зі складу СНД у 2008 р.

² Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: розраховано та складено автором за даними [9–12]

ускладнення торгово-економічних стосунків не могло не відбитися на зміні частки, і якщо її значення за експортом зменшилось на 10%, то за імпортом – на 15 %. Більш прогресивний спад імпортової частки можна пояснити суттєвим скороченням закупівель природного газу та диверсифікацією цих постачань та реверсу з ЄС по дещо нижчій ціні, ніж пропонує Російська Федерація.

Скорочення структурних часток Російської Федерації відбулось переважно на користь Білорусі. Варто звернути увагу і на ще одну принципову зміну у просторовій структурі експорту-імпорту товарів з країнами СНД, а саме на суттєву втрату Туркменського каналу закупівлі: його частка зменшилась з 15,73% до 0,40%. Ця втрата пов'язана із поступовим припиненням контрактів по купівлі-продажу природного газу.

Крім Російської Федерації, принципово важливими ринками збуту українських товарів, як свідчать значення часток країн СНД, є ринки Азербайджану, Білорусі, Казахстану, Молдови.

Структура імпортних товаропотоків менш диференційована: визначальні позиції займають Російська Федерація та Білорусь, суттєвою є також частка Казахстану.

Що стосується ЄС, то Україна веде торгово-економічні стосунки з усіма його учасниками, а їх сьогодні 28, проте у стані виходу знаходиться Велика Британія. Враховуючи фактори привабливості ринків, їх доступність та рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів, розглянемо структуру експортно-імпортних товарних потоків лише основних партнерів країн-членів ЄС (табл. 3).

На підставі аналізу статистики зовнішньої торгівлі товарами України з країнами ЄС [9–12] нами було визначено такі центри тяжіння зустрічних товаропотоків: 1) експортних – Іспанія, Італія, Нідерланди, Німеччина, Польща та Угорщина; 2) імпортних – Італія, Німеччина, Польща, Угорщина та Франція.

Як позитивний факт слід відзначити те, що Україна спромоглась забезпечити досить значні структурні позиції за обома товаропотоками на ринках основних економік ЄС, зокрема Німеччини та Франції, та зайняти належну нішу на ринках країн ЄС з економікою, що розвивається, – Польщі та Угорщини.

У просторовій структурі експорту товарів у країни ЄС нині позицію лідера обіймає ринок Польщі, хоча у період з 2005 по

2015 рр. ним був італійський ринок. Структурних втрат вітчизняні товаровиробники зазнали й на ринку Німеччини – приблизно 3%.

Найбільша питома вага імпорту з країнами ЄС припадає на Німеччину (в середньому це 1/4 від загального обсягу). Можна передбачити, що товарними позиціями імпорту з цієї європейської країни є машини та обладнання, оскільки вона спеціалізується в рамках цього номенклатурного сегменту. Це дає надію на можливу модернізацію вітчизняних підприємств. Варто зауважити, що питома вага Німеччини дещо впала, а саме на 3%. Натомість зросла частка Польщі, а саме на 4%.

Просторова структура зовнішньої торгівлі товарами на національному рівні узагальнює дані про масштаби зовнішньої торгівлі регіонів країни та дає можливість визначити їх місце та структуроутворюючу роль. В цьому контексті структуроутворюючим елементом виступає регіон, який залежно від ступеня узагальнення статистичної інформації та мети просторового аналізу можна розглядати у двох регіональних ракурсах, а саме торгово-економічного районування та адміністративно-територіального поділу (область, автономна республіка, міста зі спеціальним статусом).

Торгово-економічні райони є складовою загальних економічних районів. Єдиної думки про економічне районування України серед науковців немає. Використовуючи доктринальні підходи до економічного районування, можна визначити вісім торгово-економічних районів: 1) придніпровський; 2) донецький; 3) карпатський; 4) східний; 5) центральний; 6) поліський; 7) подільський; 8) південний [13].

Для України характерною ситуацією є наявність значних відмінностей за ступенем залучення адміністративних регіонів у міжнародні торгово-економічні відносини. Ці відмінності в принципі є незворотними, що обумовлено різним рівнем економічного потенціалу кожного адміністративного регіону. А тому аналітичні дослідження просторової структури зовнішньої торгівлі товарами у масштабі національного торговельного простору доцільно проводити саме в розрізі адміністративних регіонів, що забезпечить отримання більш детальної інформації та формування ефективних заходів щодо поліпшення цієї структури. Актуальність таких досліджень тим більше підкреслюється проблемами економіки регіону,

Таблиця 3

Основні країни-партнери ЄС в експорті та імпорті товарів України, %

Країна	2005 ¹ р.	2010 ² р.	2015 ³ р.	2016 ³ р.	Відхилення 2016 р. від:		
					2005 р.	2010 р.	2015 р.
Експорт							
Іспанія	5,88	3,15	8,02	7,25	1,37	4,10	-0,77
Італія	19,42	18,47	15,21	13,93	-5,49	-4,54	-1,28
Нідерланди	5,28	4,31	6,96	7,19	1,91	2,88	0,24
Німеччина	13,19	11,48	10,21	10,28	-2,91	-1,20	0,07
Польща	10,37	13,68	15,19	15,89	5,52	2,20	0,69
Угорщина	7,08	6,59	6,99	7,60	0,52	1,02	0,61
Імпорт							
Італія	8,60	7,28	6,37	7,93	-0,67	0,65	1,56
Німеччина	28,24	24,10	25,93	25,20	-3,04	1,10	-0,73
Польща	11,74	14,60	15,16	15,71	3,97	1,11	0,55
Угорщина	5,41	6,36	10,49	4,68	-0,73	-1,68	-5,81
Франція	6,67	5,79	5,82	8,93	2,26	3,13	3,11

¹ ЄС-25, тобто без урахування Болгарії та Румунії, які вступили до ЄС у 2008 р., та Хорватії, яка набула членства у 2013 р.

² ЄС-27, тобто без урахування Хорватії.

³ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: розраховано та складено автором за даними [9–12]

які постали на перший план у процесі проведення реформи децентралізації влади в Україні.

Згідно зі ст. 133 Конституції України [14] систему адміністративно-територіального устрою України складають Автономна Республіка Крим (АР Крим), області, райони, міста, райони у містах, селища і села. В українській статистиці зовнішньої торгівлі, відповідно, виокремлюють 24 області, 2 міста-регіони (Київ і Севастополь), а також АР Крим. Хоча з 2014 р. статистика зовнішньої торгівлі формується без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції (Донецької та Луганської обл.).

Узагальнюючи дані про масштаби зовнішньої торгівлі товарами адміністративних регіонів України, слід сказати, що в середньому половину зовнішньоторговельного обігу України формують 3 регіони, а саме Дніпропетровська, Донецька обл. та м. Київ (табл. 4).

Тут варто наголосити на тому, що зміна часток цих структуроутворюючих регіонів неоднозначна. Так, м. Київ збільшило свою питому вагу у формуванні зовнішньоторговельного обігу країни на 7,16%, натомість Дніпропетровська обл. зменшила на 0,46%, а Донецька – на 10,26%. Але також слід враховувати, що

негативна тенденція Донецької обл. зумовлена тим, що частина її території є непідконтрольною, а тому немає об'єктивних даних щодо стану зовнішньої торгівлі цього регіону. Аналогічна динаміка притаманна і Луганській обл.

Досить вагомим є ступінь залучення Київської обл. у міжнародні торгово-економічні відносини, а саме на неї припадає від 3,06% до 6,41% з позитивними структурними змінами. Інша ситуація спостерігається у традиційному промисловому регіоні країни – Запорізькій обл. (з 6,64% її частка впала до 4,53%, хоча найгірша ситуація мала місце у 2010 р. – 4,28%). Найслабші ж позиції у зовнішній торгівлі товарами у Чернівецькій обл., адже масштаби її товарообігу не перевищують 0,5%

Просторова структура зовнішньої торгівлі товарами України визначається трендами територіальної організації національного виробничого комплексу та рівнем життя населення в регіонах. Водночас просторова структура зовнішньої торгівлі товарами знаходиться під впливом постійно діючих та мінливих екзогенних (мікро- та макросередовища) та ендегенних факторів, які можуть як гальмувати, так і стимулювати її розвиток. І якщо ендегенні фактори є керованими з боку органів державного, регіонального та місцевого управління, то екзогенні є важко прогнозованими, а суб'єкти менеджменту зов-

Таблиця 4

Просторова структура зовнішньоторговельного обігу товарами України у розрізі національного торговельного простору

(за адміністративними регіонами), %

Адміністративний регіон	2005 р.	2010 р.	2015 ¹ р.	2016 ¹ р.	Відхилення 2016 р. від:		
					2005 р.	2010 р.	2015 р.
АР Крим	0,80	0,83	–	–	–	–	–
Вінницька	1,09	0,85	1,58	1,74	0,65	0,88	0,15
Волинська	1,10	0,94	1,78	2,37	1,27	1,42	0,58
Дніпропетровська	13,29	12,55	13,68	12,83	-0,46	0,27	-0,85
Донецька	16,53	15,16	6,96	6,27	-10,26	-8,89	-0,70
Житомирська	0,69	0,77	0,98	1,10	0,41	0,33	0,12
Закарпатська	1,89	2,35	2,99	3,16	1,27	0,81	0,17
Запорізька	6,64	4,28	5,71	4,53	-2,11	0,25	-1,17
Івано-Франківська	2,12	1,09	0,95	1,30	-0,82	0,21	0,35
Київська	3,06	4,04	6,08	6,41	3,35	2,36	0,33
Кіровоградська	0,45	0,49	0,73	0,84	0,39	0,35	0,11
Луганська	4,14	4,16	0,82	1,09	-3,05	-3,07	0,27
Львівська	2,38	2,81	3,77	4,05	1,67	1,24	0,28
Миколаївська	2,06	2,31	3,10	3,23	1,17	0,93	0,14
Одеська	3,96	4,87	3,83	3,79	-0,17	-1,09	-0,04
Полтавська	3,71	3,08	3,26	2,92	-0,79	-0,16	-0,35
Рівненська	0,81	0,78	0,83	0,77	-0,04	-0,01	-0,06
Сумська	1,27	1,14	1,44	1,34	0,07	0,20	-0,10
Тернопільська	0,26	0,32	0,78	0,77	0,51	0,45	-0,01
Харківська	3,27	3,06	3,69	3,45	0,18	0,39	-0,24
Херсонська	0,51	0,48	0,54	0,57	0,06	0,09	0,03
Хмельницька	0,70	0,70	0,94	0,88	0,18	0,18	-0,06
Черкаська	0,99	0,98	0,94	1,04	0,05	0,06	0,10
Чернівецька	0,40	0,20	0,27	0,27	-0,13	0,07	0,00
Чернігівська	0,76	0,66	1,32	1,24	0,48	0,58	-0,08
м. Київ	26,90	30,94	33,03	34,06	7,16	3,13	1,03
м. Севастополь	0,19	0,15	–	–	–	–	–

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

Джерело: розраховано та складено автором за даними [15–18]

нішньої торгівлі мають обмежений вплив або взагалі не можуть впливати на них. Ігнорування дії останніх може привести до непередбачуваних негативних структурних змін. Враховуючи тренди світової економіки та трансформаційні процеси, що спостерігаються в національній економіці, вважаємо, що просторова структура зовнішньої торгівлі товарами України у довгостроковій перспективі буде визначатися такими факторами, як динаміка економічного розвитку країн в різних регіонах світу; зміна структури зовнішньоторговельного обороту України; розвиток транспортної системи України і диверсифікація напрямів транспортних потоків; промислово-виробнича модернізація як України, так і сусідніх країн; активізація процесів включення та розвитку преференційних торгово-економічних відносин з основними країнами-партнерами; розширення місткості внутрішнього ринку на інвестиційну та більш якісну споживчу продукцію; освоєння ринків, на яких вітчизняні товари представлені недостатньою мірою (перш за все ринків країн Азії, а також Африки і Латинської Америки).

Висновки. Таким чином, просторовий аналіз зовнішньої торгівлі товарами можна визначити як комплексне дослідження розподілу зустрічних товаропотоків країни між її зовнішньоторговельними партнерами на рівні глобального, міжнародного та національного торговельного простору. За результатами такого дослідження встановлено, що в глобальному торговельному просторі України центрами тяжіння її зустрічних товаропотоків є Європейський та Азійський макроекономічні регіони, в межах міжнародного торговельного простору зовнішня торгівля товарами зосереджена в країнах ЄС та СНД з тенденцією переорієнтації російських зустрічних товаропотоків на інші країни та країни інших інтеграційних угруповань, на національному рівні торговельного простору спостерігаються суттєві диспропорції в залученні адміністративних регіонів у міжнародні торгово-економічні відносини та їх локалізацією у центральній та східній частинах. З урахуванням зазначеного постає завдання розроблення системи заходів щодо диверсифікації просторової структури зовнішньої торгівлі товарами як на загальнодержавному, так і на регіональному та місцевому рівнях, а цим визначається подальший напрям наукових досліджень.

Література:

1. Зовнішня торгівля України: XXI століття : [монографія] / [А. Мазаракі та ін.] ; за заг. ред. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 599 с.
2. Касич А. Структурні характеристики зовнішньої торгівлі України / А. Касич, С. Дідур // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 1. – С. 85–94.
3. Ляшенко Д. Наукові основи картографування міжнародних зв'язків України : [монографія] / Д. Ляшенко ; відп. ред. Т. Козаченко. – К. : НТУ, 2013. – 228 с.
4. П'янова О. Зовнішня торгівля України: проблематика структурних змін та пріоритетів / О. П'янова, О. Ралко // Економіка і суспільство. – 2016. – № 5. – С. 65–70.
5. Географічний аналіз та картографування структурних змін експорту-імпорту товарів в Україні / [П. Суматохіна, В. Завгородня, Н. Дук] // Проблеми безперервної географічної освіти і картографії. – 2015. – Вип. 22. – С. 125–129.
6. Третяк В. Розвиток регіональних зовнішньоекономічних зв'язків: питання теорії та практики : [монографія] / В. Третяк. – Донецьк : Юго-Восток, 2005. – 332 с.
7. Минакір П. Экономический анализ и изменения в пространстве / П. Минакір // Пространственная Экономика. – 2014. – № 1. – С. 12–39.

8. Класифікатор країн світу : Наказ Державної служби статистики України від 30 грудня 2013 р. № 426 (зі змінами) / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/klasif/st_kls/op_ks_2016.htm.
9. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами у 2005 р. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
10. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами у 2010 р. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами у 2015 р. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами у 2016 р. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
13. Юр'єва П. Стан та перспективи розвитку роздрібною торгівлі України / П. Юр'єва // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 7. – С. 77–82.
14. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/254k/96-vr>
15. Обсяги експорту-імпорту товарів за регіонами України у 2005 р. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
16. Обсяги експорту-імпорту товарів за регіонами України у 2010 р. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
17. Обсяги експорту-імпорту товарів за регіонами України у 2015 р. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
18. Обсяги експорту-імпорту товарів за регіонами України у 2016 р. / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Юр'єва П.Б. Пространственная структура внешней торговли товарами Украины

Аннотация. В статье раскрыта сущность пространственной структуры внешней торговли товарами; сформированы уровни пространственной структуры внешней торговли товарами; определены роль и значение анализа пространственной структуры внешней торговли товарами; проведен анализ пространственной структуры внешней торговли товарами Украины по разным уровням мирового торгового пространства, а также определены современные тенденции структурных изменений.

Ключевые слова: внешняя торговля товарами, пространственная структура внешней торговли товарами, торговое пространство, встречные товарные потоки, экспорт, импорт, внешнеторговый оборот.

Yurieva P.B. The spatial structure of the foreign trade in goods of Ukraine

Summary. The article reveals foreign trade in goods; presents levels of spatial structure of foreign trade in goods; determines the role and importance of an analysis of the structure of foreign trade in goods. The spatial structure of foreign trade in goods by different levels of world trade area is analysed and the current trends of structural changes are identified.

Keywords: foreign trade in goods, spatial structure of foreign trade, space of trade in goods, commodity flows, exports, imports, foreign trade turnover.

Венгер В.В.,

к.е.н., старший науковий співробітник,
 провідний науковий співробітник відділу
 секторальних прогнозів та кон'юнктури ринків,
 Державна установа
 «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В МЕТАЛУРГІЙНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Анотація. У статті проаналізовано вплив науково-технологічного чинника на економічне зростання металургійної галузі. Виявлено причини низького рівня опанування нею нових технологій. Визначено основні джерела фінансування щодо придбання та впровадження нових технологій. Доведено, що відсутність чітких стимулів до розробки та впровадження нових технологій не сприяє економічному зростанню металургійної галузі.

Ключові слова: металургійна галузь, економічне зростання, науково-технологічні фактори, інвестиції, інновації, інноваційна активність.

Постановка проблеми. За дедалі зростаючої глобалізації світової економіки технології стають ключовим фактором, що забезпечує економічне зростання та конкурентоспроможність країн, галузей та окремих компаній [1, с. 169]. Підприємства, що інтенсивно використовують новітні технології, є більш інноваційно-активними, мають вищу продуктивність праці та пропонують більш привабливі умови для висококваліфікованих спеціалістів.

Такі тенденції свідчать про те, що у сучасних умовах економічне зростання металургійної галузі України неможливе без впровадження та використання інноваційних технологій. Адже інноваційні технології як фактор впливу на економічне зростання металургійної галузі України є одними із найбільш важливих і водночас специфічних економічних ресурсів. Впливаючи на ефективність металургійного виробництва через інші економічні ресурси, вони дають змогу скоротити витрати і розширити їх відносну обмеженість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження та вирішення питань впливу інновацій, інвестицій, науково-технічного прогресу на динаміку соціально-економічного розвитку та подальшого зростання зробили такі видатні вчені, як, зокрема, Й. Шумпетр [2], М. Туган-Барановський [3], В. Геєць [4], І. Єгоров [5], І. Одогюк [6], О. Саліхова [7], А. Сімахова [8], М. Ляхно [9].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас низка питань, що стосуються насамперед визначення впливу науково-технологічного чинника на економічне зростання металургійної галузі України, залишається недостатньо дослідженою.

Мета статті полягає в аналізі та оцінці впливу науково-технологічного чинника на економічне зростання металургійної галузі України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Через постійне прискорення науково-технічного прогресу, посилення процесів глобалізації й інтернаціоналізації металургійних ринків саме інноваційність та креативність стають головними фак-

торами успіху не лише окремих металургійних підприємств, але й металургійної галузі загалом. Тобто інноваційний розвиток є одним з визначальних факторів зростання ефективності діяльності металургійної галузі, покращення якості продукції, раціонального використання ресурсів, запобігання екологічним наслідкам індустріалізації.

Водночас у процесі дослідження на основі кореляційно-регресійного аналізу було виявлено, що між обсягами інвестицій в НДДКР та економічним зростанням металургійної галузі України існує помірна кореляційна залежність, а саме лише 16%.

З метою виявлення причин низького рівня залежності економічного зростання в металургійній галузі України від інвестицій в НДДКР було розглянуто динаміку доданої вартості, порівняльний аналіз виробництва якої в межах металургійної галузі може свідчити про результативність опанування нових технологій на виробництві (рис. 1).

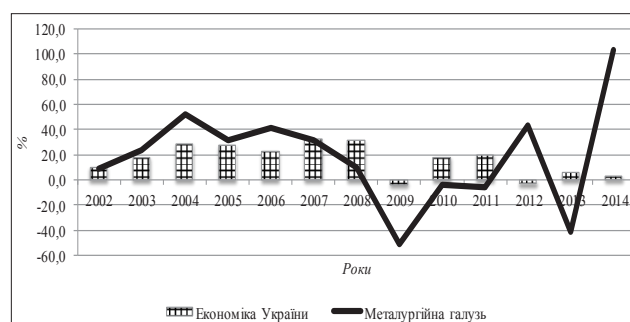


Рис. 1. Динаміка зростання обсягів валової доданої вартості металургійної галузі та економіки України у 2002–2014 рр., % до попереднього року

Джерело: розраховано автором за [10]

Як свідчать дані рис. 1, протягом 2003–2007 рр. динаміка обсягів зростання доданої вартості металургійної галузі України перевищувала аналог даного показника по економіці країни в середньому на 9,9 в. п. З 2008 р. до 2011 р. через світову фінансово-економічну кризу спостерігалася низхідна динаміка обсягів доданої вартості металургійної галузі, яка в середньому за цей період була нижчою за динаміку обсягів доданої вартості по економіці загалом на 118,7 в. п. Найбільше зростання обсягів доданої вартості в металургійній галузі спостерігалася у 2014 р., а саме 103,2% до попереднього року, що на 99,7 відсоткових пункти більше порівняно з аналогічним показником загалом по економіці.

Незважаючи на високий рівень динаміки обсягів доданої вартості металургійної галузі у певні періоди, її частка загалом протягом 2001–2014 рр. залишається на відносно низькому рівні

Інноваційна активність підприємств металургійної галузі України у 1998–2014 рр.

Рік	Частка металургійних підприємств, що займалися інноваціями, %	Загальна сума витрат, млн. грн.	Дослідження і розробки*, млн. грн.	Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, млн. грн.
1998	29,4	587,7	17,3	543,9
1999	29,8	317,8	18,8	263,6
2000	25,4	394,8	15,7	365,8
2001	22,4	278,9	13,0	260,7
2003	17,0	487,5	3,3	474,4
2004	15,3	745,1	12,9	725,8
2005	13,3	1 577,8	12,2	1 250,0
2006	12,9	1 262,7	27,4	1 146,2
2007	15,0	2 762,6	23,0	2 500,3
2008	14,1	3 292,0	56,2	2 122,3
2009	13,1	892,1	19,1	867,2
2010	14,4	298,3	21,1	260,3
2011	15,2	1 334,8	25,6	988,0
2012	18,0	1 076,3	20,0	752,0
2013	16,7	1 091,2	91,3	739,7
2014	17,3	466,6	56,7	279,5

* З 2007 р. дослідження і розробки поділено на внутрішні і зовнішні.

Джерело: складено автором за [11–18]

Таблиця 2
Кількість придбаних нових технологій металургійними підприємствами, що впроваджували інновації у 2003–2014 рр.

Рік	Кількість підприємств	Придбання нових технологій	
		В Україні	За межами України
2003	75	45	1
2004	68	18	3
2005	54	15	7
2006	78	9	8
2007	90	40	9
2008	102	24	22
2009	96	41	10
2010	99	39	40
2011	103	32	18
2012	112	43	15
2013	113	34	31
2014	110	22	8

Джерело: складено автором за [11–18]

порівняно з економікою країни, що свідчить про низький рівень опанування нових технологій в галузі, а також, безумовно, негативно впливає на її довгострокове економічне зростання.

Про низький рівень опанування нових технологій підприємствами металургійної галузі України свідчать динаміка та напрями інвестиційної підтримки НДДКР (табл. 1).

Зокрема, протягом періоду, що аналізується, із чотирьох показників, що характеризують інноваційну активність металургійних підприємств, лише один має позитивну динаміку, що є недостатньою тенденцією для позитивного впливу на їх економічне зростання. Більше того, таке становище є критичним не лише для розвитку металургійних підприємств, але й для

існування власної науково-технологічної бази. Це підтверджують також статистичні дані щодо кількості придбаних нових технологій з метою здійснення нововведень.

Так, протягом 2003–2014 рр. кількість придбаних металургійними підприємствами нових технологій в Україні знизилася удвічі, а саме з 45 у 2003 р. до 22 у 2014 р. [14–18]. Водночас протягом періоду, що аналізується, спостерігається зростання кількості придбаних нових технологій за межами України. Зокрема, якщо у 2003 р. було придбано лише одну іноземну технологію, то в 2014 р. їх кількість зросла до восьми. При цьому найбільша кількість (40) іноземних технологій була придбана у 2010 р.

Важливим показником, що впливає на підвищення продуктивності праці, а отже, й на економічне зростання металургійної галузі України, є показник впровадження нових технологій у виробництво (табл. 2).

Так, кількість металургійних підприємств, що здійснювали механізацію та автоматизацію виробництва протягом 1995–2014 рр., зросла у понад сім разів, а саме з 11 у 1995 р. до 78 у 2014 р. Найбільша кількість металургійних підприємств, що витрачали кошти на придбання машин, обладнання, установок та інших основних засобів, спостерігалась у 2012 р. – 82 підприємства, а найменша – у 1997 та 1998 рр., а саме по три підприємства. Також спостерігається, хоч і не значна, проте позитивна динаміка щодо кількості металургійних підприємств, які впроваджували нові технологічні процеси. Зокрема, якщо у 1995 р. їх кількість становила 40, то у 2014 р. цей показник зріс в 1,4 рази і становив 56 підприємств.

Аналогічна позитивна динаміка спостерігається й щодо освоєння вітчизняними металургійними підприємствами виробництва нових видів продукції. Так, якщо у 1995 р. лише 37 металургійних підприємств проводили освоєння нових видів продукції, то у 2014 р. їх кількість зросла майже в 1,5 рази і склала 55 підприємств.

Серед зазначених показників важливе місце посідає показник впровадження нових технологічних процесів. Його важливість

для економічного зростання вітчизняних металургійних підприємств обумовлена насамперед скороченням споживання паливно-енергетичних та мінерально-сировинних ресурсів, а як наслідок – зниженням обсягів шкідливих викидів. Так, дійсно, сьогодні вітчизняні металургійні підприємства є найбільшими після підприємств паливно-енергетичного комплексу України забруднювачами довкілля. Однак за твердими відходами підприємствам металургійної галузі України належить перше місце, оскільки з багатьох мільярдів тонн гірничої маси, що видобувається щорічно, близько $\frac{2}{3}$ йдуть у відходи у вигляді відвалів гірських порід і хвостосховищ збагачувальних фабрик, які здебільшого не використовуються [19, с. 158]. Крім того, металургійні підприємства щорічно викидають мільйони тонн шкідливих відходів, забруднюючи атмосферне повітря, земельні і водні ресурси, бо на їх частку припадає понад $\frac{1}{3}$ всіх викидів шкідливих речовин.

Зазначимо, що, згідно з даними Державної служби статистики України, кількість впроваджених технологічних процесів на металургійних підприємствах у 2014 р. зросла порівняно з аналогічним періодом 1995 р. в 1,8 рази (табл. 3).

Проте звертає на себе увагу той факт, що протягом періоду, що аналізується, впровадження нових технологічних процесів відбувалося вкрай нерівномірно. Так, з 1996 р. і фактично до кінця 2010 р. спостерігається поступове скорочення нових технологічних процесів в металургійній галузі України. З 2011 р. до 2014 р. спостерігається різке зростання кількості впроваджених нових технологічних процесів, а саме зі 136 до 320 відповідно.

Попри зростання загалом кількості впроваджених нових технологічних процесів на підприємствах металургійної галузі України, кількість маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних процесів залишається відносно низькою. Так, якщо у 1995 р. було впроваджено 64 маловідходних, ресурсозберігаючих та безвідходних процесів, то у 2014 р. їх кількість зросла до 87.

Варто відзначити, що ефективність впровадження нових технологій в металургійній галузі України безпосередньо залежить від джерел їх фінансування (табл. 4).

Проаналізувавши дані табл. 4, можемо зробити висновок про те, що інноваційною складовою металургійної галузі більшою мірою переймаються самі підприємства. Так, зокрема, частка власних джерел, які були спрямовані на фінансування інноваційної діяльності, у різні роки становила від 47,1% (у 2008 р.) до 99,6% (у 2005 р.).

Таблиця 3

Впровадження нових технологічних процесів на металургійних підприємствах України у 1995–2014 рр., процесів

Рік	Всього	З них маловідходних, ресурсозберігаючих, безвідходних
1995	173	64
1996	158	54
1997	169	68
1998	140	45
1999	166	55
2000	173	72
2001	183	41
2003	125	39
2004	97	27
2005	85	39
2006	56	24
2007	58	31
2008	101	47
2009	81	37
2010	82	39
2011	136	42
2012	153	53
2013	221	74
2014	320	87

Джерело: складено автором за [11–18]

Таблиця 4

Джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств металургійної галузі України у 1998–2015 рр., млн. грн.

Рік	Загальна сума витрат	Зокрема, за рахунок:				
		власних	державного та місцевих бюджетів	вітчизняних інвесторів	іноземних інвесторів	інших джерел
1998	587,7	475,7	0,5	2,5	101,7	7,3
1999	317,8	157,2	82,8	5,4	71,4	1,0
2000	394,8	377,8	–	–	16,6	0,4
2001	278,9	256,7	21,9	–	–	0,3
2003	487,5	467,1	0,03	6,0	–	14,4
2004	745,1	720,9	0,03	0,6	11,6	12,0
2005	1 577,8	1 571,7	0,15	2,2	3,2	0,55
2006	1 262,7	1 225,6	5,8	–	23,2	8,1
2007	2 762,6	1 955,4	5,7	–	28,7	772,8
2008	3 292,0	1 549,3	6,9	–	0,2	1735,6
2009	892,1	834,0	10,6	0,04	0,2	47,3
2010	298,3	293,4	2,7	0,1	0,2	1,9
2011	1 334,8	1 306,0	0,4	5,3	0,03	23,1
2012	1 076,3	1 056,5	2,2	0,01	0,02	17,6
2013	1 091,2	962,8	0,4	0,2	42,5	85,1
2014	466,6	436,5	4,0	0,04	14,2	11,9

Джерело: складено автором за [11–18]

Найбільші обсяги фінансування інноваційної діяльності підприємств металургійної галузі України з державного та місцевих бюджетів спостерігалися у 1999 р., а саме 82,8 млн. грн. (або понад 26,0% до загальної суми витрат).

За рахунок вітчизняних інвесторів найбільші обсяги фінансування інноваційної діяльності металургійних підприємств були здійснені у 2003 р. – 6,0 млн. грн. (або 1,2% до загальної суми витрат).

Найбільший обсяг іноземних інвестицій, які було спрямовано на фінансування інноваційної діяльності металургійних підприємств, зафіксовано у 1998 р. – 101,7 млн. грн. (або 17,3% до загальних витрат).

За рахунок інших джерел (переважно кредитних коштів) найбільші обсяги інвестицій, спрямованих на фінансування інноваційної діяльності металургійних підприємств, спостерігалися у 2008 р. – 1 735,6 млн. грн. (або 52,7% до загальних обсягів фінансування).

Низький рівень вітчизняних інвестицій в інноваційну діяльність металургійних підприємств можна пояснити обмеженістю внутрішніх фінансових ресурсів. Водночас низький рівень іноземних інвесторів обумовлений високими фінансовими ризиками та відсутністю сприятливого інвестиційного клімату.

Загалом наявна структура джерел фінансування інноваційної діяльності, зокрема значне переважання в ній частки власних коштів металургійних підприємств, спричиняє залежність інвестиційної активності від їхньої прибутковості.

Висновки. Отже, підсумовуючи, можна зробити такі висновки.

По-перше, проведений кореляційно-регресійний аналіз засвідчив, що між обсягами інвестицій в НДДКР та економічним зростанням металургійної галузі України існує помірна кореляційна залежність, а коефіцієнт детермінації свідчить про те, що економічне зростання в галузі лише на 16% залежить від інвестицій в НДДКР, а на 84% – від інших факторів.

По-друге, в металургійній галузі України спостерігається незначна частка доданої вартості у структурі металургійного виробництва, що свідчить про низький рівень опанування нових технологій, що, безумовно, негативно впливає на її довгострокове економічне зростання.

По-третє, сучасний стан інноваційної активності, рівень впровадження інновацій, а також ступінь та відтворення ринкового сегменту виготовленого інноваційного продукту залишаються на досить низькому рівні та є недостатніми для формування необхідних економічних передумов задля реалізації інноваційного прориву в металургійній галузі України.

По-четверте, загалом стан інноваційної діяльності в металургійній галузі України характеризується такими тенденціями:

1) зафіксований за підсумками 2012 р. факт зростання більшості параметрів даного процесу не набув сукупного підтвердження у наступних роках, отже, подальшого утвердження загального висхідного тренду розвитку інноваційного процесу в металургійній галузі за результатом 2014 р. не відбулося;

2) позитивна динаміка після 2010 р. щодо збільшення витрат на інновації та кількості впроваджених нових технологічних процесів і видів продукції не отримала належного відображення у перебігу процесу зростання кількості інноваційно-активних суб'єктів та обсягу виробництва інноваційної металопродукції;

3) розрахункові дані щодо структурної динаміки частки окремих напрямів проведення інноваційних робіт свідчать

про те, що фінансові витрати, спрямовані на забезпечення виконання прикладних наукових досліджень та розробку техніко-технологічних новацій, не відносяться до категорії першочергових напрямів реалізації завдання розширення економічної присутності підприємств металургійної галузі на ринку інноваційної продукції України.

Все це свідчить про те, що сьогодні, незважаючи на світовий досвід, інноваційні технології в металургійній галузі не стали ключовим фактором, який забезпечив би їй економічне зростання та конкурентоспроможність. Водночас за збереження наявних тенденцій збільшення темпів економічного зростання в металургійній галузі є неможливим, що об'єктивно потребує поступової та виваженої зміни характеру перш за все державної політики в напрямі реалізації комплексу стимулюючих важелів.

Література:

1. Високотехнологічна сфера промисловості України: ресурсні можливості розвитку : [монографія] / [І. Одолюк, О. Саліхова, Л. Мусіна та ін.] ; за ред. І. Одолюка. – К. : НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України», 2013. – 392 с.
2. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер ; пер. с нем. – М. : Прогресс, 1982. – 454 с.
3. Туган-Барановский М. Промышленные кризисы / М. Туган-Барановский. – Репр. Издание 1900 г. – К. : Наукова думка, 1996. – 185 с.
4. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : в 3 т. – К. : Фенікс, 2007– . – Т. 2 : Інноваційно-технологічний розвиток економіки / [за ред. В. Гейця, В. Семиноженка, Б. Кваснюка]. – 2007. – 564 с.
5. Індикатори науки та інновацій: міжнародні стандарти та практика їх використання в Україні : [кол. моногр.] / за наук. ред. І. Сторова. – К. : НАН України, ДУ «Ін-т економіки та прогнозування НАН України», 2016. – 148 с.
6. Одолюк І. Технологічна структура промисловості України: реалії та перспективи розвитку / І. Одолюк. – К. : НАН України ; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2009. – 304 с.
7. Саліхова О. Високотехнологічні виробництва: від методології оцінки до піднесення в Україні : [монографія] / О. Саліхова. – К. : НАН України, Ін-т екон. та прогнозув., 2012. – 624 с.
8. Сімахова А. Оцінка впливу інноваційно-інвестиційних чинників на динаміку соціально-економічного розвитку України / А. Сімахова // Молодий вчений. – 2016. – № 2. – С. 83–86.
9. Ляхно М. НТП як фактор впливу на економічне зростання / М. Ляхно // Формування ринкових відносин в Україні. – № 4. – С. 70–74.
10. Таблица «витрати-выпуск» Украины в основных ценах за 2001–2014 гг. // Держстат України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Держкомстат. – К., 1999. – 287 с.
12. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Держкомстат. – К., 2000. – 317 с.
13. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Держкомстат. – К., 2002. – 316 с.
14. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Держкомстат. – К., 2005. – 360 с.
15. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Держкомстат. – К., 2008. – 361 с.
16. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Держкомстат. – К., 2010. – 347 с.
17. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Держслужбстат. – К., 2012. – 305 с.
18. Наукова та інноваційна діяльність в Україні : стат. зб. / Держслужбстат. – К., 2015. – 255 с.
19. Ковальчук В. Перспективи та ризики гірничорудної галузі України в контексті сталого розвитку / В. Ковальчук, В. Короткий // Бізнесінформ. – 2013. – № 8. – С. 155–160.

Венгер В.В. Научно-технологическая составляющая инновационных преобразований в металлургической отрасли Украины

Аннотация. В статье проанализировано влияние научно-технологического фактора на экономический рост металлургической отрасли. Выявлены причины низкого уровня овладения ею новыми технологиями. Определены основные источники финансирования по приобретению и внедрению новых технологий. Доказано, что отсутствие четких стимулов к разработке и внедрению новых технологий не способствует экономическому росту металлургической отрасли.

Ключевые слова: металлургическая отрасль, экономический рост, научно-технологические факторы, инвестиции, инновации, инновационная активность.

Venher V.V. Scientific and technological component of innovative reforms in Ukraine's steel industry

Summary. The impact of a scientific and technological factor on the economic growth of the steel industry is analysed in the article. There are identified reasons for the low level of development of its new technologies. The main sources of funding for the acquisition and implementation of new technologies are determined. It is proved that the lack of clear incentives for the development and implementation of new technologies promotes the economic growth of the steel industry.

Keywords: metallurgical sector, economic growth, scientific and technological factors, investment, innovation, innovative activity.

Гусева І.І.,

к.е.н.,

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Петрова Т.О.,

студентка,

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРИПТОВАЛЮТ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Анотація. Статтю присвячено аналізу сучасних тенденцій розвитку криптовалют в Україні. Найбільш поширеними сучасними криптовалютами в Україні є Bitcoin, Ethereum. Визначено, що для оптимального розвитку криптовалют необхідно здійснити інституційні та промозаходи, співпрацювати з міжнародними організаціями, створити юридичний гайд для бізнесу та фізичних осіб, ІТ-школу для систематизації знань із технічного складника криптовалют, методів захисту.

Ключові слова: криптовалюта, Bitcoin, електронні гроші, ринок криптовалют, еволюція грошей, криптографічні методи захисту.

Постановка проблеми. Криптовалюти – новий вид електронних грошей, що швидко набирає популярності. Незважаючи на відсутність офіційної легалізації в Україні, станом на початок 2017 р. країна визнана одним зі світових лідерів із застосування криптовалют [1]. За даними «CoinMarketCap» сьогодні в світі існує 699 видів криптовалют, їх сумарна ринкова капіталізація збільшилася на 53% з початку 2017 р., з 17,7 до 27,144 млрд. дол. США [2] при тому, що в січні 2016 р. становила 6 млрд. дол. США [3].

Серед найбільш популярних криптовалют у світі лідерами росту стали Bitcoin, Ethereum, DASH, Monero и NEM – їм належить 91% сумарної капіталізації [2]. Ціна першої криптовалюти – біткоїна – «досягла абсолютного історичного максимуму і вже наближається до позначки 1300 дол. за 1 BTC (що перевищує ціну тройської унції золота)» [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання функціонування криптовалют входять до кола наукових зацікавлень як вітчизняних, так і зарубіжних учених, зокрема, М. Абрамовича, Д. Алена, Б. Бернанка, А. Грінспена, Ф. Журавка, М. Єпіфанова, А. Колдовського, Дж. Потса, О. Рогач, О. Сльозко, М. Швайка, Р. Шульца та ін. [див., до прикл., 5; 6; 7]. Новизна інструменту і багатофункціональність, техно- та наукомісткість супроводу функціонування криптовалют зумовлюють значну кількість визначень самого поняття «криптовалюта».

М. Абрамович розуміє під криптовалютою «такий вид цифрової валюти, емісія та облік якої засновані на асиметричному шифруванні й застосуванні різних криптографічних методів захисту, зокрема, Proof-of-work, Proof-of-stake» [8]. Офіційний сайт найпершої і найбільш популярної до сьогодні криптовалюти Bitcoin визначає криптовалюту як «інноваційну мережу платежів і новий вид грошей, що використовує P2P-технологію і функціонує без центрального контролюючого органу або банку; обробка транзакцій і емісія виробляються колективно, зусиллями мережі» [9].

Актуальні розвідки з питань функціонування та розвитку «електронного золота» на ринку належать бізнес-аналітикам та практикам (Ю. Бондар, С. Грачов, Ф. Дубецький, Б. Карнс, Ю. Костів, М. Крупишев, Т. Макдональд, О. Момот, Б. Оболікшто, Р. Хорін, М. Чобанян, К. Ярмоленко, М. Ярова та ін.) [1; 10]. Поширенню криптовалюти в Україні сприяє, зокрема, організація «BitcoinFoundationUkraine», засновник якої М. Чобанян ініціював запуск першої української Bitcoin-біржі.

Виділення не виділених раніше частин загальної проблеми. Попри значну кількість публікацій із питань електронної готівки залишаються невивченими чимало аспектів. Стрімка динаміка розвитку криптовалют у світі, «тихе лідирування» в цьому аспекті України (в умовах інституціональної невизначеності), глибока фінансова та політична кризи визначають актуальність дослідження сучасних тенденцій функціонування цього нового виду електронних грошей на ринку України, оцінки їхніх позитивних та негативних особливостей, розгляду правових основ функціонування та ІТ-аспектів захисту і підтримки.

Метою статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку криптовалют в Україні.

Вклад основного матеріалу. Низка світових, геополітичних, державних, регіональних криз, негативні наслідки глобалізації [11] спонукають як фізичних осіб, так і підприємців шукати альтернативні засоби зберігання та примноження коштів. Український сучасний споживач особливо гостро потребує оперативності, безпеки розрахунків, захищеності, відсутності третіх сторін, незалежності цінності грошової одиниці від політичної ситуації в країні, і криптовалюти задовольняють ці потреби. Користувачі в Україні у процесі використання криптовалют усе більше визнають їхню ефективність.

У березні 2017 р. голова Ради НБУ Б. Данилишин заявив, що «біткоїн, інші віртуальні валюти/криптовалюти є грошовими сурогатами, які не мають забезпечення реальної вартості і не можуть використовуватися на території України як засіб платежу, оскільки це суперечить нормам українського законодавства» [12]. Однак на початку лютого 2017 р. директор із комунікацій «R-Street Institute» (США), політичний аналітик Бен Карнс написав колонку на «Forbes» про те, що Україна є «тихим» лідером у революції цифрових валют: «Україна не могла б оминати пристрасних обіймів Bitcoin завдяки багатьом громадянам, які використовують цю валюту як інструмент хеджування проти крайньої інфляції і нестабільної гривні, що втратила 80% своєї вартості на тлі кризи, що триває. 2014 р. близько 5000 терміналів по всій країні запропонувати можливість купити біткоїни за готівку – так само легко, як здійснити будь-яку іншу банківську операцію. У минулому році один

український звіт служби Bitcoin-продажу констатував збільшення попиту в 5 разів, і країна фактично стала першим регульованим ринком у світі, де почали пропонувати ф'ючерси на Bitcoin-контракти [1].

Таким чином, в Україні об'єктивно наявний дисбаланс між економічними реаліями ринку та розвитком законодавства, що ускладнює створення формально-інституціональних норм регламентації процедури емісії та обігу криптовалют і, в свою чергу, посилює можливі ризики на макро- і мікрорівнях.

Сервіси криптовалют (Bitcoin, Litecoin, Ethereum, Dash, Monero та ін.) зробили потужний крок уперед за невеликий час. Тепер у користувачів немає необхідності втрачати гроші на операціях через посередників, виплачуючи відсотки. Можна використовувати криптогаманець на своєму комп'ютері або ж зберігати кошти онлайн на певному сервісі. Однак тримати кошти краще у себе, сторонні сервіси часто зламують, і все губиться. Логічним є завантаження необхідного програмного забезпечення із сайту (до прикладу, з «Bitcoin») і встановлення на своєму комп'ютері з урахуванням операційної системи. Краще обирати повні версії, а не «легкі» варіанти – це вимагає місця на диску, часу і трафіку, але цей варіант більш надійний.

Криптовалюту в Україні можна заробити, купити або подарувати. Раніше заробляти її було легше, у 2017 р. ситуація змінилася [4]. В Україні «проблематично розплатитися криптовалютою за товари чи послуги, лише одиниці онлайн-магазинів і підприємств зазначають на своїх сайтах, що приймають криптовалюту як оплату товарів чи послуг» [12]. Власнику бізнесу можна використовувати оплату в новому виді валют, як це роблять багато західних магазинів [11].

У деяких країнах роботодавці вже виплачують своїм працівникам зарплати в криптовалюті, зазвичай тим, хто працює через інтернет – в Україні така практика лише починає поширюватися. Заробітну плату в криптогрошах серед українців сьогодні отримують здебільшого фахівці IT-сфери, які працюють на закордонні компанії.

Інколи криптовалюту можна заробляти й безоплатно: це невеликі подарункові суми, які залучають людей по всьому світі. Для цього досить лише ввести капчу або переглянути рекламу, і за це будуть нараховані, до прикладу, Сатоши (один стомільйонний біткоїн). Але це не є нормальним способом заробітку, оскільки у разі блокування сайту криптовалюта зникає. Подарунки можливі від великих сервісів, наприклад, за гарний пост або статтю, картинку, яка користується попитом у інших користувачів [5].

Купувати криптовалюту в Україні можна на різних біржах, в обмінниках. Обмінники не завжди вигідні, оскільки заробляють на різниці вартості, оптимальними є варіанти з біржами або купівля безпосередньо у продавця з гарною репутацією [12]. Варто пам'ятати про безпеку угоди; багато практиків [4; 13] рекомендують купувати криптовалюту у продавців у своєму місті.

Процес утворення нового платіжного інструменту, яким є криптовалюта, «зادіює комп'ютерні потужності мільйонів учасників, заснований на даних відкритих електронних гаманців» [9], що об'єднані в одну пірингову мережу за відсутності центрального сервера. Таким чином, вся робота з обліку, зберігання історії транзакцій розподіляється між усіма учасниками [6].

Одним із найважливіших аспектів функціонування криптовалюти є потужні сучасні криптографічні методи захисту, що забезпечують ідентифікацію власників та фіксацію факту їх зміни. Віра в неможливість зламу цього захисту нам видається дещо ідеалістичною без належної постійної IT-підтримки фахівців.

За наявної в Україні ситуації ігнорування ринку криптовалюти із боку держави не є продуктивним способом розв'язання ситуації. На нашу думку, конструктивним є розгляд цього явища як альтернативи наявній системі або як доповнення до неї.

На початок 2017 р. найбільш поширеними в Україні були такі криптовалюти (табл. 1):

Bitcoin (BTC) – найперша зі створених криптовалют, упевнено утримує пальму першості у світі й на українському ринку. Ціна монети наближається до 1300 дол. США.

Ethereum (ETH) – криптовалюта, що була випущена лише в 2015 р. на базі технології Ethereum, яка належить до блокчейн-систем, заснованих на використанні розподілених баз даних. Ethereum може застосовуватися в різних сферах, при цьому також є валютою, альтернативною традиційним інструментам валютного ринку. Ціна – близько 32 дол. США. Зростанню інтересу до цієї криптовалюти сприяло надання можливості торгувати парю ETH / USD найбільшою у світі соціальною торгово-інвестиційною мережею «eToro», а також блокчейн об'єднання «Enterprise Ethereum Alliance», куди увійшли Microsoft, Intel і Accenture.

Рекордно швидке зростання криптовалюти Dash аналітики пов'язують із виходом оновлення Dash v12.1 – «Sentinel», покликаного підвищити швидкість роботи, поліпшити рівні забезпечення секретності і координації в мережі. Ціна Dash сьогодні наблизилася до 100 дол. США.

Monero (XMR) – криптовалюта з відкритим вихідним кодом, що відрізняється безпекою й анонімністю. Стабільно входить до п'ятірки монет із високою ринковою капіталізацією. Ціна – 18 дол. США.

Ripple (XRP) – платіжна система з відкритим вихідним кодом, де внутрішньою платіжною одиницею є однойменна криптовалюта. Технологія Ripple ґрунтується на «принципі довіри». Ідея полягає в можливості обміняти свою валюту на будь-яку іншу за найвигіднішим курсом в один клік, додавши потрібний шлюз. Ціна – 0,006440 дол. США [там само].

Висновки. Таким чином, перевагами криптовалюти є відсутність зовнішнього чи внутрішнього адміністратора, анонімність, можливість для інвестування, відносна надійність, неопосередкованість, незалежність від політичної ситуації, оперативність, спрощення транскордонних платежів, доступ

Таблиця 1

Назва	Ринкова капіталізація	Вартість	Обсяг (24 h)	Зміна, %
Bitcoin	\$20 185 077 260	\$1244,67	\$256 726,000	0,06%
Ethereum	\$2 864 517 852	\$31,91	\$104 260,000	13,05%
Dash	\$711 744 661	\$99,32	\$76 761,600	28,07%
Monero	\$255 064 259	\$18,06	\$8830,530	4,67%
Ripple	\$240 147 252	\$0,006440	\$1258,580	2,29%

Джерело: складено автором за [9]

малого та середнього бізнесу до міжнародних ринків збуту, можливість трейдерам заробляти на біржах криптовалют, відкритий код криптовалюти та ін. Однак, як і будь-яке інше нове явище, криптовалюта викликає чимало сумнівів: по суті, це незабезпечений платіжний засіб, що не має ВВП, на який спираються всі традиційні валюти (однак нещодавно з'явилася криптовалюта Науек, підтверджена золотом, що робить її значно надійнішою, ніж Bitcoin); їх емісія мало контролюється (принаймні, у традиційному розумінні – емісія заснована на криптографічних методах і схемі доказу Proof-of-work; дії відбуваються децентралізовано в розподіленій комп'ютерній мережі [13]); попри весь надпотужний захист, біржі криптовалют також уразливі до хакерських атак.

Проте, незважаючи на інституціональну невизначеність, у 2017 р. Україна впевнено увійшла до числа країн-лідерів із використання криптовалют. Ігнорування державними структурами того факту, що такі передові електронні технології, до яких належить електронна готівка, стають в Україні одним із способів для взаєморозрахунків громадян та юридичних осіб, є явно непродуктивним способом оптимізації ринку. Найбільш популярними в Україні в 2017 р. криптовалютами є Bitcoin, Ethereum, Dash, Monero, Ripple.

За умови постійного вдосконалення ІТ-технологій, належного криптографічного захисту, законодавчого регулювання, покращення інфраструктури функціонування нового виду грошей, зважаючи на динаміку зростання курсів та загальну капіталізацію, криптовалюти займатимуть усе більш помітне місце в житті українців. Для цього потрібні заходи з популяризації, юридичний гайд для бізнесу та фізичних осіб, стимулювання появи ліквідного ринку (до прикладу, гривня-біткоїн), створення ІТ-школи для систематизації знань із технічного складника криптовалют, особливо – методів захисту.

Література:

1. Carnes B. Ukraine Is Silently Leading A Digital Currency Revolution/ Ben Carnes // The Little Black Book of Billionaire Secrets. – MAR 20, 2017. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.forbes.com/sites/realspin/2017/03/20/ukraine-is-silently-leading-a-digital-currency-revolution/#26c49ac6465c>
2. CryptoCurrency Market Capitalizations // Telegram. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://coinmarketcap.com/>
3. Рынок криптовалют вырос в полтора раза с начала 2017 года. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forklog.com/tynok-kriptovalyut-vyros-v-poltora-raza-s-nachala-2017-goda/>
4. Біткоїн Україна : Майданчик для спілкування та інформаційний центр щодо використання технологій блокчейн (біткоїн) та інших відкритих розподільчих протоколів в Україні. [Офіційний сайт]. – Режим доступу: <http://www.bitcoina.org/theboard/>
5. Abramowicz, Michael, Cryptocurrency-Based Law (August 28, 2015). GWU Law School Public Law Research Paper 2015-9; GWU Legal Studies Research Paper No. 2015-9. – Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2573788> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2573788>
6. Колдовський А.В. Проблемні аспекти теоретичного осмислення криптовалюти, як явища сучасної інформаційної економіки / Артем Колдовський, Катерина Чернега. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/handle/123456789/13905>

7. Krugman, Paul R., Currency Regimes, Capital Flows, and Crises (November 2014). IMF Economic Review, Vol. 62, Issue 4, pp. 470–493, 2014. – Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2543659> or <http://dx.doi.org/10.1057/imfer.2014.9>
8. Лук'янов В.С. Зародження ринку криптовалюти в інформаційно-мережевій парадигмі / В.С. Лук'янов // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8 (158). – С. 436–441.
9. Embassy of Bitcoin (Ukraine) / Посольство Біткоїн на Львівській площі (Київ) : Top 5 криптовалют на начало 2017 г. – 15/03/2017 info CRYPTO WORLD. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [HTTP://WWW.EMBASSYOFBITCOIN.COM/%D1%82%D0%BE%D0%BF5%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BF%D1%82%](http://www.embassyofbitcoin.com/%D1%82%D0%BE%D0%BF5%D0%BA%D1%80%D0%B8%D0%BF%D1%82%)
10. MacDonald, T.J. Blockchains and the Boundaries of Self-Organized Economies: Predictions for the Future of Banking [Electronic resource] / Trent J. MacDonald, Darcy Allen, Jason Potts // BANKING BEYOND BANKS & MONEY. – 2016. – Available at: <http://ssrn.com/abstract=2749514>
11. Barrdear J. The macroeconomics of central bank issued digital currencies [Electronic resource] / J. Barrdear, M. Kumhof // Bank of England. – 2016. – Available at: <http://www.bankofengland.co.uk/research/Documents/workpapers/2016/swp605.pdf>
12. Скромное обаяние биткоина: украинские реалии использования криптовалют. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/opinions/1428255-skromnoe-obayanie-bitkoina-ukrainskie-realii-ispolzovaniya-kriptovalyut>
13. Криптовалюта: що це таке і які перспективи її поширення – думка експертів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://groshiv-kredit.org.ua/kriptovalyuta-scho-tse-take-i-yaki-perspektivy-jiji-poshyrennya-dumka-ekspertiv.html>

Гусева И.И., Петрова Т.А. Тенденции развития криптовалют на рынке Украины

Аннотация. Статья посвящена анализу современных тенденций развития криптовалют в Украине. Наиболее распространенными современными криптовалютами в Украине являются Bitcoin, Ethereum. Определено, что для оптимального развития криптовалют необходимо осуществить институциональные и промомероприятия, сотрудничать с международными организациями, создать юридический гайд для бизнеса и физических лиц, ИТ-школу для систематизации знаний технической составляющей криптовалют, методов защиты.

Ключевые слова: криптовалюта, Bitcoin, электронные деньги, рынок криптовалют, эволюция денег, криптографические методы защиты.

Husieva I.I., Petrova T.O. Cryptocurrency development trends in the market of Ukraine

Summary. This article analyses modern trends of cryptocurrency development in Ukraine. The most common modern cryptocurrency in Ukraine are Bitcoin, and Ethereum. It is determined that for the legalization and optimal development of cryptocurrency, it is necessary to make appropriate institutional and promo activities, cooperate with international organizations, create a legal guide for businesses and individuals, create IT School to systematize the knowledge of the technical component of cryptocurrency and methods of protection.

Keywords: cryptocurrency, Bitcoin, electronic money, cryptocurrency market, evolution of money, cryptographic methods of protection.

Прядко І.В.,
старший викладач кафедри економічної теорії
та міжнародної економіки,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ

Анотація. У статті досліджено підходи до визначення сутності поняття організаційно-економічного механізму та на його основі запропоновано поняття організаційно-економічного механізму регулювання інноваційної діяльності. Розглянуто структуру організаційно-економічного механізму регулювання інноваційної діяльності.

Ключові слова: механізм, механізм управління, господарський механізм, організаційно-економічний механізм, організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності.

Постановка проблеми. У сучасних умовах для України дуже важливою залишається проблема регулювання інноваційної діяльності. Практика активізації інноваційної діяльності свідчить про відсутність дієвого механізму управління інноваційним розвитком як на рівні держави, так і на рівні регіону. Виникає необхідність розроблення та впровадження такого механізму, який би містив у собі всі прогресивні важелі регулювання інноваційної діяльності та поєднував би економічну, фінансову, інвестиційну політику та інституційне забезпечення інноваційної діяльності.

Інноваційна діяльність починається з ідеї та завершується виходом на ринок інноваційного товару. Кожного разу новатору доводиться стикатися з певними проблемами, подолання яких віднімає багато часу та фінансових ресурсів, що робить інноваційну діяльність непривабливою для підприємців.

Держава здатна усунути переважну частку таких проблем через вдосконалення механізму регулювання інноваційною діяльністю. Для цього необхідно з'ясувати сутність поняття «організаційно-економічний механізм» та особливості його функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сутності поняття організаційно-економічного механізму займається багато науковців [3–20]. Однак ця категорія досить багатогранна через різноманітність сфери її застосування. Розмита визначеність теоретичної сутності цього поняття ускладнює його практичне застосування і тому потребує уточнення.

Метою статті є визначення сутності поняття «організаційно-економічний механізм» та пропозиція на його основі поняття «організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності». Завданнями статті є аналіз підходів до понять «господарський механізм» та «організаційно-економічний механізм», визначення структурних компонентів, механізмів та особливостей їхнього функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «механізм» є запозиченим з технічного обігу. Воно трактується як «система, пристрій, спосіб, що визначають порядок певного виду діяльності» [1], або як динамічний процес чи комплекс систематично повторюваних процесів; порядок його роботи визна-

чається функціонуванням усього комплексу [2]. У загальному вигляді сутність поняття «механізм» можна представити таким чином:



Рис. 1. Модель поняття «механізм»

Таким чином, механізм – це сукупність структурованих компонентів, застосування яких приводить до досягнення певного результату.

Якщо перенести термін «механізм» у площину економічних відносин, то він розглядається як кінцева кількість елементів та взаємозв'язків між ними, що регулюються відповідними важелями, дії яких спрямовані на досягнення певної мети [3, с. 3].

Таким чином, механізм регулювання інноваційної діяльності буде впорядковувати економічні відносини, що виникають у процесі виробництва, обміну, розподілу та споживання інновацій та змінювати економічний процес у потрібному напрямі.

Наявність механізму регулювання інноваційної діяльності має на меті державне втручання у функціонування інституту інноваційної діяльності. Виникає питання про доцільність такого втручання та його ступінь. Чи не здатний ринок самотужки врегулювати виробничі відносини у процесі створення інновації?

Як було зазначено раніше, розвиток інновації розпочинається з ідеї і завершується комерціалізацією нововведення. Схематично цей процес можна представити таким чином (див. рис. 2):



Рис. 2. Учасники процесу розвитку інновації

Для ефективного функціонування сектору науки необхідні такі складники, як наявність фахівців, фінансове забезпечення та нормативно-правове забезпечення процесу створення нововведення. Питанням підготовки відповідних фахівців займається держава, яка за допомогою певних важелів може регулювати попит на ринку праці на професії представників наукового сектору. Фінансування інновації може відбуватись за рахунок держави або ринку залежно від виду передбачуваної інновації – революційної або еволюційної. Нормативно-правове забезпечення – це монопольне право держави. Таким чином, у науковому секторі втручання держави у процеси розвитку інновацій є цілком логічним та обґрунтованим.

Для результативної інноваційної діяльності підприємцю достатньо наявності двох важливих чинників – фінансових ресурсів та нормативно-правового забезпечення його діяльності. І якщо пошук ресурсів для фінансового забезпечення

інноваційної діяльності може відбуватись як за рахунок власних коштів новатора, так і за участю бюджетних інвестицій, то, як вже згадувалося вище, встановлення «правил гри» є парафією держави. Тобто виникає така ситуація: для того, щоб відбувався природний процес розвитку інновацій через ринкові механізми, на початковому етапі становлення та популяризації інноваційної діяльності неможливо обійтись без державного втручання, причому ступінь державного втручання має бути вагомим.

У контексті вищезазначеного поняття «механізм» можна розглядати як категорію управління, тобто застосування терміна «механізм» тотожне терміну «механізм управління». Управління – сукупність процесів планування, організації, координації, мотивації, контролю та реалізації відносин економічної власності з метою досягнення певних цілей [4, с. 64]. Однією з головних функцій держави є ефективне управління господарством країни, що стає можливим завдяки розробленню дієвого господарського механізму. Це підкреслює актуальність питання визначення дефініції поняття господарського механізму.

У науковій літературі немає єдиного визначення поняття «господарський механізм». Існує декілька підходів до визначення цієї категорії:

1) ототожнення понять «господарський механізм» та «економічний механізм». Наприклад В. Гуменюк розглядає ці два поняття як синоніми, а в складі економічного механізму виділяє залучення та використання ресурсів виробництва, ціноутворення та оподаткування [5];

2) інституціональний підхід до визначення дефініції «господарський механізм». О. Супрун розглядає господарський механізм як інституціональну систему розвитку економіки, що консолідує інститути та утворює певний господарський порядок [7, с. 123]. П. Саблук, В. Валентинов та М. Малік дотримуються думки, що це сукупність правил, інституціональна структура підприємництва, що реалізується через економічний механізм господарювання [8];

3) визначення господарського механізму як способу організації суспільного виробництва, системи важелів, стимулів та методів економічної діяльності. (Л. Абалкін [9], С. Мочерний, Л. Канищенко, О. Устенко [10]);

4) визначення господарського механізму через окремі заходи, форми та методи суспільного впливу на економіку (В. Кириленко [11]).

Таким чином, узагальнюючи вищезазначене, можна дійти висновку, що господарський механізм у сфері регулювання інноваційної діяльності – це організаційно-функціональна частина економічної системи, що регулює діяльність інституту

інноваційної діяльності через систему важелів економічної діяльності задля досягнення певної мети.

Господарський механізм як категорія, що містить у собі ознаки поняття «механізм управління», здійснює вплив на чинники, стан яких зумовлює ефективність роботи об'єкта управління. Ці чинники залежно від результату діяльності об'єкта управління розподіляються на організаційні, структурні, економічні, фінансові тощо. Це приводить до того, що у складі господарського механізму можуть міститися інші механізми управління. Залежно від особливостей таких факторів вони бувають організаційні, структурні, економічні, фінансові [4, с. 64].

Під час здійснення інноваційної діяльності суб'єкт господарювання стикається із розв'язуванням завдань організаційного, фінансового та виробничого характеру. З боку держави виникає потреба в розробленні та впровадженні такого механізму господарювання сфери інноваційної діяльності, який би вирішував зазначені завдання і тим самим регулював інноваційну діяльність. Таким механізмом є організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності.

Вивченням особливостей такого механізму займалися багато вітчизняних вчених [3–20]. Однак науковці досі не прийшли до консенсусу у визначенні зазначеного терміну та його складників.

Аналіз літературних джерел дав змогу об'єднати трактування визначення поняття «організаційно-економічний механізм» у такі групи (див. табл. 1).

Узагальнюючи підходи до зазначеної дефініції різних авторів, можна дійти висновку, що більшість вітчизняних науковців розуміють під організаційно-економічним механізмом сукупність важелів або сукупність організаційно-управлінських методів, форм та інструментів впливу. Також більшість дослідників вважають, що організаційно-економічний механізм має два основні складники – організаційний блок та економічний блок.

Виходячи з вищезазначеного, організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності є вихідним із категорій «господарський механізм регулювання інноваційної діяльності» та «механізм регулювання інноваційної діяльності» та природно містить в собі всі ознаки цих понять. Тому у процесі свого функціонування він має досягти певної цілі та вирішити поставлені завдання (див. рис. 3).

Організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності має на меті вирішення всіх зазначених завдань для досягнення таких цілей, як модернізація виробництва в регіоні або державі, отримання конкурентних переваг держави або регіону та досягнення економічного розвитку на мезо- та макрорівнях. Таким чином, організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності має вирі-

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «організаційно-економічний механізм» у вітчизняній літературі

№	Підхід	Автори
1	Взаємопов'язана сукупність економічних відносин та їх підсистем	С. Тульчинська, О. Єрмоєнко-Григоренко
2	Сукупність організаційно-управлінських та економічних методів, форм, інструментів та важелів впливу	В. Кушнірук, А. Куценко, О. Мандзюк, А. Фролова, О. Кушнірецька, О. Демидюк
3	Складник господарського/економічного механізму	Т. Полозова, Ю. Овсюченко
4	Діалектична єдність державного регулювання та ринкової саморегуляції	Г. Шевченко
5	Система організаційних, економічних, правових, управлінських та регулювальних дій	О. Ланченко
6	Система формування цілей та стимулів	І. Біла
7	Механізм дій та використання економічних законів	І. Пономарьов, Е. Полякова

Джерело: складено за [3, 4, 7, 12–20]

шити економічні та організаційні проблеми у сфері розвитку інновацій, використовуючи адміністративний механізм управління, для того щоб сприяти максимальній дієвості механізму ринкової рівноваги в цій галузі.

Складники організаційно-економічного механізму регулювання інноваційної діяльності можуть змінюватись залежно від рівня застосування цього механізму.

На макrorівні зазначений механізм буде містити два блоки – організаційний механізм та економічний механізм.

Організаційний механізм – це система адміністративних методів, способів та прийомів формування та діяльності суб'єктів інноваційної діяльності [2, с. 4]. Сюди входять всі зв'язки, що виникають у процесах управління, виробництва, утворення цін, фінансування тощо. Організаційний механізм регулювання інноваційної діяльності складається з планування, організації та контролю на етапі створення нововведення, забезпечує взаємодію винахідників та підприємців-новаторів, сприяє поширенню інновацій у суспільстві.

Економічний механізм регулювання інноваційної діяльності на макrorівні – це система заходів, форм, методів, інструментів впливу на економічні відносини та процеси [4, с. 64]. Сюди входять процеси фінансування інновацій, оподаткування інноваційної діяльності, процеси ціноутворення інноваційної продукції. До методів управління належать оподаткування, кредитування, інвестування, бюджетне фінансування, венчурне фінансування, іноземне фінансування, самофінансування, матеріальне стимулювання тощо. До основних важелів належать прибуток, амортизаційні відрахування, податки, ціна, ставка відсотку, дотації, субвенції тощо.

Висновки. Аналіз сутності організаційно-економічного механізму та його складників дав змогу дійти висновку, що організаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності на макrorівні являє собою вирішення завдань із досягнення економічного зростання країни, що відбувається через постійне організаційно-економічне, технічне та технологічне оновлення інституту інноваційної діяльності. Отже, орга-

нізаційно-економічний механізм регулювання інноваційної діяльності на макrorівні – це система державного управління економічними відносинами, що виникають у процесі виробництва, обміну, розподілу та споживання інновацій. Він є інструментом модернізації економіки держави і регіону та економічного розвитку територій. Подальші дослідження мають бути присвячені аналізу ефективності функціонування організаційно-економічного механізму в країні та його удосконаленню.

Література:

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М.: Рус. яз., 1986. – 797 с. Толковый словарь русского языка Ушакова: в 4-х т [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ushakovdictionary.ru>
2. Фролова А.В. Формування організаційно-економічного механізму управління забезпеченням екологічної безпеки держави [Електронний ресурс] / А.В. Фролова // Проблеми системного підходу в економіці. – 2011. – № 4. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/ejournals/pspe/2011_4/Frolova_411.htm.
3. Кушнірецька О.М. Теоретичні підходи до визначення суті організаційно-економічного механізму управління соціально-економічним розвитком регіону / О.В. Кушнірецька, О.М. Демидюк // Регіональна економіка. – 2010. – № 3. – С. 63–70.
4. Гуменюк В.Я. Механізми ринкового господарювання: галузеві особливості / В.Я. Гуменюк. – Рівне.: НУВГП, 2005. – 281 с.
5. Шкурупій О.В. формування господарського механізму в умовах транзиції : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. : спец. 08.01.01 / Шкурупій О.В. – Харків, 2002.
6. Супрун О.М. Господарський механізм у розвитку та регулюванні економіки / О.М. Супрун. // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2011. – № 1. – С. 122–124.
7. Саблук П.Т. Формування міжгалузевих відносин: проблеми теорії та методології / П.Т. Саблук, М.Й. Малік, В.Л. Валентинов. – Київ: ІАЕ, 2002. – 294 с.
8. Албакин Л.И. Хозяйственный механизм развития социального общества / Л.И. Албакин. – М: Мысль, 1986. – 263 с.
9. Мочерний С.В. Економічна теорія / С.В. Мочерний. – Київ: ВЦ Академія, 1999. – 656 с.
10. Кириленко В.І. Соціалізація господарського механізму та її вплив на стан соціально-економічного розвитку України [Електронний ресурс] / В.І. Кириленко – Режим доступу до ресурсу: www.ecsocmen.edu.ru.



Рис. 3. Ціль та завдання організаційно-економічного механізму розвитку інновацій

11. Тульчинська С.О. Функціонування організаційно-економічного механізму інноваційного процесу / С.О. Тульчинська. // Стратегічні пріоритети. – 2008. – №1. – С. 89–95.
12. Єрмоєнко-Григоренко О.А. Організаційно-економічний механізм управління господарською діяльністю підприємства : дис. канд. : 08.06.01 / Єрмоєнко-Григоренко О.А. – Донецьк, 2000. – 188 с.
13. Кушнірук В.С. Організаційно-економічний механізм ефективного ведення садівництва в аграрних підприємствах регіону / В.С. Кушнірук, О.Ю. Єрмаков, О.В. Шебаніна. – Миколаїв: МДАУ, 2009. – 232 с.
14. Куценко А.В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємства / А.В. Куценко. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – 205 с.
15. Мандзюк О.М. Сутність та особливості організаційно-економічного механізму трансформації відносин власності / О.М. Мандзюк. // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2011. – № 2. – С. 139–144.
16. Полозова Т.В. Сутність організаційно-економічного механізму функціонування підприємств промисловості / Т.В. Полозова, Ю.В. Овсюченко // Вісник Міжнародного Слов'янського університету. – 2005. – № 1–2. – С. 63–65.
17. Шевченко Г.М. Принципи побудови організаційно-економічного механізму формування та використання природно-рекреаційного потенціалу територій – Г.М. Шевченко // Вісник СудДУ. Серія «Економіка». – 2007. – № 1. – С. 60–66.
18. Ланченко О. Організаційно-економічний механізм інвестування в аграрній сфері АПК [Електронний ресурс] / О. Ланченко – Режим доступу до ресурсу: nbuv.gov.ua/e-journals/Nd/2006-2/06leaaic.html
19. Белая И.П. Концептуальная модель организационно-экономического механизма управления гибкостью производственных систем / И.П. Белая, П.В. Егоров // Вісник Донецького університету. Серія «Економіка і право». – 2004. – № 2. – С. 7–16.

Прядко И.В. Характеристика сущности организационно-экономического механизма

Аннотация. В статье исследованы существующие подходы к определению сущности понятия организационно-экономического механизма и на его основе предложено понятие организационно-экономического механизма регулирования инновационной деятельности. Рассмотрена структура организационно-экономического механизма регулирования инновационной деятельности.

Ключевые слова: механизм, механизм управления, хозяйственный механизм, организационно-экономический механизм, организационно-экономический механизм регулирования инновационной деятельности.

Priadko I.V. The essential characteristics of the organizational and economic mechanism

Summary. The existing approaches to defining the essence of a concept of the organizational and economic mechanism are explored in the paper; the definition of the organizational and economic mechanism of innovative activity regulation is suggested. The structure of the organizational and economic mechanism of innovative activity regulation is considered.

Keywords: mechanism, management mechanism, economic mechanism, organizational and economic mechanism, organizational and economic mechanism of innovative activity regulation.

Світовий О.М.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри публічного управління та адміністрування,
Уманський національний університет садівництва

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ У ЗЕРНОПРОДУКТОВОМУ ПІДКОМПЛЕКСІ АПК ЯК ФАКТОР ЗБІЛЬШЕННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ

Анотація. У статті охарактеризовано сучасний стан функціонування логістичної системи у зернопродуктовому підкомплексі АПК, а також її вплив на формування доданої вартості. Запропоновано шляхи удосконалення управління логістичною системою у підкомплексі з метою зростання доданої вартості. Обґрунтовано необхідність комплексного дослідження всіх факторів, які впливають на збільшення доданої вартості у зернопродуктовому підкомплексі.

Ключові слова: логістична система, зернопродуктовий підкомплекс, логістичні витрати, додана вартість, прибуток, інтеграція, кооперація.

Постановка проблеми. Збільшення доданої вартості, створеної у зернопродуктовому підкомплексі АПК, є одним із найважливіших завдань розвитку не тільки цього підкомплексу, але й усього агропромислового комплексу. Найбільший підкомплекс АПК, яким є зернопродуктовий підкомплекс, потребує удосконалення наявної логістичної системи, зокрема зменшення логістичних витрат, що значно підвищить прибутковість виробництва. Крім того, покращення логістики дасть можливість вчасно забезпечити підприємства необхідними ресурсами, що буде запорукою чіткого виконання технологічних операцій у галузях підкомплексу. У міжгалузевих виробничих зв'язках значне місце займають як доставка сировини переробним підприємствам, так і збут готової продукції. Йдеться про переміщення на великі відстані мільйонів тонн зерна та продуктів його переробки. Через значний ріст вартості пально-мастильних матеріалів покращення логістичних зв'язків у межах зернопродуктового підкомплексу має значну економічну перспективу щодо зменшення транспортних та інших витрат.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання збільшення доданої вартості в АПК, зокрема у зернопродуктовому підкомплексі, а також зменшення логістичних витрат досліджувалися у працях таких вчених, як, зокрема, Л.М. Болдирева [1], О.І. Гуртов [2], С.М. Кваша [6], І.Г. Кириленко [7], В.А. Колодійчук [8; 9]. Науковці вказують на недостатній рівень логістичних зв'язків між елементами зернопродуктового підкомплексу, що призводить до необґрунтованих додаткових витрат та зменшення прибутку.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проблеми удосконалення управління логістичною системою у зернопродуктовому підкомплексі АПК потребують подальших досліджень, особливо, з точки зору впливу цієї системи на збільшення доданої вартості.

Мета статті полягає у подальшому вивченні питання удосконалення управління логістичною системою у зернопродуктовому підкомплексі АПК як фактору збільшення доданої вартості.

Виклад основного матеріалу дослідження. За визначенням С.В. Мочерного, логістична система – це цільова інтеграція логістичних елементів у межах певної економічної системи з метою оптимізації процесів трансформації матеріального потоку. Вчений стверджує, що об'єктивна підстава створення логістичної системи – реалізація синергічного ефекту, який виявляється у:

– загальному прискоренні матеріального потоку, що адекватно підвищенню реакції на бажання клієнта;

– зменшенні сукупних витрат за рахунок усунення конфліктів часткових витрат, підвищенні рівня логістичного сервісу (рівня та якості обслуговування), що адекватно збільшенню додаткової вартості (корисності) для клієнта і формуванню додаткових конкурентних переваг; складові синергічного ефекту реалізуються у процесі трансформації матеріального потоку, параметрами якої є зміни часу, простору, кількості, якості, транспортно-складських та маніпуляційних властивостей, інформації [5].

За авторським визначенням В.А. Колодійчука, логістична система у зернопродуктовому підкомплексі АПК є сукупністю елементів (підсистем), що забезпечують переміщення матеріального (зернового) потоку по логістичних ланцюгах від первинного джерела сировини (поля) до кінцевих споживачів готової продукції (галузевих підприємств харчової промисловості, тваринницьких комплексів АПК тощо) [8]. На нашу думку, до цього визначення необхідно додати ще й логістичні зв'язки щодо забезпечення підприємств зернопродуктового підкомплексу необхідними виробничими ресурсами, оскільки від оптимізації цих зв'язків залежить загальна величина логістичних витрат.

Нині логістична система зернопродуктового підкомплексу АПК не відповідає повною мірою вимогам сучасного ринку зерна та продуктів його переробки. Підприємства і галузі проводять неузгоджену логістичну політику у межах підкомплексу, спостерігаються невиправдані витрати щодо переміщення ресурсів, сировини та готової продукції через недостатність інформації, слабкість інтеграційних та кооперативних зв'язків.

На величину логістичних витрат значною мірою впливає і збільшення тарифів на вантажні перевезення залізничним транспортом (табл. 1).

В 2015 р. порівняно з 2010 р. тарифи на перевезення зерна залізницею зросли на 43,4 відсоткові пункти. Також за вказаний період на 38,5 відсоткові пункти здорожчало перевезення такого необхідного виробничого ресурсу для підкомплексу, як мінеральні добрива. Ці величини більші середнього показника підвищення тарифів на 7,9 та 3,0 відсоткові пункти відповідно. Тобто можна стверджувати, що існують нерівні умови вартості перевезення вантажів залізницею, особливо для аграрного сектору економіки. Проте, незважаючи на збільшення тарифів

Таблиця 1

Індекси тарифів на вантажні перевезення залізничним транспортом, відсотків до попереднього року

Показник	2010 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. +/- до 2010 р.
Усі вантажі	102,2	109,8	105,6	111,7	137,7	+35,5
Хімічні та мінеральні добрива	99,2	110,0	105,4	111,1	137,7	+38,5
Зернові культури	99,0	106,6	105,3	115,5	142,4	+43,4

Джерело: [12, с. 101]

Таблиця 2

Динаміка перевезення вантажів залізничним транспортом в Україні

Показник	Умовні позначення	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2015 р.	2015 р. у % до 2010 р.
Усі вантажі	млн. т	433	469	457	444	350	80,8
	у % до підсумку	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	–
Хімічні та мінеральні добрива	млн. т	12	15	13	11	10	83,8
	у % до підсумку	2,8	3,2	2,8	2,5	2,9	+0,1 в. п.
Хлібні	млн. т	13	15	24	23	29	223,1
	у % до підсумку	3,0	3,2	5,3	5,2	8,3	+5,3 в. п.

Джерело: [11, с. 47–48]

Таблиця 3

Динаміка перевезення вантажів річковим транспортом в Україні

Показник	Умовні позначення	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2015 р.	2015 р. у % до 2010 р.
Усі вантажі	млн. т	6 989	5 721	4 295	2 840	3 156	45,2
	у % до підсумку	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	–
Хімічні та мінеральні добрива	млн. т	89	93	130	124	166	186,5
	у % до підсумку	1,3	1,6	3,0	4,4	5,3	+4,0 в. п.
Хлібні	млн. т	287	290	426	391	561	195,5
	у % до підсумку	4,1	5,1	9,9	13,8	17,8	+13,7 в. п.

Джерело: [11, с. 50–51]

та зменшення загальної кількості перевезених вантажів цим видом транспорту, перевезення хлібних вантажів у 2015 р. зросли порівняно з 2010 р. більше ніж у два рази і склали 29 млн. тонн (табл. 2).

На тлі зменшення загального обсягу перевезень залізничним транспортом на 19,2% частка перевезення хлібних вантажів за досліджуваний період до загального обсягу перевезень зросла на 5,3 відсоткові пункти. Такі обставини пояснюються збільшенням обсягів виробництва зерна і його реалізації та нижчими тарифами порівняно з автомобільним транспортом. Якщо розглянути перевезення вантажів зернової групи автомобілями, то можна констатувати, що їх обсяг у 2015 р. склав 10 750,69 тис. тонн [11, с. 48]. Такий показник вказує на те, що автомобільні перевезення вантажів продукції зернопродуктового підкомплексу посідають друге місце після залізничних перевезень.

Нарощуються обсяги перевезень хлібних вантажів та виробничих ресурсів для зернопродуктового підкомплексу, зокрема мінеральних добрив, і річковим транспортом (табл. 3).

У 2015 р. хімічних та мінеральних добрив перевезено 166 тис. тонн, що більше показника 2010 р. в 1,9 рази. За досліджуваний період перевезення хлібних продуктів зросло у два рази і в 2015 р. склало 561 тис. тонн. Також збільшилася частка перевезень вказаних вантажів до загального підсумку на 4,0 та

13,7 відсоткові пункти відповідно. До того ж це відбувається тоді, коли загальний обсяг перевезень річковим транспортом за період 2010–2015 рр. зменшився більше, ніж наполовину.

Зменшенню логістичних витрат у зернопродуктовому підкомплексі буде сприяти і посилення контролю за внутрішньогосподарськими та зовнішніми перевезеннями вантажів, а також за проведенням технологічних операцій за допомогою застосування новітніх технічних розробок та систем. Вчені дослідили, що впровадження системи GPS на підприємствах сільського господарства значно підвищить прибуток завдяки таким факторам, як скорочення витрат пального на 20–40%, реального і ліквідація «обманного (накрученого) пробігу» [2, с. 37].

Для оптимізації логістичних витрат та збільшення величини доданої вартості у зернопродуктовому підкомплексі АПК України необхідно провести структурні зміни. Таку думку відстоює І.Г. Кириленко, який стверджує, що переорієнтація на переробку аграрної сировини є одним із ключових завдань структурної трансформації в АПК України. Виробництво та експорт сировини не можуть бути ні точками зростання, ні драйверами росту економіки [7, с. 26]. Такого ж погляду дотримується і М.І. Зверяков. Вчений зазначає, що головним критерієм під час відбору інвестиційних проектів повинно стати зростання доходів на основі ланцюгів доданої вартості шляхом переробки сировинної продукції і збуту готової продукції перш за все на

експорт протягом найближчих 5–10 років [4, с. 22]. Збільшення обсягів переробки зерна в зернопродуктовому підкомплексі на власних підприємствах дасть змогу зменшити логістичні витрати за рахунок оптимізації перевезення сировини та збільшити експорт продукції з високою доданою вартістю.

Експортний потенціал зерна та продуктів його переробки в нашій країні з кожним роком збільшується. Якщо у 2005 р. було продано на експорт 35% валового збору зернових в Україні, то вже в 2015 р. – 67%. В абсолютному вираженні обсяги експорту зросли в 3–4 рази залежно від бази порівняння [3, с. 26].

Оптимізація логістичних зв'язків покращить ефективність пропозиції вітчизняної зернової продукції. Згідно з розрахунками вчених в експортній ціні на пшеницю логістичні витрати складають 30%, на кукурудзу – близько 40% [10]. Крім того, підвищення економічного рівня логістичної системи у зернопродуктовому підкомплексі дасть змогу підняти прибутковість експорту, а в результаті збільшити додану вартість за рахунок таких факторів, як зменшення строків поставки зерна та продуктів його переробки на експорт; швидше формування необхідних експортних партій зернової продукції; контроль якості зерна та продуктів його переробки за рахунок відповідного зберігання та підвищення реалізаційних кондицій; досягнення необхідної величини продажу зернової продукції згідно з укладеними договорами за рахунок посилення економічних зв'язків між підприємствами та галузями підкомплексу. Отже, з'являється можливість укладення таких договорів на перспективу з гарантією повного їх виконання.

Погоджуємося з твердженням В.А. Колодійчука, що диспаритетність обміну між складовими елементами зернопродуктового підкомплексу АПК України є системною проблемою із загальносистемними негативними наслідками. Кожен елемент логічного ланцюга, дбаючи про свій ефект, нехтує інтересами суміжних елементів. Вчений вважає, що системна взаємодія причинно-наслідкових зв'язків і для посередника обмежить ефекти від його доданої вартості, оскільки

зменшиться базис для її створення. Отже, збалансований розвиток зернопродуктового підкомплексу АПК – це досягнення загальнодержавного компромісу інтересів усіх учасників виробничо-збутової системи на основі еквівалентності обміну результатами праці та системного паритету [9, с. 64]. Іншими словами, необхідно витіснити із зернового ринку тих посередників, які, забираючи велику частину доданої вартості у виробників зерна, не дають змогу ефективно працювати загальній логістичній системі зернопродуктового підкомплексу. Такі посередники розділяють логістичну систему підкомплексу на частини, позбавляючи її цілісності, стають на заваді еквівалентності обміну результатами праці в межах підкомплексу. В цьому разі не відбувається збереження оптимальної вартості продукції в процесі просування її до кінцевого споживача, коли кожен елемент логістичної системи працює осібно. Прибуток як результативна частина доданої вартості, отриманий посередниками від вказаної діяльності, не йде на розвиток зернопродуктового підкомплексу та на підвищення заробітної плати його працівникам.

Необхідно також покращити економічні зв'язки як між галузями підкомплексу, так і між підприємствами однієї галузі. Посилення горизонтальної та вертикальної інтеграції у зернопродуктовому підкомплексі неможливо без удосконалення управління згаданою логістичною системою. Зменшення логістичних витрат дасть змогу збільшити прибуток на підприємствах зернопродуктового підкомплексу, а це приведе до збільшення величини доданої вартості.

Запропоновану нами модель логістичної системи зернопродуктового підкомплексу АПК України розглянемо на рис. 1. Ми визначаємо вищезгадану логістичну систему як інтеграцію логістичних елементів щодо забезпечення ресурсами виробничих процесів у зернопродуктовому підкомплексі, а також матеріальних й інформаційних потоків в межах підкомплексу та пов'язаних з реалізацією продукції, з метою їх оптимізації.

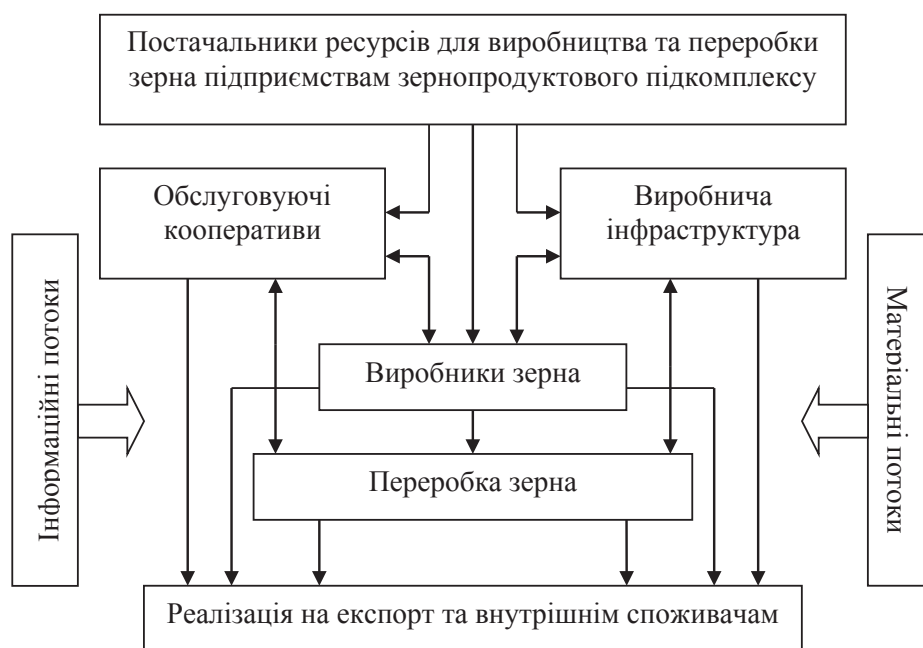


Рис. 1. Модель логістичної системи зернопродуктового підкомплексу АПК України

Джерело: власна розробка

Вважаємо, що логістичні зв'язки в межах зернопродуктового підкомплексу, а також під час забезпечення елементів підкомплексу ресурсами та реалізації продукції на ринку повинні будуватися з урахуванням економічних інтересів кожного учасника цього процесу. Також необхідно максимально залучити в цей процес усі можливості виробничої інфраструктури на основі вертикальної та горизонтальної інтеграції, розвиваючи обслуговуючу кооперацію.

На нашу думку, розмежованість підприємств та галузей зернопродуктового підкомплексу, яка заважає отримати додаткову суму доданої вартості, зокрема через збільшені логістичні витрати, можна подолати такими способами. По-перше, потрібно виключити максимально можливу кількість посередників. По-друге, слід завчасно заключати договори на поставку виробничих ресурсів і реалізації сировини та готової продукції безпосередньо з виробниками та споживачами, що дасть можливість зменшити логістичні витрати через раціональне використання транспортних засобів та виробничої інфраструктури. По-третє, необхідно в межах зернопродуктового підкомплексу проводити узгоджену цінову та інформаційну політику щодо логістичних операцій, створювати умови для ефективної роботи усіх елементів підкомплексу. По-четверте, варто у логістиці зовнішніх перевезень продукції та виконанні технологічних операцій в межах зернопродуктового підкомплексу застосовувати новітні GPS-технології, що дасть змогу значно зменшити транспортні витрати. По-п'яте, потрібно розвивати логістичні зв'язки з підприємствами залізничного та річкового транспорту щодо перевезення необхідних виробничих ресурсів та продукції підкомплексу, особливо зерна, беручи до уваги високу вартість пально-мастильних матеріалів та стан автомобільних доріг. По-шосте, слід, враховуючи досвід країн Європейського Союзу, створювати більшу кількість обслуговуючих кооперативів, які допоможуть підприємствам підкомплексу, зокрема фермерським господарствам, оптимізувати логістичні витрати.

Висновки. Отже, удосконалення управління логістичною системою зернопродуктового підкомплексу нашої країни великою мірою буде слугувати збільшенню величини доданої вартості, а також покращенню матеріального стану працівників підкомплексу. На нашу думку, крім врахування економічних факторів процесу ринкового саморегулювання, необхідне й посилення державного регулювання логістичної діяльності у зернопродуктовому підкомплексі, а саме:

- розробка і реалізація державної політики розвитку ринку зерна та продуктів його переробки;
- координація процесів руху вказаної продукції від виробника до кінцевого споживача;
- моніторинг діяльності суб'єктів виробництва щодо організації та здійснення товарного руху;
- постійний аналіз та прогнозування ринку зерна;
- ведення діалогу з представниками влади Європейського Союзу та інших суб'єктів світового ринку зерна щодо збільшення експортних квот та преференцій;
- підтримання розвитку логістичних структур для обслуговування виробництва у зернопродуктовому підкомплексі.

Література:

1. Болдирева Л.М. Логістична система агропродовольчого сектора економіки: формування та розвиток / Л.М. Болдирева // Економіка і регіон. – 2014. – № 4 (47). – С. 107–112.
2. Гуртов О.І. Формування ефективного механізму функціонування логістичних систем сільськогосподарських підприємств / О.І. Гуртов, Н.В. Прозорова // Економіка АПК. – 2013. – № 8. – С. 33–39.

3. Голян В.В. Структурні диспропорції розвитку аграрного сектора України: інституціональне підґрунтя та механізми подолання / В.В. Голян, Л.О. Стешенко // Економіст. – 2017. – № 2. – С. 25–28.
4. Зверяков М.І. Уроки ринкової трансформації в Україні / М.І. Зверяков // Економіка України. – 2016. – № 8. – С. 7–25.
5. Економічна енциклопедія : у 3 т. / редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2000– . – Т. 2. – 2000. – 864 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/57-1/3996-logistichna-sistema.html>
6. Економічне обґрунтування програми виробництва зерна пшениці в Україні / [С.М. Кваша, М.М. Ільчук, І.А. Коновал] // Економіка АПК. – 2013. – № 3 – С. 16–24.
7. Кириленко І.Г. Економічні аспекти трансформації сільськогосподарського виробництва в Україні / І.Г. Кириленко, В.Є. Івченко // Економіка АПК. – 2017. – № 3. – С. 21–28.
8. Колодійчук В.А. Ідентифікація логістичних витрат у зернопродуктовому підкомплексі АПК / В.А. Колодійчук // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_31
9. Колодійчук В.А. Концептуальна модель оптимізації логістичної системи у зернопродуктовому підкомплексі АПК України / В.А. Колодійчук // Економіка АПК. – 2016. – № 5. – С. 60–65.
10. Присяжнюк М.В. На елеваторах Житомирщини завищують ціну на зберігання зерна / М.В. Присяжнюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.l.zt.ua/news/ekonomika>
11. Транспорт і зв'язок України – 2015 : статистичний збірник / відп. за вип. О.О. Кармазіна. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 186 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
12. Україна у цифрах – 2015 : статистичний збірник / відп. за вип. О.А. Вишневецька. – К. : Державна служба статистики України, 2016. – 239 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

Свитовий А.М. Совершенствование управления логистической системой в зернопродуктовом подкомплексе АПК как фактор увеличения добавленной стоимости

Аннотация. В статье охарактеризованы современное состояние функционирования логистической системы в зернопродуктовом подкомплексе АПК, а также ее влияние на формирование добавленной стоимости. Предложены пути совершенствования управления логистической системой в подкомплексе с целью роста добавленной стоимости. Обоснована необходимость комплексного исследования всех факторов, которые влияют на увеличение добавленной стоимости в зернопродуктовом подкомплексе.

Ключевые слова: логистическая система, зернопродуктовый подкомплекс, логистические затраты, добавленная стоимость, прибыль, интеграция, кооперация.

Svitovyi O.M. Improvement of the management of logistics system in grain products subcomplex of AIC as a factor of increasing value added

Summary. The article describes the modern state of functioning of logistics system in grain products subcomplex of AIC and its influence on the formation of value added. The ways of improving the management of the logistics system in the subcomplex aiming to increase value added are determined. The necessity of a comprehensive study of all factors that affect value added in grain products subcomplex is proven.

Keywords: logistic system, grain products subcomplex, logistics costs, value added, profit, integration, cooperation.

Халатур С.М.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів та банківської справи,

Дніпропетровський державний аграрно-економічний університет

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ РИЗИКУ

Анотація. У статті досліджується проблема покращення інвестиційної привабливості галузі сільського господарства України з урахуванням факторів ризику. Автор висвітлює фактори ризику інвестиційної привабливості та шляхи покращення використання інвестиційних ресурсів сільського господарства. Проаналізовано динаміку капітальних інвестицій в сільське господарство України. Узагальнено чинники негативного впливу на інвестиційне середовище економіки країни, які є основою утворення ризиків, пов'язаних з інвестиційною діяльністю. Тому з метою підвищення інвестиційної привабливості сільського господарства в країні окреслено основні пріоритети вдосконалення інвестиційної політики. Досліджено шляхи мінімізації ризику, пов'язаного з впливом факторів макросередовища на інвестиційну діяльність. Одержані результати сприятимуть збільшенню обсягів інвестицій у сільське господарство України.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, сільське господарство, галузь, ризики інвестування, фактори впливу.

Постановка проблеми. Інвестиції є вкрай важливими для зростання сільськогосподарського сектору. Основні джерела капіталу повинні прийти від приватних інвесторів; державні інвестиції не можуть задовольнити потреби, але можуть виявитися ефективними для стимулювання і залучення приватних інвестицій у сектор. Інвестиційна привабливість сільського господарства повинна сприяти все більшій вигоді від інвестицій в аграрний сектор у середньостроковій і довгостроковій перспективі, оскільки попит на продовольство та інші сільськогосподарські продукти, як очікується, продовжить рости.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Висвітленню цієї економічної проблеми присвячено багато праць, зокрема проблемам організації інвестиційно-інноваційних процесів в економіці присвячено цілий ряд досліджень українських та зарубіжних учених, таких як, зокрема, О.І. Амоша, А.В. Буряк, В.І. Голюк, І.І. Вініченко, М.І. Долішній, О.Ю. Дудчик, М.З. Згуровський, Ф.Є. Іванов, Б.Є. Кваснюк, М.І. Кісіль, М.І. Прокопенко, О.В. Покатаєва, О.С. Редькін, Б. Твіст, В.О. Точилін, Р. Фатхутдінов, Л.І. Федулова, Ф. Хедоурі, Б.І. Холод, Д.М. Черваньов, О.Ю. Чубукова, М.Г. Чумаченко, Я.С. Янишин, Ю.П. Кашуба [1–7].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне науковим напрацюванням з цієї проблематики, зауважимо, що ще не достатньо висвітлені питання покращення інвестиційної привабливості сільського господарства України з урахуванням факторів ризику. Потребують більш повного дослідження економічні механізми та особливості інвестування в сільське господарство.

Мета статті полягає в дослідженні інвестиційного забезпечення сільського господарства України, виокремленні ключових проблем і визначенні перспективних напрямів удосконалення з урахуванням спектру ризиків, характерних для сучасного інвестиційного середовища країни.

Виклад основного матеріалу дослідження. Широке коло інвестиційних ризиків у сільському господарстві та інвестиційна політика повинні бути спрямовані не лише на збільшення інвестицій в сільське господарство, але й на забезпечення того, щоб інвестиції носили стійкий характер. Великі міжнародні інвестори сприяють накопиченню сільськогосподарського капіталу. Вони можуть створити робочі місця та залучити фахівців, фінансові можливості та маркетингові мережі для підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва і виробничо-збутових ланцюгів. Однак масштабні інвестиції також можуть мати негативні соціальні та екологічні наслідки. Інвестиційна політика, закони і правила повинні бути добре розроблені й ефективно реалізовані, щоб гарантувати, що такі інвестиції приносять економічні і соціальні вигоди для країни за одночасного забезпечення сталого використання природних ресурсів.

В табл. 1 розглянемо динаміку капітальних інвестицій у сільське господарство України.

Основа покращення інвестиційної привабливості сільського господарства України полягає в наданні допомоги в оцінюванні та розробленні політики з мобілізації інвестицій у сільське господарство для сталого економічного зростання та розвитку. Залучення інвестицій в сільське господарство спирається на широкий набір факторів, які виходять за рамки аграрної політики, зокрема макроекономічної політики. Послідовна політика є найважливішим компонентом сприятливого інвестиційного клімату для всіх інвесторів (вітчизняних або іноземних, малих чи великих). Розглянемо фактори впливу на інвестиційну привабливість сільського господарства України та виділимо питання, які повинні бути розглянуті під час створення привабливих умов для інвесторів та підвищення вигоди розвитку інвестицій в сільське господарство.

На рис. 1 показані фактори впливу на інвестування галузі сільського господарства України.

Якість інвестиційної політики безпосередньо впливає на рішення інвесторів. Прозорість, політика узгодженості та відсутність дискримінації можуть підвищити довіру інвесторів. Безпечний доступ до природних ресурсів, добре функціонуючий ринок та ефективні механізми забезпечення виконання контрактів та компенсації експропріації також мають важливе значення для подальших інвестицій в сільське господарство.

Динаміка капітальних інвестицій у сільське господарство України

Рік	Освоєно (використано) капітальних інвестицій, у фактичних цінах, млн. грн.		у % до загального обсягу
	Усього	Сільське господарство, мисливство та надання пов'язаних із ними послуг	
2012	263 727,7	15 796,9	6,0
2013	247 891,6	16 145,9	6,5
2014	204 061,7	16 754,3	8,2
2015	251 154,3	27 078,9	10,8
Зміна, %	95,23	171,42	180,00

Джерело: складено автором за даними Державного комітету статистики України

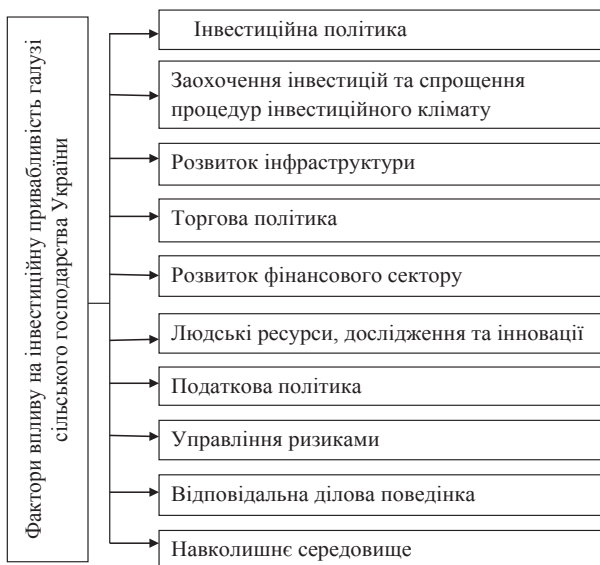


Рис. 1. Фактори впливу на інвестування галузі сільського господарства України

Джерело: власна розробка автора

Питання, які необхідно розглянути, такі:

- які заходи були прийняті урядом для забезпечення того, щоб закони, правила і політика для сільськогосподарських інвестицій та їх здійснення були зрозумілими, доступними, прозорими і передбачуваними, чи не нав'язують вони непотрібний тягар для вітчизняних та зарубіжних сільськогосподарських інвесторів;

- які суспільні механізми консультацій з участю зацікавлених сторін, зокрема інвесторів, були створені з метою підвищення якості регулювання в аграрному секторі, тим самим підвищуючи інвестиційну привабливість сільського господарства;

- чи є обмеження, специфічні для іноземних інвестицій в сільське господарство;
- чи існують ініціативи щодо підвищення потенціалу уряду для укладання контрактів та для надання допомоги співробітникам розібратися в юридичних положеннях, закріплених у національному законодавстві;

- чи система виконання контрактів ефективна і доступна для всіх сільськогосподарських інвесторів;

- які механізми для врегулювання спорів були створені для забезпечення максимально широкого охоплення захисту інвестора за розумною ціною; чи існують механізми врегулювання спорів, характерних для сільськогосподарської галузі.

Розглянемо заохочення інвестицій та спрощення процедур інвестування сільського господарства. Підкреслюючи мож-

ливості для вигідних інвестицій та надання інвестиційних стимулів, можемо сказати, що заохочення інвестицій і заходів щодо спрощення процедур можуть бути ефективними інструментами для залучення інвестицій в сільське господарство за умови, якщо вони спрямовані на те, щоб виправити недоліки ринку і використати порівняльні переваги країни з сільськогосподарським потенціалом.

Фактори ризику заохочення інвестицій та спрощення процедур інвестування сільського господарств такі:

- яка установа відповідає заохоченню інвестицій та спрощенню процедур;

- які заходи застосовуються в цілях заохочення і полегшення інвестицій у сільське господарство, зокрема адміністративні процедури щодо зниження витрат для інвесторів; чи проводиться аналіз витрат і вигід, щоб оцінити їх вплив;

- чи є ринки конкурентоспроможними.

Розвиток інфраструктури. Добре розвинена інфраструктура села, зокрема хороші іригаційні мережі транспортування та зберігання систем і надійного доступу до енергії, інформації і комунікаційних технологій, може ефективно залучати приватних інвесторів в аграрний сектор і сприяти підвищенню конкурентоспроможності сільського господарства.

Фактори ризику розвитку інфраструктури такі:

- які інфраструктурні інвестиційні пріоритети визначені й реалізовані;

- чи має уряд чіткі керівні принципи та прозорі процедури розподілу державних коштів для сільського господарства, пов'язані з інфраструктурою;

- які кроки були зроблені для залучення приватних інвесторів на поставку сільськогосподарської інфраструктури;

- яка відповідальність за розвиток, експлуатацію та технічне обслуговування інфраструктури спільна між владою, користувачами та сільськогосподарськими підприємствами;

- які заходи були прийняті урядом для розширення доступу до інформаційних і комунікаційних технологій сільськогосподарських інвесторів (це забезпечить своєчасну і точну інформацію про сільськогосподарські ринки).

Торгова політика. Відкрита, прозора і передбачувана торгова політика в сільськогосподарському секторі може підвищити ефективність ресурсу як всередині країни, так і за її межами, сприяючи економії за рахунок масштабів виробництва, підвищення продуктивності і ставки доходу на інвестиції та зміцнення продовольчої безпеки.

Фактори ризику торгової політики такі:

- чи є адміністративні, фіскальні та регуляторні бар'єри для руху сільськогосподарських товарів по всій країні; який кількісний вплив цих заходів;

– які зусилля були прийняті урядом з метою полегшення торгівлі сільськогосподарською продукцією;

– чи існують спеціальні торговельні заходи для залучення інвестицій в сільське господарство, такі як сприяння експорту сільськогосподарської продукції.

Розвиток фінансового сектору. Ефективні фінансові ринки можуть вкладати кошти в інноваційні і високоприбуткові інвестиційні проекти великих і малих сільськогосподарських інвесторів, тим самим збільшуючи доходи та стимулюючи економічну діяльність.

Фактори ризику розвитку фінансового сектору для підвищення інвестиційної привабливості сільського господарства такі:

– чи сприяє нормативна база ефективному функціонуванню фінансового ринку для великих і малих сільськогосподарських інвесторів;

– чи заважають вимоги до застави деяким сільськогосподарським інвесторам отримати доступ до кредитів від офіційних фінансових установ;

– який стан конкуренції у формальному фінансовому секторі, зокрема в сільській місцевості; які типи фінансових продуктів надаються для малих і великих сільськогосподарських інвесторів; чи залежить доступ до кредитів від регіону або розміру потенційного інвестора;

– наскільки важлива роль неформального фінансового сектору, зокрема приватних заощаджень, посередників і роздрібної торгівлі, надання кредиту, для фермерів; яка роль мікрофінансування і лізингу.

Людські ресурси, дослідження та інновації. Сильний людський капітал і динамічні сільськогосподарські інноваційні системи є критично важливими для залучення додаткових інвестицій в сільському господарстві. Політика повинна підтримувати високу якість освіти та функціонування інформаційно-консультативних послуг для підвищення людського капіталу. Вони повинні сприяти розвитку партнерських відносин між національними та міжнародними дослідженнями, краще поєднати наукові дослідження з потребами ефективного захисту прав інтелектуальної власності для створення ефективної інноваційної системи.

Ефективна податкова політика уряду і місцевих органів влади сприяє підвищенню доходів та залученню подальших інвестицій від великих і малих інвесторів.

Управління ризиками. Оскільки сільськогосподарська галузь стикається з серйозними природними впливами погоди, хворобами тощо, ефективні інструменти управління ризиками можуть знизити ці ризики, забезпечуючи надання інвесторам більш стабільного доходу і створення передбачуваного середовища, сприятливого для інвестицій.

Відповідальна ділова поведінка. Політика заохочення визначених принципів відповідальної ділової поведінки сприятиме залученню сільськогосподарських інвестицій, які впливають на екологічно і соціально сталий розвиток, тим самим залучаючи як короткострокові, так і довгострокові пільги для інвесторів.

Навколишнє середовище. Сильна і добре діюча екологічна політика сприяє залученню відповідальних інвесторів і забезпеченню сталого використання наявних природних ресурсів, зокрема землі і води, тим самим сприяючи довгостроковій продовольчій безпеці та пом'якшенню наслідків зміни клімату. Фактори ризику такі:

– чи наявні екологічна політика, закони і правила ефективного забезпечення сталого використання природних ресурсів, зокрема шляхом встановлення чітких екологічних стандар-

тів, які потребують незалежної оцінки впливу на навколишнє середовище, гарантуючи, що ціноутворення природних ресурсів відображає їх реальне дефіцитне значення; чи враховують вони специфіку сільського господарства;

– які є інституційні механізми забезпечення ефективного виконання і дотримання екологічної політики, законів і правил;

– чи існує політика розширення доступу до екологічно чистих та енергозберігаючих технологій і заохочення їх прийняття великими і малими сільськогосподарськими інвесторами.

Отже, попри усталену думку про те, що сільське господарство є ризикованим, інвестиції в сільське господарство відзначають зростання за рахунок поліпшення прогнозів прибутковості та інтересів розвитку сільського господарства збільшити інвестиції в сектор для забезпечення продовольчої безпеки. Сільське господарство відіграє життєво важливу роль для економічного зростання і сталого розвитку. Інвестиції у секторі можуть бути ефективним інструментом скорочення масштабів убогості і зміцнення продовольчої безпеки.

Висновки. Отже, на обсяг інвестицій в галузі сільського господарства впливають багато різноманітних факторів ризику. Визначення цих факторів та рівня їх впливу на залучення інвестицій викликає необхідність регулярного проведення досліджень.

Оцінка інвестиційної привабливості галузі сільського господарства України показала, що протягом останніх років інвестиційні процеси зазнають зовнішніх впливів, які виходять за суто економічні межі. Тому інвестиційні рішення приймаються суб'єктами господарювання вже не тільки на основі економічних параметрів, але й з урахуванням соціальних, політичних, національних, культурних факторів. Встановлено, що інвестиційні процеси в сільському господарстві протікають на звуженій основі, а за своїми доміантними тенденціями і специфічними рисами вони не мають аналогів у світовій практиці. Відбувається руйнування базисних основ процесу відтворення, а методи його регулювання не відповідають критеріям економічної ефективності. Нагромадження суперечностей, поглиблення кризових явищ зумовлюють необхідність корекції стратегії економічного розвитку сільського господарства України, спрямованої, зокрема, на кардинальне вирішення проблем інвестиційної привабливості галузі сільського господарства, що є напрямом подальших досліджень.

Література:

1. Буряк А.В. Інвестиційно-інноваційне прискорення розвитку аграрних підприємств : [монографія] / А.В. Буряк. – К. : ННЦ ІАЕ, 2011. – 204 с.
2. Вініченко І.І. Інвестиційна діяльність аграрних підприємств : [монографія] / І.І. Вініченко. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 444 с.
3. Інвестиції та основні засоби // Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Дудчик О.Ю. Аналіз капітального інвестування агропромислового комплексу України / О.Ю. Дудчик // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 4. – С. 826–829.
5. Кісіль М.І. Стратегічні напрями інвестиційного забезпечення розвитку сільського господарства / М.І. Кісіль // Економіка АПК – 2012 – № 9. – С. 36–39
6. Покатаєва О.В. Роль інвестицій у підвищенні конкурентоспроможності галузей економіки / О.В. Покатаєва // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 3. – С. 232–236.
7. Янишин Я.С. Привабливість міжнародних інвестицій в Україні / Я.С. Янишин, Ю.П. Кашуба // Економіка АПК. – 2012. – № 7. – С. 63–69.

Халатур С.М. Инвестиционная привлекательность отрасли сельского хозяйства Украины с учетом факторов риска

Аннотация. В статье исследуется проблема улучшения инвестиционной привлекательности отрасли сельского хозяйства Украины с учетом факторов риска. Автор освещает факторы риска инвестиционной привлекательности и пути улучшения использования инвестиционных ресурсов сельского хозяйства. Проанализирована динамика капитальных инвестиций в сельское хозяйство Украины. Обобщены факторы негативного влияния на инвестиционную среду экономики страны, которые являются основой образования рисков, связанных с инвестиционной деятельностью. Поэтому с целью повышения инвестиционной привлекательности сельского хозяйства в стране намечены основные приоритеты совершенствования инвестиционной политики. Исследованы пути минимизации риска, связанного с воздействием факторов макросреды на инвестиционную деятельность. Полученные результаты будут способствовать увеличению объемов инвестиций в сельское хозяйство Украины.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, сельское хозяйство, отрасль, риски инвестирования, факторы влияния.

Khalatur S.M. Investment attractiveness of the agricultural sector of Ukraine taking into account risk factors

Summary. In the article, the problem of investment attractiveness improvement of the agricultural sector of Ukraine taking into account risk factors is researched. The author covers the risk factors of investment attractiveness and ways for improving the use of investment resources in agriculture. The dynamics of capital investments in agriculture of Ukraine is analysed. There are generalized factors of a negative impact on the investment environment of the economy, which are the basis for the formation of risks associated with investment activities. Therefore, in order to increase the investment attractiveness of agriculture in the country, the main priorities for improving investment policy are identified. There are researched the ways to minimize the risk associated with exposure factors in the macro environment for investment activities. The obtained results will contribute to increasing investments in agriculture of Ukraine.

Keywords: investment attractiveness, agriculture, industry, investment risks, factors of influence.

*Шульга О.А.,
к.е.н., доцент, докторант кафедри політичної економії,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

РОЗВИТОК АГРАРНИХ ВІДНОСИН ТА ЇХ РЕГУЛЮВАННЯ У РОЗВИНУТИХ КРАЇНАХ СВІТУ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Анотація. У статті розглянуто практику державного регулювання аграрного сектору у США, Канаді, ЄС та Японії у ХХ – ХХІ ст. Встановлено закономірності державного регулювання розвитку аграрних відносин в умовах становлення постіндустріального типу економічних систем. Зроблено висновок, що розвиток аграрних відносин в розвинутих країнах світу демонструє нові форми прояву основної суперечності капіталізму, які одночасно виступають формами пристосування виробничих відносин до рівня розвитку продуктивних сил на сучасному етапі.

Ключові слова: аграрні відносини, аграрна політика, державне регулювання, розвинуті країни світу, постіндустріальна економіка.

Постановка проблеми. В умовах проведення курсу на поглиблення ринкових реформ в аграрному секторі економіки України доречним є вивчення досвіду державного регулювання розвитку аграрної галузі у розвинутих країнах світу. Це дасть змогу визначитися із найефективнішими формами та методами розв'язання суперечностей в системі аграрних відносин сучасної України, не допустивши при цьому помилок розвинутих країн світу, та спрогнозувати закономірний хід їх розвитку в перспективі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню еволюції аграрної політики розвинутих країн світу присвячені праці таких зарубіжних і вітчизняних вчених, як, зокрема, В. Борщевський, М. Коробейников, Є. Кирилук, М. Трейсі, М. Янків.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак залишаються майже не дослідженими питання, пов'язані із визначенням закономірностей державного регулювання розвитку аграрних відносин в умовах становлення постіндустріального типу економічних систем в контексті пошуку найефективніших форм і методів розв'язання суперечностей аграрного сектору економіки в розвинутих країнах світу.

Мета статті полягає у тому, щоб на основі аналізу аграрної політики США, Канади, ЄС та Японії у ХХ – на початку ХХІ ст. визначити закономірності державного регулювання аграрних відносин на постіндустріальній стадії розвитку капіталістичного суспільства. У ході дослідження були використані методи аналізу і синтезу, узагальнення, єдність логічного та історичного підходів тощо.

Виклад основного матеріалу дослідження. З другої половини ХХ ст. під впливом НТП і організаційних перетворень аграрна галузь США перетворилася на високоефективний сектор економіки, функціонуючий на індустріальній основі.

Запорукою успіху проведених перетворень стало державне регулювання аграрного сектору на основі цілеспрямованої аграрної політики, яка спрямована на забезпечення внутрішньої продовольчої безпеки і активну участь у зовнішньоекономічній діяльності. Для аграрної політики США характерними є системний підхід до вирішення проблем галузі, повне фінансування прийнятих програм розвитку аграрного сектору, спадковість та багатоваріантність заходів щодо вирішення певної проблеми, безперервність процесу вдосконалення аграрної політики, гласність та відкритість під час прийняття та реалізації рішень тощо.

Чинна в США система державного регулювання аграрного сектору спрямована на вирішення таких завдань, як підтримка фермерських доходів на рівні доходів працівників, зайнятих в інших галузях і сферах економіки; підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва; скорочення бюджетних витрат на товарні програми; забезпечення високої конкурентоспроможності продуктів сільськогосподарського походження та їх просування на світовий ринок. Основні напрями державного регулювання аграрного сектору закріплюються спеціальним законодавством переважно один раз на п'ять років.

Найбільш важливим державним органом у формуванні аграрної політики є Міністерство сільського господарства США, яке проводить свою діяльність за такими напрямками: проведення економічного аналізу стану сільського господарства та АПК загалом; фінансування сільськогосподарських прикладних досліджень у федеральних лабораторіях та утримання національної сільськогосподарської бібліотеки; розробка нормативів щодо охорони навколишнього середовища і контроль за їх дотриманням; забезпечення економічного розвитку сільських регіонів шляхом будівництва та підтримки виробничої та соціальної інфраструктури; стимулювання ділової активності у цих регіонах; надання позик і технічної допомоги їх жителям; продовольча допомога і обслуговування споживачів; стабілізація сільськогосподарського виробництва у країні та розширення ринків збуту за її межами; гарантування безпеки продуктів харчування [1, с. 349–351].

На діяльність Міністерства сільського господарства впливає низка інших міністерств і відомств різного рівня. Серед них слід назвати, наприклад, Міністерство торгівлі, яке проводить дослідження й аналіз міжнародних ринків, визначає напрями торгової політики країни та розробляє пропозиції для окремих країн за певними товарами і технологіями; Міністерство фінансів, яке займається питаннями оподаткування іноземних доходів та оплати за імпортовані товари; Експортно-імпортовий банк США, який фінансує експорт американських сільськогосподарських товарів; Міжнародна торгова комісія, яка визна-

чає доцільність імпорتنних операцій, застосування демпінгу або субсидування імпорту тощо.

Варто зазначити, що чинна нині у США система державного регулювання аграрного сектору була сформована ще на початку 30-х років XX ст., а за цей час майже не зазнала змін. Однак все ж можна виділити два етапи у її розвитку протягом цього періоду, кожен з яких характеризується певними цілями і особливостями. Так, після того, як на початку 30-х років середні ціни на сільгосппродукцію знизилися на 57%, почала зростати заборгованість фермерських господарств перед кредиторами, спостерігалось їх масове розорення та банкрутство кредиторів, американський уряд почав проводити цілеспрямовану аграрну політику. Зокрема, аграрна політика США до 80-х років XX ст. була спрямована переважно на зменшення пропозиції на аграрних ринках. Заходи щодо зростання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції проводилися урядом лише у періоди їх суттєвого зниження.

У 1933 році Конгресом США був прийнятий Акт про сільськогосподарську трансформацію, який передбачав досягнення таких цілей: встановлення балансу між виробництвом і споживанням сільськогосподарської продукції на рівні 1909–1914 років; підтримка встановленої еквівалентності шляхом постійного коригування виникаючих нееквівалентностей; забезпечення інтересів споживачів продовольства шляхом збереження частки витрат на продукти харчування на рівні 1909–1914 років. Акт 1933 року давав змогу Міністерству сільського господарства укладати з фермерами на добровільній основі договори про виведення частини землі із господарського використання під час виробництва базових культур, за що фермери отримували певну компенсацію. До списку базових культур були включені пшениця, кукурудза, хлопок, свинина, рис, тютюн, молоко і молочні продукти. Однак цей список пізніше неодноразово переглядався. Крім того, Актом передбачалися виплати за зберігання фермерами сільгосппродукції на фермах та контроль за заготівельно-збутовими організаціями, що закуповували у фермерів продукцію, з метою регулювання рівня цін.

Того ж 1933 року була прийнята програма безповоротних позик. Для її реалізації була створена Товарно-кредитна корпорація (ТКК), завдання якої полягало у видачі фермерам безвідсоткових кредитів під заставу запасів сільськогосподарської продукції за спеціально встановленою державою заставною ціною на одиницю продукції. Якщо на ринку встановлювалася ціна, вища від заставної, фермер самостійно реалізовував свою продукцію і повертав кредит ТКК. Якщо ж ринкова ціна встановлювалася нижче тієї, яка підтримувана державою, то фермер міг поставити заставлену продукцію ТКК в рахунок погашення кредиту.

Крім того, у 1933 році для виходу сільського господарства з кризи було прийнято ще два закони, а саме Закон про рефінансування фермерської заборгованості та Закон про відродження сільського господарства, які були спрямовані на ліквідацію «ножиць цін» на сировину і сільгосппродукцію. Законами передбачалося вилучення із господарського обороту частини сільськогосподарських угідь шляхом надання фермерам, які візьмуть участь у таких програмах, різного роду субсидій. Оскільки для дрібних фермерів участь у таких програмах була не вигідною, для них держава передбачила надання позик для придбання власних ферм. Вжиті заходи, хоча і дали змогу зупинити спад сільськогосподарського виробництва та прискорити темпи його зростання, не призупинили розорення фермерських

господарств та не ліквідували їх заборгованість перед банками та іншими кредитними установами.

У 1936 році з метою обмеження пропозиції на аграрних ринках була введена програма консервації земель. У 1937 році було прийнято рішення про укладання на добровільній основі ринкових угод між виробниками і заготівельними організаціями щодо мінімальної закупівельної ціни. Роль держави під час укладання таких угод зводилася до арбітражу сторін під час прийняття компромісного рішення і контролю за виконанням домовленостей. Актом 1938 року з метою підтримання паритету цін урядом були введені прямі платежі на ряд сільськогосподарських продуктів.

У роки Другої світової війни держава знову перейшла від політики обмеження пропозиції на аграрних ринках до політики стимулювання сільськогосподарського виробництва, в результаті чого у 1950-х роках знову перед американським урядом нависла криза надвиробництва сільгосппродукції. Для її вирішення у 1956 році для регулювання пропозиції сільськогосподарської продукції було створено Земельний банк, за допомогою якого передбачалося реалізувати дві програми, а саме короткострокову, яка передбачала вилучення земель у Земельний резерв, та довгострокову, за якою землі виводилися у Консерваційний резерв. Перша програма передбачала короткострокове виведення земель із господарського обороту із виплатою фермерам компенсаційних платежів. Проте вона виявилася неефективною та дорогою і була відмінена у 1958 році. Друга ж програма стимулювала фермерів до довгострокової консервації земель шляхом висаджування на таких землях дерев та висівання багаторічних трав.

У 60-х роках уряд з метою скорочення посівів під пшеницю, бавовну і кормові зернові культури запропонував програму диверсифікації земель, згідно з якою фермерам передбачалися виплати під час переходу від посівів цих культур до інших. Однак ці заходи теж виявилися неефективними. У ці роки програми щодо підтримки цін і доходів почали доповнюватися програмами щодо розширення збуту сільськогосподарської продукції як всередині країни, так і за її межами (безкоштовні шкільні сніданки, продовольчі талони, міжнародна програма «Продовольство задля миру» тощо).

На початку 70-х років знову почала назрівати криза надвиробництва в аграрному секторі. Для її недопущення було розроблено програму скорочення посівних площ, участь у якій надавала право фермерам на державну підтримку цін. У кінці 70-х років у зв'язку із загостренням конкуренції серед виробників зерна на світовому ринку знову постала необхідність підтримки цін та доходів фермерів. Цю проблему спробували вирішити шляхом введення (додаково до вже діючих заходів) цільових цін, які повинні були щорічно індексувати з урахуванням рівня інфляції. Проте цей захід, окрім того, що виявився дорогим і недостатньо ефективним, не вирішував проблему перевиробництва сільгосппродукції.

З 80-х років у аграрній політиці США спостерігається довгострокова тенденція до зниження державної підтримки аграрного сектору, а зусилля держави починають концентруватися на підвищенні ефективності виробництва продовольства, поліпшенні якості продукції, пом'якшенні негативних соціальних і екологічних наслідків, вдосконаленні ринкового механізму, поглибленні взаємозв'язку сільського господарства з іншими сферами АПК, а також посиленні взаємозв'язків внутрішньої і зовнішньої продовольчої політики тощо. Тобто фактично відбувається перехід від аграрної політики до агропродовольчої з експортною орієнтацією.

У 1985 році було прийнято ряд нормативно-правових актів, якими передбачалися, зокрема, зменшення цільових і заставних цін на сільгосппродукцію, розширення попиту шляхом надання виробникам експортних субсидій, гарантій, кредитів, встановлення залежності надання товарних кредитів від цін на ринку за попередній період, а обсягів скорочення посівних площ – від обсягу товарних запасів. У 1985 році була розпочата програма щодо консервації земель з метою поступового виведення на 10–15 років найбільш еродованих земель. Фермери, які брали участь у цій програмі, отримували платежі в розмірі 155–160 доларів/га, за це вони зобов'язувалися засівати на цих ділянках траву або саджати дерева [1, с. 358]. Того ж року була розпочата програма стимулювання експорту, яка була посилена програмою сприяння збуту. Відповідно до останньої експортерам певних видів продукції із резервів Товарно-кредитної корпорації виплачувалися субсидії в натуральній формі. Ці програми свідчили про експортний характер аграрної політики, здійснюваної у 80–90-х роках. Завдяки цим заходам державні витрати на підтримку агропродовольчого сектору почали різко скорочуватися.

У 1990 році був прийнятий Закон про продовольство, сільське господарство, консервацію і торгівлю, який дещо послабив обмеження для фермерів. Зокрема, фермерам давалася змога змінювати структуру посівів залежно від ситуації на ринку, а розмір посівних площ, який підлягав скороченню, був поставлений у залежність не лише від наявних товарних запасів, але й від їх обсягів, які можна було реалізувати у найближчій перспективі. Водночас передбачалися розширення програм консервації земель та «заморожування» цільових цін. Тобто цей Закон був спрямований на ринкову орієнтацію фермерів під час прийняття виробничих рішень та скорочення державних витрат на підтримку сільськогосподарського виробництва.

Законом 1996 року було продовжено політику держави щодо скорочення витрат на підтримку аграрного сектору. У ньому було задекларовано обов'язок американських фермерів підвищувати конкурентоспроможність своєї продукції на світовому ринку. Для цього їм надавалося більше свободи у прийнятті виробничих рішень, а фактично було знято всі обмеження щодо розмірів посівних площ та структури посівів. Було призупинено програму щодо обмеження використання земель, вилучених з господарського обігу. Відтепер на таких землях фермери не мали права вирощувати лише фрукти і овочі. За дотримання цієї вимоги Закону їм надавалися фіксовані урядові субсидії.

Ще одним нововведенням Закону 1996 року було те, що тепер для отримання платежів від держави фермери повинні були заключати з нею семирічні контракти на отримання контрактних платежів виробничої гнучкості. Розмір таких платежів розраховувався щорічно відповідно до ліміту витрат на програму, який поступово зменшувався протягом цих семи років. Цей ліміт розподілявся між сільськогосподарськими культурами згідно зі спеціальними коефіцієнтами. Після цього отримана сума розподілялася серед всіх фермерів, які уклали такий контракт. Тобто фермери почали отримувати чітко фіксовані суми виплат, які не залежали від цін на ринку та обсягів виробництва.

Однак на укладення такого контракту могли претендувати лише ті фермери, які відповідали двом вимогам: по-перше, були учасниками попередніх програм компенсаційних платежів, по-друге, зобов'язувалися стати учасниками поточних програм збереження еродованих і законсервованих земель. Також для підтримки стабільної ситуації на внутрішньому та зовніш-

ньому ринках законом було передбачено створення Національного продовольчого резерву зернових культур, частина якого передбачалася для використання у вигляді гуманітарної допомоги іншим країнам.

Цим же Законом були встановлені граничні значення заставних цін на основні види сільгосппродукції та змінені умови отримання товарного кредиту. Тепер фермер не міг зберігати отриману в кредит продукцію у власному зерноховищі, а повинен був відвезти її на елеватор Товарно-кредитної корпорації. Законом 1996 року було продовжено дію програми щодо довгострокової консервації еродованих земель (хоча і зменшено обсяги її фінансування), а також змінено політику і механізм страхування врожаю. Було знято вимогу щодо обов'язкового страхування посівів для отримання прямих державних субсидій та припинено практику державного страхування посівів на випадок стихійного лиха у регіонах, де такі послуги надавалися приватними страховими компаніями.

Крім того, цим Законом продовжувалася дія програм з охорони навколишнього середовища та приділялася значна увага розвитку сільської місцевості. Зокрема, було передбачено виділення значних сум на розвиток малого бізнесу у сільській місцевості, дано можливість отримання державних гарантій для отримання кредитів на формування стартового капіталу під час створення приватних підприємств та фермерських кооперативів тощо. Відповідно до Закону Конгрес США повинен виділяти кошти для фінансування сільськогосподарських досліджень, застосування їх результатів у виробництво та для розвитку освіти у сільській місцевості.

Таким чином, основними елементами державного регулювання аграрного сектору у США виступають заставні операції Товарно-кредитної корпорації (ТКК); прямі платежі фермерам; заходи з регулювання обсягів сільськогосподарського виробництва. Тобто заходи з підтримки цін і доходів в США базуються на регулюванні посівних площ шляхом укладання добровільних угод між урядом і фермерами, а також накопичення державних запасів шляхом скуповування частини фермерської продукції. Однак за умови недостатності цих заходів фермери отримують державні субсидії, що покривають різницю між ринковою і цільовою цінами.

Ці заходи з 30-х років доповнюються заходами розвитку сільської виробничої інфраструктури та сільських територій. У 1992 році при Міністерстві сільського господарства США було створено Адміністрацію із сільського розвитку, яка проводить свою діяльність за такими напрямками: стимулювання розвитку підприємництва та створення робочих місць, боротьба з бідністю на селі, підтримка і розвиток об'єктів інфраструктури, підтримка освіти і охорони здоров'я тощо. У загальній структурі фінансування розвитку сільських територій лівова частка коштів припадає на житлові програми і програми розвитку інфраструктури. Це дає підстави говорити, що державне регулювання аграрного сектору з кінця ХХ ст. спрямовано на консолідацію розвитку сільського господарства і сільських територій.

У 2002 році в США був ухвалений Закон «Про фермерську безпеку та інвестиції у сільську місцевість», спрямований на зменшення ризиків, пов'язаних із падінням цін на внутрішніх та світових аграрних ринках, а також зростання обсягів сільськогосподарського виробництва. Його основними пріоритетами стали підтримка досить високого рівня доходів фермерів, збереження еродованих земель, стимулювання розвитку екологічно чистого сільськогосподарського виробництва та розвиток біоенергетики. Цим Законом запроваджувалися фіксовані прямі платежі на оди-

ницю площі, розміри яких не залежали від виробничих рішень фермерів, та контрциклічні платежі, які виплачувалися фермерам у разі зниження ринкової ціни нижче рівня цільової. Тобто цей Закон ознаменував відхід від проведення курсу ліберальної аграрної політики та перехід до непрямой підтримки цін і доходів фермерів через стимулювання внутрішнього попиту на сільськогосподарську продукцію та продовольство.

Законом 2008 року «Про продовольство, захист ґрунтів та розвиток енергетики» було продовжено політику уряду на стимулювання попиту на продовольство всередині країни, підтримку природоохоронних заходів, проте вперше було закріплено нову роль аграрного сектору як джерела отримання альтернативної енергії. Згідно з цим Законом підприємства компенсуються до 30% вартості будівництва експериментальних заводів із виробництва біоенергетичної продукції другого покоління на основі біомаси та надаються гарантії уряду для отримання кредитів для такого будівництва.

Відповідно до Закону 2008 року Програму продовольчих купонів було перейменовано на Програму стимулювання продовольчого споживання. Окрім цієї програми, в США діє ще цілий ряд інших аналогічних програм, наприклад, програма WIC, продовольча програма для дітей і дорослих, програми шкільного харчування, програми стимулювання збуту продовольства. Крім того, в США останніми роками набули поширення програми субсидування страхування сільськогосподарського виробництва, програми експортних товарних гарантій, програми сприяння просуванню сільськогосподарської продукції на нові ринки збуту тощо [3, с. 284–289].

У 2010 році було запропоновано фермерам альтернативу контрциклічним платежам шляхом участі у Програмі вибору середнього доходу від вирощування рослинницької продукції. Учасники цієї програми в обмін на скорочення для них на 20% прямих платежів та на 30% заставних цін отримували можливість отримувати до 90% середнього доходу, який визначався на основі середньорічної урожайності основних сільськогосподарських культур у штаті за останні п'ять років та середньорічної ринкової ціни в країні за останні два роки.

На початку 2011 року в США було прийнято Закон «Про модернізацію продовольчої безпеки», який встановлює високі стандарти до якості сільськогосподарської продукції, жорсткі вимоги до її вирощування, унеможливує вирощування сільгосппродукції на присадибних ділянках та її обмін. Відповідно до Закону відповідальність за безпеку продукції покладається на кожного учасника продовольчого ланцюга, а контроль за його дотриманням покладено на Управління з контролю та якістю продовольства та медикаментів. Крім того, у США протягом останніх десятиліть збільшився рівень державної підтримки наукових досліджень, їх пропаганди та впровадження у виробництво.

Свою специфіку у регулюванні аграрних ринків, доходів фермерів та розвитку сільських територій має Канада. Її аграрний сектор вирізняється серед інших країн світу крупними високоінтенсивними фермами, які виробляють конкурентоспроможну продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Західні провінції країни спеціалізуються на вирощуванні зерна і м'ясної худоби, а східні – на виробництві молока і молочних продуктів. Щоправда ферми східних провінцій є дещо меншими за розмірами порівняно із фермами західних провінцій.

Аграрна політика Канади формується спільно федеральними і провінційними урядами. Витрати у фінансуванні аграр-

ного сектору між ними розподілені майже порівну. Федеральна підтримка здійснюється за двома напрямками: безпосередньо із федерального бюджету і через бюджет Міністерства сільського господарства. Основні напрями аграрної політики зазвичай розробляються спеціальними робочими групами чи комісіями. Зроблені ними пропозиції спочатку доводяться до відома громадськості, а вже потім беруться за основу відповідних законодавчих актів.

Виділяють такі особливості механізму фінансової підтримки аграрного сектору в Канаді: 1) всі внески у страхові фонди перераховуються у спеціальні провінційні урядові департаменти і відповідні фонди (вважається, що уряди провінцій під час укладення договорів страхування краще обізнані про можливі втрати врожаю і продукції); 2) міністр сільського господарства має право заключати договори про гарантійну оплату лише з кооперативними торговими об'єднаннями, членами яких є фермери; 3) підставою для отримання передоплати за зерно, яке призначене для подальшої переробки, є відповідна квитанція про здачу зерна на заготівельні пункти кооперативних об'єднань [4, с. 227–228].

Державне регулювання сільськогосподарського виробництва здійснюється Міністерством сільського господарства та продовольства Канади та федеральними корпораціями. До функцій зазначених органів управління належить розробка основних напрямів федеральної і провінційної політики, а також їх реалізація, оцінка стану виробництва і переробки основних сільськогосподарських культур, моніторинг внутрішнього і зовнішнього ринків та аналіз цієї інформації, координація і фінансування науково-дослідних робіт у сфері сільськогосподарського виробництва та охорони навколишнього середовища, сприяння експорту сільськогосподарської продукції.

Важливу роль у регулюванні земельних відносин відіграє Фермерська кредитна корпорація, яка діє сьогодні як самостійний госпрозрахунковий державний підрозділ, підзвітний парламенту через міністра сільського господарства. Її діяльність носить суто банківський характер. Вона надає фермерам під заставу землі і майна короткострокові (до 1 року) та довгострокові (до 25 років) кредити за низькими процентними ставками. А, ставши власником землі, віддає її в лізинг фермерам, переважно попереднім власникам.

Діяльність держави у забезпеченні сталого розвитку аграрного сектору регламентується законами «Про стабілізацію сільськогосподарського виробництва» та «Про субсидії на транспорт зерна із західних провінцій». Відповідно до першого Закону Рада по стабілізації сільськогосподарського виробництва через федеральні корпорації і кооперативні торгові організації закуповує у виробників сільськогосподарську продукцію за базовими цінами, оголошеними на початку року. Для проведення закупівель Міністерство фінансів у межах затвердженого бюджету виділяє федеральним корпораціям кредит під діючий банківський процент. Закуплена корпораціями і торговими організаціями продукція реалізовується переробним підприємствам або експортується за кордон. Закон по субсидіям на транспорт зерна із західних провінцій (який, до речі, був відмінений у 1995 році) передбачав виділення субсидій на перевезення продовольчого і кормового зерна, зерна бобових культур та всіх видів кормів. Така система підтримки цін і доходів давала змогу зменшити негативний вплив погодних умов та несприятливої ринкової кон'юнктури на фінансовий стан фермерських господарств, а також забезпечити тримання фермерами справедливого доходу.

Базові ціни на сільськогосподарську продукцію та догівірні відносини між корпораціями та сільськогосподарськими виробниками дають можливість державі контролювати обсяги виробництва тих видів продукції, які мають попит як всередині країни, так і за її межами, а також забезпечують їй монополію у торгівлі основними видами сільськогосподарської продукції. Якщо середньозважена ціна на певну категорію зерна, реалізовану кінцевому споживачу, є вищою від базової ціни закупки, то різниця між ними за відрахуванням всіх накладних витрат виплачується фермеру. У разі реалізації фермерами самостійно на ринку виготовленої ними продукції (йдеться про овочі і фрукти, які швидко псуються) за цінами, нижчими від базових, Рада по стабілізації сільськогосподарського виробництва виплачує їм різницю між базовою і середньозваженою ціною на цей вид продукції [4, с. 217].

Для підтримки виробництва молока, яєць і птиці у Канаді діють системи антициклічних платежів, встановлюються імпорتنі квоти та квоти на виробництво (які фермери можуть продавати один одному), імпорتنі тарифи. Крім продуктових програм, у країні діє програма субсидування фермерів. Відповідно до неї фермери можуть зробити внесок у розмірі 3% надходжень від продажу основних сільськогосподарських культур у вигляді депозиту у спеціальний фонд – Рахунок стабілізації чистого доходу. Іще 2% у цей фонд надходить з федерального бюджету, 1% – з провінційного бюджету. Кошти на Рахунок збільшуються згідно з комерційною процентною ставкою і додатковою премією, яка забезпечується державою.

Механізм дії програми такий: якщо сімейний бюджет фермера скоротиться порівняно із середнім його рівнем за попередні п'ять років або якщо дохід його сім'ї буде нижчим за 20 тис. канадських доларів, він має право отримати накопичені кошти з цього рахунку. Крім того, він може припинити участь у цій програмі у будь-який момент та забрати накопичені кошти.

У зв'язку з тим, що в Канаді стратегічними видами продукції вважаються зерно, молоко, молочні і м'ясні продукти, для їх закупівлі, подальшого продажу переробним підприємствам чи експортування на світовий ринок створені спеціальні федеральні корпорації, такі як Канадське пшеничне управління (КПУ), Канадська комісія по виробництву і торгівлі молоком і молочними продуктами (ККМП) і Національна рада по сільгосппродукції (НРСП). Зазначені корпорації забезпечують державну монополію на торгівлю зерном, молоком і молочними продуктами, яйцями і м'ясом птиці. Вони вважаються агентами Ради по стабілізації сільськогосподарського виробництва і входять до складу Міністерства сільського господарства. Попри те, що на фінансування їх адміністративних і поточних витрат із бюджету виділяються кошти, кожна з них приносить державі прибуток за рахунок відрахування із сум, що виплачуються сільгоспвиробникам і переробним підприємствам за закуплену ними продукцію.

Торгівля зерном, овочами, фруктами, птицею і скотом у Канаді відбувається переважно через укладення ф'ючерсних угод між виробниками продукції та дилером та між дилером і переробним підприємством. При цьому дилер повинен мати відповідну ліцензію. Продаж сільгосппродукції посереднику, який не має ліцензії, не забезпечується жодними гарантіями і компенсаціями Міністерства сільського господарства. Щодо ф'ючерсних угод на купівлю-продаж зерна, то вони укладаються двічі: перший – між фермером і Канадським пшеничним управлінням, другий – між КПУ і дилером на біржі (або між КПУ та кінцевим покупцем зерна).

Однак з 1995 року агропродовольча політика Канади зазнала змін. Її реформування було спрямовано на відміну квотування сільськогосподарського виробництва, субсидій і тарифних обмежень, а також підтримку випуску продукції з високою часткою доданої вартості. Зокрема, програмою 1995 року передбачалося скорочення розміру прямої підтримки аграрного сектору протягом трьох років майже на 20%, молочних субсидій протягом двох років на 30%, поступову відміну цільової ціни, антициклічних платежів та податків на виробництво молока, відміну транспортних дотацій на сільськогосподарську продукцію тощо. Одночасно із зменшенням розміру державних витрат на підтримку цін було втричі збільшено витрати на екологічні програми в сільському господарстві та прийнято програму розвитку сільських територій, спрямовану на адаптацію фермерів до скорочення рівня державної підтримки. Такі зміни в аграрній політиці були зумовлені не лише досягнутим високим рівнем виробництва сільськогосподарської продукції в країні, але й підписаними міжнародними угодами по торгівлі і тарифам (ГАТТ) та вільній торгівлі в Північній Америці (NAFTA).

Свої особливості має аграрна політика ЄС, яка провадиться через дотримання країнами-членами у його територіальних межах таких принципів: спільні ціни на аграрну продукцію, спільна фінансова система та фінансова солідарна відповідальність, встановлення вищого, ніж у світі, рівня цін. Основними цілями САП є збільшення сільськогосподарського виробництва на основі запровадження досягнень НТП, забезпечення раціонального розвитку сільського господарства та оптимального використання виробничих ресурсів; забезпечення високого рівня життя населення, особливо зайнятого в сільському господарстві, за рахунок підвищення його доходів; забезпечення населення продовольством за доступними цінами; стабілізація ринків.

Для фінансування заходів із реалізації САП у ЄС створено спільний Європейський фонд сільськогосподарської орієнтації і гарантій, який включає такі два розділи, як гарантування і орієнтації. Кошти розділу гарантування витрачаються на підтримку рівня встановлюваних в ЄС гарантованих цін на сільськогосподарську продукцію шляхом закупівлі та зберігання її запасів, субсидування експорту в треті країни шляхом відшкодування фермерам різниці між цінами ЄС та світовими, а також підтримку курсів національних валют, які використовуються для розрахунків в аграрному секторі ЄС. Кошти розділу орієнтації спрямовуються на модернізацію виробництва, підвищення професійної кваліфікації працівників сільського господарства.

Виділяють такі етапи еволюції Спільної аграрної політики (САП) ЄС. Перший етап реалізації САП (1962–1973 роки) був пов'язаний із необхідністю швидкого забезпечення населення ЄС найнеобхіднішими продовольчими продуктами. У зв'язку з цим у цей період було зафіксовано на досить високому рівні закупівельні ціни на продовольчу сировину та знято всі обмеження імпорту. Суб'єктам сільського господарства виплачували значні суми субсидій, а витрати ЄС на сільське господарство на цьому етапі перевищили 65% загального бюджету. Такі заходи з часом призвели до перевиробництва сільськогосподарської продукції.

Тому на другому етапі реалізації САП (1978–1992 роки) були розроблені заходи щодо запобігання перевиробництву сільгосппродукції. Серед основних засобів САП слід назвати жорстке регулювання закупівельних цін, що обмежувало перевиробництво агропродукції, запровадження експортних субсидій, що в комплексі з рештою заходів створили сприятливіші цінові умови для реалізації товарів на закордонних ринках.

Також було запроваджено квоти на виробництво молока, що в подальшому кардинально змінило систему САП через введення кількісних обмежень на обсяги виробництва окремих видів продукції. Крім того, субсидії були прив'язані до фіксованих обсягів виробництва.

У 1992 році Р. Мак-Шеррі започаткував чергову реформу САП, яка стосувалася таких складових аграрної політики, як зниження цінової підтримки; запровадження прямих (компенсаційних) виплат; жорсткий контроль над виробництвом; більша увага до захисту довкілля. Ця реформа була покликана обмежити виробництво сільськогосподарської продукції та закріпити за фермерами відповідальність за охорону природних ресурсів. Це був третій етап реалізації САП ЄС.

Четвертий етап реформ САП ЄС пов'язаний з прийняттям пакета реформ «План дій 2000» («Agenda 2000»). Цей пакет реформ містив чотири головні елементи, такі як подальше зменшення цінової підтримки щодо зернових культур, яловичини та молочних продуктів; стабілізація сільськогосподарського бюджету на 2000–2006 роки; збереження квоти на молоко до 2008 року; збільшення фінансування заходів із сільського розвитку та несільськогосподарської діяльності. Саме в межах аграрної реформи «Agenda 2000» була затверджена нова модель аграрної політики ЄС щодо сільського розвитку, яка передбачала заміну галузевого підходу в аграрній політиці на територіальний.

П'ятий етап реформ САП розпочався у 2003 році, коли було запропоновано комплекс реформаторських заходів досить дискусійного спрямування (так звана реформа Фішлера). Головними складовими реформи були введення платежів незалежних від обсягів виробництва, модуляція, підвищення вимог до умов господарювання, затвердження аграрного бюджету на 2007–2013 роки, підвищення фіскальної дисципліни та зниження цін підтримки. Фермерам та іншим підприємцям, що здійснювали свою діяльність у сільській місцевості, надавалася допомога за такими програмами, як, зокрема, опанування нових технологій ведення аграрного виробництва та ведення підприємницької діяльності на селі; допомога молодим фермерам на початковому етапі діяльності; оновлення села та сільської інфраструктури; заохочення туризму; покращення доступу сільського населення до базових послуг; аграрні заходи з охорони довкілля; стимулювання нових насаджень лісу; заходи щодо покращення менеджменту лісового господарства.

Шостий етап реформування САП відбувався в період 2007–2013 років. Правила, що регулювали політику сільського розвитку в цей період, викладені в Регламенті Ради (ЄС) № 1698/2005, відповідно до яких політика сільського розвитку була зосереджена на таких напрямках: підвищення конкурентоспроможності аграрного та лісового секторів; поліпшення стану довкілля і управління земельними ресурсами; забезпечення якості життя у сільській місцевості та диверсифікація сільської економіки; ініціатива LEADER, яка ґрунтувалася на створенні можливостей для інноваційного розвитку на локальному рівні за принципом «знизу вгору».

Сьомий етап реформ в Спільній аграрній політиці ЄС розпочався в грудні 2013 року зі схваленням основних законодавчих актів для 2014–2020 років. Відповідно до Стратегії «Європа 2020» виділено такі довгострокові стратегічні цілі, які визначені для подальшої реалізації політики сільського розвитку ЄС у 2014–2020 роках: сприяння конкурентоспроможності сільського господарства; забезпечення сталого управління природними ресурсами; досягнення збалансова-

ного територіального розвитку сільської економіки та громад, включаючи створення умов та підтримку зайнятості. Тобто ця стратегія зорієнтована на врахування трьох факторів зростання економіки, а саме факторів розумного зростання (розвиток економіки, що базується на знаннях і інноваціях); сталого розвитку (розвиток економіки, що базується на цілеспрямованому використанні ресурсів, екології і конкуренції); всеосяжного зростання (підвищення рівня зайнятості населення, досягнення соціальної і територіальної злагоди) [2].

Ще однією розвинутою країною світу, яка протягом тривалого часу мала найбільш закритий агропродовольчий ринок у світі, є Японія. Вона є країною з високою густотою та щільністю населення. В її аграрному секторі поширені найменші серед розвинутих країн за розмірами ферми (близько 1,3 га). Зрозуміло, що продуктивність праці на таких фермах є невисокою, а тому і доходи японських фермерських господарств є досить низькими. Саме тому лише 12% фермерів живуть за рахунок доходів від сільськогосподарського виробництва. Для розв'язання цієї проблеми уряд проводить ряд заходів щодо укрупнення ферм, зокрема заохочує оренду землі, стимулює спільне господарювання декількох фермерів. Однак через високий рівень підтримки укрупнення ферм не набуває масового характеру.

Попри те, що Японія значною мірою залежить від імпорту енергії і енергоносіїв, вона проводить сильну протекціоністську політику, намагаючись максимально скоротити імпорт агропродовольчої продукції. Проведення такої політики дало змогу їй досягти майже повного самозабезпечення населення країни рисом, овочами, рибпродуктами, м'ясом. При цьому середні ціни на продукти харчування в Японії на 12–20% вищі від середніх на світовому ринку.

В Японії на сільгосппродукцію встановлюються три основні види цін: тверді, мінімальні гарантовані і стандартні. Тверді ціни встановлюються на пшеницю, ячмінь і рис. За цими цінами через систему обов'язкового продажу держава скуповує майже весь рис у країні. На цукровий буряк, тростину, яловичину, свинину, масло і сухе молоко встановлюються мінімальні гарантовані ціни, за якими держава проводить закупівельні інтервенції. На сою, рапс та молоко для подальшої переробки діють так звані стандартні ціни, які використовуються для розрахунку антициклічних платежів для сільгоспвиробників.

Потрібно відзначити, що регулювання цін всередині країни знаходиться в тісному зв'язку із регулюванням зовнішньої торгівлі. За тією продукцією, за якою вітчизняні виробники поступаються у конкурентоспроможності перед іноземними, уряд встановлює досить високі імпортні бар'єри як в тарифній, так і в нетарифній формах (наприклад, рис і молочні продукти). А щодо тих продуктів, за якими Японія виступає нетто-імпортером, навпаки, імпортні обмеження не вводяться.

У регулюванні агропродовольчого сектору в Японії беруть участь не лише державні агенції, але й квазі-державні (наприклад, Продовольча агенція, Корпорація по підтримці тваринництва), а також система кооперативів. Однак кооперативна система в Японії має декілька особливостей: 1) майже всі фермери є членами кооперативів (це пов'язано з тим, що лише кооперативи надають найважливіші для виробників послуги); 2) японські кооперативи мають вертикальну ієрархію (село – префектура – країна) та є багатofункціональними; 3) кооперативи в Японії виконують функції розподілу ресурсів, збуту і кредитування селян, а також

несуть відповідальність за розвиток сільських територій. З середини 90-х років у країні діє програма злиття і укрупнення фермерських кооперативів.

Однак у 1995 році в Японії було розпочато аграрну реформу по розвитку ринкових відносин в аграрному секторі та скороченні масштабів його державної підтримки. Відповідно до програми 1995 року державні закупівельні ціни поширюються лише на 14% виробленого в країні рису, решту рису виробникам дозволено реалізовувати на ринку. Проте ці 14% рису уряд буде закуповувати лише у тих фермерів, які є учасниками національної програми скорочення посівів під рисом. Аграрною реформою передбачено інвестиції в розвиток виробничої і соціальної інфраструктури на селі, допомогу фермерам, які господарюють в несприятливих природних зонах, підтримку подальших структурних перетворень, фінансування екологічних програм тощо.

Висновки. Таким чином, вивчення досвіду аграрних перетворень в розвинутих країнах світу в умовах становлення постіндустріального типу економічних систем дає змогу виділити такі закономірності державного регулювання розвитку аграрних відносин на постіндустріальній стадії капіталістичного суспільства.

1) У жодній розвинутій країні світу аграрний сектор не є самодостатнім сектором економіки. У зв'язку з цим його ефективне функціонування забезпечується і підтримується цілеспрямованою політикою держави щодо перерозподілу частини національного доходу.

2) Реформування аграрних відносин є багатоаспектним і тривалим процесом розвитку і вдосконалення аграрних відносин, який відбувається у тісному зв'язку з реформуванням виробничих відносин в економіці країни, а також охоплює реформування не лише економічних та соціальних відносин в аграрному секторі, але й розв'язання екологічних проблем. В умовах ринкової переорієнтації сільгоспвиробників державою проводяться заходи щодо соціальної адаптації селян до ринкових умов (сприяння у будівництві та підтриманні виробничої та соціальної інфраструктури у сільській місцевості, розвитку несільськогосподарських видів діяльності, забезпечення належного рівня освіти і охорони здоров'я мешканців села тощо). Необхідною є наявність чіткої стратегії розвитку аграрного сектору, в якій чільне місце відводиться селянину та його інтересам.

3) Система державного регулювання і підтримки аграрного сектору у розвинутих країнах передбачає комплекс взаємопов'язаних і взаємообумовлених заходів, які можна об'єднати у чотири групи: заходи з підтримки цін і доходів; заходи із стимулювання попиту; заходи щодо розвитку сільських територій та заходи з охорони довкілля.

4) В умовах кризи перевиробництва та загострення конкуренції на світових аграрних ринках відбулася переорієнтація державної політики з аграрної на агропродовольчу з експортною орієнтацією; спостерігаються тенденція до скорочення розмірів прямої державної підтримки та одночасне зростання масштабів непрямой державної підтримки через стимулювання попиту на сільгосппродукцію і продовольство, інвестування у біотехнології і космічні програми, розвиток сільських територій та охорони довкілля.

5) Перехід від проведення політики жорсткого протекціонізму до політики «розумного» протекціонізму: допуск на ринки переважно тих імпортерських товарів, за якими розвинуті країни є нетто-імпортерами; імпорт всіх інших товарів зазнає переважно нетарифних обмежень.

6) Участь у міжнародній торгівлі стає способом розв'язання не лише внутрішніх суперечностей розвитку аграрного сектору всередині розвинутих країн (між виробництвом і споживанням, між попитом та пропозицією, між індивідуальною та суспільною працею, між метою способу виробництва та засобами її досягнення, між суспільним характером виробництва та державно-монополістичним характером його регулювання тощо), але й зовнішніх (між розвинутими країнами та країнами, що розвиваються, між розвинутими країнами та рештою країн світу, між людством на природою тощо).

7) Посилюється взаємодія між внутрішніми і зовнішніми суперечностями розвитку аграрного сектору розвинутих країн (розвинуті країни, з одного боку, зацікавлені в розширенні ринків збуту, а з іншого боку, обмежують доступ на їхні ринки імпортерської аграрної продукції, яка може конкурувати з вітчизняною, оскільки це вестиме до загострення внутрішніх суперечностей в їх аграрних секторах) тощо.

Розвиток аграрних відносин в розвинутих країнах світу в умовах становлення постіндустріального типу економічних систем демонструє нові форми часткового розв'язання основної суперечності капіталізму (між суспільним характером виробництва та приватнокапіталістичною формою привласнення), які виступають одночасно формами пристосування виробничих відносин до рівня розвитку продуктивних сил на сучасному етапі. Такими формами прояву основної суперечності, наприклад, є суперечності між збільшенням капіталу та його знеціненням, між зростанням вартості робочої сили та реальною заробітною платою, між тенденцією до безмежного зростання сільськогосподарського виробництва та обмеженістю капіталістичного ринку, між необмеженими можливостями, які надає НТП, та перепонами, які висувуються монополіями на шляху використання досягнень НТП в інтересах всього людства тощо. Подальші дослідження будуть присвячені дослідженню специфіки та основних форм прояву економічних і соціальних суперечностей аграрного сектору сучасної України.

Література:

1. Государство и рынок: американская модель / под ред. М. Портного, В. Супана. – М. : Анкил, 1999. – 440 с.
2. Еволюція Спільної аграрної політики ЄС: наслідки для України / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Німецька консульська група при уряді України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ier.kiev.ua>
3. Кирилук С. Аграрний ринок в умовах трансформації економічних систем : [монографія] / С. Кирилук. – К. : КНЕУ, 2013. – 571 с.
4. Коробейников М. Аграрная реформа: крестьянство и власть / М. Коробейников. – М. : Стелс, 2002. – 359 с.
5. Клейн Д. Экономические противоречия капитализма / Д. Клейн ; пер. с нем. ; под ред. и предисл. С. Тюльпанова. – М. : Мысль, 1979. – 245 с.
6. Макуха С. Постсоціалістичні країни в системі аграрних відносин ЄС і пріоритети України / С. Макуха // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2014. – № 2 (17). – С. 26–37.
7. Agricultural Outlook: Statistical Indicators / United States Department of Agriculture [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ers.usda.gov/Publications/AgOutlook/AOTables/CurrentTables/AoTables.pdf>
8. Agriculture in the European Union: Statistical and Economic Information (Report 2010) / European Union; Directorate-General for Agriculture and Rural Development [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/agriculture/agrista/2010/table_en/2010enfinal.pdf

Шульга О.А. Развитие аграрных отношений и их регулирование в развитых странах мира в условиях постиндустриальной трансформации экономических систем

Аннотация. В статье рассмотрена практика государственного регулирования аграрного сектора в США, Канаде, ЕС и Японии в XX – XXI вв. Установлены закономерности государственного регулирования развития аграрных отношений в условиях становления постиндустриального типа экономических систем. Сделан вывод, что развитие аграрных отношений в развитых странах мира демонстрирует новые формы проявления основного противоречия капитализма, которые одновременно выступают формами приспособления производственных отношений к уровню развития производительных сил на современном этапе.

Ключевые слова: аграрные отношения, аграрная политика, государственное регулирование, развитые страны мира, постиндустриальная экономика.

Shulha O.A. Development of agrarian relations and their regulation in developed countries in the conditions of post-industrial transformation of economic systems

Summary. The practice of state regulation of the agricultural sector in the USA, Canada, EU, and Japan at the beginning of XX–XXI century is considered. Regularities of the state regulation of agrarian relations in the conditions of post-industrial economies are determined. It is concluded that the development of agriculture policy in developed countries shows new forms of basic contradictions of capitalism that are at the same time forms of the adaptation of industrial relations to the level of development of productive forces at the modern stage.

Keywords: agrarian relations, agricultural policy, government regulation, developed countries, post-industrial economy.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

*Ліпич Л.Г.,
д.е.н., професор,
декан інституту економіки та управління,
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки*

ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПРОФІЛЮВАННЯ СТРУКТУРИ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Анотація. У статті розглянуто принципи, що характеризують формування структури оплати праці відповідно до обраної підприємством моделі. Акцентується увага на тому, що досягти визначених результатів можна лише за умови об'єднання зусиль як з боку власників, так і з боку працівників підприємства. Враховуючи завдання, визначені стратегією розвитку, можна сказати, що підприємству необхідно визначити оптимальну кількість компонентів оплати, звісно, в розумних межах. Вона має забезпечувати прозорість і зрозумілість правил оплати, запобігати шкідливій фрагментації пулу заробітної плати, адже це знижує її мотивуючу силу, тобто дає змогу реалізувати обрану стратегію.

Ключові слова: компоненти оплати, принципи ефективного мотивування, постійна частина заробітної плати, змінна частина заробітної плати, мотивуюча сила.

Постановка проблеми. Реформування оплати праці в Україні почалося в 1991 році з прийняття Закону України «Про підприємства в Україні» [1]. У 1992 році вийшов Декрет Кабінету Міністрів України «Про оплату праці» [2]. На підставі положень конвенцій та рекомендацій Міжнародної організації праці, світового досвіду в 1995 році прийнято основний документ із питань регулювання оплати праці, а саме Закон України «Про оплату праці» [3]. Ці законодавчі акти, а також Концепція подальшого реформування оплати праці в Україні, схвалена Указом Президента України від 25 грудня 2000 року № 1375/2000 [4], сприяли позитивним змінам в організації оплати праці.

Проте наявна система оплати праці не є ідеальною для формування висококонкурентної національної економіки і вимагає постійних змін щодо забезпечення її конкурентоспроможною робочою силою, яка в сукупності визначається інтегральним показником рівня професіоналізму працівника та якості управління ним. В умовах трансформації, розвитку конкурентних відносин необхідно сформувавши принципи профілювання структури оплати праці, що дадуть змогу підвищити конкурентоспроможність оплати праці, яка є рушійною силою підвищення рівня життя та нарощення людського капіталу нації, забезпечує соціальний захист працюючим, а також дотримання соціальних норм та гарантій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аспекти оплати праці в умовах ринково-орієнтованого розвитку економіки аналізувалися вченими-економістами різних країн. Серед українських науковців слід виділити Д.П. Богиню, А.М. Колота, О.С. Кузьміна, В.Д. Лагутіна, Е.М. Лібонову, А.В. Чухна та інших. Науковий інтерес викликають моделі оплати праці зарубіжних науковців, а саме моделі М. Амстронга, Д. Бергера, С. Борковської, Д. Кларка, Д. Ньюмана, П. Чінгоса та інших.

Мета статті полягає у профілюванні принципів структури систем оплати праці та напрямів їх удосконалення в умовах реалізації загальної стратегії підприємства.

Вклад основного матеріалу дослідження. Загальна сума винагороди працівника (заробітна плата) може бути одноелементною або комплексною. У першому випадку це повна оплата за весь обсяг виконаної роботи. У другому випадку працівник отримує окрему оплату за різні складові своєї роботи, наприклад, за кваліфікаційний рівень, складність, умови праці, стаж роботи.

Зрозуміло, що немає правових підстав для обмеження кількості компонентів оплати. Залежно від обраної моделі загальна кількість складових може істотно відрізнитися в розрізі робочих місць, підприємств, видів діяльності чи країни. Проте, беручи до уваги принципи ефективного мотивування, можна дати деякі рекомендації щодо формування внутрішньої структури оплати праці:

- 1) кількість компонентів оплати повинна бути якомога меншою та обґрунтованою;
- 2) кожен компонент винагороди повинен слугувати досягненню чітко окреслених цілей або бізнес-завдань, оцінювати компетенції або задовольняти очікування працівників;
- 3) необхідно забезпечити тісні зв'язки між усіма компонентами оплати та кількістю і якістю роботи;
- 4) з метою підвищення еластичності та ефективності оплати праці необхідно переконаватися в тому, що частка заробітної плати в загальному обсязі фонду оплати праці є максимальною, тобто потрібно обмежити частку так званої соціальної компоненти;

5) всі компоненти заробітної плати повинні сформувати гармонізований, узгоджений пакет, який забезпечував би реалізацію стратегії підприємства і (або) її структурного підрозділу.

Слід зауважити, що, як і будь-які загальні правила, ці правила не поширюються на всіх працівників підприємства і підлягають еволюції. Ідея гнучкості оплати відразу приводить до висновку, що можливі відступи від них. Це перш за все стосується управлінського персоналу, зокрема керівників вищих щаблів, фахівців з продажу та інших затребуваних фахівців.

Кількість компонентів оплати повинна бути якомога меншою, звісно, в розумних межах. Вона має забезпечувати прозорість і зрозумілість правил оплати, запобігати шкідливій фрагментації пулу заробітної плати, адже це знижує її мотивуючу силу. Застосовуючи цю загальну рекомендацію, необхідно пам'ятати, що стабільна готівкова оплата праці має обмежену мотиваційну дію. Обмеженість дії зростає як з ростом ролі знань (компетенцій), так і з ростом їх детермінант. Це означає, що така оплата може і повинна містити інші види винагороди і, звичайно ж, її нематеріальні форми.

У разі оплати праці працівників вищих щаблів управління компонентна оплата не супроводжується послабленням прива-

бливості та атракційності мотивування, а висока кваліфікація цих осіб забезпечує здатність розуміння добре розробленої структури та принципів оплати. Поділ оплати на декілька складових не дискримінує її мотиваційну привабливість, бо збільшує частку тих осіб, праця яких оплачується відповідно до запропонованого пакета. Якщо вибір компонентів відповідає потребам і очікуванням працівників, то, фактично збільшуючи вартість праці, ми підвищуємо її ефективність. Можливості та доцільність такого поділу більші за більш високого рівня загального розміру оплати праці.

Що стосується оплати праці робітників, то питома вага позапланових доходів з праці в цьому випадку, як правило, відносно невелика. Водночас змінна частина оплати праці є більш різноманітною і залежить перш за все від форми оплати: в разі акордної форми вона може бути високою, а за використання почасової – досить незначною.

В агресивних моделях оплати праці, які зорієнтовані на успіх підприємства (наприклад, в англосаксонських країнах, особливо в США), частка основної заробітної плати в загальному обсязі фіксованої винагороди низька. А в егалітарних (партиципційна, солідарна) її частка значно більша [5, с. 24–25].

Кожна компонента винагороди повинна бути використана для досягнення чітко визначеного завдання підприємства, оцінки компетентності та задоволення очікувань працівників, адже лише це виправдовує її існування. Якщо вона не відповідає жодному з цих завдань або відповідає не повною мірою, то необхідно вилучити її з системи або удосконалити. Залишити її у такій ситуації без змін – це марнотрацтво частини фонду оплати праці, тобто відмова від функції мотивування. Наприклад, якщо підприємство використовує доплату за стаж роботи, яка була призначена для стимулювання стабілізації даного виробництва чи надання послуг, необхідно визначитися, чи організація, як і раніше, в ній зацікавлена. Якщо відповідь негативна, то доплату потрібно скасувати, змінивши її еквівалент на іншу компоненту винагороди. Якщо відповідь позитивна, то необхідно визначитися з тим, чи є потреба на її заміну іншою, ефективнішою формою зобов'язань працівників перед підприємством, наприклад, довгостроковими виплатами. Слід також розглянути питання про те, чи доцільно, щоб стимулювання за стабілізацію було однако-вим для всіх груп працюючих. І якщо, наприклад, дослідження, проведене серед працівників, показує, що дана соціальна пільга ними не цінується, вони не розуміють її важливості для себе або її вартості в загальній сумі заробітної плати, то доцільно поставити під сумнів сенс її використання в наявній формі.

Загальний принцип пропорційності оплати від кількості та якості праці ще не свідчить про те, що в загальній структурі частка постійної частини заробітної плати, яка встановлюється залежно від складності роботи, та частка змінної, яка залежить від її ефективності, повинні бути рівні (чи ні). Для більшості працівників основна заробітна плата, згідно з визначенням, є головним чинником матеріальної складової мотивації. Чим більша залежність винагороди від ефективності праці, тим більша її частина є змінною, тобто різними є величини коротко- та довготермінових виплат, а також додаткових пільг. Якщо оплату здійснюють переважно за кількість (складність роботи), то оплата праці має відносно стабільний характер. Тобто розвиток так званої пакетної оплати праці, величина якої залежить від результатів бізнесу (або) працівника, сприяє зменшенню частки постійної в загальному її обсязі.

В практичній діяльності вкрай рідко використовують лише постійну або змінну оплату; переважають змішані виплати,

тобто частина постійної і частина змінної. Лише постійну оплату встановлюють і використовують тільки там, де неможливо точно визначити ефективність (продуктивність) роботи, а також тоді, коли це визначено технологією та організацією виробництва. Повністю змінна оплата може використовуватися щодо оплати праці продавців, торгових агентів, дилерів, фахівців з продажу в банках, страхових агентів тощо, тобто там, де ефективність праці залежить від працівника. Вона також може бути використана під час виконання посадових обов'язків керівниками вищих щаблів управління. У цьому випадку оплата приймає форму бонусів, короткострокових і довгострокових стимулів, опціонів та акцій.

З ростом глобальної конкуренції, розвитком високих технологій, концентрацією підприємств, підвищенням кваліфікації працівників окреслюється тенденція до збільшення частини змінної оплати і на посадах так званих білих комірців, переважно керівників і фахівців, а також її залежності не від індивідуальної, а від групової, тобто командної, роботи, а також зрозуміло, що зростає тенденція до залежності зарплати від якісних складових ефективності роботи (а не кількісних). Ця тенденція меншою мірою цікавить робітників, а більш конкретно – низько кваліфікованих робітників, проте і це залежить від системи заробітної плати, якій надається перевага в даній країні і на конкретному підприємстві. Слід зауважити, що і основна заробітна плата стає більш гнучкою, з широкими межами розміру в межах однієї професії, зокрема робітників з аналогічними повноваженнями або виконанням роботи аналогічної складності.

Для підвищення еластичності оплати праці та її мотиваційної успішності необхідно сприяти тому, щоб питома вага заробітної плати була максимальною в загальних доходах працівника. Важливо також, щоб в самій заробітній платі мінімальною була соціальна складова, тобто кількість складових, від яких не залежить її складність, ефективність чи компетентність працівників, повинна бути максимальною.

Йдеться про те, що заробітна плата може бути вагомим чинником конкурентної переваги, а цього можна досягнути лише в тому випадку, коли в межах рівних обсягів фонду оплати праці досягають вищих показників її продуктивності. Цю можливість використовують українські та закордонні підприємства, для яких важливо підвищувати свою конкурентоздатність.

Питома вага заробітної плати в структурі доходів населення України за другий квартал 2016 року становила 44,6% (рис. 1). Частка доходів у вигляді прибутку та змішаного доходу в структурі доходів населення склала 14,2%; доходів, одержаних від власності, – 3,3%; соціальних допомог та інших поточних трансфертів – 37,9% (зокрема, соціальна допомога – 18,4; інші поточні трансферти – 4,7; соціальні трансферти – 14,8).

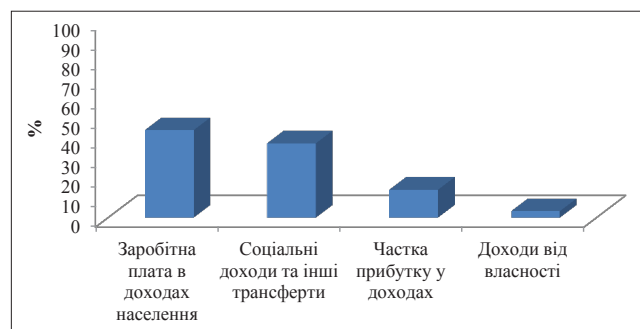


Рис. 1. Структура доходів населення України [6]

Зростання продуктивності праці залежить від мотиваційних компонентів оплати. Зрозуміло, що необхідно максимізувати їх частку в загальній сумі витрат на оплату праці. З іншого боку, половина успіху залежить від розміру обов'язкових нарахувань на заробітну плату, на що підприємство не має безпосереднього впливу, тобто від так званого соціального податку. Чим більше навантаження, тим менше шансів, що підприємство досягне конкурентної переваги через витрати на оплату праці за незмінної технології, що робить неможливими заміни в праці через капітал. Це збільшує кількість проблем, які стоять перед підприємством, а також перед системами оплати праці з точки зору максимізації віддачі від витрат на робочу силу разом з їх податковим навантаженням.

Перевагою українських підприємств щодо зусиль, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності, є те, що витрати на оплату праці на одного працівника в Україні значно нижчі, ніж в країнах Євросоюзу (табл. 1).

Аналіз даних табл. 1 свідчить про те, що витрати праці на одного працюючого в Україні нижчі, ніж в країнах Євросоюзу. У зв'язку з цим можна говорити про певну конкурентну перевагу українських підприємств. Проте слід зауважити, що

питома вага заробітної плати в загальних доходах українців є найнижчою, а, як наслідок, найвищим є рівень інших доходів, тобто зростає необхідність підвищення продуктивності праці. Проте в Україні останніми роками темпи зростання заробітної плати значно вищі темпів приросту продуктивності праці. Середньорічні темпи зростання реальних доходів становлять 16,5%, а продуктивності праці – 8,5%. З позицій економічної теорії таке співвідношення між цими показниками важко визнати прийнятним [8, с. 35–37].

Витрати на оплати праці одного працівника в країнах Євросоюзу відрізняються під впливом двох чинників:

1) розмір так званого соціального податку (витрати, не пов'язані з оплатою праці);

2) частка посередньої заробітної плати (за невідпрацьований час, а саме відпускні, дні звільнення з роботи, надбавки та компенсації).

Частка цих двох компонентів в загальному обсязі витрат на оплату праці значно нижча, ніж в англосаксонських країнах, що частково пояснює конкурентні переваги цих країн. Загальні щорічні нарахування на оплату праці виробничих робітників у країнах ЄС в середньому складають 57% від

Таблиця 1

Витрати на оплату праці (в євро) в Україні та країнах Європейського Союзу в 2015 році
(у % в перерахунку на одного працівника за годину)

Країна	Загальний обсяг доходів	Загальний обсяг заробітної плати	Питома вага заробітної плати (2:1)	Інші доходи (2-1)	Питома вага інших доходів (4:1)
Швеція	40,2	26,8	66,7	13,4	33,3
Франція	34,3	23,2	67,6	11,1	32,4
Литва	6,2	4,4	71,0	1,8	29,0
Італія	28,1	20,2	71,9	7,9	28,1
Бельгія	38,0	27,6	72,6	10,4	27,4
Чехія	10,3	7,5	72,8	2,8	27,2
Словаччина	8,5	6,2	72,9	2,3	27,1
Австрія	31,4	23	73,2	8,4	26,8
Естонія	9,0	6,6	73,3	2,4	26,7
Іспанія	21,1	15,5	73,5	5,6	26,5
Голландія	33,2	25,0	75,3	8,2	24,7
Угорщина	7,4	5,6	75,7	1,8	24,3
Україна	4,6	2,0	44,0	2,6	56,5
Румунія	4,7	3,6	76,6	1,1	23,4
Фінляндія	31,3	24,4	78,0	6,9	22,0
Німеччина	31,3	24,5	78,3	6,8	21,7
Литва	6,3	5,0	79,4	1,3	20,6
Греція	15,1	12,2	80,8	2,9	19,2
Португалія	11,5	9,3	80,9	2,2	19,1
Кіпр	17,2	14,3	83,1	2,9	16,9
Польща	7,7	6,4	83,1	1,3	16,9
Болгарія	3,7	3,1	83,8	0,6	16,2
Хорватія	8,8	7,4	84,1	1,4	15,9
Великобританія	20,9	17,7	84,7	3,2	15,3
Словенія	14,5	12,4	85,5	2,1	14,5
Ірландія	29,0	25,0	86,2	4,0	13,8
Люксембург	35,7	30,9	86,6	4,8	13,4
Данія	38,4	33,6	87,5	4,8	12,5
Мальта	12,8	11,8	92,2	1,0	7,8

Джерело: розраховано автором на основі джерел [6; 7]

загальної суми витрат на оплату праці, тоді як в США – 37%, а в Японії – 33% [19, с. 24].

Висновки. Велике значення для підвищення ефективності праці має матеріальна винагорода. Щоб заробітна плата завжди була стимулом до найбільш результативної праці, необхідно постійно вдосконалювати форми матеріальних винагород, застосовувати нові системи оплати праці, які відповідають сучасному рівню розвитку продуктивних сил.

Під час врахування різних видів доплат на підприємстві беруть до уваги як особисті якості працівника (здібності, кваліфікація, ініціативність, ретельність та старанність тощо), так і кількість і якість роботи, яку вони виконують. Персональні доплати визначаються також віком і стажем роботи, рівнем дефіцитності спеціальності (фаху) на ринку робочої сили та іншими чинниками. Розробляються такі системи оплати праці, які здатні стимулювати більш інтенсивну, складну, технічно високоозброєну колективну працю. Ці системи орієнтовані на врахування інтенсивності праці, якості роботи, особистісні характеристики людського капіталу.

Всі компоненти оплати праці повинні створювати узгоджений, гармонійний пакет фонду оплати праці, що забезпечує реалізацію стратегії підприємства і (або) його структурного підрозділу. Тобто виникає потреба формування пакетів оплати праці.

Література:

1. Про підприємства в Україні : Закон України від 27 березня 1991 року № 887-XXII // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – № 24. – Ст. 272.
2. Про оплату праці : Декрет Кабінету Міністрів України від 31 грудня 1992 року № 23-92 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://search.ligazakom.ua/link/KMD92023.html>.
3. Про оплату праці : Закон України від 24 березня 1995 року № 108/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 17. – Ст. 121.
4. Концепція подальшого реформування оплати праці в Україні : схвалена Указом Президента України від 25 грудня 2000 року № 1375/2000 // Офіційний вісник України. – 2000. – № 52. – Ст. 2660.
5. Ліпич Л.Г. Потреба впровадження нових систем оплати праці на підприємстві: виклики глобалізації / Л.Г. Ліпич // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2016. – № 2. – С. 23–29.
6. Доходи та витрати населення України за II квартал 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/gdn/dvn/dvn_u/dvn0216_u.htm
7. Raport “Przedsiębiorczość w Polsce”, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa, wrzesień 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.mg.gov.pl/files/upload/21755/Raport%20Przedsi%C4%99biorczo%C5%9B%C4%87%20w%20Polsce_www_ost_20140925.pdf[dostęp: 29.10.2016].
8. Ревенко А.О. Продуктивність праці в сучасних умовах / А.О. Ревенко // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 2. – С. 32–37.
9. Etalonnage de la competitivite' europeene: de l'analyse a l'action, UNICEE, Paris, 1998.

Липич Л.Г. Общие принципы профилирования структуры оплаты труда

Аннотация. В статье рассмотрены принципы, характеризующие формирование структуры оплаты труда в соответствии с выбранной предприятием модели.

Акцентируется внимание на том, что достичь определенных результатов можно только при условии объединения усилий как со стороны владельцев, так и со стороны работников предприятия. Учитывая задачи, определенные стратегией развития, можно сказать, что предприятию необходимо определить оптимальное количество компонентов оплаты, конечно, в разумных пределах. Она должна обеспечивать прозрачность и понятность правил оплаты, предотвращать вредную фрагментацию пула заработной платы, ведь это снижает ее мотивирующую силу, то есть позволяет реализовать выбранную стратегию.

Ключевые слова: компоненты оплаты, принципы эффективного мотивирования, постоянная часть заработной платы, переменная часть заработной платы, мотивирующая сила.

Lipych L.H. General principles of the structure of labour remuneration profiling.

Summary. The article deals with the principles that characterize the formation of the structure of remuneration according to the chosen model. An attention is accented that to achieve defined results can be possible only by joint efforts from both sides – the owners and employees. Taking into account tasks defined by development strategy, the company needs to determine the optimal number of components of the payment within reason obviously. It should ensure transparency and clarity of the rules of payment to prevent a harmful fragmentation of a pool of wages, as it reduces its motivating force, which allows implementing the chosen strategy. If the choice of components meets the needs and expectations of workers, in fact, increasing labour costs, we increase its effectiveness. Opportunities and expediency of such a division are higher at higher levels of total wages. Each component of labour remuneration ought to be used to achieve clearly defined objectives of the enterprise, assessment of competence and meet the expectations of workers because only these factors justify its existence. If it does not match any of these tasks, you need to remove it from the system or improve it. To leave it in the given situation without changes means to waste the payroll – the rejection of motivating force. To increase the flexibility of remuneration and its success motivation, one should help to ensure that the share of wages in the total income of the employee was maximal. It is also important that the very minimum in the wages itself was its social component, i.e. the number of components, which do not influence its complexity, efficiency or competence of employees, should be maximized. The idea is that wages could be a significant factor of competitive advantage and this can be achieved only when equal volumes within payroll achieve higher productivity indicators. This feature is used by Ukrainian and foreign companies, which consider it to be important to improve their competitiveness.

Keywords: pay components, principles of effective motivation, permanent salary part, variable salary part, motivating force.

Окландер М.А.,
д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу,
Одеський національний політехнічний університет
Яшкін Д.С.,
аспірант,
Одеський національний політехнічний університет

КІЛЬКІСНІ МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ РИЗИКІВ

Анотація. У статті розглянуто кількісні методи оцінки логістичних ризиків функцій постачання та фізичного розподілу. Доведено, що ризики функції постачання та функції фізичного розподілу у логістиці схожі. До них можна віднести ризик затримки поставки сировини від постачальника або готової продукції споживачеві; ризик псування сировини або готової продукції; ризик виникнення дефіциту сировини або готової продукції. Для кількісної оцінки цих ризиків пропонується використовувати такі методи, як оцінка величини збитку; оцінка ненадійності постачальника; оцінка дефіциту.

Ключові слова: логістичні ризики, постачання, фізичний розподіл, кількісні методи, оцінювання.

Постановка проблеми. Застосування маркетингового інструменту дає можливість підприємству виробити продукцію, яка відповідає потребам цільового сегменту, тобто зменшити ризики зі збутом та отримати прибуток. Другим підходом, який дає змогу зменшити втрати від зберігання та переміщення матеріалів, сировини та готової продукції, є логістика. Оптимізація логістичної системи підприємства – це також механізм збільшення прибутку.

Сучасна економіко-політична ситуація у країні робить вкрай актуальною проблему визначення, аналізу та управління ризиками на підприємстві. Як і будь-яка інша діяльність, логістична діяльність також характеризується певними ризиками. Вміння визначати ці ризики, оцінювати їх та управляти ними є необхідним для беззбиткового функціонування будь-якого підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковою спільнотою сьогодні розроблено великий пул класифікацій ризиків,

методів оцінки ризиків, методів управління ризиками. Серед закордонних вчених відомі роботи в цьому напрямі Р.Х. Баллоу, С. Гордона, А. Харрісона, Дж. Хескета, Ж. Шевальє. Серед українських дослідників ризикології можна виділити роботи С.В. Крикавського, В.Е. Ніколайчука, О.І. Семененка, А.М. Гаджинського.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. На наш погляд, недостатньо розвиненим є питання щодо визначення та оцінки логістичних ризиків, які пов'язані з функціями логістики.

Мета статті – класифікація кількісних методів оцінки логістичних ризиків, які пов'язані з такими функціями логістики, як постачання та фізичний розподіл.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій літературі в теорії ризику, як правило, виділяють такі два напрями його дослідження, як нормативне (кількісне, математичне) та описувальне (якісний опис проблем).

Розглянемо застосування кількісних методів у визначенні, ідентифікації та оцінці логістичних ризиків. Для кількісного оцінювання логістичних ризиків використовуються інструменти теорії ймовірності та математичної статистики, теорії корисності, теорії нечітких множин та ін. Кількісні оцінки логістичних ризиків можуть бути розраховані як в абсолютних, так і у відносних значеннях. В абсолютному значенні логістичний ризик – це величина можливого збитку.

Логістична діяльність підприємства складається з трьох функцій, таких як постачання, підтримка виробництва, фізичний розподіл. Класифікацію логістичних ризиків промислових підприємств, які виникають у межах функцій логістики, та джерела їх виникнення наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація логістичних ризиків промислових підприємств

Назва функції	Ризики	Джерела
Постачання	– ризик затримки постачання; – ризик псування сировини або матеріалів; – ризик подорожчання сировини або матеріалів; – ризик подорожчання транспортування.	– затримка, спричинена постачальником або перевізником; – псування спричинено постачальником або перевізником; – викликано курсовими коливаннями або подорожчанням сировини та матеріалів.
Підтримка виробництва	– ризик недостатньої кількості запасів незавершеного виробництва для здійснення виробничого процесу; – ризик подорожчання зберігання запасів незавершеного виробництва.	– похибки у визначенні необхідних запасів для виробництва; – підняття цін на енергоресурси або оренду складських приміщень.
Фізичний розподіл	– ризик невчасної поставки готової продукції замовнику; – ризик псування продукції у процесі перевезення або зберігання; – ризик поставки, яка не задовольняє за кількістю потреби ринку (виникнення дефіциту), або поставки, яка перевищує попит ринку.	– невчасна доставка перевізником або невчасне відвантаження підприємством; – недотримання норм зберігання готової продукції на складах або у процесі перевезення; – невірна оцінка потреб ринку.

Ризики, які виникають на етапі постачання та на етапі фізичного розподілу, мають такі схожі риси, як:

1) затримка поставки сировини від постачальника або готової продукції споживачеві (тут логістичний ризик пов'язаний з надійністю постачальника або перевізника);

2) ризик псування сировини або готової продукції (тут ризик пов'язаний із формуванням запасів сировини або готової продукції, а також з недотриманням норм зберігання);

3) ризик виникнення дефіциту сировини або готової продукції (тут ризик пов'язаний з оцінкою попиту на сировину або на готову продукцію підприємства).

За цими схожими рисами ризиків на етапах постачання та фізичного розподілу можемо розробити схему вибору відповідного методу оцінки певного ризику (рис. 1).

У класичних підходах до оцінювання логістичних ризиків пропонується розраховувати величину збитку як математичне сподівання можливих його станів, якщо вони описуються дискретною випадковою величиною Z . Очікуване значення збитку розраховується за формулою (1) [1, с. 380–382]:

$$M(Z) = \sum_{j=1}^n p_j z_j, \quad (1)$$

де z_j – певне значення випадкової величини z ;

p_j – ймовірність настання події z_j ;

n – кількість подій (станів випадкової величини z).

Складність застосування такого методу полягає у визначенні значень випадкової величини z_j та ймовірностей їх настання p_j . Для отримання цих оцінок дослідникові необхідно мати статистичну базу за кілька попередніх періодів. Тому застосовуватися цей метод може лише у разі тривалого випуску досліджуваного продукту.

Поширеним також є використання дисперсійного аналізу. У цьому разі випадкова величина Z пов'язується із прибутком або з обсягом продажу. Традиційними є такі позначення: $M(Z)$ – математичне очікування прибутку; $D(Z)$ – дисперсія, а $\sigma(Z)$ – стандартне відхилення. У дисперсійному аналізі чим більшим є значення $\sigma(Z)$, тим більшим є ризик недоотримання очікуваного прибутку $M(Z)$ [1].

Вігліньський і Скицько пропонують для розрахунку дисперсії враховувати лише неблагонадійні відхилення від очікуваного значення, а не всі відхилення [1]. Рівень ризику вони пропонують називати півваріацією SV та відповідно квадрат-

ний корінь із півваріації позначати SSV . Розраховуються ці величини таким чином:

$$SV(Z) = \sum_{j=1}^n a_j (z_j - M(Z))^2 p_j, \quad (2)$$

$$SSV(Z) = \sqrt{SV(Z)}, \quad (3)$$

де a_j – показник неблагонадійних відхилень від центра, дорівнює 0 у разі благонадійного відхилення від центра та 1 – у разі неблагонадійного відхилення.

Логістичний ризик пропонується розраховувати як коефіцієнт півваріації:

$$CSV(Z) = \frac{SSV(Z)}{M(Z)}. \quad (4)$$

У разі, коли величина Z виражає дохід, коефіцієнт півваріації характеризує ризик неблагонадійних відхилень, які припадають на одиницю доходу.

Коефіцієнт півваріації пропонується для використання в обчисленні функції корисності [2]:

$$B^+ = M(Z) - \tau SSV(Z), \quad (5)$$

де τ – коефіцієнт, який залежить від суб'єктивно вибраного рівня довіри (вартості ризику).

Для оцінки логістичних ризиків, які пов'язані з оцінкою надійності клієнтів або постачальників, у наукових дослідженнях пропонують використовувати багатofакторні регресійні моделі виду [3, с. 348–349]:

$$P = w_0 + w_1 x_1 + w_2 x_2 + \dots + w_n x_n, \quad (6)$$

де P – ймовірність банкрутства клієнта або постачальника; w_i – вагові характеристики;

x_i – характеристики клієнта або постачальника.

Недолік цієї моделі полягає в тому, що в лівій частині рівняння (6) знаходиться ймовірність, яка приймає значення від 0 до 1, а змінні в правій частині можуть приймати будь-які значення від $-Г$ до $+Г$.

Логістична регресія дозволяє подолати цей недолік:

$$\log(p/(1-p)) = w_0 + w_1 x_1 + w_2 x_2 + \dots + w_n x_n. \quad (7)$$

На наш погляд, оцінка комерційного ризику, пов'язаного з банкрутством клієнта або постачальника, вимагає від дослідника багато зусиль, щоб, по-перше, визначити вагомні характеристики; по-друге, оцінити їх значення та вагу; по-третє,

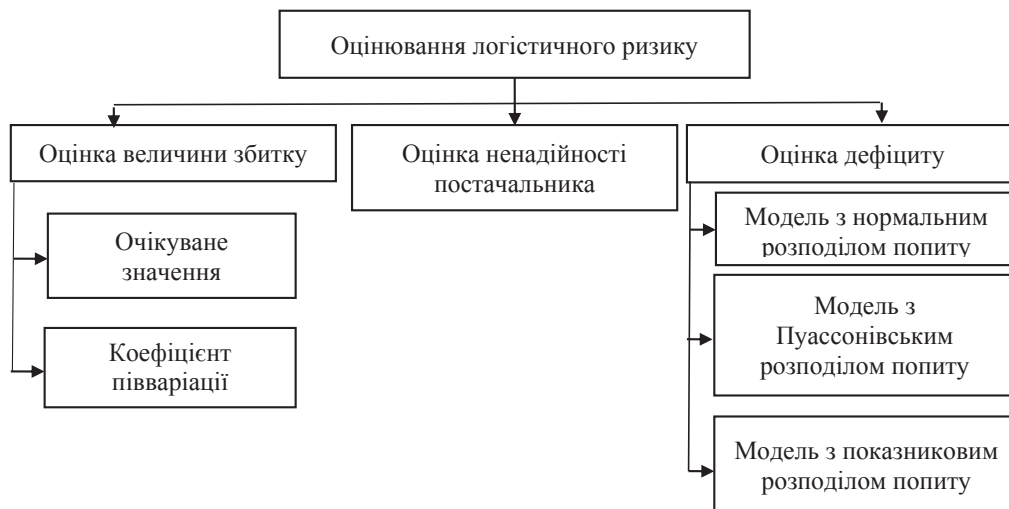


Рис. 1. Класифікація кількісних методів оцінювання логістичних ризиків на етапах постачання та фізичного розподілу

зробити складні перетворення для застосування формули (7). Може бути, що оцінки характеристик та їх ваги за цим методом будуть мати суб'єктивні значення. Тому й оцінка ймовірності банкрутства буде цілком суб'єктивною характеристикою.

Кількісні методи оцінки ризику використовуються в моделях управління запасами з нерівномірним попитом. Для таких моделей визначається ймовірність дефіциту [4, с. 154–157]:

$$P_d = 1 - U_{\text{обс}} = P(q > z_{\text{кр}}), \quad (8)$$

де $z_{\text{кр}}$ – критичний рівень (величина запасу), за якого необхідно зробити замовлення, щоб уникнути дефіциту товару;

$U_{\text{обс}}$ – це ймовірність $P(q < z_{\text{кр}})$ того, що запланованого запасу $z_{\text{кр}}$ буде достатньо для задоволення попиту q в певному інтервалі часу між замовленням і його одержанням.

Зазвичай ці методи застосовуються до оцінки дефіциту готових товарів на складах продавця.

Для уникнення дефіциту на складах створюють страхові (резервні) запаси, які розраховуються за формулою

$$R = k \cdot \sigma(q), \quad (9)$$

де R – резервний запас;

k – коефіцієнт пропорційності;

$\sigma(q)$ – середньоквадратичне відхилення попиту за певний час.

Точка замовлення визначається за формулою

$$z_{\text{кр}} = \bar{q} + k \cdot \sigma(q). \quad (10)$$

Значення k добирають, виходячи з заданого рівня обслуговування $U_{\text{обс}} = P(q < \bar{q} + k \cdot \sigma(q))$.

Ймовірності дефіциту в моделях управління запасами в наукових роботах також пов'язують із законом розподілу попиту. Так, у разі нормального розподілу попиту для страхового запасу, який визначається за формулою (9), та точки замовлення, яка визначається за формулою (10), отримують ймовірність дефіциту [4, с. 156]:

$$P_d = P(q < \bar{q} + k \cdot \sigma(q)) = 1 - 2\Phi(k), \quad U_{\text{обс}} = 1 - P_d = 2\Phi(k). \quad (11)$$

За формулою (11) можна для наперед відомого рівня обслуговування вибрати коефіцієнт k і, відповідно, величину страхового запасу та точку замовлення.

Під час розподілу попиту за законом Пуассона рівень резервного запасу, критичний рівень запасу та рівень обслуговування пропонують знаходити за формулами:

$$R = k\sqrt{\bar{q}}, \quad z_{\text{кр}} = \bar{q} + k\sqrt{\bar{q}}, \quad U_{\text{обс}} = P(q \leq \bar{q} + k\sqrt{\bar{q}}). \quad (12)$$

У разі показникового розподілу попиту зі щільністю $f(q) = \lambda \cdot \exp(-\lambda q)$, $\lambda = \frac{1}{T}$ інтервал постачання вважається детермінованою величиною. Тоді ймовірність дефіциту визначається за формулою [4, с. 157]:

$$P(q > z_{\text{кр}}) = \int_{z_{\text{кр}}}^{\infty} \lambda \cdot \exp(-\lambda q) dq = \exp(-\lambda \cdot z_{\text{кр}}) = e^{-(z_{\text{кр}}/\bar{q})}. \quad (13)$$

Рівень обслуговування

$$U_{\text{обс}} = P(q \leq z_{\text{кр}}) = 1 - \exp(-(1+k)) \quad (14)$$

Одним із недоліків вищенаведених методів розрахунку ймовірності дефіциту запасів є використання для розрахунку величини середнього попиту за певний період. Зазвичай такі методи пристосовані для товарів, які не є новинками на ринку. Лише за відомого середнього значення попиту або за відомого закону розподілу попиту можна скористатися моделями визначення ймовірності дефіциту за формулами (8–14). У разі, якщо йдеться про новий товар, у науковій спільноті застосовують інструментарій методів прогнозування.

Висновки. Для управління запасами на підприємстві можуть застосовуватися досить ефективні методи оцінки логістичних ризиків. Функція постачання та функція фізичного розподілу у логістиці мають схожі ризики, до яких віднесено затримку поставки сировини від постачальника або готової продукції споживачеві; ризик псування сировини або готової продукції; ризик виникнення дефіциту сировини або готової продукції. Для кількісної оцінки цих ризиків пропонується використовувати методи оцінки логістичного ризику, такі як оцінка величини збитку (очікуване значення, коефіцієнт півваріації); оцінка ненадійності постачальника; оцінка дефіциту (модель з нормальним розподілом попиту; модель з показниковим розподілом попиту; модель з Пуассонівським розподілом попиту).

У подальшому важливо розглянути оцінки логістичних ризиків, які пов'язані за змінами цінової політики постачальників або посередників, а також зі змінами тарифів на енергоресурси.

Література:

1. Valdemar V. Vitlinsky and Volodymyr I. Skitsko (2014). Risk management in electronic logistics. Actual problems of economics, 2014 (12(162)), с. 374–384.
2. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві: [монографія] / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.
3. Кондратенко Н.О. Інструменти управління та методи оцінки ризиків у логістичних системах [Електронний ресурс] / Н.О. Кондратенко, О.О. Лобашов // Комуніальне господарство міст наук.-техн. збірник. Серія «Економічні науки». – 2012. – Випуск 102. – С. 343–350. – Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/25233/1/343-350%20Кондратенко%20Но.pdf>
4. Глушик М.М. Дослідження операцій / М.М. Глушик, Н.М. Телесницька // Львів: «Новий світ – 2000», 2011. – 368 с.

Окландер М.А., Яшкин Д.С. Количественные методы оценивания логистических рисков

Аннотация. В статье рассмотрены количественные методы оценивания логистических рисков функций поставки и физического распределения. Доказано, что риски функции снабжения и функции физического распределения в логистике схожи. К ним можно отнести риск задержки поставки сырья от поставщика или готовой продукции потребителю; риск порчи сырья или готовой продукции; риск возникновения дефицита сырья или готовой продукции. Для количественной оценки этих рисков предлагается использовать такие методы, как оценка величины ущерба; оценка ненадежности поставщика; оценка дефицита.

Ключевые слова: логистические риски, поставка, физическое распределение, количественные методы, оценки.

Oklander M.A., Yashkin D.S. Quantitative methods of logistics risks assessment

Summary. The article deals with quantitative methods of logistics risks assessment of supply and physical distribution. It is proved that the risks of the supply function and the functions of physical distribution in logistics are similar. These include: the risk of delay in the supply of raw materials or the supply of finished products to the consumer; risk of damage to raw materials or finished products; risk of a shortage of raw materials or finished products. To provide a quantitative assessment of these risks, it is suggested to use the following methods: estimation of the amount of damage; supplier's unreliability assessment; assessment of the deficit.

Keywords: logistic risks, delivery, physical distribution, quantitative methods, estimates.

*Богун Л.Ю.,**студентка,**Національний університет харчових технологій**Розумей С.Б.,**к.е.н., доцент кафедри маркетингу,**Національний університет харчових технологій*

КЛАСИФІКАЦІЯ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У МІСЦЯХ ПРОДАЖУ

Анотація. У статті розглянуто сутність інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу та їх значення для просування продукції. Узагальнено підходи до класифікації маркетингових комунікацій у місцях продажу.

Ключові слова: споживач, інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу, збут, підприємство.

Постановка проблеми. Підприємства, що працюють на сучасному споживчому ринку України, останніми роками відчують тенденцію до значного посилення конкурентної боротьби. За цих умов удосконалення засобів просування товарів набуває все більшого значення. Використання підприємством концепції чистого маркетингу ставило метою маркетингових комунікацій інформування споживача про переваги товару (послуги) задля його продажу. Нове тисячоліття дало поштовх подальшому розвитку відносин, ще більшою мірою спрямованих на задоволення потреб споживачів. Комунікаційною метою застосування сучасної концепції маркетингу стосунків є створення необхідних умов лояльності цільового ринку як основи формування тривалих відносин фірми з її партнерами.

Ефективні засоби просування продукції спрямовані не тільки на ознайомлення споживачів із характеристиками, особливостями та конкурентними перевагами продукції підприємства, але й на формування позитивного іміджу підприємства, створення атмосфери взаєморозуміння та стійкої лояльності покупців як до підприємства, так і до його продукції.

Актуальність дослідження теми полягає в тому, що для формування ефективної комунікаційної політики потрібне сучасне розуміння механізмів формування засобів просування продукції. Саме це зумовлює необхідність удосконалення підходів до класифікації інтегрованих маркетингових комунікацій в місцях продажу на основі новітніх ідей концепції маркетингу стосунків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зазначимо, що проблематика статті була предметом вивчення як зарубіжних (Т. Амблер [1], Г. Хосфорд-Дунн [2], С. Мурти [3], О. Краузе [8], Р. Раупов [10], Т. Осентон [11]), так і вітчизняних вчених (Сіренко К. В. [5], Янновська Г. В. [7], Пан Л. В. [9], Шестов С. М. [6], Голубкова Е. Н. [12]). У своїх працях автори розглядали питання сутності, змісту та класифікації інтегрованих маркетингових комунікацій в місцях продажу з погляду підприємства на навколишнє середовище, що обмежує можливість створення довготривалих зв'язків із клієнтами. Використання підходу, що розглядає бачення підприємства ззовні, з позиції споживачів його продукції, дає можливість визначити більш ефективні дії на ринку.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Класифікаційні підходи, що існують, не дають повного уявлення про комунікаційні можливості сучасних інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу, а класифікаційні ознаки відображають не всі сучасні маркетингові комунікації, які є в арсеналі підприємств. Незавершеність наукових розроблень щодо вказаної проблеми визначила необхідність удосконалення класифікації ІМКМП як інструментарію комунікаційної політики підприємства.

Метою статті є поглиблене дослідження сутності інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу, можливостей використання інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу, а також дослідження і вдосконалення класифікації ІМКМП з метою створення сприятливих умов для формування стійких довготривалих стосунків компанії та її клієнтів.

Виклад основного матеріалу. В умовах зростання ролі нецінових форм конкуренції та бурхливого розвитку комунікаційних технологій підприємствам дедалі складніше визначити, який набір маркетингових інструментів є найефективнішим для створення довгострокових відносин на ринку та досягнення максимальної задоволеності споживача.

Сучасний стан розвитку ринку показує, що найкращі результати дає комплексне використання одразу кількох засобів маркетингових комунікацій, а саме застосування інтегрованих маркетингових комунікацій [4].

Інтегровані маркетингові комунікації є об'єктом дослідження у працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців. Узагальнення підходів до визначення сутності поняття «інтегровані маркетингові комунікації» продемонстровано в табл. 1.

Результати досліджень робіт сучасних науковців показали, що інтегровані маркетингові комунікації розглядаються і як сучасна концепція [5, 6], і як інформаційно-психологічний вплив [7], і як філософія маркетингу [8], і як комплексна комунікація [9, 10]. Зазначені підходи дали змогу сформулювати власне бачення поняття «інтегровані маркетингові комунікації» – на нашу думку, це комплексна система засобів просування товарів, що діє в рамках сучасних маркетингових концепцій та спрямована на формування тривалих взаємовигідних зв'язків із клієнтами.

Одним із таких засобів є інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу (ІМКМП), які досить тривалий час вважалися одним із видів реклами, їх ототожнювали з «рекламою в місцях продажу» або «рекламою в торговельній точці» [11, с. 167]. Оскільки засоби та методи ІМКМП містять у собі не лише застосування і проведення рекламних заходів, то таке визначення не розкриває всієї сутності інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу.

Систематизація підходів до визначень поняття «інтегровані маркетингові комунікації» (ІМК)

Підхід	Автор	Визначення
Концепція	К.В. Сіренко [5, с. 227–228]	ІМК – це сучасна концепція одночасного та синергічного застосування реклами, стимулювання збуту, прямого маркетингу та Public relations, що застосовується для максимальної ефективності комунікаційної діяльності підприємства.
	С.М. Шестов [6]	ІМК – це концепція створення системи маркетингових комунікацій, що координує всю діяльність, пов'язану із просуванням, для передачі єдиного повідомлення всім цільовим аудиторіям.
Вплив	Г.В. Янковська [7, с. 98–101]	ІМК – це інформаційно-психологічний вплив на суб'єкти зовнішнього та внутрішнього середовища, який спрямований на досягнення основних стратегічних цілей та вирішення оперативних завдань підприємства.
Філософія	О. Краузе [8, с. 104–110]	ІМК – це не лише технологія просування товару, це нова філософія маркетингу, що зводить до єдиного цілого всі складники комунікаційного процесу, який забезпечує просування товару.
Комунікація	Л.В. Пан [9, с. 132–133]	ІМК – це єдина багатоканальна синхронізована комунікація, орієнтована на встановлення двосторонніх відносин із цільовою аудиторією.
	Р. Раупов [10, с. 85–89]	ІМК – комплекс погоджених маркетингових комунікацій для забезпечення максимально ефективних взаємозв'язків між компанією та її ринком.

Джерела інформації: [5, 6, 7, 8, 9, 10]

На думку більшості сучасних науковців, інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу – це один із синтетичних засобів маркетингових комунікацій, що містить у собі елементи та прийоми реклами, персонального продажу, зв'язків із громадськістю та інших синтетичних комунікаційних засобів і стимулює рівень збуту у роздрібній торгівлі шляхом привернення уваги споживачів до певних торгових марок чи груп товарів без активної участі торгового персоналу [4; 11; 12].

Цілями застосування ІМКМП є забезпечення брендівих продуктів достатньою та зручною для ефективної реалізації площею, демонстрація найбільш вигідних та привабливих якостей товару, інтенсифікація процесу продажу, представлення товарів-новинок, забезпечення сумісності внутрішньомагазинних технологій з особливостями поведінки покупців.

Визначено, що головними комунікативними характеристиками інтегрованих маркетингових комунікацій в місцях продажу є:

- обмеженість їх використання тільки сферою роздрібною торгівлі;
- перебування покупця (як цільової аудиторії) у процесі прийняття рішення про покупку;
- збіг у часі комунікаційного впливу і зворотної на нього реакції;
- координація зусиль власників роздрібних торгових підприємств із виробниками товарів задля підвищення синергетичного ефекту [12, с. 57].

Отже, в точці роздрібною торгівлі реалізується імпульсний складник попиту, в результаті якого покупець, відволікаючись від зовнішніх факторів, що впливали на нього (реклама на телебаченні, вулиці, в газетах), здійснює раптову покупку. Підсвідомі та свідомі стимулятори інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу здійснюють вплив на поведінку покупця у процесі покупки. Засоби ІМКМП створюють комфортні умови придбання товару, покращують поінформованість про товар та сприяють повторним купівлям якісної продукції.

Оскільки інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу все частіше використовуються у підприємницькій практиці, то цікавість науковців до них зростає з кожним днем. Сьогодні розроблено декілька класифікаційних підходів щодо інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу.

За дослідженнями Д. Морган [13], недоліком класичного маркетингового підходу є «несвідомий погляд на навколишнє середовище зсередини підприємства (inside-out), тоді як сутність маркетингу має базуватися на погляді ззовні в середину підприємства (outside-in)». Тобто підприємство повинно визначати можливу поведінку споживача і прорахувати найоптимальніші варіанти розвитку сценарію. При цьому діяльність підприємства повинна бути спрямована не на одноразову купівлю, а на формування у покупця довгострокової лояльності щодо якості продукції, цінової відповідності, збутової комфортності, комунікаційної відповідальності за надану під час просування інформацію.

Проведені дослідження дали змогу встановити класифікаційні ознаки та виділити групи інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу, які можуть застосовувати підприємства для просування продукції. Результати досліджень представлені у табл. 2.

Зазначені ознаки характеризують інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу, що відповідають підходу inside-out.

Застосувавши підхід outside-in, було запропоновано здійснювати класифікацію інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу за способом сприйняття споживачем (табл. 3).

Зазначений підхід у класифікації інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу дає змогу формувати лояльність у споживача з використанням сучасних маркетингових технологій. А сучасні напрями маркетингових комунікацій допомагають привертати увагу споживачів, які мають креативний склад думок, застосовуючи інноваційні технології [14, с. 59–63].

Розглянемо детально види маркетингових комунікацій у місцях продажу за способом сприйняття споживачем.

Візуальні комунікації – системи візуально-графічних знаків і рішень, що сприймаються органами зору. Зоровий вплив на споживача є найвагомішим, оскільки 60% споживачів належать до групи візуалів, тобто людей, які більше сприймають зовнішній вигляд продукту, ніж те, як він звучить і відчувається. До візуальної комунікації належать рекламні повідомлення, кольорова гама та оформлення упаковки товарів, POS-матеріали (постери, хардпостери, стікери, цінники, рекламні щити, наклейки на стінах і підлозі, джубмі, мобайли, рекламні гірлянди), елементи фірмового стилю, викладки товарів, електро-

Класифікація інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу, що відповідають підходу inside-out

Ознака	Вид	Зміст
За місцем розташування [14, с. 118]	Зовнішні	Засоби, що розміщені неподалік від підприємства, основною метою яких є стимулювання бажання покупця зайти до магазину.
	Внутрішні	Засоби, що знаходяться всередині підприємства роздрібною торгівлі біля конкретного товару, відділу, метою яких є виділення товару серед аналогічних товарів конкурентів та мотивація здійснення його покупки.
За способом передачі [15, с. 446–456]	Усні	Інформація надходить до споживачів за допомогою усного спілкування про товари чи послуги підприємства та його діяльність.
	Друковані	Інформація надходить до споживачів через друковані видання.
	Електронні	Інформація надходить до споживачів за допомогою електронних пристроїв (моніторів, дисплеїв).
За каналом донесення [15, с. 446–456]	Нетрадиційні	Канали маркетингових комунікацій для просування послуг за допомогою застосування сучасних технологій, інтегрування їх із традиційними, реалізація яких можлива завдяки креативному підходу, інноваційним рішенням, які застосовуються протягом останніх років.
	Традиційні	Канали маркетингових комунікацій для просування послуг за допомогою інструментів маркетингових комунікацій без застосування сучасних інноваційних та креативних технологій.
За походженням [16, с. 71–72]	Засоби, що формуються виробником	Виражаються у створенні привабливого, яскравого образу товару.
	Засоби, що формуються магазином	Полягають у створенні сприятливої обстановки у процесі купівлі.

Джерела інформації: [14, 15, 16]

Класифікація інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу, що відповідають підходу outside-in

Ознака	Вид	Зміст
За способом сприйняття споживачем	Візуальні	Засоби, що сприймаються органами зору у вигляді системи візуально-графічних знаків і рішень.
	Аудіальні	Засоби, що сприймаються органами слуху у вигляді текстово-музичних композицій.
	Тактильні	Засоби, що сприймаються тактильними рецепторами і спрямовані на матеріальні відчуття покупця.
	Нюхові	Засоби, що впливають на нюхові рецептори покупця у вигляді ароматів.
	Смакові	Засоби, що сприймаються смаковими рецепторами споживача.
	Емоційні	Засоби, що здійснюють вплив на емоційний складник природи людини.

Джерело: власна розробка авторів

нні рядки, шелфтокери, трансляції рекламних кліпів телевізійними пристроями в торговому залі тощо.

Аудіальні комунікації – текстово-музичні композиції, що сприймаються органами слуху споживача. Вони відображають характер продукції, специфіку підприємства роздрібною торгівлі або торговельного процесу. Аудіальні комунікації не вимагають концентрування уваги, оскільки в основному слугують фоном під час процесу купівлі. Вони покривають спеціалізований простір та відповідну аудиторію, витрати на розміщення і створення аудіальних комунікацій невеликі, а їх повторюваність і ефективність висока [4]. До них належать радіоголошення у магазинах та музичні композиції як засіб впливу на споживача.

Тактильні комунікації – засоби, що сприймаються тактильними рецепторами. Вони спрямовані на матеріальні відчуття покупця, тобто на відчуття, отримані безпосередньо від товару. До них належать розмір та форма упаковки, а також рекламна сувенірна продукція, POS-матеріали (воблери, диспенсери), візки для товарів тощо.

Нюхові засоби маркетингових комунікацій – це певні композиції ароматів, які впливають на нюхові рецептори покупця,

відтворюючи або пов'язуючи певний запах із відповідним видом товару. До них належать генератори запахів, аромаркетинг, аромабрендинг, ароматизовані листівки тощо.

Смакові комунікації – товарні пропозиції, що сприймаються смаковими рецепторами споживача. До них належать дегустації, семплінги, пробники тощо. Саме завдяки зазначеному виду комунікацій споживачі можуть визначити смакові характеристики товару, які є складником його якісних показників, та прийняти рішення щодо подальшої купівлі.

Емоційні комунікації – це заходи або певні акційні пропозиції, які дають можливість споживачу отримати додаткові вигоди завдяки впливу на емоційний складник природи людини. До них належать миттєві розпродажі, прийом «збитковий лідер продаж», прийом «овілей», прийом «N-й покупець» тощо.

Таким чином, запропонована класифікація інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу розширює класичний підхід до цього питання. Вона містить у собі новітні інструменти просування, а також розкриває їхній зміст, що полегшує використання на практиці маркетингових комунікацій за умови застосування підприємством концепції маркетингу стосунків.

Висновки. Проведені дослідження показали, що інтегровані маркетингові комунікації є потужним маркетинговим інструментом, який підприємства можуть використовувати для просування продукції. Вагомим складником цього засобу є інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу.

У роботі визначено підхід *inside-out* щодо класифікації інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу. Він передбачає погляд на навколишній світ зсередини підприємства та класифікацію інтегрованих маркетингових комунікацій у місцях продажу за місцем розташування, способом передачі, каналом донесення та походженням.

Оскільки сутність маркетингу стосунків базується саме на погляді ззовні на діяльність підприємства (підхід *outside-in*), тобто як бачить результати діяльності споживач, то цей підхід запропоновано застосовувати і до класифікації ІМКМП. При цьому виділяється класифікаційна ознака за способом сприйняття споживачем та види комунікацій (візуальні, аудіальні, тактильні, нюхові, смакові та емоційні). Наведена класифікація розкриває зміст та новітні інструменти просування кожного виду ІМКМП, що полегшує їх використання у практичній діяльності підприємства.

Література:

1. Ambler T. The waste in advertising is the part that works / T. Ambler, A. Hollier / Journal of advertising research. – 2004. – № 12. – P. 12–13.
2. Hosford-Dunn H. The Ginsu Knife for Marketing. / H. Hosford-Dunn / Integrated Marketing Communications. – 2006. – July 10. – P. 9.
3. Moorthy S. Advertising Repetition and Quality Perceptions / S. Moorthy, S.A. Howkins / Journal of Business Research. – 2005. – № 3 – P. 24–25.
4. Ольхович С.О. Основні канали комунікації під час інформаційного супроводу. [Електронний ресурс] : / С.О. Ольхович – Режим доступу: <http://naub.ua.edu.ua/2015>
5. Сіренко К.В. Аналіз змістовного наповнення категорії «інтегровані маркетингові комунікації» / К.В. Сіренко // Управління розвитком. – 2011. – № 4 (10). – С. 227–228.
6. Шестов С.М. Маркетингові комунікації підприємств: теоретичний аспект. [Електронний ресурс]: / С.М. Шестов – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2010_30_1/Shestov.pdf
7. Янковська Г.В. Сутність маркетингових комунікацій та їх місце у системі маркетингу / Г.В. Янковська // Наука й економіка. – 2010. – № 4 (20). – С. 98–101.
8. Краузе О. Інтегровані маркетингові комунікації підприємства / О. Краузе // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2008. – № 1. – С. 104–110.
9. Пан Л.В. Інтегральні маркетингові комунікації (ІМС) як новий інструмент управління бізнесом / Л.В. Пан // Юбилейная науч-

- но-практическая конференция [«Теория и практика экономики и предпринимательства»], (Алушта, 5–7 мая 2008 года). – 2008. – С. 132–133.
10. Раупов Р. Інтеграція маркетингових комунікацій / Р. Раупов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – С. 85–89.
 11. Осентон Т. Маркетинговые коммуникации / Т. Осентон. – М.: Издательский дом «Вильямс». – 2003. – 356 с.
 12. Голубкова Е.Н. Інтегровані маркетингові комунікації в місцях продажу / Е.Н. Голубкова – К. : Літера, 2013. – 130 с.
 13. Morgan G. Riding the Waves of Change. / G. Morgan. – San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1988. – 299 p.
 14. Мелентьева Н.И. Маркетинговые коммуникации (теоретические и методические основы) / Н.И. Мелентьева, Ю.А. Бичун – СПб.: СПб ГУЭФ, 2001. – 99 с.
 15. Ремезь Ю.Б. Інструментарій інтегрованих маркетингових комунікацій на ринку споживчих послуг і їх використання в управлінській діяльності вітчизняних підприємств / Ю.Б. Ремезь. // КНЕУ ім.В. Гетьмана. – 2012. – С. 446–456.
 16. Розумей С.Б. Мерчандайзинг як засіб формування імпульсу покупки. / С.Б. Розумей, Д. М. Величко. // VII Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах», 19–21 травня 2011 р., – К.: НУХТ, 2011. – С. 71–72.

Богун Л.Ю., Розумей С.Б. Классификация интегрированных маркетинговых коммуникаций в местах продаж

Аннотация. В статье рассмотрена сущность интегрированных маркетинговых коммуникаций в местах продаж и их значение для продвижения продукции. Обобщены существующие и предложены новые подходы к классификации маркетинговых коммуникаций в местах продаж.

Ключевые слова: потребитель, интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи, сбыт, предприятие.

Bohun L.Yu., Rozumei S.B. Classification of the integrated marketing communications in the points of sales

Summary. The essence of integrated marketing communications in the points of sales and their importance for the promotion of products is reviewed in this article. Also, existing approaches to the classification of marketing communications in the points of sales are generalized and new ones are proposed.

Keywords: consumer, integrated marketing communications in the points of sales, marketing, business.

Бужимська К.О.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри економіки підприємства,

Житомирський державний технологічний університет

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ ТОРГІВЛІ

Анотація. У статті на основі розрахунку інтегральних індексів проведено оцінку стану та розвитку підприємництва у сфері торгівлі. Запропоновано параметри оцінки і склад показників, що комплексно характеризують стан та розвиток суб'єктів великого, середнього та малого підприємництва в торгівлі.

Ключові слова: підприємництво, торгівля, інтегральні індекси, суб'єкти малого, середнього та великого підприємництва, показники кількісного розвитку, показники фінансового стану, показники ефективності використання ресурсів, показники соціальної ефективності.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки торгівля являє собою вид діяльності, сутність якої визначається процесами товарообміну, купівлі-продажу товарів, їх зберігання та підготовки до продажу, обслуговування покупців, надання їм супутніх послуг. Вона належить до найбільш соціально-значущих видів діяльності, що стосується усіх прошарків населення, суттєво збільшує рівень зайнятості; її внесок у формування валової доданої вартості є найбільшим порівняно з іншими видами економічної діяльності. Так, у 2015 році частка виду економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» у структурі валової доданої вартості дорівнювала 16,2%, що перевищує частку «Переробної промисловості» – 14,0% та «Сільського, лісового та рибного господарства» – 14,2%; частки всіх інших видів економічної діяльності не досягають 10% [1, с. 81–83].

Розвиток підприємництва у сфері торгівлі є першим кроком для розвитку підприємництва в інших сферах економічної діяльності, тому актуальність дослідження стану, динаміки та ефективності діяльності суб'єктів підприємницької діяльності у сфері торгівлі не викликає сумнівів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливої уваги серед останніх публікацій заслуговують монографії, підготовлені колективом авторів Київського національного торговельно-економічного університету під науковим керівництвом доктора економічних наук, професора А.А. Мазаракі [2, 3]. Зазначені наукові праці змістовно розкривають теоретичні та практичні аспекти функціонування та розвитку торгівлі, обґрунтовують роль та функції цього виду діяльності як найбільшої сфери підприємницької діяльності та зайнятості населення.

Питанням інноваційного розвитку підприємств торгівлі присвячені роботи І.О. Орлик, Т.Г. Васильців, С.А. Рудик [4], Л. Федулової [5], З.В. Юринець [6]. Зазначені роботи присвячені новітнім технологіям та методам купівлі-продажу товарів, розвитку торговельних мереж, використанню інновацій у процесі обслуговування покупців, новим підходам до формування товарної політики роздрібних підприємств.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Водночас питанням розвитку підприємництва у сфері торгівлі приділяється недостатньо уваги. Серед праць, що

висвітлюють цю тему, варто відзначити публікацію О.П. Бегларашвілі [7], в якій проаналізовано динаміку основних показників діяльності суб'єктів підприємництва у сфері торгівлі за 2010–2012 рр. Крім того, мало досліджено питання оцінки ефективності розвитку підприємництва у сфері торгівлі. У зв'язку з цим виникає необхідність об'єктивної оцінки результатів діяльності підприємницьких структур у торгівлі.

Метою статті є оцінка ефективності розвитку підприємництва в торгівлі на основі розрахунку інтегральних індексів, що відображають стан та розвиток суб'єктів підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із найчастіше використовуваних методів узагальнювальної оцінки стану та розвитку економічних явищ і процесів є інтегральні індекси. Інтегральні індекси (I_i) розраховуються як середня геометрична з індексів зміни окремих показників стану і розвитку:

$$I_i = \sqrt[n]{I_1 \times I_2 \times \dots \times I_n}, \quad (1)$$

де I₁, I₂, ..., I_n розраховуються як відношення відповідних показників стану та розвитку економічного явища або процесу у звітному періоді до базового.

Такий підхід дає можливість інтегрувати в один показник сукупність показників без використання їх значущості (ваги), з якою вони мають включатися в інтегральний індекс; привести до єдиного знаменника показники, що вимірюються в різних одиницях; забезпечити врахування динаміки окремих показників. Подібний підхід та методика пропонуються для використання під час оцінки стану та розвитку малого підприємництва [8].

Для інтегральної оцінки стану та розвитку підприємництва у сфері торгівлі пропонуємо провести оцінку за такими параметрами, як:

1. Кількісна оцінка. Характеризує динаміку кількісних показників розвитку суб'єктів підприємництва.

2. Фінансова стійкість. Показниками, що характеризують цей параметр, є коефіцієнт автономії, коефіцієнти ліквідності (платоспроможності), співвідношення власних та позикових коштів, показник чистого оборотного капіталу. На жаль, фінансовий стан суб'єктів підприємництва (як у торгівлі, так і загалом в економіці) різко погіршився протягом 2014–2015 рр. Через складні економічні та політичні умови розміри власного капіталу за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» у 2014–2015 рр. мають від'ємні значення (табл. 1).

Така ситуація унеможливує розрахунок основних показників фінансового стану, а також їх індексів, тому для наочності методики оцінки стану та розвитку підприємництва в торгівлі, для оцінки фінансового стану нами були відібрані коефіцієнти ліквідності (загальної, поточної, швидкої та абсолютної).

3. Ефективність використання ресурсів. Цей блок показників має такий склад, як фондовіддача, коефіцієнт оборотності

Таблиця 1

Розмір власного капіталу суб'єктів підприємництва у сфері торгівлі у 2013–2015 рр.

Суб'єкти підприємництва	Розмір власного капіталу на кінець року, млн. грн.			Відхилення, ±	
	2013	2014	2015	2014 до 2013	2015 до 2014
Суб'єкти підприємництва в торгівлі, у т. ч.:	97 560,1	-24 005,6	-67 325,4	-121 565,7	-43 319,8
суб'єкти великого підприємництва	25 918,3	755,9	-14 825,5	-25 162,4	-15 581,4
суб'єкти середнього підприємництва	31 383,5	-24 633,6	-46 202,1	-56 017,1	-21 568,5
суб'єкти малого підприємництва	40 258,3	-127,9	-6297,8	-40 386,2	-6169,9

Джерело: [9; 10; 11]

Таблиця 2

Показники рентабельності (збитковості) операційної діяльності суб'єктів підприємництва в торгівлі

Суб'єкти підприємництва	Рентабельність (збитковість) операційної діяльності, %			Відхилення, ±	
	2013	2014	2015	2014 до 2013	2015 до 2014
Суб'єкти підприємництва в торгівлі, у т. ч.:	10,2	-12,8	-0,9	-23,0	11,9
суб'єкти великого підприємництва	21,8	-1,0	-1,8	-22,8	-0,8
суб'єкти середнього підприємництва	10,2	-12,9	-2,7	-23,1	10,2
суб'єкти малого підприємництва	7,6	-30,5	-8,1	-38,1	22,4

Джерело: [9; 10; 11]

Таблиця 3

Динаміка середньої заробітної плати в економіці та на суб'єктах підприємництва в торгівлі за їхніми розмірами

Суб'єкти підприємництва	Розмір середньої заробітної плати, грн.			Відхилення, %	
	2013	2014	2015	2014 до 2013	2015 до 2014
Всі суб'єкти господарювання	3265	3480	4195	1,07	1,21
Суб'єкти підприємництва в торгівлі, у т. ч.:	3010	3439	4692	1,14	1,36
суб'єкти великого підприємництва*	3351	4135	5588	1,23	1,35
суб'єкти середнього підприємництва*	3001	3252	4361	1,08	1,34
суб'єкти малого підприємництва*	2046	2288	2862	1,12	1,25

* Розраховано автором за [10]

Джерело: [9; 10; 11]

оборотних активів, продуктивність праці, рентабельність активів. Але з огляду на те, що загальний фінансовий результат діяльності суб'єктів підприємництва в торгівлі у 2014–2015 рр. був негативний (табл. 2), що є основною причиною негативного значення розміру власного капіталу, показник рентабельності пропонуємо замінити на частку суб'єктів підприємництва, що отримали прибуток.

Варто відзначити значне зменшення рівня збитковості у 2015 році, що свідчить про покращення ефективності господарювання суб'єктів підприємництва у сфері торгівлі.

4. Соціальна ефективність. Цей параметр характеризує динаміку рівня зайнятості на суб'єктах підприємництва в торгівлі (створення робочих місць), а також динаміку середньої заробітної плати в торгівлі порівняно із середньою заробітною платою в економіці загалом. Цікавою, на нашу думку, є динаміка середньої заробітної плати на суб'єктах підприємництва в торгівлі за розмірами (табл. 3).

Темпи зростання середньої оплати праці в торгівлі є більшими, ніж в економіці загалом, але в розрізі суб'єктів підприємництва за розмірами найнижчою заробітна плата є на малих підприємствах. На нашу думку, це не відповідає дійсності, оскільки більшість малих суб'єктів підприємництва в торгівлі належить до суб'єктів мікропідприємництва (88,8% у 2015 р.), які перебувають на спрощеній системі оподаткування та ведення обліку (фізичні-особи підприємці), має місце прихо-

вування реальних доходів найманих працівників із метою зниження суми витрат на податки та обов'язкові платежі.

Враховуючи вище викладене, пропонуємо такий склад показників стану та розвитку суб'єктів підприємництва в торгівлі (табл. 4).

Джерелом даних для розрахунку є дані Державної служби статистики України. Розрахунки проведені за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» загалом та в розрізі суб'єктів підприємництва за їхніми розмірами (великі, середні, малі). У статті наведено розрахунки всіх показників тільки загалом за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» (табл. 5), за тією ж методикою розраховані показники для великих, середніх та малих суб'єктів підприємництва в торгівлі. Результати розрахунків наведені в таблиці 6.

За розрахованими даними можна дійти таких висновків:

1. У 2014 р. порівняно з 2013 р. загалом за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» та в розрізі за розмірами підприємств стан та розвиток підприємництва погіршився та скоротилися його обсяги. Така ситуація була зумовлена різкою зміною та погіршенням умов господарювання.

2. У 2015 р. порівняно з 2014 р. спостерігається покращення як загалом за видом економічної діяльності, так і в роз-

Показники стану та розвитку суб'єктів підприємництва в торгівлі (СПТ)

Параметри оцінки	Показники	Формула розрахунку
1. Кількісна оцінка	Кількість СПТ на 100 тис. осіб наявного населення	Кількість СПТ ÷ Чисельність населення
	Частка СПТ у загальній кількості суб'єктів підприємництва	Кількість СПТ ÷ Загальна кількість суб'єктів підприємництва
	Обсяг реалізованої продукції СПТ на одного зайнятого працівника	Обсяг реалізованої продукції СПТ ÷ Кількість зайнятого працівників на СПТ
	Середній обсяг реалізованої продукції СПТ в розрахунку на одного СПТ	Загальний обсяг реалізованої продукції СПТ ÷ Кількість СПТ
2. Фінансова стійкість	Коефіцієнт загальної ліквідності	Оборотні активи ÷ Поточні зобов'язання
	Коефіцієнт поточної ліквідності	(Оборотні активи – Запаси) ÷ Поточні зобов'язання
	Коефіцієнт швидкої ліквідності	(Грошові кошти + Поточні фінансові інвестиції) ÷ Поточні зобов'язання
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Грошові кошти ÷ Поточні зобов'язання
3. Ефективність використання ресурсів	Фондовіддача (віддача основних засобів та нематеріальних активів)	Обсяг реалізованої продукції ÷ Середньорічна вартість основних засобів
	Коефіцієнт оборотності оборотних коштів	Обсяг реалізованої продукції ÷ Середньорічний залишок оборотних коштів
	Продуктивність праці найнятих працівників	Обсяг реалізованої продукції ÷ Кількість найнятих працівників
	Частка СПТ, що отримали прибуток	Кількість прибуткових СПТ ÷ Кількість СПТ
4. Соціальна ефективність	Частка зайнятих працівників на СПТ	Кількість зайнятих працівників на СПТ ÷ Загальна чисельність зайнятих працівників в економіці
	Середня чисельність найманих працівників на одному СПТ	Кількість найманих працівників на СПТ ÷ Кількість СПТ
	Чисельність зайнятих на СПТ на 100 тис. економічно активного населення	Кількість найманих працівників на СПТ ÷ Чисельність економічно активного населення
	Соціальна привабливість СПТ	Середньомісячна оплата праці на СПТ ÷ Середньомісячна заробітна плата в економіці

Таблиця 5

Основні показники стану та розвитку суб'єктів підприємництва в торгівлі (СПТ) за 2013–2015 рр.

№ з/п	Показники	2013 р.	2014 р.	I _{2014/2013}	2015 р.	I _{2015/2014}
1	2	3	4	5	6	7
1	Кількість СПТ, од.	110 414	93 972	0,85	93 643	0,996
2	Кількість СПТ на 100 тис. осіб наявного населення	243	219	0,90	219	1,00
3	Загальна чисельність суб'єктів підприємництва, од.	1 722 070	1 932 161	1,12	1 974 318	1,02
4	Частка СПТ у загальній чисельності суб'єктів підприємництва, % (ряд. 1 ÷ ряд. 3 × 100)	6,41	4,86	0,76	4,74	0,98
5	Обсяг реалізованої продукції СПТ, млн. грн.	1 765 625,2	1 782 315,5	1,01	2 126 926	1,19
6	Кількість зайнятих працівників на СПТ, тис. осіб	1156	1015,2	0,88	925,7	0,91
7	Обсяг реалізованої продукції СПТ на одного зайнятого працівника на СПТ, тис. грн. (ряд. 5 ÷ ряд. 6)	1527,4	1755,6	1,15	2297,6	1,31
8	Середній обсяг реалізованої продукції СПТ у розрахунку на одного СПТ, тис. грн. (ряд. 5 ÷ ряд. 1 × 1000)	15 991,0	18 966,5	1,19	22 713,1	1,20
9	Оборотні активи СПТ на кінець року, млн. грн. (Додатково на початок 2013 р. 925 941,5 млн. грн.)	930 514,9	968 579,8	1,04	1 186 489,7	1,22
10	Поточні зобов'язання СПТ на кінець року, млн. грн.	882 789,9	995 878,1	1,13	1 212 225,4	1,22
11	Коефіцієнт загальної ліквідності СПТ на кінець року (ряд. 9 ÷ ряд. 10)	1,05	0,97	0,92	0,98	1,01
12	Запаси на кінець року, млн. грн.	190 731,4	205 624,2	1,08	278 657,2	1,36
13	Коефіцієнт поточної ліквідності ((ряд. 9 – ряд. 12) ÷ ряд. 10)	0,84	0,77	0,91	0,75	0,98
14	Грошові кошти СПТ на кінець року, млн. грн.	56 632,1	70 412,3	1,24	95 898,4	1,36
15	Поточні фінансові інвестиції СПТ на кінець року, млн. грн.	85 200,7	75 670,7	0,89	60 256,1	0,80
16	Коефіцієнт швидкої ліквідності СПТ на кінець року ((ряд. 14 + ряд. 15) ÷ ряд. 10)	0,16	0,15	0,91	0,13	0,88
17	Коефіцієнт абсолютної ліквідності (ряд. 14 ÷ ряд. 10)	0,06	0,07	1,10	0,08	1,12

1	2	3	4	5	6	7
18	Залишкова вартість основних засобів та нематеріальних активів СПТ на кінець року, млн. грн. (Додатково: на початок 2013 р. 79 379,2 млн. грн.)	87 698,9	85 899,7	0,98	93 411,1	1,09
19	Середньорічна залишкова вартість основних засобів та нематеріальних активів СПТ, млн. грн. (2013 р.: на початок 2013 р. 79 379,2 млн. грн. ÷ 2 + ряд. 18. гр. 3 ÷ 2; 2014 р.: ряд. 18 гр. 3 ÷ 2 + ряд. 18 гр. 4 ÷ 2; 2015 р.: ряд. 18 гр. 4 ÷ 2 + ряд. 18 гр. 6 ÷ 2)	83 539,1	86 799,3	1,04	89 655,4	1,03
20	Фондовіддача (ряд. 5 ÷ ряд. 19)	21,14	20,53	0,97	23,72	1,16
21	Середній залишок оборотних активів СПТ, млн. грн. (2013р.: на початок 2013 р. 925 941,5 млн. грн. ÷ 2+ ряд. 9 гр. 3 ÷ 2; 2014 р.: ряд. 9 гр. 3 ÷ 2+ ряд. 9 гр. 4 ÷ 2; 2015 р.: ряд. 9 гр. 4 ÷ 2+ ряд. 9 гр. 6 ÷ 2)	928 228,2	949 547,4	1,02	1 077 534,8	1,13
22	Коефіцієнт оборотності оборотних активів СПТ (ряд. 5 ÷ ряд. 21)	1,90	1,88	0,99	1,97	1,05
23	Кількість найманих працівників, тис. осіб	1129,3	993,4	0,88	899,9	0,91
24	Продуктивність праці СПТ, тис. грн. / особу. (ряд. 5 ÷ ряд. 23)	1563,5	1794,2	1,15	2363,5	1,32
25	Частка СПТ, що отримали прибуток, %	67,2	66,7	0,99	76,1	1,14
26	Загальна чисельність найманих працівників в економіці, тис. осіб	9965,1	9008,3	0,90	8331,9	0,92
27	Частка найманих працівників на СПТ, % (ряд. 23 ÷ ряд. 26 × 100)	11,33	11,03	0,97	10,80	0,98
28	Середня чисельність зайнятих працівників на одному СПТ, осіб (ряд. 6 ÷ ряд. 1)	10	11	1,03	10	0,92
29	Економічно активне населення, тис. осіб	21 980,6	19 920,9	0,91	18 097,9	0,91
30	Чисельність зайнятих на СПТ на 100 тис. економічно активного населення (ряд. 6 ÷ ряд. 29 × 100)	5,3	5,1	0,97	5,1	1,00
31	Середньомісячна оплата праці на СПТ, грн.	3010	3439	1,14	4692	1,36
32	Середньомісячна оплата праці в економіці, грн.	3265	3480	1,07	4195	1,21
33	Соціальна привабливість СПТ (ряд. 31 ÷ ряд. 32)	0,92	0,98	1,07	1,19	1,21

Джерело: розраховано автором за [9, 10, 11, 12]

Таблиця 6

Інтегральні індекси стану і розвитку підприємництва в торгівлі

Індекси	СПТ		СВПТ		ССПТ		СМПТ	
	2014	2015	2014	2015	2014	2014	2014	2015
1. Інтегральний індекс кількісного розвитку підприємництва в торгівлі	0,98	1,11	1,08	1,07	0,99	1,14	1,01	1,15
1.1. Індекс кількості СПТ на 100 тис. наявного населення	0,90	1,00	0,81	0,84	0,87	0,91	0,87	1,05
1.2. Індекс частки СПТ в загальній чисельності суб'єктів підприємництва	0,76	0,98	1,02	0,99	0,94	0,97	0,76	0,98
1.3. Індекс обсягу реалізованої продукції СПТ на одного зайнятого	1,15	1,31	1,19	1,22	1,02	1,36	1,28	1,37
1.4. Індекс обсягу реалізованої продукції на одного СПТ	1,19	1,20	1,38	1,28	1,17	1,40	1,25	1,24
2. Інтегральний індекс фінансового стану СПТ	0,96	0,99	0,35	1,46	1,07	0,78	0,90	0,95
2.1. Індекс коефіцієнту загальної ліквідності	0,92	1,01	0,92	1,18	1,02	0,94	0,90	0,97
2.2. Індекс коефіцієнту поточної ліквідності	0,91	0,98	0,93	1,24	1,01	0,91	0,89	0,91
2.3. Індекс коефіцієнту швидкої ліквідності	0,91	0,88	0,14	1,68	1,03	0,57	0,83	0,91
2.4. Індекс коефіцієнту абсолютної ліквідності	1,10	1,12	0,12	1,84	1,23	0,75	0,98	1,01
3. Інтегральний індекс ефективності використання ресурсів	1,02	1,16	0,93	1,06	0,95	1,25	1,08	1,18
3.1. Індекс фондовіддачі	0,97	1,16	0,94	1,05	0,99	1,26	1,03	1,15
3.2. Індекс коефіцієнта оборотності	0,99	1,05	0,99	0,84	0,92	1,19	1,02	1,09
3.3. Індекс продуктивності праці	1,15	1,32	1,19	1,22	1,02	1,36	1,28	1,37
3.4. Індекс частки СПТ, що отримали прибуток	0,99	1,14	0,68	1,16	0,87	1,20	1,0	1,14
4. Інтегральний індекс соціальної ефективності	1,01	1,02	1,13	1,11	1,05	1,04	0,96	0,99
4.1. Індекс частки найманих працівників на СПТ	0,97	0,98	0,98	0,98	1,03	1,00	0,92	1,01
4.2. Індекс середньої чисельності зайнятих на одному СПТ	1,03	0,92	1,15	1,04	1,14	1,02	0,97	0,91
4.3. Індекс чисельності зайнятих на СПТ на 100 тис. економічно активного населення	0,97	1,00	1,23	1,35	1,02	1,02	0,92	1,00
4.4. Індекс «соціальної привабливості»	1,07	1,21	1,16	1,12	1,02	1,11	1,05	1,04
Загальний інтегральний індекс розвитку підприємництва в торгівлі	0,99	1,07	0,79	1,16	1,01	1,04	0,99	1,06

різі за розмірами суб'єктів підприємництва. Це свідчить, на нашу думку, про адаптацію суб'єктів підприємництва до нових кризових умов господарювання.

За попередніми даними Державної служби статистики України у 2016 р. фінансовий результат до оподаткування великих та середніх підприємств за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» становив 5784,3 млн. грн. прибутку, а частка підприємств, що отримали прибуток, збільшилась на 17,6% [13]. Це свідчить про певне покращення умов господарювання та поступове зменшення впливу кризових явищ на економіку країни, але ми вважаємо, що така динаміка свідчить також про досить високий ступінь адаптивності суб'єктів підприємництва в торгівлі.

Висновки. 1. Стан та розвиток підприємництва в торгівлі у 2013–2015 рр. характеризується різким погіршенням фінансового стану, негативними фінансовими результатами господарювання та скороченням кількості суб'єктів підприємництва, що пов'язано з різким погіршенням умов господарювання.

2. За попередніми даними 2016 р. фінансовий результат діяльності суб'єктів великого та середнього підприємництва в торгівлі має позитивне значення, що свідчить про досить високий рівень адаптивності зазначених суб'єктів.

3. Подальші напрями досліджень, на нашу думку, пов'язані з дослідженням розвитку підприємництва за видом економічної діяльності «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів» за розділами, групами та класами.

Література:

1. Національні рахунки України за 2015 рік. Статистичний збірник. Державна служба статистики. – К. – 2017. – 185 с.
2. Внутрішня торгівля України : монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко та ін. ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 864 с.
3. Оптова торгівля в Україні : монографія / А.А. Мазаракі, Г.М. Богославець, О.М. Трубей, А.М. Носуліч ; за ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 208 с.
4. Орлик І.О. Механізми та засоби активізації інноваційного розвитку підприємств роздрібно торгівлі [Електронний ресурс] / І.О. Орлик, Т.Г. Васильців, С.А. Рудик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 1. – С. 102–109. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2016_1_19
5. Федулова Л. Інноваційність розвитку сфери торгівлі [Електронний ресурс] / Л. Федулова // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2016. – № 3. – С. 17–33. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknteu_2016_3_3
6. Юринєць З.В. Інноваційні технології та інструменти розвитку сфери торгівлі [Електронний ресурс] / З.В. Юринєць // Науковий вісник НЛТУ України. – 2016. – Вип. 26.2. – С. 125–129. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnlту_2016_26.

7. Бегларшвілі О.П. Розвиток великого, середнього та малого підприємництва в оптовій та роздрібній торгівлі України [Електронний ресурс] / О.П. Бегларшвілі // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2014. – Вип. 6(2). – С. 91–94. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_6(2)_24)
8. Интегральные показатели развития малого предпринимательства / доклад по результатам проекта / В.В. Буев, С.В. Мигин и др. – М. : ООО «Вектра», 2007. – 46 с.
9. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за 2013 рік. Статистичний збірник. Державна служба статистики. – К. – 2014. – 498 с.
10. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за 2015 рік. Статистичний збірник. Державна служба статистики. – К. – 2016. – 514 с.
11. Діяльність суб'єктів господарювання за 2015 рік. Статистичний збірник. Державна служба статистики. – К. – 2016 р. – 484 с.
12. Статистичний щорічник України за 2015 рік. Державна служба статистики. – К. 2016. – 575 с.
13. Фінансові результати діяльності великих та середніх підприємств у 2016 р. / Експрес-випуск 14.04.2017 р. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Бужимская Е.А. Развитие предпринимательства в сфере торговли

Анотация. В статье на основе расчета интегральных индексов проведена оценка состояния и развития предпринимательства в сфере торговли. Предложены параметры оценки и состав показателей, которые комплексно характеризуют состояние и развитие субъектов крупного, среднего и малого предпринимательства в торговле.

Ключевые слова: предпринимательство, торговля, интегральные индексы, субъекты малого, среднего и крупного предпринимательства, показатели количественного развития, показатели финансового состояния, показатели эффективности использования ресурсов, показатели социальной эффективности.

Buzhymyska K.O. The development of entrepreneurship in the trade

Summary. The article provides an estimation of the status and development of entrepreneurship in the field of trade on the basis of calculation of the integral index. The evaluation options and indicator composition that fully describe the state and development of subjects of big, medium, and small businesses in the trade are offered.

Keywords: entrepreneurship, trade, integral indexes, subjects of small, medium, and big business, quantitative development indexes, indicators of financial condition, efficient resource use performance indicators, social performance indicators.

Буздиган М.О.,

аспірантка,

Одеський національний економічний університет

КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ, ЩО ВИЗНАЧАЮТЬ ДІЛОВУ АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Статтю присвячено проблемі визначення факторів, що впливають на ділову активність підприємства. Досліджено погляди вчених у цьому напрямі і наведений їх стислий аналіз. Запропоновано авторську класифікацію факторів за середовищем, в якому перебуває підприємство, та за характером їхньої дії на ділову активність підприємства. Проаналізовано вплив відповідних факторів на ділову активність підприємства і зазначено необхідність подальшої їх систематизації для більш ефективного і швидкого реагування на зміни цих факторів.

Ключові слова: ділова активність підприємства, класифікація факторів, зовнішні фактори, внутрішні фактори, вплив факторів.

Постановка проблеми. В умовах розвитку ринкової системи господарювання підприємствам необхідно як швидко й адекватно реагувати на зміни факторів зовнішнього середовища, так і сміливо впливати на ринкове середовище, вміло організовуючи й ефективно використовуючи свій соціально-економічний потенціал. Діяльність суб'єктів господарювання формується зовнішнім і внутрішнім оточенням. А аналіз цього оточення передбачає характеристику бізнес-середовища, його безпосередніх та опосередкованих учасників, взаємовідносин між ними та підприємством, а також визначення факторів впливу [2, с. 21]. Саме тому виявлення цих факторів та групування їх відповідно до класифікаційних ознак є актуальною проблемою будь-якого підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішенням проблеми виявлення факторів впливу на бізнес-середовище та ділову активність підприємства займалися такі відомі вчені, як І.С. Захарченко, В.В. Ковальов, О.Н. Волкова, М.Д. Білик, О.В. Павловська, Н.М. Притуляк, Н.Ю. Невмержицька, Н.Л. Мешкова, Н.М. Гаркуша, І.М. Тихонова, О.С. Левченко [1–7] та багато інших. Всі стверджували, що дослідження цих факторів необхідне для ефективної організації підприємницької діяльності та досягнення стабільного розвитку.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Усебічний аналіз факторів, визначення ступеня впливу того чи іншого фактору на ділову активність підприємства, запропоновані в досліджених працях науковців, показав неоднозначність поглядів на класифікацію тих чи інших факторів та недостатню їх поширеність.

Метою статті є дослідження теоретичних напрацювань у виявленні факторів, що визначають ділову активність підприємства, та зведення їх у єдину класифікацію.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ділова активність є одним із найважливіших факторів, які характеризують бізнес-середовище і визначають ефективність діяльності підприємств. Але на цей фактор також впливає низка факторів, таких як галузева спеціалізація та розміщення підпри-

ємства, можливості використання робочої сили, визначення мети діяльності підприємства, наявність перспектив розвитку підприємства, масштаби організації, стійкість економічного зростання, дотримання заданих темпів розвитку підприємства, характер управління підприємством, рівень виконання стратегічних і тактичних планів, ефективність використання наявних ресурсів виробництва, широта ринків збуту продукції підприємства та ін.

Багато вчених-економістів розділяють фактори, що визначають ділову активність, на внутрішні та зовнішні.

В.В. Ковальов та О.Н. Волкова, наприклад, розглядають дві групи факторів, що відповідають складникам бізнес-простору. Так, до зовнішніх вчені відносять фактори:

- 1) міжнародного рівня, які поєднують у собі загальноекономічні чинники, вплив міжнародної політики та конкуренції;
- 2) національні, що містять політичні, економічні, демографічні чинники;
- 3) ринкові, до яких належать конкурентні, науково-технічні та споживчі чинники [3, с. 370].

До внутрішніх факторів В.В. Ковальов та О.Н. Волкова відносять:

- 1) конкурентну позицію підприємства (мета діяльності (місія), традиції, репетиція, імідж, кваліфікація керівництва та співробітників, частка ринку, стадія життєвого циклу підприємства, територіальне розміщення підприємства, віддаленість від ринків збуту, доступність до матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, рівень адаптивності підприємства до змін ринкової ситуації);
- 2) принципи діяльності (концепція основної діяльності підприємства, форма власності, стимулювання творчої, результативної праці, інноваційна активність підприємства, диверсифікація виробництва, позитивна репутація підприємства);
- 3) ресурси та їх використання;
- 4) маркетингову ситуацію і політику (сегментація ринку (співвідношення масових і цільових ринків збуту, ринкові вікна), товарна, цінова, збутова, комунікаційна, рекламна політика);
- 5) фінансовий менеджмент (структура балансу, платоспроможність, ліквідність, співвідношення власних і позикових коштів, вартість капіталу, структура майна, інвестиційна привабливість, рівень прибутку, рентабельності, дохід на акцію) [3, с. 375].

Така класифікація є розгорнутою і містить у собі надзвичайно велику кількість факторів, але при цьому все одно не враховує деякі дуже важливі з них, діяльність підприємств без яких неможлива. Наприклад, природні та кліматичні умови чи інвестиційні можливості. Фактор природно-кліматичних умов дає розуміння, де доцільно територіально розмістити підприємство, щоб його діяльність мала позитивний економічний ефект; інвестиційний фактор дає зрозуміти, куди і як треба вкладати гроші для отримання такого ефекту. А конкурентну позицію підприємства, яку автори пропонують як внутрішній чинник впливу на

ділову активність підприємства, ми вважаємо зовнішнім фактором, який залежить від поведінки зовнішніх конкурентів і є стимулом для покращення внутрішньої діяльності.

Н.Л. Мешкова також пропонує класифікацію факторів, які визначають ділову активність промислових підприємств, із позиції дії зовнішнього та внутрішнього середовища. Ці фактори продемонстровані на рис. 1.

Отже, як зазначає Н.Л. Мешкова, ділова активність визначає і впливає на результат усієї господарської і фінансово-економічної діяльності, отриманий під дією різних факторів [5, с. 37]. Але, на нашу думку, така класифікація дещо закоротка і не охоплює усіх аспектів діяльності підприємства.

Н.М. Гаркуша також пропонує поділ факторів, що визначають ділову активність, на зовнішні та внутрішні. Але цей поділ автор формує відповідно до учасників діяльності підприємства [2, с. 25].

Отже, як зазначає автор, ринкове середовище, в якому діє підприємство, є зовнішнім, оскільки його формують зовнішні по відношенню до нього суб'єкти економічної діяльності. Насамперед це бізнес-партнери, з якими пов'язані ділові інтереси: клієнти, постачальники, замовники, контрагенти.

Оскільки підприємство функціонує в соціально-економічному просторі, нормативно-правову базу якого формує держава, то ділова активність будь-якого суб'єкта господарювання неможлива без втручання державних та інших органів регулювання, як запевнює Н.М. Гаркуша.

Вчена також вважає, що серйозний вплив на діяльність підприємства мають і конкуренти, переваги яких у технологічній, інноваційній сферах є рушійною силою у пошуку ідей та засобів досягнення більш вагомих результатів у стратегічно важливих галузях діяльності. У зв'язку з тим, що діяльність будь-якого суб'єкта господарювання спрямована на кінцевого споживача, він також своїми вимогами до продукції та фінансовими можливостями впливає на діяльність підприємства.

Ще одним складником бізнес-середовища, як зазначає Н.М. Гаркуша, є внутрішнє середовище підприємства, яке являє собою сукупність агентів, що діють всередині підприємства, та відносин, які виникають у них у процесі фінансово-господарської діяльності (керівництво, співробітники та власники) [2, с. 25].

Тобто поділ факторів відповідно до суб'єктів економічної діяльності допомагає зрозуміти роль того чи іншого учасника в досягненні підприємством високих результатів діяльності. На нашу думку, класифікація є досить точною та розгорнутою і потребує лише деяких уточнень.

І.М. Тихонова впевнена, що на діяльність будь-якої організації здійснюють вплив макроекономічні та мікроекономічні фактори, які мають як позитивні, так і негативні наслідки. Позитивні фактори, такі як стійке зростання випуску продукції, тривале зростання попиту, сприяють покращенню «підприємницького клімату», стимулюють розвиток суб'єкта господарювання. Негативні ж – навпаки, знижують рівень ділової активності в результаті збурень зовнішніх чинників ринкової інфраструктури. Інфляція, відсутність налагоджених зв'язків із постачальниками та контрагентами, відсутність постійних покупців значно уповільнюють процес оборотності грошових засобів. До чинників, що знижують ділову активність, також можна віднести дії промислових і торговельних підприємств, які під час процесу скорочення своєї діяльності прагнуть збільшити резерви готівки [7, с. 53].

У доповненні до висновків І.М. Тихонової О.С. Левченко зауважив, що факторами, які підвищують рівень ділової активності, є елементи як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. До зовнішніх, наприклад, можна віднести зниження бюрократичного пресу або полегшення можливості отримання кредитів підприємствами, що обов'язково повинно супроводжуватися стабільністю і розвиненістю політико-економічної культури країни. Внутрішні ж чинники більше пов'язані з роботою підприємства, його діяльністю у сфері планування, маркетингу. До них входить галузева приналежність підприємств, рівень технічної оснащеності й інтенсивність впровадження розробок, кваліфікація кадрів та ін.

Проведені дослідження вченого виявили такі чинники ділової активності промислових підприємств, що негативно впливають на їхню діяльність, як нестабільна політична та економічна обстановка в країні; низький рівень добробуту населення і його дохідного забезпечення; неефективна організація роботи і брак кваліфікованих кадрів; недоліки в законодавчому контролі; складність надання звітів організа-



Рис. 1. Основні фактори, що впливають на ділову активність підприємств

Джерело: [5, с. 37]

цій; недовіра до банківської системи; нерозвиненість судової влади [4, с. 12].

Тобто автори серед факторів, що визначають ділову активність підприємств, виділяють позитивні та негативні. На нашу думку, такий поділ є недоречним, оскільки не об'єднує фактори у класифікаційні групи, а показує результат їхньої дії на організацію діяльності підприємства. А різні фактори на різних стадіях розвитку підприємства впливають на ділову активність по-різному. У такому разі позитивні фактори на етапі ліквідації підприємства можуть ставати негативними, і навпаки. Наприклад, кількість конкурентів на ринку на етапі відкриття нового підприємства і його становлення тільки стимулює його діяльність, а на етапі спаду – прискорює банкрутство та ліквідацію.

Виходячи з проаналізованого вище, можна побачити, що проблемі класифікації факторів визначення ділової активності підприємства приділяється не так багато уваги. Вчені-економісти намагаються аналізувати саме показники її оцінки, а не звертають увагу на фактори, які її визначають і впливають на неї.

Під час визначення факторів, що впливають на ділову активність, потрібно враховувати, що:

- фактори є рухомою та динамічною величиною;
- складність визначення факторів зумовлена наявністю зв'язків між ними та різноманітністю наслідків позитивного чи негативного впливу;
- взаємозв'язки між факторами характеризуються міцною залежністю змін одного фактора до іншого;
- через різні темпи змін факторів спостерігається неточність і невизначеність інформації для аналізу ділової активності.

Узагальнення підходів до класифікації факторів, що визначають ділову активність, дало змогу отримати комплексне уявлення, яке запропоноване в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація факторів, що визначають ділову активність підприємства

Група факторів	Фактори, що визначають ділову активність підприємства
За середовищем, в якому перебуває підприємство	
Зовнішні фактори	Економічні
	Політико-правові
	Ринкові
	Технологічні
	Природо-кліматичні
Внутрішні фактори	Соціально-демографічні
	Інвестиційні
	Виробничі
	Менеджменту
	Фінансового характеру
	Маркетингові
За характером їхньої дії на ділову активність підприємств	
Інтенсивні	Якісні фактори
Екстенсивні	Кількісні фактори

Поділ факторів на зовнішні і внутрішні запропонований вченими, праці яких ми аналізували попередньо. Такий поділ є загальним і обґрунтований бізнес-середовищем, в якому працює суб'єкт господарювання.

Зовнішні фактори визначають можливості для функціонування підприємства і, на нашу думку, класифікуються таким чином:

1) економічні фактори – рівень інфляції, цінове регулювання, грошова-кредитна політика, купівельна спроможність населення, стадія життєвого циклу економіки, середній рівень заробітної платні, податкова політика та ін.;

2) політико-правові фактори – законодавча база, умови стандартизації продукції, політична обстановка в країні, нормативно-правове регулювання діяльності підприємств, державний контроль і регулювання діяльності підприємств, рівень протекціонізму та ін.;

3) ринкові фактори – наявність конкурентів, розміщення виробничих вил, наявність необхідних ресурсів на ринках, економічні зв'язки з учасниками ринку, умови проникнення на ринок та ін.;

4) технологічні фактори – рівень техніки і технологій, розвиток науково-технічного прогресу, впровадження інновацій, питома вага наукоємних виробництв і продукції та ін.;

5) природно-кліматичні фактори – стан навколишнього середовища, природні умови, територіальне розміщення природних ресурсів, якість і кількість природних ресурсів та ін.;

6) соціально-демографічні фактори – наявність кваліфікованих кадрів, соціально-демографічне середовище, суспільне ставлення до діяльності підприємств, кількість потенційних споживачів, профспілкова активність та ін.

Беззаперечно, аналіз зовнішніх факторів є необхідністю кожного підприємства. Але оскільки вплинути на дію того чи іншого фактору підприємство не в змозі, то його метою є розроблення різноманітних варіантів реагування на зміни зовнішнього середовища.

Внутрішні фактори впливають безпосередньо на підприємство і характеризують його діяльність. З нашої точки зору, доцільно класифікувати їх відповідно до аспектів, які визначають сутність поняття ділової активності підприємства.

Інвестиційні фактори проявляються в ефективності використання інвестиційних ресурсів, залучених для функціонування підприємства, через різноманітні інструменти. Наприклад, випуск цінних паперів, придбання необхідних необоротних активів, використання прибутку на придбання цінних паперів.

Виробничі фактори характеризують процес організації виробництва продукції, виконання робіт чи надання послуг, виробничий потенціал підприємства, рівень спеціалізації та можливості виробничої диверсифікації. Вони оцінюються за допомогою таких показників, як обсяг виготовленої продукції, продуктивність праці, тривалість виробничого циклу та ін.

Фактори менеджменту виявляються у правильній організації діяльності, що втілюється у прийнятті обґрунтованих і зважених управлінських рішень. Їх можна проаналізувати за допомогою компетенцій керівників підприємства, кваліфікації управлінського персоналу, формування мети діяльності та іміджу компанії, рівня вмотивованості робітників, підприємницької орієнтації та політики ведення бізнесу.

Фактори фінансового характеру виявляються у здатності забезпечувати фінансування підприємства, тобто обсягу і вартості авансованого в нього капіталу і доцільності його використання. Саме ці фактори більшою мірою впливають на визначення ділової активності підприємства. Вони знаходять своє відображення у розмірах власного та позикового капіталу, рівні заборгованості, фінансовій стабільності, ліквідності, прибутковості.

Маркетингові фактори розглядають способи зацікавлення споживачів у придбанні товарів, робіт чи послуг організації. Вони визначаються широтою асортименту продукції, підвищенням її якості, ефективністю реклами та збуту продукції, можливістю завоювання нових ринків.

Інноваційні фактори виявляються у впровадженні у виробництво нових технологій, технік чи інших інновацій для збільшення економічної вигоди підприємства. Ці фактори можуть оцінюватися рівнем оновлення устаткування, наявними розробками та винаходами, науково-технічним потенціалом та ін.

За характером дії нами запропоновано розділити фактори на інтенсивні та екстенсивні. Іntenсивні фактори виражають якісні ознаки й особливості роботи підприємства та його навколишнього середовища. Це такі фактори, як імідж, репутація підприємства, його конкурентоспроможність, кваліфікація керівництва та співробітників, рівень впровадження нової техніки і технології виробництва, виконання робіт та надання послуг, характер використання ресурсів, якість продукції, інвестиційна привабливість, розширення номенклатури продукції, результативність податкової, грошово-кредитної, збутової, рекламної політики, напрями розвитку компанії, продуктивність праці та ін.

Екстенсивні фактори висловлюють кількісну визначеність ділової активності підприємства. До таких факторів можна віднести рівень інфляції, рівень цін, обсяг виготовленої продукції, розмір власного та позикового капіталу, кількість робітників, розмір авансованих ресурсів, вартість сировини та обладнання, величину активів підприємства, обсяг виручки від реалізації продукції, величину запасів, відсотки за кредитами та депозитами, вартість придбаних акцій та ін. Тобто усі фактори, які виражаються у певній величині.

З огляду на велику кількість факторів, що визначають ділову активність підприємства, зазначимо, що у процесі оцінки діяльності підприємства варто виділяти ті з них, які безперечно впливають саме на конкретне аналізоване підприємство. Тобто якщо це підприємство-монополіст, то недоцільно розглядати фактор конкуренції та оцінювати його вплив. Крім цього, необхідно зазначити, який із перелічених факторів має максимальний вплив на діяльність підприємства, і визначити характер цього впливу.

Отже, окрім класифікації самих факторів ділової активності, представимо класифікаційні характеристики впливу факторів на ділову активність підприємства, опираючись на роботи Н.М. Гаркуші, І.М. Тихонової та О.С. Левченко, на рис. 2.

Як ми бачимо на рис. 2, відповідно до учасників, що впливають на діяльність підприємства, розрізняють безпосередній вплив, тобто вплив учасників, які працюють на підприємстві та

зацікавлені у позитивному ефекті діяльності підприємства. Як констатувала Н.М. Гаркуша, це власники, керівники, співробітники підприємства. На нашу думку, необхідно співробітників розділити на робітників фінансової сфери (фінансовий директор, бухгалтері, економісти) та інших робітників, оскільки для визначення ділової активності найважливіша сфера аналізу – фінансова сфера.

Опосередкований вплив – це вплив сторонніх суб'єктів діяльності, які формують середовище, в якому функціонує підприємство. До цих учасників Н.М. Гаркуша відносить державу, конкурентів, контрагентів, споживачів. На нашу думку, необхідно виділити в окрему категорію ще таких учасників, як банки, оскільки саме вони обслуговують майже всі підприємства і своєю політикою впливають на їхню діяльність.

За характером дії на діяльність підприємства і на його ділову активність зокрема вчені І.М. Тихонова та О.С. Левченко, як було вже зазначено, виокремлюють негативний та позитивний вплив. Негативний вплив призводить до неприбуткової діяльності підприємства і, як наслідок, до банкрутства та ліквідації підприємства. Позитивний вплив, навпаки, допомагає розвитку підприємства, а у кризових ситуаціях дає змогу прийняти рішення щодо усунення негативних наслідків і проблем.

Висновки. Представлена класифікація факторів, що визначають ділову активність підприємства, дає змогу охарактеризувати сутність цього поняття, виявити вплив того чи іншого фактора на підприємство та проконтролювати його. Це дасть змогу точніше проаналізувати та оцінити ефективність діяльності підприємства, приймати обґрунтовані управлінські рішення для забезпечення високого результату і вдало управляти підприємством, допоможе оцінити виробничі і збутові можливості підприємства, підтримати конкурентоспроможність, охарактеризувати дієвість менеджменту, а також обрати нововведення, упровадження та розвиток яких дасть позитивний довгостроковий економічний ефект, вдосконалив виробничі та організаційні процеси на підприємстві та створить низку конкурентних переваг, які визначають місце підприємства на відповідному ринку.

Література:

1. Білик М.Д., Павловська О.В., Пригуляк Н.М., Невмержицька Н.Ю. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 592 с.
2. Гаркуша Н.М. Ділова активність підприємства: сутність та методика аналізу: Монографія / За ред. проф. Н.М. Гаркуші. – Харк. держ. ун-т харч. та торг. – Харків, 2016. – 182 с.
3. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 424 с.
4. Левченко А.С. Оценка и механизм повышения деловой активности промышленного предприятия: автореф. на соискание уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.05 / А.С. Левченко – Белгород, 2013. – 24 с.



Рис. 2. Різновиди впливу факторів на ділову активність підприємства

5. Мешкова Н.Л. Економічна сутність ділової активності промислового підприємства. – Економічний вісник Донбасу № 1 (31), 2013. – С. 36–39.
6. Снитко Л.Т. Управление деловой активностью организаций потребительской кооперации: теоретические основы и методическое обеспечение: [мон. графия] / Л.Т. Снитко, Л.Е. Клименко. – Белгород: Кооперативное образование, 2010. – 322 с.
7. Тихонова І.М. Ділова активність підприємства: складові та чинники впливу / І.М. Тихонова // Аграрний вісник Причорномор'я. – 2010. – № 53. – С. 53.

Буздыган М.А. Классификация факторов, определяющих деловую активность предприятия

Аннотация. Статья посвящена проблеме определения факторов, влияющих на деловую активность предприятия. Исследованы взгляды ученых в этом направлении и приведен их краткий анализ. Предложена авторская классификация факторов, исходя из среды, в которой находится предприятие, и характера их воздействия на деловую активность предприятия. Проанализировано влияние указанных факторов на деловую

активность предприятия и отмечена необходимость дальнейшей их систематизации для более эффективного и быстрого реагирования на их изменения.

Ключевые слова: деловая активность предприятия, классификация факторов, внешние факторы, внутренние факторы, влияние факторов.

Buzdyhan M.O. The classification of factors determining the business activity

Summary. The article is devoted to the problem of determining factors affecting the business activity. The views of scientists in this direction are studied and their brief analysis is given. It is proposed the author's classification of factors based on the environment, in which the enterprise is located, and by the nature of their impact on the business activity. The influence of these factors on the business activity of the enterprise is analysed and the need for their further systematization for reacting to be more efficiently and quickly to their changes is noted.

Keywords: business activity, classification of factors, external factors, internal factors, factors' influence.

*Гайденко С.М.,
асистент кафедри економіки підприємств,
бізнес-адміністрування та регіонального розвитку,
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

ПОБУДОВА АЛГОРИТМУ ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТЛОВО–КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Анотація. Стаття присвячена визначенню комплексу взаємопов'язаних дій, які базуються на відповідному інформаційно-аналітичному забезпеченні, інструментарії, що, на відміну від наявних, дає змогу здійснити оцінку стану та напрямів функціонування підприємств житлово-комунального господарства та забезпечити реалізацію стратегії їх розвитку. Запропоновані дії враховують особливості взаємодії із зацікавленими особами і трансформації, що відбуваються у зовнішньому економічному середовищі. Визначено механізм формування стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства та запропоновано інструменти для його впровадження.

Ключові слова: алгоритм, механізм, стратегія розвитку, SWOT-аналіз, сценарний підхід, підприємства житлово-комунального господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стан і перспективи розвитку підприємств житлово-комунального господарства досліджують А.Е. Ачкасов, П.Т. Бубенко, О.В. Димченко, В.О. Онищенко, В.П. Решетило. Теоретико-методичні положення щодо розроблення і впровадження стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства обґрунтовані в дослідженнях М.І. Долішнього, Т.В. Момот, Г.В. Назарової, І.М. Писаревського. У результаті аналізу наукових праць вітчизняних вчених можна дійти висновку про відсутність цілісного сприйняття механізму реалізації стратегії розвитку підприємств, що й зумовило вибір напрямку дослідження.

Метою статті є аналіз та надання пропозицій щодо удосконалення алгоритму формування механізму реалізації стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для забезпечення розвитку підприємств житлово-комунального господарства необхідно визначити основні напрями та механізм реалізації стратегії розвитку. Для розроблення стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства на підставі попередніх досліджень пропонується використовувати сценарний підхід, який полягає у застосуванні інструментарію і дає змогу здійснити вибір сценарію розвитку підприємств житлово-комунального господарства в майбутньому з огляду на особливості зовнішнього і внутрішнього середовища та функціонування житлово-комунальної сфери.

У межах сценарного підходу здійснюється розроблення логічних і структурованих варіантів майбутнього розвитку підприємств житлово-комунального господарства, що створює підґрунтя для вибору найбільш оптимальних напрямів розвитку і переходу в межах стратегії від песимістичного до нормального й у подальшому до оптимістичного плану роз-

витку. Використання сценарного підходу забезпечить реалізацію комплексу взаємопов'язаних дій, які характеризуються відповідними напрямками, застосуванням інструментарію щодо прийняття управлінських рішень.

Для розроблення стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства необхідно здійснити відповідні етапи. Зокрема, на першому етапі формуються цілі, основні параметри, важливі питання, які виникають у процесі розвитку підприємств житлово-комунального господарства. У межах цього процесу варто відзначити, що метою розроблення стратегії є формування і реалізація напрямів розвитку підприємств житлово-комунального господарства з огляду на запропоновані сценарії. До основних заходів необхідно віднести:

- забезпечення якості наданих житлово-комунальних послуг;
- підвищення ефективності взаємодії підприємств житлово-комунального господарства зі споживачами послуг;
- формування ефективної системи управління підприємствами житлово-комунального господарства та його структурними елементами, забезпечення взаємодії на всіх рівнях управлінської роботи;
- гармонізацію стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства із Національною економічною стратегією розвитку України та напрямками взаємодії із країнами Європейського Союзу;
- розроблення пропозицій щодо удосконалення нормативно-правової бази функціонування підприємств житлово-комунального господарства і забезпечення ефективності виконання наявних законодавчих актів;
- забезпечення зростання обсягів інвестицій у сферу житлово-комунального господарства та реалізацію інноваційних процесів;
- демонополізацію сфери житлово-комунального господарства, зниження впливу державних інституцій на управління житлово-комунальним комплексом;
- забезпечення відкритості формування і використання фінансових ресурсів, які спрямовуються на підприємства житлово-комунального господарства.

Конкретизуючи ці питання, необхідно визначити, у якому стані і на яких позиціях перебувають підприємства житлово-комунального господарства; які горизонти розвитку можуть бути досягнуті у майбутньому; які перешкоди виникають і як їх вирішувати у контексті розроблення і впровадження стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства; визначити напрями реалізації стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства.

На другому етапі реалізуються заходи щодо формування інформаційно-аналітичного забезпечення функціонування під-

приємств житлово-комунального господарства. У цьому контексті важливе значення має повнота, достовірність, доступність інформації з огляду на особливості взаємодії зі всіма зацікавленими особами, які функціонують у сфері житлово-комунального господарства.

Далі здійснюється аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, в якому функціонують підприємства житлово-комунального господарства; найбільш поширеним інструментарієм є SWOT-аналіз (табл. 1). Цей аналіз спрямований на виявлення сильних і слабких сторін функціонування житлово-комунального комплексу, визначення можливостей і загроз із огляду на особливості функціонування на сучасному етапі економічних перетворень.

Крім того, в процесі SWOT-аналізу визначаються:

- тенденції розвитку ринку житлово-комунальних послуг та поведінка споживачів, які обслуговують підприємства житлово-комунального господарства;

- структура наданих послуг та коло зацікавлених осіб, які взаємодіють у межах житлово-комунального господарства;

- конкурентне середовище на підприємствах житлово-комунального господарства; законодавство, соціально-економічна й політична ситуація;

- зовнішньополітичний вплив на функціонування підприємств житлово-комунального господарства; тарифна політика, її обґрунтованість та соціальна орієнтованість, гармонізація різних сторін реалізації тарифної політики;

- стан та рівень технологічного розвитку підприємств житлово-комунального господарства та екологічне середовище і вплив підприємств ЖКГ на нього;

- кваліфікація та мотивація персоналу галузі та менеджмент підприємств житлово-комунального господарства;

- характеристика системи збуту наданих житлово-комунальних послуг та робота з інкасації дебіторської заборгованості; формування і реалізація комунікацій у сфері житлово-комунального господарства, забезпечення взаємодії із зацікавленими особами;

- рекламна активність та орієнтованість її на споживачів житлово-комунальних послуг та ін.

Під час проведення SWOT-аналізу здійснюється внутрішній аудит житлово-комунального комплексу загалом і відповідних підприємств зокрема. При цьому визначаються слабкі та сильні сторони підприємств житлово-комунального господарства. Крім того, особливою ролі набуває визначення можливостей і загроз, що виникають у процесі функціонування підприємств житлово-комунального господарства. У цьому контексті варто вказати на необхідність побудови матриці загроз із боку конкурентних сил і можливості, які надаються ринком.

Під час побудови матриці загроз із боку конкурентів визначається:

- ймовірність реалізації загроз, які ранжуються за рівнем (висока, середня, низька);

- наслідки загроз (руйнівні, тяжкі, легкі).

Поряд із цим матриця можливостей, які надаються ринком, містить:

- ймовірність використання можливостей підприємств житлово-комунального господарства (висока, середня, низька);

- вплив можливостей (сильний, помірний, малий).

Далі здійснюється комплексна оцінка можливостей і загроз з урахуванням слабких і сильних сторін підприємств житлово-комунального господарства.

Варто відзначити, що зниження загроз і виявлення стратегічних можливостей забезпечить концентрацію і високий

Таблиця 1

Характеристика SWOT-аналізу, який використовується для оцінки зовнішнього і внутрішнього середовища, в якому функціонують підприємства житлово-комунального господарства

Напрями SWOT-аналізу	Характеристика
Визначення внутрішніх сильних сторін функціонування підприємств житлово-комунального господарства	Виявлення факторів, які характеризують внутрішні сильні сторони функціонування підприємств житлово-комунального господарства, що можуть містити такі параметри, як стан та рівень кваліфікації і мотивації робітників галузі, технічний та технологічний рівень, система управління, стан підприємства, ринкове місце, споживачі, партнери та інші зацікавлені особи.
Виявлення внутрішніх слабких сторін функціонування підприємств житлово-комунального господарства	Характеристика факторів, які негативно впливають на функціонування підприємств житлово-комунального господарства та гальмують його розвиток, це «вузькі місця», які визначаються менеджментом і можуть бути усунені самостійно (незадовільний рівень якості наданих житлово-комунальних послуг, збитковість або низька результативність підприємств житлово-комунального господарства, значні витрати, низька кваліфікація персоналу, низький технічний і технологічний рівень, зниження репутаційних складників, низька конкурентоздатність і кредитоздатність, неефективна внутрішня система управління підприємствами ЖКГ).
Визначення зовнішніх можливостей функціонування підприємств житлово-комунального господарства	Оцінка та характеристика факторів, які забезпечують зростання основних показників функціонування підприємств житлово-комунального господарства в контексті розвитку представленої сфери (активне застосування державно-приватного партнерства, удосконалення нормативно-правової бази з боку державних інституцій, низький рівень конкуренції, розроблення і реалізація програм розвитку підприємств житлово-комунального господарства, їх підтримка з боку держави).
Визначення зовнішніх загроз функціонування підприємств житлово-комунального господарства	Характеристика зовнішніх факторів, які гальмують розвиток підприємств житлово-комунального господарства та на які не впливає менеджмент, але які дають можливість попереджувати і застрахуватись від них (зростання цін на енергоносії, нестабільна соціально-економічна і політична ситуація, зміна в технологіях, постійна зміна законодавства, зростання витрат у зв'язку зі змінами у законодавстві, зовнішньополітичні фактори, низька інвестиційна привабливість з боку внутрішніх і зовнішніх інвесторів житлово-комунального господарства).

рівень ефективності та результативності використання всіх видів ресурсів підприємств житлово-комунального господарства. Поряд із цим необхідно значно фокусувати увагу і здійснювати моніторинг відповідних загроз, створювати підґрунтя для їх попередження.

Отже, можливості, які потребують значних ресурсів і здійснення управлінських дій для їх реалізації в межах житлово-комунального комплексу на регіональному рівні, ранжуються як посередні або значні. Водночас можливостям, що реалізуються із несуттєвою іммобілізацією всіх видів ресурсів і здійсненням управлінської роботи, присвоюється ранг низьких.

Для реалізації виявлених можливостей у межах стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства визначаються джерела фінансування напрямів їх виконання. У статті запропоновані такі джерела фінансування для реалізації можливостей підприємств ЖКГ, як:

- кошти, які отримані від споживачів житлово-комунальних послуг;
- фінансові ресурси, які надходять від організацій або об'єднань споживачів житлово-комунальних послуг;
- дотації, що надходять із місцевого бюджету у вигляді різниці в тарифах;
- асигнування із місцевого бюджету у вигляді покриття субсидій і пільг, які надаються окремим групам споживачів житлово-комунальних послуг;
- кошти, які виділяються із місцевого бюджету на формування і використання міської інфраструктури;
- одноразові або несистемні внесення фізичних і юридичних осіб, які виділяються на реалізацію окремих заходів щодо технічної підтримки, ремонту та удосконалення основних засобів та мереж підприємств житлово-комунального господарства;
- кошти місцевих бюджетів, які формуються і використовуються на розвиток підприємств житлово-комунального господарства, на реалізацію відповідних програм, формування інфраструктури та ін.;

– кошти державного бюджету, які виділяються на державну підтримку підприємств ЖКГ, забезпечення відповідних пільг, здійснення ремонту об'єктів жилого-комунального господарства та ін.

Для впровадження стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства розроблено алгоритм формування механізму її реалізації (рис. 1).

На основі аналізу розробленого алгоритму формування механізму реалізації стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства фокусується увага на забезпеченні взаємодії між зацікавленими особами (споживачі послуг житлово-комунальних послуг, центральні органи державної влади, місцеві органи державної влади, інші зацікавлені особи) і житлово-комунальними підприємствами, гармонізації їх інтересів із зростанням взаємної ефективності та результативності. Зокрема, під час взаємодії між підприємствами ЖКГ і споживачами послуг, з одного боку, забезпечується високий рівень якості наданих послуг, а з іншого – створюються умови для своєчасного і повного їх погашення. Під час взаємодії між житлово-комунальними підприємствами і органами державної влади забезпечується постійний зворотний зв'язок із широкого кола питань, врахування рекомендацій підприємств для органів державної влади у розробленні тарифної політики, реалізації загальнодержавної стратегії розвитку підприємств ЖКГ, впровадженні і фінансуванні відповідних програм та ін. Взаємодія між житлово-комунальними підприємствами і органами місцевої влади повинна здійснюватись на принципах партнерства для забезпечення постійного та відкритого діалогу із широкого кола питань, особливо щодо підвищення ефективності і результативності управління та функціонування.

У застосуванні алгоритму механізму реалізації стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства важливе значення має взаємодія житлово-комунальних підприємств з іншими зацікавленими особами, оскільки за останні роки значно зростає їх значення. Так, фокусується увага на

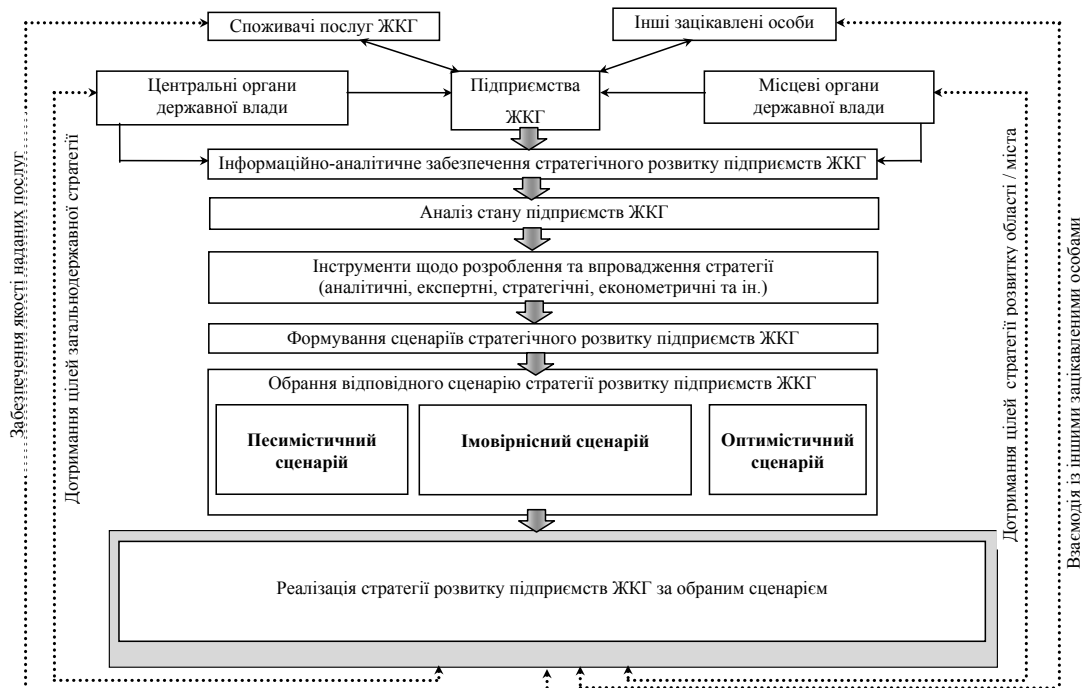


Рис. 1. Алгоритм формування механізму реалізації стратегії розвитку підприємств ЖКГ

взаємодії житлово-комунальних підприємств із фінансовими установами щодо залучення кредитних ресурсів, інвесторів для забезпечення використання інвестиційних ресурсів, екологічними організаціями щодо поліпшення екологічного стану та ін.

У межах алгоритму формування механізму реалізації стратегії розвитку підприємств ЖКГ створюється і використовується інформаційно-аналітичне забезпечення стратегічного розвитку підприємств житлово-комунального господарства, проводиться аналіз стану та динаміки їх розвитку, визначаються та характеризуються інструменти щодо розроблення та впровадження стратегії. У рамках стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства запропоновано застосовувати аналітичні, стратегічні, економетричні та ін. інструментарії. На основі проведеного аналізу стану та функціонування підприємств ЖКГ із використанням відповідного інструментарію, встановленими причинно-наслідковими зв'язками між рівнем сплати за надані житлово-комунальні послуги і економічними показниками, визначеними слабкими і сильними сторонами діяльності підприємств житлово-комунального господарства із врахуванням можливостей і загроз здійснюється вибір сценарію їхнього розвитку (песимістичний, посереднього розвитку, оптимістичний).

При цьому у рамках відповідного сценарію розробляється і реалізується комплекс відповідних дій, важливість яких визначається на основі думок експертного середовища, що забезпечує реалізацію стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства. Варто зазначити, що у рамках запропонованого алгоритму формування механізму реалізації стратегії розвитку підприємств ЖКГ встановлені зворотні зв'язки. Так, під час реалізації стратегії розвитку необхідно враховувати рівень та якість взаємодії із зацікавленими особами:

- із споживачами послуг житлово-комунальних послуг щодо забезпечення якості наданих послуг; якщо відбувається зростання, тоді реалізується стратегія, якщо ні, то здійснюються відповідні зміни та корективи, починаючи із самого початку реалізації відповідного механізму;

- із центральними органами державної влади щодо дотримання цілей загальнодержавної стратегії;

- із місцевими органами державної влади щодо дотримання цілей стратегії розвитку міста (області), яка впливає на формування та реалізацію стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства;

- з іншими зацікавленими особами, які впливають на реалізацію стратегії, під час формування фінансової, економічної, екологічної, соціальної та ін. політики.

Висновки. Запропонований алгоритм формування механізму реалізації стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства являє собою комплекс взаємопов'язаних дій, які базуються на відповідному інформаційно-аналітичному забезпеченні, інструментарії, що дає змогу здійснити оцінку

стану та напрямів функціонування підприємств ЖКГ і забезпечити реалізацію стратегії їхнього розвитку з огляду на особливості взаємодії із зацікавленими особами та трансформації, що відбуваються у зовнішньому економічному середовищі.

Література:

1. Величко В.В. Актуальні питання управління підприємствами житлово-комунального господарства в сучасних економічних умовах / В.В. Величко, С.М. Гайденко // Економіка та суспільство. – 2016. – № 4. – С. 119–126.
2. Величко В.В. Наукові складники розробки стратегії розвитку підприємств житлово-комунального господарства / В.В. Величко, С.М. Гайденко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. – 2016. № 19. С. 57–61.

Гайденко С.Н. Построение алгоритма формирования механизма реализации стратегии развития предприятий жилищно-коммунального хозяйства

Аннотация. Статья является посвящена определению комплекса взаимосвязанных действий, основанных на соответствующем информационно-аналитическом обеспечении, инструментария, который, в отличие от существующих, позволяет осуществить оценку состояния и направлений функционирования предприятий жилищно-коммунального хозяйства и обеспечить реализацию стратегии их развития. Предложенные действия учитывают особенности взаимодействия с заинтересованными лицами и трансформации, происходящие во внешней экономической среде. Определен механизм формирования стратегии развития предприятий жилищно-коммунального хозяйства и предложены инструменты для его внедрения.

Ключевые слова: алгоритм, механизм, стратегия развития, SWOT-анализ, сценарный подход, предприятия жилищно-коммунального хозяйства.

Haidenko S.M. Construction of the algorithm of forming a mechanism for implementing the development strategy of enterprises of housing and utilities

Summary. The article is the result of research and is dedicated to the definition of a set of interrelated activities, based on appropriate information and analytical support, tools that, unlike the existing ones, allow for the assessment of trends and operation of housing and municipal services and ensure implementation of the development strategy. The proposed actions consider features of an interaction with stakeholders and transformations occurring in the external economic environment. The mechanism of development strategy formation for enterprises of housing and communal services is determined and tools for its implementation are proposed.

Keywords: algorithm, mechanism, development strategy, SWOT-analysis, scenario approach, enterprises utilities.

*Городня Т.А.,**к.е.н., доцент,**доцент кафедри економіки,**Львівський торговельно-економічний університет**Пилипців М.І.,**аспірант кафедри економіки,**Львівський торговельно-економічний університет*

ДІАГНОСТИКА РИНКОВОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА УВЕДЕННЯ ІННОВАЦІЙ

Анотація. Проведено аналіз досліджень діагностики ринкового середовища підприємства, визначено низку наукових підходів. Розглянуто важливість проведення діагностики середовища для введення інноваційної продукції. Розраховано показники концентрації для окремого підприємства, визначено коло його конкурентів і проведено діагностичне дослідження та аналіз інноваційної діяльності окремого підприємства.

Ключові слова: інновації, діагностика, ринкове середовище, інноваційний розвиток, структура, показники, інноваційна діяльність, показник концентрації, індекс, ринок, нова продукція.

Постановка проблеми. Динамічний розвиток ринкового середовища, відсутність економічної стабільності та непередбачуваність протікання ринкових процесів, особливо в кризовий період, вимагають від підприємства більш ретельного підходу до процесу формування виробничої програми в контексті введення інновацій, у рамках якого важливо проводити діагностику та комплексний аналіз ринкового середовища, тому сучасні економічні умови вимагають проведення детальної діагностики ринкового середовища задля інтенсивної інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринкове середовище підприємств, які функціонують в окремих галузях, має свою специфіку.

Дослідженню ринкового середовища підприємства присвячено роботи видатних зарубіжних учених, а саме: М. Альберта, І. Ансоффа, В. Афанасьєва, М. Мескона, Р. Уотермена, Ф. Хедоурі, Д. Томсона, Н. Парахіної, Р.Холла, Л. Ушвицького, Е. Уткіна та ін. Особливості ринкового середовища державних установ і організацій висвітлено в роботах Х. Рейні, Ф. Доббін, Ф. Селзник.

Дослідженню теоретичних та практичних питань проведення аналізу ринкового середовища для досягнення рівня конкурентоспроможності підприємств присвячено багато робіт вітчизняних та зарубіжних учених. Так, у роботі А. Денисової [3] розглянуто неформалізовані методи оцінки підприємств. У роботах Ю. Іванова [4] та О. Тищенко [5] докладно розглянуто методи інтегральної оцінки підприємств. І. Ансофф [1] приділяє увагу конкурентному позиціонуванню підприємства в ринковому середовищі.

Нагромадження в науковій літературі великого обсягу матеріалу щодо питань оцінки зовнішнього ринкового середовища підприємств зумовлює необхідність його впорядкування та всебічної діагностики.

Зазначимо, що неоднозначність концептуальних підходів до проведення діагностики ринкового середовища як передумови

уведення інновацій, недостатнє опрацювання методологічних і прикладних питань щодо методів і прийомів діагностування вимагають поглиблення наукових досліджень у цій сфері.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття, складається з дослідження методів і прийомів діагностики ринкового середовища для успішного введення інновацій на підприємстві.

Мета статті полягає у дослідженні методів діагностики ринкового середовища для подальшого введення інноваційної продукції та проведенні її на прикладі конкретного підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентне ринкове середовище – це результат і умови взаємодії великої кількості суб'єктів ринку, що визначає відповідний рівень економічного суперництва і можливість впливу окремих економічних агентів на загальну ринкову ситуацію. Важливим є те, що конкурентне середовище утворюється не лише і не стільки власне суб'єктами ринку, взаємодія яких викликає суперництво, але в першу чергу – відносинами між ними [6].

Діагностика ринкового середовища як перший етап введення інноваційної продукції передбачає дослідження компонентів зовнішнього середовища, з яким підприємство безпосередньо контактує в процесі господарської діяльності. Воно включає споживачів продукції, постачальників, конкурентів та ринок робочої сили.

Так, для введення інноваційної продукції певного підприємства на ринок необхідно провести діагностику ринкового середовища. Проведемо дослідження на прикладі ТОВ «Агат Косметика», що спеціалізується на косметичних засобах.

У світовій практиці діагностики ринкового середовища поряд із різними показниками для розрахунку ступеню монополізації ринку (тобто інтенсивності конкуренції) застосовується низка методів [2]:

1. чотирихчастковий показник концентрації (характеризує загальну частку чотирьох підприємств із максимальним обсягом товарів на ринку);
2. десятичастковий показник концентрації (характеризує загальну частку десяти підприємств із максимальним обсягом товарів на ринку);
3. індекс Герфіндаля-Гіршмана (оцінюється рівномірність розподілу ринкових часток підприємств на ринку).

Так, чотирихчастковий показник концентрації розраховується за формулою:

$$K_4 = \frac{PP_1 + PP_2 + PP_3 + PP_4}{\sum PP}, \quad (1)$$

де РР_і – обсяг реалізації продукції і-го підприємства, грн.; РР – загальний обсяг реалізації продукції заданого асортименту.

Даний показник є загальною часткою чотирьох найбільших організацій на даному ринку [2].

Під час аналізу та діагностики ринку споживчих товарів індекс Герфіндала-Гіршмана є найбільш доцільним і відповідає сучасним ринковим умовам.

Індекс Герфіндала-Гіршмана опирається на дані про частку ринку, яку підприємство займає на споживчому ринку.

Індекс ринкової концентрації Герфіндала-Гіршмана розраховується за формулою:

$$I_r = \sum D_i^2 \quad \text{або} \quad I_r = 10000 \sum D_i^2, \quad (2)$$

за $D_i = PP_i / \sum PP$,

де I_r – індекс Герфіндала ($0 < I_r < 1$) або ($0 < I_r < 10000$);

D_i – частка i -го підприємства в загальному обсязі реалізації продукції заданого асортименту.

Індекс Герфіндала-Гіршмана збільшується у міру зростання концентрації на ринку і досягає при чистій монополії одиниці.

Якщо $I_r > 0,18$ – ринок є висококонцентрованим; якщо $0,18 > I_r > 0,1$ – ринок є помірно концентрованим, або потенційно конкурентним; якщо $I_r < 0,1$ – ринок є неконцентрованим і висококонкурентним.

Сутність цього індексу полягає у тому, що за існування на конкретному ринку n -ї кількості підприємств конкурентні відносини складаються виходячи з таких факторів:

1. кількості суб'єктів даного ринку;
2. частки ринку кожного суб'єкта.

Ринок вважається нормальним для конкуренції, якщо він задовільняє таким вимогам:

1. на аналізованому ринку є 10 і більше підприємств;
2. одне підприємство не займає більше 31% ринку;
3. два підприємства не займають більше 44% ринку;
4. три підприємства не займають більше 54% ринку.

Також використовується індекс Розенблюта (Холла-Тайдмана) (I_R):

$$I_R = \frac{1}{2 \cdot \sum (i \cdot D_i) - 1}, \quad (3)$$

де D_i – частка i -го підприємства в загальному обсязі реалізації продукції заданого асортименту;

i – порядковий номер підприємства, отриманий на основі ранжирування часток від максимуму до мінімуму.

Чим меншим є значення індексу, тим менш монополізованим виглядає сектор. Максимальне значення індексу дорівнює 1, і це означає, що один із суб'єктів бізнесу, що є в даному секторі ринку, здобув монополізу позицію.

Коефіцієнт відносної концентрації ґрунтується на зіставленні кількості найбільших підприємств та їх частки в обсязі реалізації продукції:

$$K = \frac{20 + 3\beta}{\alpha}, \quad (4)$$

де β – частка найбільших підприємств у загальній кількості учасників ринку, %;

α – частка продажу даних підприємств у загальному обсязі продажу, %.

Якщо $K > 1$ – ринок неконцентрований; $K < 1$ – ринок висококонцентрований.

Так, у результаті діагностики за даними показниками виявляються ті підприємства, які являють собою особливу небезпеку як конкуренти інноваційної продукції і відносно яких розробляються спеціальні стратегії і форми економічної поведінки.

Проведемо діагностику ринкового середовища для впровадження нової продукції на ринок для ТОВ «Агат Косметика». Для цього беремо обсяг реалізованої продукції ТОВ «Агат Косметика» і ще дев'ять підприємств-суперників, які займаються виготовленням автокосметичних засобів для машин: ТОВ «Паук», ТОВ «Орхідея», ПП «Корал», ПП «Мастер», ТОВ «Лордон», ТОВ «Технослан», ПП «Артстенд», ПП «Ясень», ТОВ «Фелісія».

Для діагностики побудуємо вихідну таблицю даних по підприємствах, які займаються виробництвом серії автокосметичних засобів. Дані щодо обсягу продукції беремо з даних фінансової звітності підприємств за 2015 р. (табл. 1).

Використовуючи дані таблиці і зазначені формули, проводимо діагностику ринкового середовища для впровадження нової продукції на ринок.

Так, чотирьохчастковий показник концентрації:

$$K_4 = \frac{15910 + 15720 + 14560 + 14200}{14560 + 12100 + 15720 + 10700 + 14200 + 10200 + 12540 + 15910 + 13600 + 9800} = 0,467(46,7\%)$$

Тобто, як бачимо, частка найбільших чотирьох підприємств, які займаються виробництвом автокосметичних засобів, становить 46,7%, і слід зазначити, що ТОВ «Агат Косметика» входить до їх складу.

Далі проведемо діагностику за індексом Герфіндала-Гіршмана, але спочатку визначимо частку i -го підприємства в загальному обсязі реалізації продукції і заносимо до табл. 2.

$$\text{Тоді } I_r = 0,112^2 + 0,093^2 + 0,121^2 + 0,08^2 + 0,109^2 + 0,08^2 + 0,096^2 + 0,123^2 + 0,105^2 + 0,07^2 = 0,107.$$

Тобто, як бачимо, дане значення попадає в нерівність $0,18 > I_r > 0,1$, де ринок автокосметичних засобів є помірно концентрованим, або потенційно конкурентним, а отже, є можливість упровадження нового виду модифікованої автокосметичної продукції.

Покажемо діаграму часток обсягу реалізованої продукції підприємств, які займаються виробництвом автокосметичних засобів, за 2015 р.

Таблиця 1

Обсяг реалізованої продукції підприємств, які займаються виробництвом серії автокосметичних засобів, за 2015 р., тис. грн.

Показник	Ринкове середовище (підприємства-конкуренти)									
	ТОВ «Агат Косметика»	ТОВ «Паук»	ТОВ «Орхідея»	ПП «Корал»	ПП «Мастер»	ТОВ «Лордон»	ТОВ «Технослан»	ПП «Артстенд»	ПП «Ясень»	ТОВ «Фелісія»
	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10
Обсяг продукції	14560	12100	15720	10700	14200	10200	12540	15910	13600	9800

Розрахункове значення D_i в розрізі підприємств-суперників

Показник	Ринкове середовище (підприємства-конкуренти)									
	ТОВ «Агат Косметика»	ТОВ «Паук»	ТОВ «Орхідея»	ПП «Корал»	ПП «Мастер»	ТОВ «Лордон»	ТОВ «Технослан»	ПП «Артстенд»	ПП «Ясень»	ТОВ «Фелісія»
	№1	№2	№3	№4	№5	№6	№7	№8	№9	№10
D_i	0,112	0,093	0,121	0,08	0,109	0,08	0,096	0,123	0,105	0,07

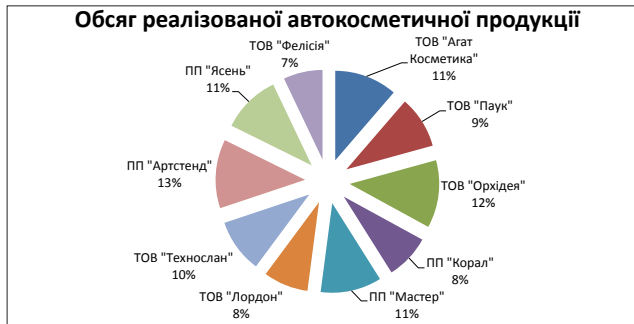


Рис. 1. Діаграма часток обсягу реалізованої продукції підприємств, які займаються виробництвом автокосметичних засобів, за 2015 р.

Так, лідерами серед підприємств є ПП «Артстенд», ТОВ «Орхідея», ТОВ «Агат Косметика» та ПП «Мастер».

Проведемо діагностику за індексом Розенблюта (Холла-Тайдмана), але спочатку знаходимо , тобто порядковий номер підприємства, отриманий на основі ранжирування часток від максимуму до мінімуму:

$$i_1 = D_8; i_2 = D_3; i_3 = D_1; i_4 = D_5; i_5 = D_9; i_6 = D_7; i_7 = D_2; i_8 = D_4; i_9 = D_6; i_{10} = D_{10}$$

Тоді

$$I_k = \frac{1}{2 \cdot \left(\frac{(1 \cdot 0,123) + (2 \cdot 0,121) + (3 \cdot 0,112) + (4 \cdot 0,109) + (5 \cdot 0,105) + (6 \cdot 0,096) + (7 \cdot 0,093) + (8 \cdot 0,08) + (9 \cdot 0,08) + (10 \cdot 0,07)}{1} \right) - 1} = 0,112(11,2\%)$$

Як бачимо, ступінь монополізації сектора ринку автокосметичних засобів становить 11,2%, що також доводить можливість запровадження нового виду модифікованої автокосметичної продукції.

Проведемо діагностику за коефіцієнтом відносної концентрації, але спочатку знаходимо частку найбільших підприємств у загальній кількості учасників ринку у відсотках, причому гранична величина обсягу реалізації продукції становить 14 тис. грн. Як бачимо, таку величину перевищують підприємства № 8, № 3, № 1 та № 4, тобто ПП «Артстенд», ТОВ «Орхідея», ТОВ «Агат Косметика» та ПП «Мастер».

Отже, $\beta = \frac{4}{10} \cdot 100\% = 40\%$, а $\alpha_8 = 12,3\%$; $\alpha_3 = 12,1\%$; $\alpha_1 = 11,2\%$; $\alpha_5 = 10,9\%$.

Тоді, $K = \frac{20 + 3 \cdot 40}{12,63 + 12,1 + 11,2 + 10,9} = 3,0 > 1$ тобто ринок автокосметичних засобів є неконцентрованим і також доводить можливість запровадження нового виду модифікованої автокосметичної продукції.

Складаємо таблицю отриманих даних (табл. 3).

На основі табличних даних будемо діаграму значень показників діагностики ринкового середовища для можливості запровадження нової продукції на ринок (рис 2).

Таким чином, усі методи проведення діагностики ринкового середовища для запровадження нової продукції на ринок показали, що ТОВ «Агат Косметика» має всі переваги для

Таблиця 3
Значення показників діагностики ринкового середовища для запровадження нової продукції ТОВ «Агат Косметика» на ринок

Методи діагностики	Значення
Чотирихчастковий показник концентрації	0,467
Індекс Герфіндаля-Гіршмана	0,107
Індекс Розенблюта (Холла-Тайдмана)	0,112
Коефіцієнт відносної концентрації	3,0

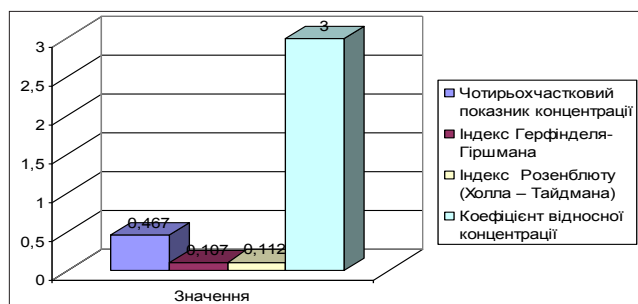


Рис. 2. Діаграма значень показників діагностики запровадження нової продукції на ринок

успішної діяльності і розроблення нового виду або модифікації автокосметичної продукції в 2015 р.

Висновки. Механізм запровадження інновацій у діяльність підприємства складається з чіткого вибачених шляхів, конкретного економічного сценарію, детального дослідження складників інноваційної діяльності в розрізі певного періоду часу, а також обов'язкового проведення діагностики ринкового середовища підприємства, яка показує ступінь монополізації окремого сектора діяльності підприємства для введення нової інноваційної продукції на ринок.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Базилевич В. Формування конкурентного середовища у транзитивній економіці: проблеми, тенденції, протиріччя / В. Базилевич // Конкуренція. Вісник АМК. – 2003. – № 2. – С. 24–28.
3. Денисова А.Л. Управление конкурентоспособностью промышленного предприятия: аспекты качества : [монография] / А.Л. Денисова, Т.М. Уляхин ; под науч. ред. А.Л. Денисовой. – Тамбов : Тамб. гос. техн. ун-т, 2006. – 120 с.
4. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова. – Х. : НЭУ, 2004. – 256 с.
5. Тищенко А.Н. Оценка конкурентоспособности предприятий строительного кластера / А.Н. Тищенко, Ю.А. Тараруев // Бизнес Информ. – 2009. – № 3. – С. 32–36.
6. Управління конкурентоспроможністю підприємства : [навч. посіб.] / М. Клименко, Т. Омеляненко, Д. Барабась [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с.

Городня Т.А., Пилипцив Н.И. Диагностика рыночной среды предприятия как предпосылка введения инноваций

Аннотация. Проведен анализ исследований диагностики рыночной среды предприятия, определен ряд научных подходов. Рассмотрена важность проведения диагностики среды для ввода инновационной продукции. Рассчитаны показатели концентрации для отдельного предприятия, определен круг его конкурентов. Проведены диагностическое исследование и анализ инновационной деятельности отдельного предприятия.

Ключевые слова: инновации, диагностика, рыночная среда, инновационное развитие, структура, показатели, инновационная деятельность, показатель концентрации, индекс, рынок, новая продукция.

Horodnia T.A., Pylyptsiv M.I. Diagnostics of the market environment of the enterprise as prerequisites for the introduction of innovations

Summary. The analysis of the market environment diagnostics research is carried out, a number of scientific approaches are defined, the importance of diagnosing the environment for the introduction of innovative products is examined, the concentration indicators for an individual enterprise are calculated, the range of its competitors is determined, and a diagnostic study is carried out, and the innovation activity of the individual enterprise is analysed.

Keywords: innovations, diagnostics, market environment, innovative development, structure, indicators, innovation activity, concentration index, index, market, new products.

ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ КУЛЬТУРИ

Анотація. У статті проаналізовано вплив факторів зовнішнього середовища на ефективність діяльності підприємств галузі культури. Розроблено багатофакторну модель прогнозування чистого доходу від реалізації продукції підприємства із врахуванням факторного впливу.

Ключові слова: зовнішнє середовище, фактори впливу, ефективність, підприємство, галузь культури.

Постановка проблеми. Процес стратегічного управління підприємством для підвищення рівня його фінансової стійкості та подальшого розвитку вимагає формування відповідної структури та обсягу ресурсів організації для реалізації попередньо визначених цілей. Проте зміна тих чи інших умов внутрішнього і зовнішнього середовища переважно викликає потребу в коригуванні фінансової стратегії з урахуванням впливу цих факторів на фінансовий стан підприємства.

Досліджуючи стратегічне управління фінансовими ресурсами підприємства, варто врахувати те, що цей процес має спрямовуватись на створення конкурентних переваг і закріплення ефективної стійкої конкурентної позиції, яка забезпечить в майбутньому життєздатність організації за мінливих умов.

Сучасний стан розвитку глобалізаційних процесів, пришвидшена трансформація світового господарства, структурні зміни української економіки посилюють перед підприємницькими структурами, незалежно від форм власності та видів діяльності, завдання дослідження, ідентифікації та розроблення заходів щодо мінімізації негативного впливу факторів зовнішнього середовища. Деструктивні чинники та соціально-економічні загрози можуть негативно впливати на поведінку суб'єктів економічної діяльності.

Саме за цих обставин постає нагальна потреба належного фінансового управління на мікроекономічному рівні у контексті розроблення заходів щодо мінімізації ризиків та урахування чинників зовнішнього середовища. Передусім необхідно систематизувати перелік факторів зовнішнього середовища, що дасть можливість їх ідентифікувати та виділити найбільш дестабілізуючі, із урахуванням діяльності підприємств галузі культури. Другим етапом постає оцінка впливу специфічних факторів на діяльність суб'єктів економічної діяльності у сфері соціально-культурного середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням впливу факторів зовнішнього середовища займалися такі науковці, як І. Ансоф, М. Альберт, О. Віханський, Ф. Котлер, М. Мексон, М. Портер, А. Стрікленд, А. Томпсон, серед вітчизняних науковців – Х. Баранівська, Т. Васильців, О. Кальченко, Д. Кіпа, В. Лопатовський, В. Матушевська, П. Фісуненко та багато інших дослідників, що зумовлено складністю та масштабністю цієї проблеми, її плінністю.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Проте питання впливу факторів зовнішнього середо-

вища на діяльність підприємств саме галузі культури сьогодні є недослідженим та актуальним.

Метою статті є оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на ефективність діяльності підприємств сфери культури з урахуванням специфічних макроекономічних чинників.

Виклад основного матеріалу. Оскільки стратегічне управління базується на вивченні як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, в науці передбачено два напрями дослідження. Перший – аналіз ситуації на конкурентному ринку, в якому функціонує підприємство, а другий – аналіз ситуації всередині підприємства. Якщо фактори внутрішнього середовища є підконтрольними та є результатом дій самої організації, то зовнішні фактори впливу носять глобальний незалежний характер та враховують, як правило, політичні й економічні фактори, технологічні та соціальні, ситуацію на світовому ринку. З огляду на те, що фактори впливу ззовні не є контрольованими для управління на рівні організації, доцільним є їх аналіз із метою прогнозування їх впливу в майбутньому на діяльність підприємства. Цей аналіз є своєрідною інформаційною базою, що визначає стратегічно важливі орієнтири та дасть змогу подолати турбулентність у макросередовищі та сформувати фінансово стійке підприємство.

На основі досліджених нами наукових праць [1–3] можна дійти висновку про те, що зовнішнє середовище підприємства являє собою сукупність змінних, що знаходяться між собою у взаємодії, утворюють певну систему, здійснюють вплив на підприємство та є неконтрольованими з його боку. Під впливом варто розуміти критичну необхідність врахування чинників зовнішнього середовища у виборі організацією стратегії.

Дослідник із проблем стратегічного управління О. Віханський зазначає, що в сучасних умовах підприємство повинно не тільки пристосовуватись до навколишнього середовища, темпів його зміни, а й приймати активну участь у формуванні зовнішніх умов власної діяльності, при цьому регулярно визначати потенційні можливості та загрози [4]. Так, первинним етапом в стратегічному управлінні організацією є процес аналізу середовища, в якому функціонує підприємство, своєрідний збір інформації. Дослідження зовнішнього середовища в науці прийнято вважати першим кроком в управлінні підприємством, оскільки цей процес забезпечує інформативну базу для формування мети та розроблення загальної стратегії розвитку.

У науковій літературі [5] більшість науковців розглядають зовнішнє середовище як складну систему взаємопов'язаних елементів, які існують поза межами підприємства та різними способами здійснюють вплив на результати його діяльності. Тобто складність зовнішнього середовища визначається числом факторів, на які підприємство зобов'язане реагувати, а також відповідним рівнем варіативності кожного із факторів. Отже, складнішим процесом функціонування є той, на результати якого впливає більша кількість чинників.

Таким чином, існують різні підходи щодо аналізу зовнішнього оточення організації. Проте алгоритм процесу дослідження містить стандартні етапи, основними з яких є:

- визначення чинників безпосереднього впливу та структурування зовнішнього середовища;
- визначення параметрів, меж аналізу;
- збір інформаційних даних, на основі яких проводитиметься аналіз;
- визначення методики дослідження;
- проведення аналізу та узагальнення на його основі висновків.

На нашу думку, кожен із вищезазначених етапів є невід’ємною частиною процесу аналізу зовнішнього середовища та носить обов’язковий характер, проте найважливішим моментом, що існує паралельно до етапу збору інформації, є процес пошуку потрібної інформації, який сьогодні стає дедалі ускладненішим. Згідно із принципом доступності інформації сьогодні практично неможливо здійснити повний та глибинний аналіз зовнішнього середовища, що зумовлює прийняття управлінських рішень за відсутності достовірної картини ситуації. Таким чином, доцільно включити до алгоритму аналізу зовнішнього середовища процес фільтрації факторів впливу згідно з принципом доступності інформації, в результаті чого існує ймовірність виключення багатьох чинників.

Так, у рамках аналізу факторів, що належать до зовнішнього середовища, дослідники виокремлюють змінні прямого та непрямого впливу. Погляди науковців дещо відрізняються між собою під час формування набору таких факторів та їх віднесення до тієї чи іншої категорії. Так, до прикладу, Д. Кіпа у своїй роботі [6] провів узагальнення факторів зовнішнього середовища, з якого автор робить припущення, що більшість дослідників формують такий набір факторів непрямого впливу, як економічні, політичні, правові та міжнародні чинники. Щодо таких змінних, як науково-технічний прогрес, матеріальна база, екологічний фактор, соціокультурний та демографічний, то вони переважно носять особливий характер впливу

на формування стратегії підприємства. Тому зазначені змінні беруться до уваги в аналізі середовища за умови безпосереднього впливу на організацію, галузь, в іншому разі виключаються із системи факторів.

Існує також методика структурування зовнішнього середовища T.E.M.P.L.E.S. (Technology, Economics, Market, Politics, Laws, Ecology, Society) [7]. Фактори впливу навколишнього середовища за цією методикою згруповано за шістьма напрямками (економічний, політичний, законодавчий, технологічний, навколишнє середовище та суспільство). Перевагою такого структурування є відображення чинників впливу за кожною групою.

Доцільно зазначити, що на практиці є неможливим врахування усіх наявних факторів впливу на підприємство. П. Фісуненко висуває у своїй роботі [8] низку причин, що пояснюють цей факт, з якими варто погодитись. Однією з таких причин є те, що абсолютно неможливо завчасно ідентифікувати всі можливі фактори зовнішнього середовища, які здійснюють вплив на діяльність підприємства, оскільки вони можуть виникнути несподівано. Ця причина є досить актуальною для галузі культури, враховуючи нестійку нормативно-правову базу, що регулює діяльність підприємств сфери культури, та несформований ринок культурних індустрій. Інша причина, не менш важлива і раніше згадана – доступність інформації, аналітичних та статистичних даних. Третьою причиною дослідник визначає ігнорування певних факторів за умови, що вони не несуть собою ані загроз, ані можливостей для підприємства [8].

Таким чином, нами в ході аналізу факторів впливу зовнішнього середовища на формування стратегії закладів сфери культури відібрані загальні чинники прямого та непрямого впливу, від яких безпосередньо залежить результат діяльності підприємства в цій галузі (рис. 1).

Загалом фактори зовнішнього середовища можна класифікувати за принципом керованості (керовані та некеровані фактори впливу), за ієрархічною будовою (глобального характеру, національні та фактори регіональної відмінності). За джерелами походження фактори можна об’єднати в такі групи, як стан та



Рис. 1. Система факторів зовнішнього середовища організації

Джерело: розроблено на основі [8; 9]

розвиток національної економіки; якість та дієвість інституційного середовища в країні; нормативно-правове забезпечення; соціально-економічна інфраструктура розвитку суспільства. За функціональними характеристиками чинники впливу зовнішнього середовища доцільно поділити на соціально-демографічні; інвестиційно-інноваційні; екологічні; фінансово-економічні; культурно-освітні та інтелектуальні; макроекономічні. Для підприємств галузі культури найбільш впливовими є саме чинники культурно-освітні та загальні показники макроекономічного середовища, а для державних культурних закладів пріоритетного значення набувають фінансово-економічні фактори, такі як рівень витрат державного бюджету на культуру.

З огляду на те, що суб'єкти підприємницької діяльності належать до тих чи інших галузей економіки країни, доцільно, враховуючи значення характерних властивостей кожного із видів діяльності, виділити фактори впливу зовнішнього середовища, такі як загальні і специфічні, тобто ті фактори, які властиві лише для кожної окремої структурної одиниці. Ця класифікація дасть змогу зосередити увагу на оточенні та чинниках, що стосуються безпосередньо галузі, в якій функціонує підприємство. До прикладу, як зазначалось вище, для підприємств галузі культури важливим фактором є сума видатків із державного бюджету, індекс споживчих цін на товари і послуги, який формує попит споживачів на культурні послуги.

Для України культурно-мистецький комплекс є перспективним галузевим напрямом активізації економічного розвитку країни. Ефективність функціонування закладів сфери культури будь-якої форми власності через специфіку роботи значною мірою залежить від зовнішнього середовища. Підприємства сфери культури є особливо чутливими до змін макросередовища, оскільки їх результат функціонування характеризується специфічними аспектами. Це зумовлює ґрунтовне вивчення основних факторів, що здійснюють вплив на діяльність як підприємств, так і галузі загалом, з метою прогнозування майбутніх результатів діяльності.

Оскільки заклад культури є елементом специфічної системи, як вже зазначалося вище, його діяльність та розвиток визначаються певним набором факторів. Так, значний вплив на діяльність культурно-мистецького комплексу здійснюють економічні чинники. Доведено, що існує пряма залежність розвитку будь-якого підприємства від економічного розвитку та стабільності держави, особливо це стосується закладів державного сектору, які залежать від фінансування з боку держави [10].

Так, від стану, в якому знаходиться економіка держави, залежить і рівень розвитку інфраструктури галузі культури і мистецтва. Щодо стану матеріально-технічної бази закладів культури варто зауважити, що приватні підприємства, звісно, використовують новітні засоби та технології у процесі своєї діяльності, проте не останнього технологічного укладу, на якому знаходяться економічно розвинені країни. Заклади культури державного сектору використовують матеріальне забезпечення, успадковане ще з часів СРСР, і це сьогодні є однією із найголовніших проблем у розрізі відновлення й розвитку галузі культури України.

Окрім того, важливим чинником є демографічний (чисельність населення, рівень урбанізації, який прямо пропорційно впливає на занепад сільських осередків культурної діяльності, вікова диференціація населення тощо). Науковець О. Кальченко, досліджуючи фактори впливу на рекреаційну сферу, зазначає про існування взаємозалежності розвитку соціокультурної сфери і від рівня освіти, культури населення та естетичних потреб, що формують попит на культурний продукт [10].

Науковець О. Матушевська серед факторів впливу зовнішнього середовища виділяє також податкову систему. Вчена вважає, що мінливість та нестабільність податкового законодавства зумовлює ріст чисельності збиткових підприємств [9]. Таким чином, з метою зменшення впливу фактора «податкова система» на економічну стійкість підприємства доцільним є з боку держави визначення пріоритетних галузей і надання їм податкових пільг, які би стали додатковими парадоксальними джерелами, а також забезпечення тісного взаємозв'язку грошово-кредитної політики з податковою та бюджетною.

Все вагомішу роль у розвитку підприємства відіграють інвестиційні фактори, оскільки в умовах погіршення інвестиційного клімату організація не має змоги забезпечити себе необхідною кількістю фінансових ресурсів для ведення діяльності, а тим паче для оновлення матеріально-технічної бази. У процесі аналізу даних щодо капітальних інвестицій за видами економічної діяльності (табл. 1) можна дійти висновків про те, що культура і мистецтво є найменш привабливим сектором економіки для інвестицій. Так, частка капітальних інвестицій, спрямованих на такий вид економічної діяльності, як мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, становить лише 0,23% від загальної суми капітальних інвестицій за 2014 рік. Ситуація в період 2015 року в порівнянні з рівнем інфляції значно погіршилась, питома вага інвестицій в загальній сумі

Таблиця 1

Показники факторів зовнішнього середовища в розрізі галузі культури і мистецтва

	2012	2013	2014	2015	2016
Рівень інфляції, %	99,8	100,5	124,9	143,3	112,4
Індекс споживчих цін на товари та послуги (до грудня попереднього року), %	100,2	99,7	124,8	137,9	104,5
Номінальний ВВП, млн. грн.	1 408 889	1 454 931	1 566 728	1 979 458	2 383 182
Валовий внутрішній продукт галузі (за виробничим методом) у фактичних цінах, млн. грн.	9727	12 704	12 339	12 357	–
Питома вага валового внутрішнього продукту по галузі у структурі ВВП країни, %	0,57	0,57	0,54	0,44	0,44
Темп приросту видатків з бюджету на галузь культури і мистецтва, %	121,2	105,3	100,4	102,5	121,38
Кількість суб'єктів господарювання	9238	11 620	13 523	14 887	–
Капітальні інвестиції в галузь, млн. грн.	2598	2544,5	508,7	1044,3	2877

Джерело: сформовано автором на основі [11–12]

становила лише 0,38%, а позиції галузі поступилися місцем державному управлінню й обороні в рамках сьогоденної політичної ситуації, що ще раз підтверджує значний вплив політичного фактора на діяльність підприємства в загальній системі національної економіки країни.

Так, розвиток підприємств культурно-мистецького комплексу країни гальмується багатьма чинниками. На нашу думку, найбільш вагомими факторами впливу із вищезазначених є застаріла матеріально-технічна база, відсталість у контексті технологічних укладів, на базі яких функціонують організації, низький рівень інвестицій, що надходять у галузь, мінімальний рівень інноваційного складника в загальній діяльності підприємств.

Сьогодні саме інноваційний продукт дає поштовх до розвитку і підприємств, і галузі культури загалом. Частка інноваційного продукту в загальному результаті діяльності організації чинить вагомий вплив на формування попиту споживача, якого сьогодні особливо важко здивувати, а тим паче наявним культурним продуктом, до прикладу, сільських будинків культури.

Таким чином, проблема стратегічного управління фінансовими ресурсами підприємств сфери культури потребує вирішення з урахуванням безлічі змінних факторів зовнішнього середовища. За таких умов доцільним є використання наукового апарату системного аналізу, одним із найпоширеніших методів якого є економіко-математичне моделювання. Економіко-математична модель є своєрідним математичним відображенням аналізованого суб'єкта підприємницької діяльності (процесу), який дає змогу вивчити діяльність організації та оцінити результати її ефективності за умов зміни зовнішніх чинників.

З огляду на специфіку ведення господарської діяльності закладами культури в Україні необхідним є створення специфічної моделі господарювання на основі економіко-математичного моделювання, яка би враховувала всі грані конкурентного ринку, була адаптованою до економічних, політичних та ринкових умов. Тому нами пропонується дослідження ефективності діяльності підприємства у сфері культури провести в рамках моделювання на основі регресійного аналізу.

За таких умов розробимо багатофакторну економіко-математичну модель з метою визначення та встановлення зв'язків між залежною змінною та основними факторами впливу. У цьому прикладі доцільно використати кореляційно-регресійний аналіз, в основі якого лежить завдання дослідження можливих взаємозв'язків між наявними статистичними даними, з подальшим встановленням щільності взаємодії за допомогою коефіцієнтів їх кореляції. Так, побудова економіко-математичної моделі на основі регресійного аналізу насамперед передбачає виявлення взаємозалежності між явищем, яке досліджується, та факторами, що здійснюють на нього безпосередній вплив. Цей метод за використання просторових даних, звісно, не дає змоги прогнозувати поведінку явища в довгостроковому періоді, проте дає можливість встановити залежність, яка сформує уявлення про структуру такої поведінки.

У межах дослідження впливу факторів середовища на ефективність стратегічного управління фінансовими ресурсами відповідним етапом є визначення результативної ознаки з метою подальшого визначення тенденції її розвитку.

В економічній літературі ефективність діяльності підприємства переважно трактується як системне відображення результатів використання наявних ресурсів за відповідний проміжок часу. Так, підвищення рівня результативності підприєм-

ства сигналізує про те, що в умовах регулярних дисбалансів зовнішнього і внутрішнього середовища менеджмент як засіб вирішення стратегічних і фінансових проблем спроможний стимулювати зростання ефективності.

Оскільки інвестиційну привабливість та конкурентоспроможність будь-якого підприємства становить саме його фінансова стійкість та платоспроможність, доцільно обрати за результативну змінну саме обсяг чистого прибутку. Оскільки прибуток є основним узагальнювальним показником фінансових результатів виробничо-господарської діяльності підприємства, з метою оцінки рівня ефективності діяльності організації варто опиратися саме на порівняння прибутку з витратами, що є сутністю показника рентабельності. Саме коефіцієнт рентабельності підприємства найбільш точно відображає рівень ефективності та є узагальнювальним показником оцінки економічної ефективності діяльності організації. Рентабельність підприємства прямо пропорційно залежить від отриманого ним прибутку, а для одержання його максимального рівня підприємство повинно максимально використовувати наявні ресурси, які знаходяться в його розпорядженні.

Проте, зважаючи на те, що нами для прикладу обрано Державне підприємство «Українська студія хронікально-документальних фільмів», а показники його рентабельності за стабільної збитковості є від'ємними, у цьому прикладі економіко-математичної моделі за результативну ознаку (Y) прийнято чистий дохід від реалізації продукції. Як динамічні ряди обрано статистичні дані за період 2013–2016 рр. поквартально з метою збільшення вибірки для побудови адекватної і достовірної багатофакторної моделі.

Враховуючи основні фактори впливу та їхню нерозривну комплексну взаємозалежність, оберемо як факторні величини такі показники, як:

X1 – капітальні інвестиції в галузь культури, млн. грн.;

X2 – рівень інфляції, %;

X3 – індекс споживчих цін на товари та послуги (до відповідного місяця попереднього року), %;

X4 – видатки з бюджету на культуру і мистецтво, млн. грн.;

X5 – валовий внутрішній продукт, млн. грн.;

X6 – чистий прибуток по галузі, млн. грн.;

X7 – власний капітал по галузі, млн. грн.

У процесі здійснення кореляційно-регресійного аналізу отримуємо рівняння регресії такого вигляду:

$$Y = 13076,64 + 0,68X1 - 27,24X2 + 16,89X3 + 0,39X4 - 0,01X5 + 0,21X6 - 0,14X7.$$

Коефіцієнт множинної регресії $R = 0,98$ вказує на дуже щільний зв'язок між результатним показником та факторними величинами. Коефіцієнт детермінації R^2 , який рівний 0,958, свідчить про те, що чистий дохід від реалізації продукції ДП «Українська студія хронікально-документальних фільмів» на 95,85% зумовлений обраними факторами зовнішнього середовища. Решта 4,15% зумовлені іншими чинниками, що не входять до моделі.

З огляду на високі значення коефіцієнтів множинної регресії та детермінації ця залежність є досить закономірною, що підтверджується не тільки математично, але й економічно. Критерій Фішера підтверджує достовірність економетричної моделі загалом, виконуючи умову $F_{\text{факт}} F_{\alpha=0,01}(16,49 > 10,45)$.

Для перевірки цієї моделі скористаємося критерієм перевірки гіпотез Дарбіна-Вотсона, або циклічним коефіцієнтом кореляції. Критерій $DW = 2,41$ та знаходиться в інтервалі $[0,4]$ поблизу числа 2.

Таким чином, враховуючи двосторонність критерію Дарбіна-Уотсона, зберігається умова, ми з імовірністю $P = a - 0,01$ приймаємо гіпотезу H_1 , що стверджує достовірність побудованої багатofакторної моделі.

За результатами моделі побудуємо графік кривих фактичного та розрахованого за емпіричним рівнянням чистого доходу від реалізації продукції ДП «Українська студія хронікально-документальних фільмів» у період 2013–2017 рр.

Як видно з рис. 2, зображені криві, розраховані по моделі, є наближеними до реальних обсягів чистого доходу від реалізації продукції, що свідчить про об'єктивність моделі.

Багатofакторна модель репрезентує стійку залежність обсягу результативної ознаки від факторних змінних, в тому числі розміру видатків з бюджету на культуру, темпів зростання рівня інфляції та обсягу інвестицій. Кількісний вимір цього впливу репрезентований в економетричній моделі та показує, наскільки зміниться обсяг чистого доходу від реалізації продукції за зміни досліджуваних чинників на 1%, що доцільно використовувати у стратегічному управлінні фінансовими ресурсами підприємств галузі культури.

Висновки. Результати дослідження впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства дали змогу дійти таких висновків:

- з огляду на важливість у процесі прийняття управлінського рішення достовірної картини ситуації доцільно в алгоритм дослідження факторів впливу зовнішнього середовища включити етап фільтрації чинників згідно з принципом доступності інформації, який дасть змогу сформувати адекватний набір факторів та значень, що здійснюють вплив на діяльність підприємства;

- за умови складності зовнішнього середовища всі фактори впливу за результатами аналізу наукової літератури класифікувати варто не лише як прямі та непрямі, а й за принципом керованості, ієрархічною будовою, джерелами походження, функціональними характеристиками. Нами запропоновано розрізнити також загальні фактори та специфічні через диференціацію видів економічної діяльності та форми власності, що, на відміну від інших класифікацій, враховує специфіку галузі, зокрема культури і мистецтва;

- доведено, що результативна ознака – обсяг чистого доходу від реалізації продукції – на 95,9% зумовлена такими загальними макроекономічними факторами, як рівень інфляції, ВВП країни, та специфічними факторами – капітальні інвестиції в галузь культури, видатки з бюджету на культуру, індекс споживчих цін на товари та послуги в галузі, сума власного капіталу суб'єктів підприємницької діяльності у сфері культури та їх прибутковість.

Ця модель дає змогу сформувати комплекс заходів, спрямований на підвищення рівня фінансової стабільності підприємств сфери культури і мистецтва, враховуючи вплив зовнішнього середовища, спрогнозувати рівень доходу організації за прогнозованих значень включених до моделі факторних змінних.

Література:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. / Ф. Котлер / Пер с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.
2. Мескон М. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури / Пер. с англ. М. А. Майорова. – М. : Дело, 1999. – 800 с.
3. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент: концепции для анализа / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2002. – 928 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление / О.С. Виханский. – 2-е изд. – М. : Экономистъ, 2004. – 296 с.
5. Тараненко О.О. Вплив зовнішнього середовища господарювання на економічну стійкість підприємства / О.О. Тараненко // Вісн. Хмельниц. нац. ун-ту. – 2010. – № 2. – Т. 1. – С. 118–121.
6. Кіпа Д.В. Визначення впливу зовнішнього середовища на формування конкурентної стратегії підприємства / Д.В. Кіпа // Бізнес Інформ. – 2014. – № 9. – С. 322–329.
7. Гершун А.М. Анализ внешней среды бизнеса. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/strategy/plan/t_e_m_p_1_e_s.shtml
8. Фісуненко П.А. Аналіз факторів зовнішнього середовища будівельних підприємств, що впливають на економічну безпеку / П.А. Фісуненко, М.В. Лаже // Бізнес Інформ. – 2016. – № 10. – С. 189–195.
9. Матушевська О.А. Оцінка факторів зовнішнього середовища, що впливають на економічну стійкість промислового підприємства / О.А. Матушевська // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 3–4. – С. 56–59.

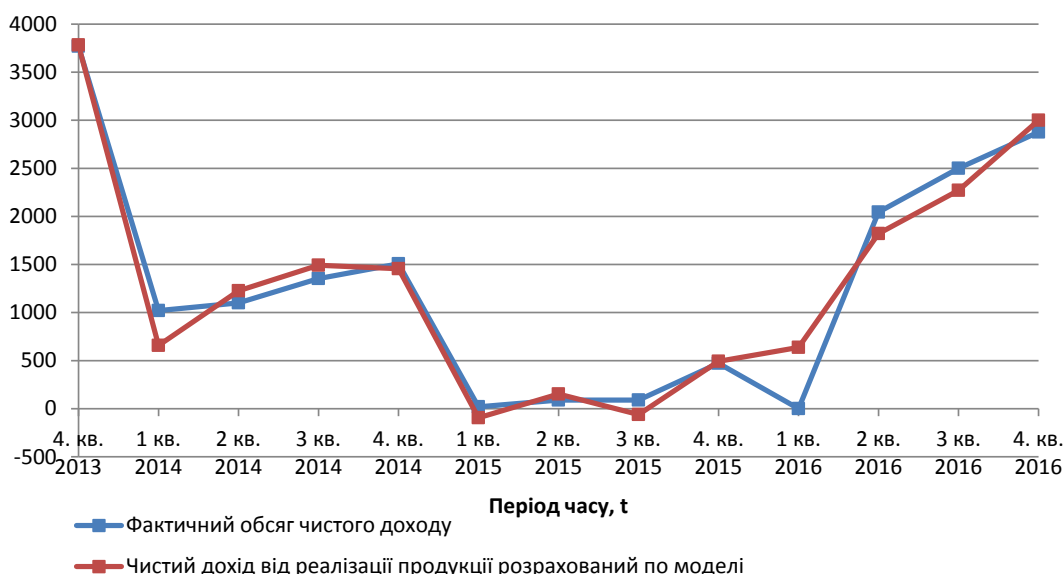


Рис. 2. Динаміка чистого доходу від реалізації продукції ДП «Українська студія хронікально-документальних фільмів», розраховано по моделі, тис. грн.

10. Кальченко О.М. Економічна безпека підприємств туристичної сфери / О.М. Кальченко // Вісник чернігівського державного технологічного університету – 2013. – № 1(64). – С. 136–143.
11. Державна казначейська служба України. Виконання державного бюджету. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.treasury.gov.ua/main/uk/doccatalog/list?currDir=146477>
12. Державна служба статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Грушина А.И. Влияние факторов внешней среды на деятельность предприятий отрасли культуры

Аннотация. В статье проанализировано влияние факторов внешней среды на эффективность деятельности предприятий отрасли культуры. Разработана многофакторная модель прогнозирования чистого дохода от реализации продукции предприятия с учетом факторного влияния.

Ключевые слова: внешняя среда, факторы влияния, эффективность, предприятие, отрасль культуры.

Hrushyna A.I. The impact of environmental factors on the activities of enterprises in the industry culture

Summary. The article analyses the impact of environmental factors on the effectiveness of enterprises in the industry culture. Developed multivariate models predicting net sales of an enterprise taking into account the factor of influence.

Keywords: environment, factors of influence, efficiency, enterprise, culture industry.

Гудзь О.І.,

к.е.н.,

старший викладач кафедри економіки підприємства та інвестицій,
Національний університет «Львівська політехніка»

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті наведено основні положення щодо сутності фінансової стратегії підприємства. Представлено послідовність етапів формування фінансової стратегії. Конкретизовано перелік робіт для кожного етапу. Запропоновано обирати фінансову стратегію на основі обчислення інтегрального показника фінансової конкурентоспроможності.

Ключові слова: фінансова стратегія підприємства, розроблення фінансової стратегії, реалізація фінансової стратегії, коригування фінансової стратегії, інтегральний показник фінансової конкурентоспроможності підприємства.

Постановка проблеми. У сучасних ринкових умовах діяльності підприємств дедалі актуальнішим стає стратегічне спрямування шляхів його розвитку та забезпечення економічного зростання у довгостроковій перспективі. Сьогодні підприємствам вкрай важливо вчасно й адекватно реагувати на зовнішні чинники ринкового середовища, такі як фінансова криза, коригування податкового законодавства, нестабільна політична ситуація у країні, зміна тарифів щодо експортно-імпорتنних операцій, різке коливання курсу валют та ін. Висока конкурентоспроможність, платоспроможність, фінансова стабільність і рентабельність підприємства може бути забезпечена за рахунок грамотного ведення фінансової політики, що, своєю чергою, передбачає управління активами та пасивами, інвестиціями, витратами, оборотними коштами, прибутком. Взаємопов'язаність таких складників і продукує фінансову стратегію підприємства як підґрунтя в управлінні підприємством загалом. Актуальність розроблення фінансової стратегії підприємства зумовлена тим, що фінансові ресурси є джерелом формування інших видів ресурсів (матеріальних, трудових, інвестиційних тощо), що може лімітувати масштаби діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробленням питань, які пов'язані із формулюванням економічної сутності та видів фінансової стратегії підприємства, її завданнями, методами управління, етапами розроблення тощо займається багато науковців-економістів, таких як Ю.В. Бас, Т.В. Бутенко, Ю.А. Бучакчийська, Т.С. Карпова, О.С. Корпан, Л.Ю. Наумова, Г.О. Партин, Р.В. Руда, О.В. Рябенков, Н.С. Танклевська, М.С. Хаванова, І. Химич, О. Щербань та ін. У працях науковців, зокрема, розглянуто алгоритм побудови фінансової стратегії, проаналізовано фактори макро- і мікросередовища, які є визначальними у формуванні цілей фінансової стратегії. Розглянуто методи реалізації фінансової стратегії, серед яких – методи гнучкого бюджету, відсотка від продажу, безбитковості, управління витратами. Обґрунтовано доцільність застосування технології контролінгу щодо реалізації фінансової стратегії на підприємстві.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Нестача теоретичних положень щодо обґрунтування ефективної моделі розроблення фінансової стратегії

підприємства вимагає чергових опрацювань. Потребують розгляду питання, які стосуються оцінювання фінансової конкурентоспроможності підприємства як основи вибору фінансової стратегії.

Метою статті є формування послідовності етапів щодо розроблення фінансової стратегії на підприємстві та подання рекомендацій щодо вибору конкретної стратегії на підставі оцінювання фінансової конкурентоспроможності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фінансовим менеджерам та керівникам підприємства варто ретельно розробляти фінансову стратегію, дотримуючись певної черговості. Дослідження періодичних видань [1, с. 75–76; 2; 3, с. 119; 4, с. 147–149; 5, с. 146–148; 6, с. 137; 7, с. 210–212; 8, с. 138–139; 9, с. 52–54; 10, с. 160–162; 11, с. 163] щодо розроблення і впровадження фінансової стратегії на підприємстві дають змогу виділити декілька важливих акцентів:

- фінансова стратегія спрямована на стійкий розвиток підприємства;
- у розробленні фінансової стратегії значну увагу потрібно приділити аналізуванню факторів зовнішнього середовища підприємства;
- фінансова стратегія деталізується для умов поточного та оперативного планування;
- фінансова стратегія повинна підтримувати фінансову політику підприємства та його стратегію у цілому;
- фінансова стратегія включає у себе кредитну та інвестиційну стратегію підприємства;
- фінансова стратегія базується на ефективності використання внутрішнього фінансового потенціалу підприємства і є основою для удосконалення фінансового потенціалу підприємства загалом;
- розроблення фінансової стратегії потребує детального аналізу фінансової звітності підприємства і, зокрема, оцінювання фінансової стійкості;
- під час вибору фінансової стратегії враховують етап життєвого циклу підприємства;
- фінансова стратегія повинна бути гнучкою, щоби швидко пристосовуватись як до змін зовнішнього середовища, так і до змін загальної стратегії підприємства;
- у розробленні фінансової стратегії варто використовувати засоби інноваційного менеджменту.
- фінансова стратегія орієнтована на максимізацію прибутку, зниження витрат, підвищення ринкової вартості підприємства;
- фінансова стратегія формується з урахуванням фінансових інтересів всіх учасників фінансових відносин.

Дослідження періодичних видань щодо обраної тематики дає змогу виявити суперечливі погляди щодо кількості, послідовності та змістовного наповнення етапів формування фінансової стратегії, причому найбільше розбіжностей спостерігається на початкових та завершальних етапах. Базуючись на

проведеному дослідженні щодо послідовності впровадження фінансової стратегії на підприємстві, етапи формування фінансової стратегії можна згрупувати у три блоки, такі як:

- 1) розроблення фінансової стратегії;
- 2) реалізація фінансової стратегії;
- 3) коригування фінансової стратегії.

Усі ці три блоки за своєю важливістю не можна вважати рівноцінними, оскільки обґрунтоване розроблення фінансової стратегії може значно спростувати процедуру її реалізації на підприємстві, а також не вимагатиме постійного коригування. Своєю чергою, ефективна реалізація фінансової стратегії є основою для пошуку шляхів удосконалення фінансової діяльності підприємства загалом. Фінансові рішення щодо коригування фінансової стратегії можуть забезпечувати підприємству стійкий розвиток у довготерміновому періоді. Отже, встановлено, що найбільш відповідальним етапом формування фінансової стратегії є етап її розроблення.

Більш детально етапи впровадження фінансової стратегії на підприємстві згідно із власними дослідженнями представлено на рис. 1.

Удосконалення методичного підходу до формування фінансової стратегії на підприємстві виконуємо за рахунок:

1) збільшення вагомості блоку розроблення фінансової стратегії у переліку послідовності етапів впровадження такої стратегії;

2) застосування методики розрахунку фінансової конкурентоспроможності підприємства на етапі розроблення як основи для вибору конкретної фінансової стратегії.

Розроблення фінансової стратегії на підприємстві варто розпочинати із встановлення мети. Саме від мети буде залежати період, на який розробляється фінансова стратегія, обсяги інформації, необхідні для прийняття рішення про вибір конкретної стратегії. Ставлячи перед собою мету фінансової стратегії, варто проаналізувати обсяги обсяг капіталу та активів, ефективність їх використання та встановити допустимий ступінь фінансового ризику в умовах реалізації відповідної стратегії.

Керівництву підприємства та фінансовим менеджерам важливо встановити період, протягом якого буде актуальною реалізація фінансової стратегії. На відповідні рішення будуть впливати деякі чинники, які описані, зокрема, у праці І. Химич [10, с. 160]. До таких чинників віднесено:

- тривалість терміну реалізації загальної стратегії підприємства, у межах якого має бути реалізована конкретна фінансова стратегія (або декілька фінансових стратегій);
- динаміку кон'юнктури фінансового ринку та економіки країни загалом;
- галузеві особливості та масштаби діяльності підприємства;
- етап життєвого циклу підприємства.

Планування фінансової стратегії обов'язково має включати у себе збір та обробку інформації про зовнішнє середовище. На цьому етапі потрібно ретельно проаналізувати дії конкурентів на ринку, надійність постачальників, потреби клієнтів, вимоги посередників, діяльність державних органів та служб, умови надання кредитів банківськими установами тощо. Обґрунтування зовнішніх факторів, які здійснюватимуть вплив на розроблення фінансової стратегії, дасть змогу встановити, чи приведе фінансова стратегія до досягнення поставленої мети.

Паралельно із аналізуванням зовнішнього середовища підприємства можна здійснювати оцінювання внутрішнього середовища. Оцінка внутрішнього середовища може бути зведена до аналізу грошових потоків від інвестиційної, операційної та фінансової діяльності та виявлення чинників, які привели до того чи іншого результату. Окрім цього, можна аналізувати такі аспекти внутрішнього середовища, як:

- потенціал фахівців підприємства вищої і середньої ланки;
- продукція підприємства за обсягами продажу, рентабельністю, якістю сервісного обслуговування тощо;
- маркетингова діяльність, зокрема, у сфері комунікацій;
- цінова політика (обґрунтування цінової еластичності попиту, методу ціноутворення, надання знижок і т. п.);
- система збуту підприємства, що проявляється, зокрема, через відносини зі споживачами тощо [2; 6, с. 136–137; 11, с. 162].

Обґрунтування власного фінансового потенціалу передбачає аналізування сукупності фінансових ресурсів, що перебувають у розпорядженні підприємства, а також пошук способів до простого або розширеного відтворення для того, щоб забезпечити збалансований розвиток підприємства. На фінансовий потенціал підприємства безпосередньо здійснюють вплив обсяги власного капіталу (у т. ч. наявність нерозподіленого прибутку), виручка від реалізації продукції, валовий прибуток, показники рентабельності та ліквідності [12, с. 35].

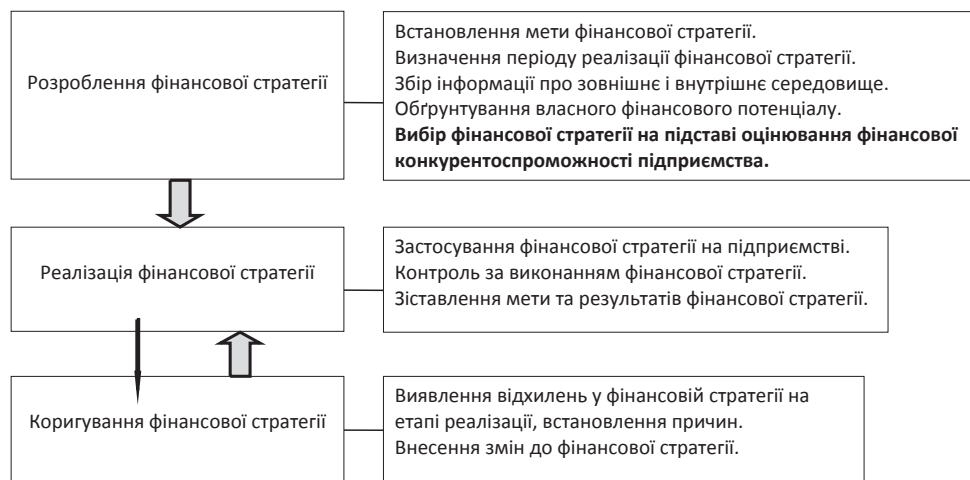


Рис. 1. Етапи формування фінансової стратегії підприємства, де жирним шрифтом виділено складник, який удосконалює процес вибору такої стратегії (сформовано на підставі власних досліджень)

Етап розроблення фінансової стратегії завершується прийняттям рішення про реалізацію конкретної стратегії. Обрана фінансова стратегія повинна більшою мірою відповідати інтересам підприємства, сприяти його розвитку, підвищенню рентабельності та платоспроможності.

Фінансову стратегію пропонуємо обирати на основі фінансової конкурентоспроможності підприємства. Фінансова конкурентоспроможність підприємства показує здатність підприємства до раціонального та ефективного використання наявних фінансових ресурсів, а також відображає спроможність створювати, акумулювати, примножувати і відновлювати внутрішній фінансовий потенціал [13, с. 119].

Здійснювати оцінювання фінансової конкурентоспроможності підприємства доцільно на підставі обчислення одиничних показників, які можна об'єднати в однорідні групи. У межах кожної групи потрібно обчислити інтегральний показник на підставі використання отриманих розрахункових значень, нормативних (або планових) значень та відповідних їм коефіцієнтів вагомості. Підсумувавши результати інтегральних показників по кожній групі, отримуємо загальне значення інтегрального коефіцієнта фінансової конкурентоспроможності, що дасть змогу обрати відповідну фінансову стратегію підприємства. Інтегральні значення окремих складників фінансової конкурентоспроможності дадуть змогу підприємству визначити слабкі місця, щоби вчасно запобігти негативним наслідкам.

Таким чином, інтегральний показник фінансової конкурентоспроможності підприємства можна подати у вигляді формули:

$$K_{\text{ФКСП}} = I_{\text{ЕФГД}} + I_{\text{ЕВП}} + I_{\text{ФС}} + I_{\text{ЕУ}}, \quad (1)$$

де $K_{\text{ФКСП}}$ – інтегральний показник фінансової конкурентоспроможності підприємства у частках одиниць; $I_{\text{ЕФГД}}$ – показник ефективності фінансово-господарської діяльності у частках одиниць; $I_{\text{ЕВП}}$ – показник ефективності взаємодії із партнерами у частках одиниць; $I_{\text{ФС}}$ – показник фінансової спроможності забезпечення виробничої діяльності у частках одиниць; $I_{\text{ЕУ}}$ – показник ефективності управління та фінансового менеджменту у частках одиниць.

За підсумковим значенням показника фінансової конкурентоспроможності можна сформулювати шкалу для вибору фінансової стратегії: до 0,35 – стратегія антикризова або стабілізаційна; 0,36–0,7 – стратегія захисна; 0,71–0,85 – стратегія поступового розвитку або експансійна; 0,86–1 – стратегія експансійна.

Експансійна стратегія пов'язана з інвестуванням коштів у вигідні проекти, прискоренням оборотності капіталу з метою розширення виробництва і частки ринку. Стратегія поступового розвитку спрямована на послідовне нарощення обсягів збуту продукції та підтримання стабільного фінансового стану. Захисна стратегія передбачає зменшення виробничих потужностей та часткове згортання інвестиційної діяльності. Стабілізаційна стратегія орієнтована на виявлення слабких місць і розроблення заходів для їх знешкодження. Антикризова стратегія націлена на виведення підприємства із кризи за рахунок реорганізації [5, с. 154; 7, с. 212; 11, с. 164; 14, с. 125–126; 15, с. 225–226].

Реалізовувати фінансову стратегію на підприємстві потрібно шляхом конкретизування цілей у межах оперативного та тактичного планування. Методи реалізації фінансової стратегії можуть базуватись на гнучкому бюджеті (передбачено визначати витрати на підставі нормативів), відсотку від про-

дажів (визначається рівень прибутку від запланованих обсягів реалізації), безбитковості, управлінні витратами [11, с. 163]. Крім цього, процес реалізації фінансової стратегії повинен бути покладений на відповідних осіб, які нести відповідальність за її результативність.

Реалізація фінансової стратегії потребує постійного контролю на оперативному і стратегічному рівні. Контроль фінансової стратегії здійснюється з метою забезпечення прибутковості і ліквідності підприємства у короткостроковому періоді та з метою забезпечення зростання і підтримання позитивного іміджу (або виходу із кризи) у довгостроковому періоді. На рівні оперативного планування здійснюється контроль за бюджетуванням, відбувається пошук слабких місць та встановлюються причини відхилення від планових показників, забезпечується мотивація щодо прийняття ефективних поточних рішень. У межах стратегічного планування контроль передбачає розроблення альтернативних стратегій на підставі критичного аналізу змін внутрішніх та зовнішніх чинників, аналізування ефективності інноваційно-інвестиційних рішень тощо [8, с. 137].

На етапі реалізації фінансової стратегії зіставлення мети та результатів проводиться із метою виявлення обсягів та причин відхилень для того, щоб запровадити відповідні коригувальні рішення. Етапи реалізації та коригування фінансової стратегії здійснюються паралельно, оскільки своєчасне виявлення негативних тенденцій у реалізації такої стратегії дає змогу вчасно вносити зміни та запобігти негативним результатам у довготерміновому періоді.

Висновки. Обґрунтована фінансова стратегія є основою ефективної фінансової діяльності підприємства та важливим чинником забезпечення його конкурентоспроможності у перспективі. Фінансова стратегія повинна мінімізувати наслідки появи можливих ризиків і сприяти забезпеченню фінансової стійкості та платоспроможності підприємства.

Досліджено етапи побудови фінансової стратегії на підприємстві та встановлено, що не існує єдиного підходу до їхнього змісту, кількості та послідовності. Протиріччя здебільшого стосуються початкового та заключного етапів.

Етапи формування фінансової стратегії згруповано у три блоки (розроблення, реалізація, коригування) та конкретизовано наповнення їхніх складників. Встановлено, що найбільш важливим є етап розроблення фінансової стратегії, оскільки він містить найбільше складників, які вимагають ретельного дослідження та затрат ресурсів і часу. Також від етапу розроблення залежить процес безпосередньої реалізації фінансової стратегії на підприємстві та обсяги внесених коректив у майбутніх періодах. Запропоновано обирати фінансову стратегію на підставі розрахунку показника фінансової конкурентоспроможності, який обчислюється на підставі чотирьох інтегральних показників. Встановлено, що етапи реалізації та коригування повинні йти паралельно з метою вчасного внесення коректив, що сприятиме швидкій та ефективній реалізації фінансової стратегії.

Література:

1. Бас Ю.В. Теоретичні основи формування фінансової стратегії підприємства / Ю.В. Бас, Г.В. Зикова // Наука й економіка. – 2016. – № 1 (41). – С. 73–77.
2. Бутенко Т.В. Формування стратегії розвитку аграрної сфери з метою її адаптації до інноваційно-інвестиційних умов функціонування [Електронний ресурс] / Т.В. Бутенко // Ефективна економіка. – 2011. – № 12. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_12_31

3. Бучакчийська Ю.А. Теоретичні засади формування фінансових стратегій підприємства / Ю.А. Бучакчийська // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 4 (28). – С. 118–121.
4. Карпова Т.С. Проблеми та шляхи вдосконалення управління фінансовою діяльністю суб'єктів підприємництва в Україні / Т.С. Карпова, О.В. Позднякова // Финансы, учет, банки. – 2014. – № 1 (20). – С. 144–152.
5. Корпан О.С. Фінансова стратегія підприємств легкої промисловості: принципи формування та особливості реалізації [Електронний ресурс] / О.С. Корпан // Моделювання регіональної економіки. – 2012. – № 1. – С. 143–160. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Modre_2012_1_20
6. Наумова Л.Ю. Фінансова стратегія економічного розвитку підприємств [Електронний ресурс] / Л.Ю. Наумова // Наука й економіка. – 2014. – Вип. 2. – С. 134–139. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nie_2014_2_23
7. Партин Г.О. Фінансова стратегія у системі управління фінансами підприємства / Г.О. Партин, О.Я. Митрухіна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.6. – С. 208–214.
8. Рябенков О.В. Технології контролінгу реалізації фінансової стратегії на підприємстві / О.В. Рябенков // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі: Економічні науки. – 2013. – № 4 (60). – С. 136–140.
9. Танклевська Н.С. Побудова фінансової стратегії та її значення у конкурентному ринковому середовищі / Н.С. Танклевська, О.В. Пашенко // Наука й економіка. – 2014. – № 4 (36). – С. 50–56.
10. Химич І. Фінансова стратегія як елемент фінансової стабільності підприємства [Електронний ресурс] / І. Химич // Галицький економічний вісник. – 2013. – № 4. – С. 158–164. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gev_2013_4_25
11. Щербань О. Методичний підхід до розробки фінансової стратегії підприємства / О. Щербань // Економічний аналіз. – 2013 рік. – Вип. 12. – Част. 4. – С. 161–165.
12. Пожарська А.С. Методичний підхід до оцінки фінансового потенціалу на основі визначення таксономічного показника. / А.С. Пожарська // Управління розвитком. – 2013. – № 18 (158). – С. 34–37.
13. Лисяк Л.В. Детермінанти фінансової конкурентоспроможності у ринковому середовищі / Л.В. Лисяк, Д.О. Гетьман // Вісник ДДФА. Економічні науки. – 2013. – № 2. – С. 112–122. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vddfae_2013_2_15
14. Руда Р.В. Фінансова стратегія як основа життєдіяльності підприємства [Електронний ресурс] / Р.В. Руда // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2014. – № 2. – С. 123–126. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vbumb_2014_2_27
15. Хаванова М.С. Види фінансової стратегії підприємства / М.С. Хаванова // Вчені записки Університету «КРОК». – 2013. – Вип. 33. – С. 223–228.

Гудзь О.И. Формирование финансовой стратегии предприятия

Аннотация. В статье приведены основные положения о сущности финансовой стратегии предприятия. Представлена последовательность этапов формирования финансовой стратегии. Конкретизирован перечень работ для каждого этапа. Предложено выбирать финансовую стратегию на основе вычисления интегрального показателя финансовой конкурентоспособности.

Ключевые слова: финансовая стратегия предприятия, разработка финансовой стратегии, реализация финансовой стратегии, корректировки финансовой стратегии, интегральный показатель финансовой конкурентоспособности предприятия.

Hudz O.I. Development of enterprise financial strategies

Summary. Basic provisions to the essence of enterprise financial strategy are presented in the article. The sequence of stages development of financial strategy is presented. The list of works by for each stage is concretized. Financial strategy proposed to choose on the basis of calculation of integral index of financial competitiveness.

Keywords: company financial strategy, financial strategy development, implementation of financial strategy, financial strategy adjustment, integral index of financial competitiveness.

*Дейнега О.В.,**к.е.н., доцент,**проректор з наукової роботи,**Рівненський державний гуманітарний університет*

СУЧАСНІ МОДЕЛІ ІНТЕГРАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВ У ЛАНЦЮГАХ ПОСТАВОК

Анотація. Встановлено зв'язок між рівнем розвитку інформаційної інфраструктури підприємств, об'єднаних ланцюгом поставок, і ефективністю управління ними. Розглянуто особливості застосування моделей управління ланцюгами поставок та параметри їх інформаційного забезпечення на підприємствах. Обґрунтовано доцільність та конкретизовано умови застосування підприємствами в ланцюгу поставок таких інформаційних технологій, як ERP та CRM.

Ключові слова: інформація, ланцюги поставок, інформаційні технології, інформаційне забезпечення підприємств.

Постановка проблеми. У XXI столітті інформація продовжує залишатися найважливішим ресурсом людської цивілізації та невичерпним стимулом забезпечення її раціонального розвитку. Інформаційні потоки пронизують всі сфери людської діяльності. Економіка не є винятком. Інформація в економічних системах виконує більше функцій, має більше особливостей і характеристик, сприяє вирішенню більшої кількості завдань, ніж, наприклад, у біологічних або технічних. Інформація дає змогу оцінити доцільність відкриття бізнесу, організувати та оцінювати ефективність його поточної діяльності, коректувати й адаптувати її відповідно до вимог стохастичного середовища, оцінювати перспективи тощо. Причому інформаційні потоки можуть переміщатися як автономно, так і супроводжувати матеріальні та фінансові потоки підприємств. Без присутності інформації існування будь-якого господарського суб'єкта неможливе.

Ефективність використання інформації підприємствами значно підвищилась останнім часом за рахунок упровадження та розвитку інформаційних технологій. Сьогодні найбільш відомими інформаційними технологіями, що можуть застосовуватись у діяльності об'єднаних господарських суб'єктів, є XML, ERP, веб-інфраструктура, CRM, MRP (MRP I та MRP II), DRP (DRP I та DRP II).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підвищена увага до інформації та інформаційних технологій, пов'язана зі зростанням її значущості в суспільному житті, сприяла збільшенню наукових публікацій, присвячених дослідженню її суті, значенню, оцінюванню тощо в різних галузях знань. Дослідження інформаційних проблем в економіці, які динамічно розвиваються в останні десятиріччя минулого століття, пов'язані з такими іменами, як М. Кастельс, М. Корольов, А. Маміконов, З. Афанасьєва, В. Ярошенко. Серед сучасних вітчизняних дослідників варто відзначити Л. Мельника, який розглядав базові дефініції, пов'язані з побудовою інформаційної економіки [1], Є. Криківського [2], Н. Чухрай [3], котрі досліджували роль і значення інформації у логістичних системах, а також А. Федорченко [4], М. Окландера [5], у працях яких роз-

кривається природа та специфіка збору та використання маркетингової інформації підприємства.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Інформаційне середовище є і буде залишатися динамічним, а інформаційні технології продовжуватимуть надзвичайно стрімко розвиватися. Саме тому актуалізується потреба у здійсненні постійного моніторингу та узагальненні досвіду впровадження сучасних інформаційних технологій, що можуть бути застосовані у господарській діяльності як окремих підприємств, так і об'єднаних у ланцюги поставок.

Мета статті – виявити сильні та слабкі місця сучасних інформаційних технологій, що можуть бути використані в економічній діяльності вітчизняних підприємств, і специфічні особливості прояву їх основних моделей у ланцюгах поставок.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна система являє собою складну інтеграційну сукупність просторово розміщених елементів, розвиток яких можливий лише за умови оптимального поєднання різних видів виробничих факторів – матеріальних, технічних, енергетичних, трудових, фінансових та інформаційних. Особливої уваги на сучасному етапі заслуговують останні, оскільки вони забезпечують ефективне управління споживанням інших їх видів.

Будь-яка економічна система може функціонувати та розвиватися тільки в тому разі, якщо в ній постійно циркулює відповідний обсяг інформації. Управління такою системою починається із організації інформаційного процесу, який передбачає забезпечення виконання функцій зі збирання, передавання, оброблення, аналізу даних і прийняття на їх основі відповідних управлінських рішень, адже підприємства потребують інформаційної підтримки на всіх етапах своєї діяльності (рис. 1).

Глобалізація і ймовірність зростання конкуренції, зумовлені курсом України на євроінтеграцію, уже сьогодні стимулюють менеджмент підприємств до пошуку нових концепцій управління, які дадуть змогу підвищити ефективність їхньої власної діяльності, а також ефективність окремих функцій, що сприятимуть зростанню їхньої конкурентноздатності, або утримання ними поточної ринкової позиції. У таких умовах використання ланцюгів поставок у діяльності ринково орієнтованих підприємств можна розглядати як актуальну перспективу, оскільки передбачають таку форму поточних відносин між постачальником і замовником, коли вони не перешкоджають один одному, а зосереджені на використанні ситуації на ринку для досягнення спільних стратегічних переваг. Така модель поведінки партнерів у концепції управління ланцюгами поставок (SCM) передбачає тісну співпрацю організацій, які є ланками одного ланцюга, оскільки їхнім спільним завданням є забезпечення більш активних конкурентних позицій на ринку за рахунок ефективного управління.

Ланцюг поставок відіграє важливу роль у створенні конкурентних переваг для організацій, і успіх будь-якої з них пов'я-

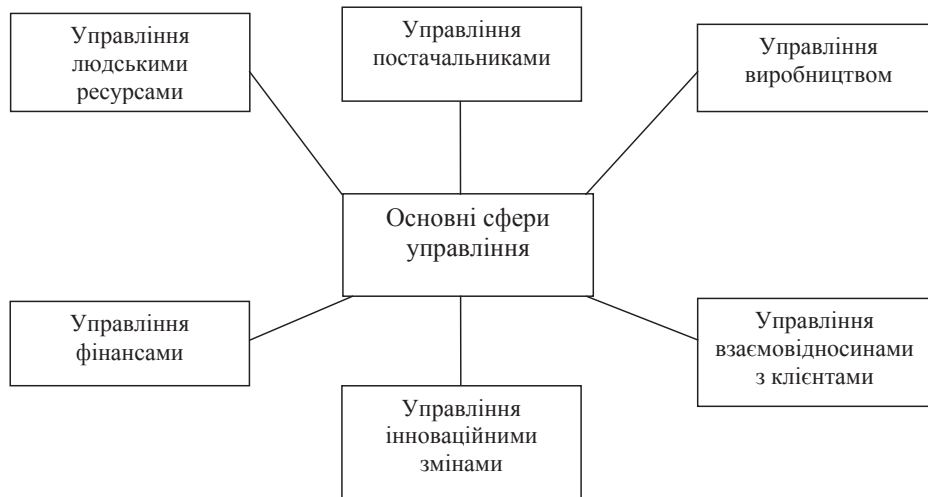


Рис. 1. Забезпечення інформаційної підтримки діяльності підприємства

Джерело: напрацювання власне

заний із належним управлінням ланцюгом поставок, який може бути досягнутий із використанням ефективної системи управління інформацією. Хоча використання інформаційних систем у ланцюгах поставок може принести багато переваг, їх впровадження не є простим і вимагає подолання різних технічних і культурних перешкод. Зрештою, для успішного створення ефективної інформаційної системи необхідно ретельно спроектувати всі її рівні і приділити достатню увагу подоланню бар'єрів, пов'язаних із продуктивністю та ймовірними ризиками.

За словами Van Hoek and Chong (2001 рік) формат ланцюга поставок відрізняється від традиційної електронної комерції тим, що інформаційна інфраструктура ланцюга поставок широко використовується для поширення інформації по всьому ланцюгу загалом, що дозволяє уникнути втрат часу; інформація використовується для довгострокових інновацій і розширення відносин із клієнтами; між частинами ланцюга поставок присутня співпраця [6, с. 281].

Добре керований ланцюг поставок розглядається як важлива конкурентна перевага, але останніми роками, завдяки підвищенню важливості інформації, основною конкурентною перевагою може вважатися інформаційна система ланцюга поставок (SCIS). SCIS може бути корисною для синхронізації дій всіх активних членів ланцюга поставок, включаючи виробництво, зберігання і відвантаження, а також може допомогти у прогнозуванні майбутніх потреб і правильному плануванні. Вона дає змогу підвищити операційну ефективність і гнучкість, поліпшити обслуговування клієнтів і скоротити витрати і проблеми. За цими перевагами SCIS слідують більш висока точність, оперативніша обробка даних, більша прозорість і легка доступність.

Clarke у 1998 році представив концепцію «віртуальної логістики». За сприяння віртуальної логістики фізичні й інформаційні складники логістичних операцій здійснюються незалежно один від одного. В таких операціях право власності та контроль за використанням ресурсів здійснюється через Інтернет (або Інтранет) додатків, а не прямим фізичним контролем [6, с. 281].

Інтеграція інформації підприємств полягає в обміні ключовою інформацією у ланцюгу поставок, яка забезпечується інформаційними технологіями (ІТ). Одна з основних цілей

інтеграції інформації полягає у забезпеченні передачі й оброблення в реальному часі інформації, необхідної для вирішення завдань у ланцюгу поставок. Обмін інформацією може привести до зниження витрат за рахунок скорочення запасів і дефіциту.

Інформаційні (і комунікаційні) технології відіграють центральну роль у управлінні ланцюгами поставок, тому що дають змогу підприємствам збільшувати обсяг і складність інформації, яку необхідно повідомити їхнім торговим партнерам; надавати в режимі реального часу інформацію про ланцюг поставок, включаючи рівень запасів, статус поставки і планування виробництва і планування, що дає змогу підприємствам управляти і контролювати свою діяльність у ланцюгу поставок; полегшувати процедуру узгодження прогнозування і планування операцій між підприємствами і постачальниками, що дає змогу поліпшити координацію між ними.

Таким чином, проблеми координації діяльності підприємств у ланцюгу поставок, які часто стримуються часом і відстанню, можуть бути зменшені. Використання ІТ у ланцюгу поставок привело до впровадження різних технологій у взаємодії «бізнес-бізнес» (B2B), включаючи веб-інтернет, приватний B2B (Ethernet) і EPOS (електронний пункт продажу). Дослідження показали, що застосування ефективних інформаційних технологій покращує інтеграцію між партнерами в ланцюгу поставок із позиції матеріальних потоків, адже вони підтримують ключові процеси в ланцюгу поставок, включаючи постачання, закупівлі, виконання замовлень. Ця поліпшена інтеграція логістики між партнерами ланцюга поставок забезпечує низку операційних переваг, таких як скорочення витрат, зменшення часу виконання і ризиків, а також поліпшення продажів, рівнів обслуговування клієнтів [7].

Управління інтегрованим ланцюгом поставок вимагає безперервних інформаційних потоків, які допомагають створювати кращі потоки продуктів. Для досягнення гнучкої виробничої системи потрібна своєчасна обробка інформації для систем швидкого реагування, і саме тому контроль невизначеності у виробничих процесах і продуктивності постачальників має вирішальне значення для ефективного управління ланцюгами поставок [8]. Для побудови ланцюга поставок необхідні структурні і числові дані (табл. 1).

Інформація, яка потрібна для побудови ланцюга поставок

Тип даних	Зміст
Структурні	Назви та розташування наявних і потенційних постачальників, об'єктів логістичної інфраструктури та споживачів
	Назви продуктів, які проходять через ланцюг поставок, які можуть бути сировиною, матеріалами, комплектуючими чи готовою продукцією
	Назви процесів, які проходять на всіх об'єктах
	Назви ресурсів, які споживають об'єкти
	Перелік транспортних зв'язків, які складаються із пунктів відправлення та пунктів призначення
Числові	Обсяги сировини, яку може надати постачальник, та вартість її придбання
	Прямі і непрямі витрати на купівлю та експлуатацію обладнання
	Потужності об'єктів
	Величина вхідного та вихідного матеріального потоку на кожному об'єкті
	Витрати та потужності, пов'язані з процесами і ресурсами, які використовуються цими процесами
	Витрати та потужності, пов'язані з управлінням запасами
	Витрати та потужності, пов'язані з транспортними зв'язками
Обсяги готової продукції, необхідної на ринку	

Джерело: власне опрацювання на основі [9, с. 191]

Інформаційний потік може містити різні онлайн-послуги для клієнтів і партнерів ланцюга поставок. Ці послуги, у свою чергу, включають інформаційні послуги, платіжні послуги, страхові послуги тощо. Послуги можуть надаватися тими ж партнерами, що забезпечують фізичну обробку, або партнерами, які спеціалізуються на постачанні послуг електронної обробки інформації [10].

Кращі партнери з управління ланцюгами поставок мають інформаційні системи, що здатні управляти величезними обсягами даних; перетворювати дані в інформацію; передбачати майбутні потреби через «що якщо» сценарії моделювання; розуміти і планувати цикли поповнення; управляти бухгалтерськими функціями; відстежувати продуктивність; сприяти розвитку співробітництва.

Інформаційне забезпечення підприємств у ланцюгах поставок може здійснюватись із використанням таких інструментів, як Інтранет (внутрішні сайти для управління проектами, спільного використання документів, мозкового штурму і доставки звітів); програми (призначені для однієї конкретної функції і повністю інтегровані з основною транзакційною системою, системою управління складом, фінансовими потоками та системою прогнозування/планування, системою планування продукту тощо); EDI (повна гама AIAG документів, як із постачальниками, так і з клієнтами); партнер-портали (сприяють співпраці шляхом надання інформації діловим партнерам у режимі реального часу); мобільний (користувачські додатки дають змогу надавати інформацію і зміст будь-якого пристрою у будь-якій операційній системі); Інтернет (дає можливість дотати значущості ланцюгу поставок).

Ефективне управління інформаційними потоками нейтралізує потребу в надлишкових складських запасах. Якщо реалізувати послідовну платформу, яка об'єднує весь ланцюг поставок, то доступ до даних покращується і значно знижуються ризики [11].

Інформаційні технології в управлінні ланцюгами поставок підприємств можуть виконувати чисельні завдання, адже застосовуватися можуть такі сучасні інформаційні технології,

як XML (для представлення корпоративних даних), ERP (забезпечує підтримку логістичних операцій), веб-інфраструктура (сприяє успішній реалізації електронної комерції у B2B) та CRM (управління відносинами з клієнтами), MRP (системи планування потреби у матеріалах (MRP I) та планування виробничих ресурсів (MRP II)), DRP (забезпечення ефективного розподілу готової продукції через визначення попиту, запасів у розподільчих центрах та складах (DRP I) та визначення графіку виробництва, що пов'язане із системами MRP та ERP (DRP II)).

Управління відносинами з клієнтами сьогодні більше відоме під абревіатурою CRM, являє собою комп'ютерну програму, спеціально розроблену для щохвилинного фіксування інформації про угоди компанії з клієнтами і замовниками. Метою реалізації цього програмного забезпечення в організації є формування довіри клієнтів до компанії і підтримання здорових довгострокових відносин із ними. Застосування CRM для обслуговування клієнтів максимізує рівень їх задоволеності. Це програмне забезпечення включає в себе такі модулі, як навчання персоналу, побудова відносин, реклама тощо, які розробляються із врахуванням вимог клієнтів.

Планування ресурсів підприємства (ERP) є попередньо укомплектованим програмним забезпеченням, що застосовується для управління підприємствами з метою підвищення їхньої продуктивності, рентабельності і ефективності. Комп'ютеризована програма збирає інформацію із різних відділів організації, об'єднує та інтерпретує записи як для внутрішнього, так і для зовнішнього управління організацією. ERP об'єднує ключові напрями бізнесу, такі як покупки, продаж, виробництво, людські ресурси, послуги, інвентар тощо, щоб згладити бізнес-процеси і потоки інформації в рамках всієї організації. Характерною особливістю ERP є загальна база даних, яка виконує широкий спектр функцій, що використовується різними відділами організації. Коли ця програма реалізується в організації, то всі відділи можуть отримати доступ до оновленої інформації. На додаток до цього компанія також здатна аналізувати прибутковість, продуктивність і ліквідність у будь-який

момент часу. Найбільш значною перевагою цього програмного забезпечення є те, що воно є вбудованим, отже, надмірність даних зводиться до мінімуму.

Мета ERP полягає в удосконаленні та оптимізації внутрішніх бізнес-процесів, які, як правило, необхідні для забезпечення реінжинірингу поточних бізнес-процесів. Компонентами системи ERP є загальні компоненти системи управління інформацією (MIS). Модуль на базі ERP програмного забезпечення є ядром системи ERP. Кожен програмний модуль автоматизує бізнес-діяльність функціональної області в межах організації. Програмні модулі Common ERP включають планування продукту, частини закупівель, управління запасами, розподілу продукції, відстеження замовлень, фінанси, бухгалтерський облік та аспекти людських ресурсів організації. Бізнес-процеси всередині організації підрозділяються на три рівні – стратегічного планування, контролю управління і оперативного контролю. ERP застосовується для підтримки або оптимізації бізнес-процесів на всіх рівнях. Межа систем ланцюга постачань і систем електронної комерції поширюється на організації постачальників, дистриб'юторів, партнерів і клієнтів. На практиці, однак, багато реалізацій ERP припускають інтеграцію ERP із зовнішніми інформаційними системами.

Хоча ERP і CRM-системи аналогічні по суті, проте в них використовуються різні підходи до збільшення прибутку. ERP спрямована на скорочення накладних витрат і скорочення витрат загалом. Підвищуючи ефективність бізнес-процесів, ERP скорочує кількість капіталу, що витрачається на ці процеси. CRM забезпечує збільшення прибутку, сприяючи збільшенню обсягів продажів. Стандартизоване сховище даних про клієнтів (від керівників до торгових представників) застосовується, щоб поліпшити відносини з клієнтами, що впливає на підвищення лояльності до бренду і прибутку.

Збільшення капіталу може відбуватись двома шляхами, такими як збільшення продажів або зменшення витрат. Використання ERP і CRM-систем дає змогу бізнесу застосовувати обидва ці аспекти. Система CRM приносить більше доходів за рахунок поліпшення показників продажів, тоді як система ERP знижує загальні експлуатаційні витрати. Разом ці системи можуть допомогти бізнесу домогтися зростання за рахунок підвищення ефективності та розширення. Якщо ERP і CRM застосувати окремо, то це теж принесе свої результати, проте може знизити потенціал зростання бізнесу [12].

Порівняльна характеристика ERP і CRM представлена в таблиці (табл. 2).

Останнім часом у бізнес-середовищі розвиваються такі тенденції, що суттєво впливають на застосування ERP підприємствами, як її мобільність, соціальний характер та дворівневність.

Висновки. Упровадження сучасних моделей організації логістичної діяльності (зокрема, ланцюгів поставок), а також інформаційних технологій у діяльність вітчизняних підприємств є обов'язковою умовою їх успішної інтеграції у європейський економічний простір, оскільки сприятиме підвищенню їх конкурентноздатності на європейському і світовому ринках.

Застосування сучасних інформаційних технологій на підприємствах у проектуванні ланцюгів поставок із врахуванням усіх аспектів програм окремих партнерів дає змогу стандартизувати бізнес-процеси, розширювати застосування передових рішень із їх планування і оптимізації; представити уніфіковані функції і можливості в будь-якій точці світу за допомогою одного користувацького досвіду; давати доступ всім учасникам ланцюга поставок до інформації у режимі реального часу з метою прийняття негайних рішень; ефективно синхронізувати глобальний ланцюг поставок; швидко інтегрувати інформацію у процесі прийняття рішень у всі функціональні блоки. Ефект від застосування інформаційних технологій полягає у зниженні невизначеності за рахунок отримання додаткової інформації, підвищення її якості та рівня інформаційного забезпечення всіх учасників ланцюга поставок.

Література:

1. Мельник Л.Г. Информационная экономика. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2003. – 288 с.
2. Логістика для економістів: підручник/ Євген Крикавський. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2014. – 476 с.
3. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: підручник. – Львів: Видавництво Націон. ун-ту «Львівська політехніка», 2006. – 298 с.
4. Федорченко А.В. Система маркетингових досліджень: монографія / А.В. Федорченко. – К.: КНЕУ, 2009. – 267 с.
5. Окландер М., Педько І. Ретроспективний аналіз походження теорії маркетингової інформації / Михайло Окландер, Ірина Педько // Економіст. — 2015. – № 4 (342). – С. 13–18.
6. Gunasekaran A., Ngai E.W.T. Information systems in supply chain integration and management. – European Journal of Operational Research. – 159. – 2004. – р. 269–295.
7. Prajogo D. The effect of supply chain information integration and logistics integration on firm performance [Електронний ресурс]. –

Таблиця 2

Порівняльні характеристики CRM і ERP

Основа для порівняння	CRM	ERP
Суть	Комп'ютерна програма, яка забезпечує компаніям можливість записувати кожну угоду і взаємодію з наявними та потенційними клієнтами	Інтегрована комп'ютерна програма, яка дає змогу організації здійснювати управління і контроль власними бізнес-процесами
Рік (роки) розроблення	1990 р.	1960–1970 рр.
Джерела інформації	Збір, збереження та аналіз інформації про споживачів, постачальників, партнерів	Різні функціональні групи організації через такі системи, як CRM, управління ланцюгами поставок (SCM), управління людськими ресурсами (HRM) тощо
Сфера застосування	У діяльності фронт-офісу (складається з персоналу із продажів, маркетингу і підтримки клієнтів)	У діяльності бек-офісу (частини компанії, що складається із працівників адміністрації і підтримки, що не є клієнтами)
Цілі	Збільшення продажів	Скорочення витрат
Об'єкти впливу	Споживачі	Ресурси підприємства

Джерело: власне опрацювання на основі [13; 14]

- Режим доступу: https://www.anzam.org/wp-content/.../1092_ANZAM2009-251.PD. – Назва з екрану.
8. Zhang Y., Wang X. A Web-enabled agile manufacturing system for SMEs in supply chain management [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pomsmeetings.org/confpapers/.../005-0080.doc>. – Назва з екрану.
 9. Шапиро Дж. Моделирование цепи поставок / Пер. с англ. Под ред. В.С. Лукинського – Спб. : Питер, 2006. – 720 с.
 10. Grabis J. Joint optimization of physical and information flows in supply chains [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ceur-ws.org/Vol-1028/paper-01.pdf>. – Назва з екрану.
 11. Andrews J. Optimizing your supply chain information flow [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.supplytechnologies.com/blog/optimizing-your-supply-chain-information-flow>. – Назва з екрану.
 12. CRM and ERP: What's the difference? CRM & marketing technology blog [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.crmswitch.com/crm-value/understanding-crm-erp/>. – Назва з екрану.
 13. Difference between CRM and ERP [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://keydifferences.com/difference-between-crm-and-erp.html>. – Назва з екрану.
 14. Mehta A. BI, SCM, CRM and ERP in a nutshell and their relationship [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://medium.com/@metankit/bi-cm-crm-and-erp-in-a-nutshell-and-their-relationship-32630230cde9#olhj7j17x>. – Назва з екрану.

Дейнега А.В. Современные модели интеграции информационных потоков предприятий в цепочках поставок

Аннотация. Установлена связь между уровнем развития информационной инфраструктуры предприятий, объединенных цепью поставок, и эффективностью управления ими. Рассмотрены особенности применения моделей управления цепями поставок и параметры их информационного обеспечения на предприятиях. Обоснована целесообразность и конкретизированы условия применения предприятиями в цепи поставок таких информационных технологий, как ERP и CRM.

Ключевые слова: информация, цепи поставок, информационные технологии, информационное обеспечение предприятий.

Deineha O.V. Current models of integration of business information flows in the supply chain

Summary. The relationship between the level of enterprise information infrastructure, joint supply chain, and performance management is determined. The features of models of supply chain management and the parameters of their information supply enterprises are considered. The expediency and the specified conditions for the use by enterprises of supply chain information technology such as ERP and CRM are substantiated.

Keywords: information, supply chain, information technology, information support of enterprises.

*Лисюк Т.В.,**к.пед.н, доцент кафедри туризму та готельного господарства,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки**Терещук О.С.,**к.геог.н, доцент кафедри туризму та готельного господарства,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки**Пак Т.О.,**магістр,**Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки*

ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті визначено основні переваги інноваційної програми лояльності як одного з ключових елементів та інструментів забезпечення розвитку ресторанного підприємства в системі управління відносинами з клієнтами, а також обґрунтовані критерії для класифікації інноваційних програм лояльності ресторанних підприємств та відповідні їм типи.

Ключові слова: програми лояльності споживачів, дисконтні накопичувальні програми, бонусні картки, інновації, ресторанне підприємство.

Постановка проблеми. В умовах, коли на ринку пропонується безліч однотипних продуктів, послуг, сервісів практично за однаковими цінами і приблизно з однаковою якістю, наявність інноваційних програм лояльності є одним із головних аргументів у конкурентній боротьбі.

Складна економічна ситуація лише загострює потребу підприємств у побудові вигіршних бізнес-стратегій формування та підтримки лояльності клієнтів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження різних аспектів лояльності на споживчому ринку знайшли своє відображення у працях зарубіжних і вітчизняних вчених.

До числа дослідників, у працях яких відображена зазначена проблема, можна віднести Д. Аакера, П. Гембла, П. Дойля, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, Ф. Райхельда, М. Стоуна, П. Темпорала, До. Ховарда, Олівера, Хофмана, Гріффіна та ін.

Різні теоретичні та практичні підходи до процесу формування лояльності споживачів ресторанних підприємств відображені в роботах таких вітчизняних вчених, як І. Альошина, В. Бакаєва, Д. Гореліка, Ю. Зефірова, А. Ковальова, М. Могиловича, А. Наумова, В. Патрусевича, І. Широченської і ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значні науково-теоретичні напрацювання дослідників, подальшого теоретичного осмислення потребують особливості впровадження і застосування інноваційних програм лояльності споживачів у ресторанні підприємства.

Мета статті – охарактеризувати теоретичні і практичні аспекти інноваційних програм лояльності споживачів у ресторанних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку ресторанних підприємств, щоб залишатись конкурентоспроможними на ринку ресторанних послуг, вже недо-

статньо сприймати факт уможливлення застосування інновацій, а необхідно активно впроваджувати, використовувати їх в усіх структурах.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» (абзац сьомий частини першої статті 1 в редакції Закону N 3715-VI (3715-17) від 08.09.2011 р.) нижченаведені терміни вживаються у такому значенні [1]:

Інновації – новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери.

Інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розроблень і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг.

Інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) – підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг.

Аналіз наукових джерел показує, що до самого поняття «лояльність» існує декілька підходів. Термін «лояльність» походить від англійського слова «loyal» – вірний, відданий.

А. Аакер визначає лояльність як «міру прихильності споживача до бренду». На його думку, лояльність показує, який ступінь ймовірності перемикавання споживача на інший бренд, особливо коли він зазнає змін за ціновим або будь-яким іншим показником [2].

Ф. Райхельд вважає, що лояльність є відданістю власному джерелу цінності. Лояльний покупець не змінює джерело цінностей, тобто раз у раз купує товар або послугу і рекомендує своєму оточенню.

Картки постійних покупців, дисконтні картки, у тому числі накопичувальні, різного роду розіграші та призи, які видаються під час купівлі певного числа продуктів, націлені на «винагороду» споживача саме за лояльну поведінку, тобто постійні покупки [6].

А. Херманін вважає, що лояльність споживача визначають три параметри, два з яких можна виміряти безпосередньо [7], такі як число повторних покупок, збільшення обсягу покупок, рекомендації. Параметр «рекомендації» можна виміряти тільки через опитування споживача.

Основа успішної програми лояльності закладається на стадії планування, коли визначаються ключові цілі та способи їх досягнення, а також методика оцінки ефективності та рентабельності програми.

Виділяють критерії для класифікації інноваційних програм лояльності ресторанних підприємств та відповідні їм типи [3]:

1. Залежно від кількості учасників інноваційної програми лояльності:

- коаліційні – об'єднують кілька компаній, які не конкурують між собою, але націлені на одну цільову аудиторію;
- індивідуальні – розроблені однією компанією для своїх споживачів.

2. Залежно від бар'єрів для вступу в програму або від умов для учасників програм:

- відкриті – програми, в яких може брати участь практично кожен бажаючий. Участь у відкритій програмі не вимагає виконання будь-яких умов;
- закриті – програми, в яких може брати участь не кожен бажаючий.

Для того щоб стати її учасником, необхідно пройти певну процедуру, таку як сплата вступного внеску або заповнення спеціальної анкети та ін.

3. Залежно від ступеня прихильності заохочення до факту обслуговування у ресторанах:

- прями – забезпечують збільшення числа продажів поряд зі створенням враження у клієнта, що саме в цьому ресторані і саме для нього завжди доступні якісні і за прийнятною ціною послуги;
- непрямі – реалізуються найчастіше на протязі досить тривалого терміну і вимагають дуже ретельного опрацювання. Наприклад, персональне обслуговування, коли менеджер добре знайомий з очікуваннями і уподобаннями клієнта.

4. Залежно від вигоди, яку отримує споживач:

- цінові – програми, спрямовані на здійснення покупцем повторних покупок, а отже, на підвищення обсягу продажів за рахунок вигідної пропозиції;
- нецінові – програми, метою яких є встановлення міцних зв'язків зі споживачем у довгостроковому періоді за рахунок переважно унікальних емоційних і соціальних вигод від ресторану.

Серед цінових інноваційних програм лояльності виділяють дисконтні, дисконтні накопичувальні і бонусні програми [4].

Дисконтні програми є одним із найбільш поширених типів інноваційних програм лояльності споживачів, які орієнтовані на надання споживачеві вигоди у вигляді повернення частини сплаченої вартості товару чи послуг безпосередньо в момент покупки.

Дисконтні програми бувають із фіксованими знижками і диференційованими або накопичувальними знижками.

Дисконтна програма лояльності з фіксованими знижками складається з

надання матеріальної вигоди споживачу у вигляді певного відсотка від вартості товару або послуги безпосередньо в момент здійснення покупки.

Для отримання фіксованої знижки споживач повинен володіти спеціальною дисконтною картою.

Незважаючи на популярність дисконтних програм, варто зазначити, що за рахунок цінових знижок важко сформувати групу споживачів: завжди знайдеться конкурент, який запропонує нижчу ціну.

Накопичувальні дисконтні програми. До основної особливості цього виду дисконтних програм належить те, що в них,

на відміну від програм із фіксованими знижками, вигода не є фіксованою і незмінною величиною, залежною від купівельної активності споживача ресторанних послуг: вона прямо залежить від того, як часто і на яку суму робив споживач попередні покупки.

Бонусні програми заохочення лояльності споживачів. Ідея бонусних програм заохочення полягає в тому, що під час здійснення покупки споживач набирає деякі умовні бали (окуляри / бонуси / милі).

За накопичення певної кількості балів споживач отримує право обміняти їх на товар, продукт, або послугу. Прикладом в Україні є мережа ресторанних підприємств «Львівська майстерня шоколаду», яка використовує інноваційні програми лояльності «LOKAL». Чим більше бонусів споживач набирає, тим дорожчий подарунок він може придбати.

Таким чином, споживач має не тільки матеріальну вигоду (додатковий товар, продукт, або послугу), а й емоційну – у вигляді бонусів.

Цей вид програми заохочення лояльності значно підвищує прихильність до бренду з боку вже існуючих клієнтів, оскільки стимулювання накопичення бонусів відбувається постійно, мотивуючи покупця до збільшення бонусних балів, а отже, приводить до стабільного придбання продуктів і послуг цього підприємства.

Ще однією перевагою використання бонусів є інформація про клієнтську базу, яка поступово збирається у процесі реалізації програми лояльності.

Що стосується нецінових програм лояльності, то варто відзначити таке. Якщо цінові програми лояльності прагнуть змінити поведінкову лояльність споживачів, то нецінові спрямовані на те, щоб сформувати сильну афективну лояльність бренду, оскільки вони апелюють до емоцій споживачів.

Коли споживачі відчувають до того чи іншого ресторанного підприємства емоційну прихильність, то вони не стануть розглядати пропозиції з боку інших підприємств і переходити до конкурентів.

На нашу думку, вигідним інноваційним програмним забезпеченням лояльності споживачів ресторанних підприємств на сучасному етапі є застосування QR-кодів.

QR-код на рахунку або чеку. На рахунку або касовому чеку крім суми існує і QR-код. У коді записана інформація про інгредієнти страви, яку ви замовили, посилання на сайт ресторану, час роботи, ім'я офіціанта, телефони, умови доставки і програми лояльності.

Фото або відео страв. Розміщення QR-коду в меню ресторану. Просканувавши його, гість потрапляє на мобільний додаток або мобільний сайт закладу, де демонструються різні фото і відео страв або пунктів меню, а також пропонуються програми лояльності.

Історія успіху ресторану. Поки гість чекає виконання замовлення, він може за допомогою QR-коду вивчити історію ресторану, подивитися відеоролик про персонал ресторану, отримати дружнє послання від шеф-кухаря (майстер-клас, фірмовий рецепт) або навіть від власника закладу, а також отримати інформацію про знижки і бонусні картки.

Розміщення QR-коду в усіх друкованих матеріалах ресторану. Гість зможе завантажити мобільний додаток ресторанного закладу, отримати повну інформацію про меню і програми лояльності, а також здійснювати замовлення їжі додому через мобільний телефон, що зручно і просто, отримуючи додаткові бали.

Текстове повідомлення та програми лояльності. Активний розвиток програм лояльності, проведення розсилок та опитувань або влаштування цікавих акцій. Наприклад, скануйте QR-коди в ресторанах і на матеріалах доставки, реєструйтеся на сайті – і отримуйте до кожного замовлення подарунок. Розвиток клієнтської бази через подібні акції дасть змогу в потрібний момент активно анонсувати і просувати послуги закладу.

Реагування на обслуговування клієнтів. Наприклад, можна розмістити на столику в ресторані або в папці з рахунком два QR-коду з повідомленням: «Якщо Вам сподобалося обслуговування – відскануйте один код, якщо ні – інше». Споживача буде переадресовано на сторінку корпоративного сайту, де його голос врахує система голосування. Якщо інтегрувати друк QR-кодів у систему виставлення рахунків – можна отримувати персоналізований відгук, а також бонуси на власний рахунок.

Події, жива музика і святкування. QR-код на афіші. Додаючи QR-код на афішу або вивіску, відвідувач отримує можливість тут же його відсканувати і автоматично додати захід у календар. Телефон сам нагадає йому про це і про використання чи подвоєння бонусної картки.

Вибір того чи іншого типу програми лояльності залежить від безлічі факторів – від загальної стратегії ресторанного підприємства до особливостей поведінки споживачів і рівня їх лояльності. Не існує універсальних правил, за якими можливо скласти єдино правильну програму лояльності. Саме тому необхідно розробити систему оцінки ефективності програми лояльності, метою якої буде відображати вплив реалізованої програми лояльності на поведінку споживачів.

Для оцінки ефективності програми лояльності багато фахівців в області маркетингу [2], [3], [4], [5], [6], [7] пропонують використовувати КПЕ (ключові показники ефективності), які, по-перше, будуть засновані і «прив'язані» до конкретної програми лояльності, а по-друге, обов'язково повинні бути розглянуті в динаміці (як до введення програми лояльності, так і під час її реалізації).

Серед найбільш поширених і простих є такі показники ефективності [5], як:

- прибуток ресторанного підприємства;
- обсяг продажів;
- середній чек споживача;
- кількість відвідувачів;
- кількість споживачів у базі;
- кількість нових клієнтів;
- відсоток повторних покупок;
- ступінь задоволеності клієнтів та ін.

Програми лояльності у ресторанному підприємстві необхідні для організації, управління і контролю взаємодії зі споживачами.

Єдина система управління відносинами з клієнтами дає змогу більш ефективно використовувати інструменти маркетингових комунікацій (особливо рекламну активність), а значить – оптимізувати бюджет на цей вид витрат.

Необхідність інноваційних програм лояльності зумовлена високим ступенем конкуренції на ринку.

Стандартна програма лояльності споживачів спирається на три складники.

Нематеріальні вигоди для споживачів. Вони спрямовані на формування позитивних емоцій у споживачів і складаються із професійної системи комунікації, регулярного обміну інформацією, а також спеціальних пропозицій.

Матеріальні вигоди. Це різноманітні подарунки, знижки та бонуси.

Технічні можливості, що забезпечують формування бази даних споживачів і оптимізацію взаємодії з ними. Це може бути спеціальна інформаційна система, система роботи з дисконтними картами та ін.

Етапи розроблення програми лояльності:

1. Визначення і формулювання цілей (принцип SMART) у ресторанному підприємстві.

2. Опис потреб споживачів, на яких буде орієнтована програма.

3. Створення можливості обліку споживачів (формування бази даних).

4. Класифікація споживачів. Визначення критеріїв відбору пріоритетних споживачів (прикладом є мережа ресторанних підприємств «Фелічита», де існують бонусні картки «Гранд Персона»).

5. Розроблення механізму утримання існуючих споживачів.

6. Визначення ступеня відкритості програми лояльності.

7. Оцінка ефективності програми лояльності.

8. Впровадження коригувальних заходів [6].

Висновки. Отож, програма лояльності розглядається як один із ключових елементів і інструментів ресторанного підприємства в системі управління відносинами з клієнтами.

Підготовка, втілення та підтримка програми споживачів ресторанів генерує значні витрати, і тому їх варто розглядати як довгострокові зобов'язання і невід'ємний складник довгострокової стратегії маркетингу.

Програми лояльності – довгострокові програми взаємовигідної співпраці між клієнтами і підприємством. Це бізнес-процес ідентифікації, підтримки і збільшення доходів завдяки клієнтам з використанням інтерактивних комунікаційних відносин і формування емоційного взаємозв'язку клієнтів із брендом і бізнесом.

В основі програми лояльності споживачів ресторанних підприємств має бути принцип персоналізації обслуговування, встановлення довгострокових партнерських відносин з кожним клієнтом, що базується на управлінні його лояльністю, з метою максимального задоволення індивідуальних потреб споживача.

Таким чином, за рахунок встановлення тривалих партнерських відносин із клієнтами забезпечуються гнучкість і стійке положення ресторану на ринку.

На нашу думку, впровадження інноваційної програми лояльності споживачів ресторанних підприємств є доцільним і економічно ефективним.

Застосування програми лояльності споживачів ресторанних підприємств дасть змогу керівництву підприємств дуже точно відстежувати тенденції серед споживачів, а також знизить витрати на неперсоналізовану рекламу.

Отож, впровадження програми лояльності у ресторанні підприємства буде сприяти:

- закріпленню постійних споживачів;
- можливості матеріального заохочення споживачів залежно від активності участі в програмі;
- можливості психологічного заохочення;
- можливості персонального звернення до споживачів;
- зростанню розміру разових покупок постійних споживачів;
- збереженню і збільшенню рівня продажу за рахунок постійних споживачів;
- можливості залучення постійних споживачів до просування ресторанних послуг.

Можливості, які дають інноваційні програми лояльності, очевидні, тому впровадження програми лояльності споживачів ресторанних підприємств є доцільним і економічно ефективним.

Добре сплановані і контрольовані програми лояльності підприємств ресторанного бізнесу збільшують дохід за рахунок лояльних гостей, сприяють успіху ресторану на ринку, а також гарантують стабільність ресторанного бізнесу.

Література:

1. Закон України «Про інноваційну діяльність // Відомості ВРУ. – 2002. – № 36.
2. Аакер Д. Створення сильних брендів / Д. Аакер; пер. з англ. – 2-ге вид. – М. : Видавничий дім Гребеникова, 2008. – 320 с.
3. Брацлавська Є. Наукові записки [Текст] : Роль лояльності в світовій практиці / Євгенія Брацлавська //аналітичний журнал. – 2006. № 15. С. 13.
4. Лунова Е.А., Горбунова А.Е. Комплексная оценка потребительской лояльности (на примере компании на рынке быстрого питания) / Е.А. Горбунова, А.Е. Лунова // Вестник Омского университета. – 2006. – № 4. – С. 172–178. Серия «Экономика».
5. П'ятницька Г. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства / Г. П'ятницька, Н. П'ятницька // Економіка розвитку. – 2013. –№ 1(65). – С. 122.
6. Райхельд, Фредерик Ф. Эффект лояльности: движущие силы экономического роста, прибыли и непреходящей ценности / Фредерик Ф. Райхельд. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 384 с.
7. Херрманн А. Детерминанты толерантного отношения к цене / А. Херрманн, Ф. Хубер, М. Врике // Проблемы теории и практики управления. – 2004. – №1. – С. 96–102.

Лысюк Т.В., Терещук О.С., Пак Т.О. Программы лояльности потребителей как перспективное направление инновационной деятельности ресторанных предприятий

Аннотация. В статье определены основные преимущества инновационной программы лояльности как одного из ключевых элементов и инструментов обеспечения развития ресторанного предприятия в системе управления взаимоотношениями с клиентами, а также обоснованные критерии для классификации инновационных программ лояльности ресторанных предприятий и соответствующие им типы.

Ключевые слова: программы лояльности потребителей, дисконтные накопительные программы, бонусные карты, инновации, ресторанное предприятие.

Lysiuk T.V., Tereshchuk O.S., Pak T.O. Programs of consumer loyalty as a perspective direction of innovative activity of restaurant enterprises

Summary. The article identifies the main advantages of an innovative loyalty program as one of the key elements and tools for ensuring the development of a restaurant enterprise in the customer relationship management system, as well as reasonable criteria for classifying innovative loyalty programs for restaurant enterprises and the types corresponding to them.

Keywords: consumer loyalty programs, discount savings programs, bonus cards, innovations, restaurant company.

*Лотуш О.Я.,**к.е.н., доцент,**доцент кафедри економічної теорії,**Тернопільський національний економічний університет*

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ГАЛУЗІ

Анотація. У статті висвітлено актуальність проведення сегментації ринку як ефективного засобу для отримання конкурентних переваг. Сегментація є важливим етапом стратегічного аналізу галузі, ґрунтується на пошуку ключових факторів успіху, визначає найпривабливіші сегменти ринку і сприяє удосконаленню структури виробництва і управління. Ефективність процесу сегментації залежить від вибраних підходів, критеріїв, що лежать в основі сегментації та методів проведення сегментації ринку. Охарактеризовано зміст та етапи здійснення горизонтальної та вертикальної сегментації ринку, наведено переваги і недоліки сегментації.

Ключові слова: сегментація ринку, сегмент, види сегментації ринку, горизонтальна, вертикальна сегментація.

Постановка проблеми. В сучасних умовах економіки України помітною стає тенденція до кризи зростання багатьох вітчизняних підприємств. Нестабільність ринкового середовища та зростання конкуренції обумовлює необхідність застосування нових підходів до ведення бізнесу та конкурентної боротьби. Водночас розвиток багатьох товарних ринків в Україні свідчить про неефективність конкурентних стратегій вітчизняних підприємств. Тому сьогодні сегментація як ринкова стратегія є одним з основних напрямів ефективного і прибуткового обслуговування ринку. Від того, наскільки вдало визначений сегмент, залежить успіх підприємства у конкурентній боротьбі.

Зростання рівня диверсифікації діяльності підприємства посилює потребу в обґрунтованій сегментації ринку, аналізі ступеня привабливості окремих сегментів і конкурентоспроможності фірми в кожному з них. Тому важливим інструментом у прийнятті управлінських рішень є процес сегментації ринку та його аналіз, результати якого можуть використати як внутрішні користувачі, так і зовнішні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегія розвитку фірми значною мірою залежить від можливості аналізу і вибору цільового сегменту на ринку. Теоретичні та практичні аспекти стратегічної сегментації ринку досліджено у працях вітчизняних та іноземних науковців, наприклад, у роботах А.О. Старостіної, Г.І. Кіндрацької, В.П. Сладкевич, Ю.А. Дайновського, Є.В. Крикавського, В.В. Гречкова, Л.Є.Басовського.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак проблеми сегментації ринку під час проведення стратегічного аналізу галузі, в якій функціонує фірма, залишаються донині недостатньо дослідженими, що визначило актуальність та мету статті.

Мета статті полягає у виявленні місця і ролі сегментації ринку як складової успішної стратегії розвитку фірми в галузі, виділенні основних методів сегментації ринку та можливостей їх реалізації, переваг і недоліків сегментування ринку для

оцінки привабливості сегменту та забезпечення прибуткової діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для первинного стратегічного аналізу часто використовують широке визначення галузі. За більш детального аналізу конкуренції необхідно зосередитись на ринках, оскільки вони з точки зору товарів і географічного розташування вже задані. Цей процес декомпозиції галузі на окремі ринки називають сегментацією.

Сегментація є необхідною, якщо конкуренція змінюється на різних субринках однієї галузі таким чином, що одні сегменти більш привабливі порівняно з іншими. Фірма може уникнути проблем, пов'язаних з непривабливістю галузі, вибравши окремий сегмент ринку. Важливими умовами, що дають змогу фірмі бути конкурентоспроможною на ринку і отримувати прибуток, є постійне прагнення мати справу з високоприбутковими товарами, групами споживачів і географічними районами.

В результаті сегментації вибирають цільові сегменти, які відповідають можливостям фірми та особливостям розвитку ринку. Сегменти – це поділ потенційних покупців на окремі групи, що характеризуються загальними властивостями, наприклад, однаковими потребами, ставленням до товару чи послуги, вигодами під час покупки, рівнем доходу і освіти, поведінкою під час покупки, статтю і віком, однаковою реакцією на ринкові зусилля продавця. Якщо в розглянутій групі покупців спостерігається деяка неоднорідність властивостей, то цю групу не можна вважати одним сегментом. Якщо два сегменти характеризуються однаковими властивостями, їх потрібно розглядати як один сегмент.

У процесі сегментації, крім виявлення однорідних груп покупців з однаковими потребами, вивчаються можливості конкурентів задовольняти ці потреби порівняно з можливостями фірми. Тому можна сказати, що сегментація переслідує дві основні мети:

1) виявлення однорідних груп споживачів з однаковими потребами;

2) з'ясування можливостей фірми задовольнити ці потреби краще, ніж це роблять конкуренти.

Сегментація ринку – це універсальний спосіб поділу будь-якої галузі на однорідні групи. Цей процес застосовують не тільки по відношенню до споживачів для визначення цільової аудиторії, але й до виробників, асортименту товарів тощо (рис. 1). Сегментація допомагає проаналізувати асортимент усіх представлених на ринку виробників, побудувати карту конкурентних груп і визначити межі цінних сегментів. Сутність процесу ринкової сегментації полягає в тому, щоб всіх споживачів ринку об'єднати в однорідні групи за певними критеріями, вибрати найбільш стабільні і прибуткові групи споживачів і створити для кожної групи окремий продукт, провести окрему рекламну кампанію, запропонувати різний сервіс і умови роботи, іншими словами, розробити окрему стратегію для кожного сегменту [3].

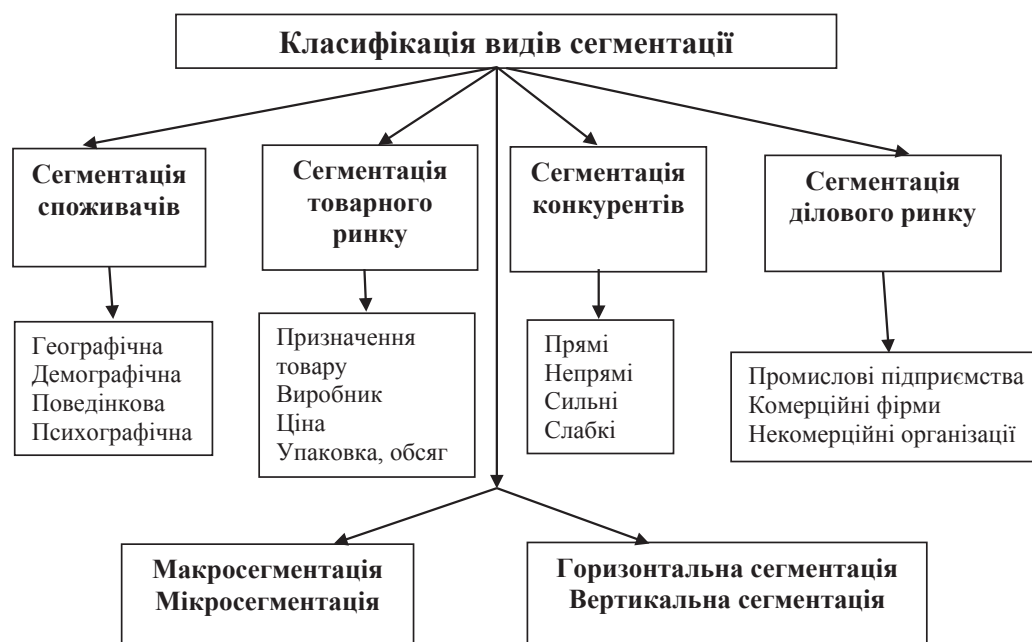


Рис. 1. Класифікація видів сегментації ринку

Таблиця 1

Види цінового сегментування в галузі

Низький ціновий сегмент (low-priced)	Середній ціновий сегмент (middle-priced)	Високий ціновий сегмент (high-priced)	Преміум-сегмент (luxury)
Базові характеристики; чутливість до ціни; лідери ринку + локальні виробники; широка дистрибуція	Розширені характеристики; низька чутливість до ціни; лідери ринку; широка дистрибуція	Розширений підтверджений функціонал; відсутня чутливість до ціни; бренд-спеціалісти; висока ефективність, гарантії і сервіс	Унікальні бренди; індивідуальний підхід, визнання + висока якість; чутливість до ціни; підкреслення статусу та іміджу покупця

У світовій практиці найбільш поширені сегментація товарного ринку і сегментація споживачів. Основними критеріями сегментації товарного ринку є такі.

1) Товарні групи – це великі категорії товарів, які об’єднані цільовим призначенням, принципом використання і дають більш детальне уявлення про галузь загалом. Товарні групи, в яких не представлений товар фірми, є джерелом зростання бізнесу. Вхід у нові товарні групи, як правило, не приводить до зниження продажів поточного асортименту, оскільки охоплює абсолютно нові потреби покупців.

2) Базові функції товару. В основі лежать ключові функції і характеристики товарів, які споживач враховує під час покупки. Чим детальніше сегментація за основними функціями товарів, тим простіше виявити вільні ринкові сегменти для розвитку фірми.

3) Обсяг і розмір товару допомагають скласти ідеальний профіль товару, дають змогу виявити найбільш затребуваний і зручний для покупця обсяг покупки (обсяг для пробної разової покупки; обсяг для нерегулярного користування на 1 людину; обсяг для регулярного користувача; обсяг, здатний задовольнити потребу в продукті кількох людей або цілої сім’ї).

4) Тип упаковки дає змогу виявити найбільш затребувану упаковку в сегменті, а аналіз динаміки обсягів продажів таких сегментів – тенденції розвитку упаковки на ринку (одноразова або багаторазова; футляр, банка, туба, флакон; вертикальна,

горизонтальна, складна; із захистом від розтину, без захисту від розтину; з мірним стаканчиком, без мірного стаканчика).

5) Виробник дає змогу оцінити широту асортименту ключових гравців ринку в кожному сегменті, силу, вплив і розмір конкурента (локальні, національні, міжнародні; за брендами і торговими марками на ринку; за найменуванням виробника).

6) Ціновий сегмент важливий для розуміння сформованих цінових меж ринку, які дають можливість оцінити покупцю якість товару, його складність, унікальність і преміальність. Виходячи з рівня свого доходу, очікувань від ефективності продукту або бажання в підтвердженні свого соціального статусу, покупець вибирає товар з одного із встановлених цінових сегментів. Якщо покупцю хочеться базовий товар, він, швидше за все, купить продукт за найнижчою ціною. Якщо йому важливі якість продукту, гарантований результат і статус, він, швидше за все, зверне увагу на більш дорогі продукти. Найпоширеніший приклад цінового сегментування такий: низький ціновий сегмент, або економ-сегмент, середній ціновий сегмент, високий ціновий сегмент, преміум-сегмент (табл. 1).

7) Комбінація декількох параметрів, яку корисно проводити раз на рік з метою детального пошуку вільних ринкових ніш. Комбінований підхід означає послідовне використання декількох видів сегментування товарів, а саме сегментування ринку за ціновими сегментами, а потім кожен за брендами; сегментування ринку за типами дії, а потім кожен за брен-

дами; сегментування ринку за брендами, а потім за обсягами та видами упаковки тощо (табл. 2).

Отже, метою здійснення ринкової сегментації є виявлення привабливості сегментів, вибір стратегії для різних сегментів та визначення можливостей їх обслуговування. Аналіз сегментації ринку включає такі етапи [1]:

- 1) визначення основних змінних сегментації, які безпосередньо пов'язані з характеристикою споживачів і продукції (рис. 2);
- 2) побудова матриці сегментації на основі визначення індивідуальних сегментів;
- 3) аналіз привабливості ринкового сегменту;
- 4) визначення ключових факторів успіху в ринковому сегменті;
- 5) вибір широти охоплення сегментів.

Оптимальними змінними сегментування є ті, які найбільш чітко поділяють ринок як серед споживачів, так і серед виробників. Для ефективного аналізу сегментації необхідно:

1) ідентифікувати найбільш стратегічно важливі змінні сегментації, а також вибрати ті, які мають велике значення для поділу ринку;

2) об'єднати змінні сегментації, які тісно корелюють між собою.

Під час проведення сегментації ринку у світовій практиці використовують два методи: апіорі (а ргіорі) і кореляційної сегментації (post hoc). Перший метод застосовують, коли заздалегідь відомі ознаки сегментування, кількість сегментів, їх характеристики, карта інтересів. Цей метод часто використовують в тих випадках, коли сегментування не є частиною поточного дослідження, а служить допоміжним інструментом під час вирішення інших маркетингових завдань. Іноді цей метод застосовують за невеликої кількості сегментів ринку. Другий метод застосовують у разі невизначеності ознак сегментації і сутності самих сегментів, для виявлення яких проводять опи-



Рис. 2. Вибір змінних сегментації ринку (горизонтальна сегментація)

Таблиця 2

Приклад сегментування ринку за комбінаціями декількох параметрів

Товар	Функції товару			Обсяг товару			Тип упаковки			Виробник			Ціновий сегмент			
	1	2	3	0,5 кг	2 кг	10 кг	футляр	банка	туба	1	2	3	низький	середній	високий	преміум
Товар А																
Товар Б																
Товар В																
Товар Г																
Товар І																
Товар Д																
Товар Е																
Товар Є																
Товар Ж																
Розмір сегменту, %	40	35	25	45	37	18	30	20	50	35	38	27	30	45	15	10

Переваги та недоліки сегментування

Переваги сегментування	Недоліки сегментування
Оптимізація ресурсів фірми завдяки концентрації на високоефективних ринках	Високі витрати на проведення процесу сегментації, що зумовлює дорожчання бізнесу
Уніфікація роботи з споживачами і підвищення рівня їх задоволеності за рахунок більш точної відповідності товару потребам ринку	Можливі додаткові витрати за рахунок розширення асортименту товарів, призначених для різних ринкових сегментів
Підвищення конкурентоспроможності товару і бізнесу загалом завдяки дотриманню чітко обраної стратегії дій	Імовірність неправильного вибору ознак і критеріїв сегментації
Виявлення і зосередження діяльності фірми на прибуткових сегментах ринку	Охоплення великої кількості сегментів ринку, що сприяє виникненню небезпеки послаблення впливу фірми на пріоритетних ринкових сегментах

тування. Залежно від висловленого ставлення до певної групи змінних респондентів відносять до відповідного сегменту. Цей метод застосовують під час сегментації споживчих ринків, сегментна структура яких не визначена щодо наданої послуги.

Після вибору змінних для проведення сегментації можна переходити до визначення індивідуальних сегментів, використовуючи при цьому матрицю сегментації. Кожен з отриманих сегментів слід розглянути щодо можливості його прибутковості і вибору як цільового ринку. Прибутковість сегменту визначається тими ж структурними силами, що і привабливість галузі загалом. Зокрема, щоб визначити сегменти ринку, які володіють найбільшим ступенем привабливості, необхідно оцінити доступність сегменту, його потенціал і можливості освоєння.

Для того щоб визначити сегменти ринку, які володіють високим потенціалом прибутковості, необхідно зрозуміти, завдяки чому одні сегменти приносили більший прибуток, ніж інші. Якщо є можливість виділити фактори, які визначали прибутковість сегменту в минулому, то можна прогнозувати прибутковість цього ринку в майбутньому. Для аналізу ефективності ринкового сегменту можна використати модель п'яти сил М. Портера [2; 4]. Однак при цьому існують певні особливості порівняно з аналізом галузі загалом. По-перше, аналізуючи тиск конкуренції з боку товарів-субститутів, необхідно звернути увагу не на товари-замінники з інших галузей, а на товари інших сегментів всередині галузі. По-друге, основним джерелом появи нових фірм на ринку є виробники, які добре зарекомендували себе в інших ринкових сегментах цієї галузі. Бар'єри, які захищають один ринковий сегмент від входу фірм з інших сегментів тієї ж галузі, називають бар'єрами мобільності. Низькі бар'єри мобільності приводять до того, що висока привабливість прибуткових ринкових сегментів дуже скоро зникає. Це зумовлюється тим, що більшість виробників входить у цей ринковий сегмент, посилюючи конкуренцію і знижуючи надприбуток.

Вибір ключових факторів успіху в ринковому сегменті відбувається на основі відмінностей між ринковими сегментами по відношенню до структури конкуренції і переваг споживачів. Аналізуючи критерії, якими керуються споживачі, і причини конкуренції всередині окремого сегменту, можна визначити ключові фактори успіху. Наприклад, ринок велосипедів можна сегментувати, виходячи з вікових груп споживачів. Крім того, можна врахувати ціни, бренд, канал дистрибуції. Комбінування цих змінних формує сегменти, для кожного з яких будуть характерні свої ключові фактори успіху. Можливість широти охоплення ринкових сегментів залежить від двох основних чинників, а саме від схожості ключових факторів успіху і наявності загальних витрат. Якщо ключові фактори успіху відрізняються, то фірма може мати труднощі під час використання одних і тих же потужностей.

На практиці якісно зроблена сегментація дає змогу дуже ефективно вирішити багато проблем проекту. Сегментація може мати переваги і недоліки, проте обійтися без неї неможливо, оскільки на сучасному ринку кожен товар може бути успішно проданий лише на певних сегментах ринку (табл. 3).

Сегментація, як правило, має горизонтальний характер, коли ринки поділяють за товарами, географічним положенням і групами споживачів. Але галузь можна сегментувати і вертикально, ідентифікуючи різні види діяльності в ланцюгу створення вартості. Вертикальна сегментація ринку – це виділення і вибір груп споживачів на різних рівнях цільової галузі. Прибутковість вертикальних видів діяльності значно відрізняється.

У зв'язку з цим розроблено техніку побудови карти об'єднання прибутку (profit pool mapping), що є методом, який дає змогу здійснити аналіз вертикальної структури прибутку. Для цього використовують такі етапи.

1) Визначення меж об'єднання, тобто яким є діапазон видів діяльності, які забезпечують зростання вартості у загальному секторі бізнесу. При цьому необхідно поглянути за межі звичних кордонів галузі.

2) Оцінка загального розміру об'єднання. Розмір сукупного галузевого прибутку можна оцінювати за галузевими фінансовими звітами або використати середній прибуток, отриманий вибіркою фірм, щоб оцінити загальний дохід галузі.

3) Визначення прибутку для кожного виду діяльності у ланцюгу створення вартості у даному об'єднанні. Для цього необхідно отримати дані фірм, які спеціалізуються на одному виді діяльності у ланцюгу створення вартості, і виділити окремо фірми, які здійснюють декілька видів діяльності.

4) Перевірка розрахунків. Порівняння агрегованого прибутку за кожним видом діяльності із загальним прибутком всієї галузі забезпечить можливість усунути відмінності і уточнити оцінку.

Вертикальна сегментація ринку виявляє особливості відносин «постачальник – споживач» і модифікації продукту за ступенем переходу від одного рівня до іншого. Також за вертикальної сегментації вивчається характер конкуренції і технічні навички, необхідні на кожному етапі цього процесу. Все це визначає величину доданої вартості і можливого прибутку на кожному етапі. Вертикальна сегментація ринку дає змогу виділити ряд унікальних проблем, пов'язаних з конкуренцією і розробкою стратегій, але головне завдання сегментації залишається тим же, а саме виявити прибутковий ринковий сегмент, де унікальні можливості фірми найкраще пристосовуються до потреб споживача. За інших рівних умов цей сегмент характеризується для фірми можливістю додати більшу цінність товару порівняно з ринковими посередниками, або додати цінність з меншими витратами, що залежить від технічних, фінан-

сових та маркетингових можливостей фірми. Тому оптимальна точка виходу на ринок – це та, в якій пропозиція фірми має найбільшу цінність і вигоду для споживачів, при цьому слід враховувати конкурентні умови і відносини між ринковими посередниками.

Отже, глобальною метою процесу стратегічного аналізу під час сегментації є довгострокове зростання продажів і прибутку фірми на ринку.

Висновки. Підсумовуючи проведені дослідження, можна зробити такі висновки.

1) Сегментування ринку є процесом виявлення у загальній структурі ринку різних груп споживачів на підставі схожих характеристик та потребує подальшого їх аналізу.

2) Основна ідея стратегічної сегментації полягає в тому, що фірма може обслуговувати цільовий ринок ефективніше за конкурентів, які розосереджують свої ресурси на всьому ринку. В результаті створюється перевага над конкурентами диференціацією товарів на основі повнішого задоволення потреб споживачів або шляхом досягнення менших витрат під час обслуговування вибраного сегменту. Розробка стратегії з урахуванням сегментації ринку за різними ознаками сприяє пошуку стратегічних сегментів і зосередженню діяльності фірми на них, що забезпечить фірмі стійкі переваги серед конкурентів у перспективі й отримання високих прибутків.

3) Сегментація ринку є ефективним засобом розробки стратегії дій для виробництва під час зростання рівня диверсифікації діяльності фірми, що дає можливість врахувати всі особливості споживачів у певному сегменті і сприяє поглибленому аналізу привабливості кожного з них.

4) Використання вертикальної сегментації поряд з горизонтальною забезпечує отримання вигоди на кожному етапі ланцюжка створення вартості у цільовій галузі.

Література:

1. Басовский Л.Е. Современный стратегический анализ : [учебник]. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 256 с.
2. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент / Г.І. Кіндрацька. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К. : Знання, 2010. – 406 с.
3. Кохана Т.В. Стратегічний підхід до сегментації ринку / Т.В. Кохана // Аграрна економіка. – 2013. – Т. 6. – № 3–4. – С. 64–69. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ae_2013_6_3-4_14.
4. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов/ Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.

Лотиш О.Я. Сегментация рынка как инструмент стратегического анализа отрасли

Аннотация. В статье освещена актуальность проведения сегментации рынка как эффективного средства для получения конкурентных преимуществ. Сегментация является важным этапом стратегического анализа отрасли, основывается на поиске ключевых факторов успеха, определяет наиболее привлекательные сегменты рынка и способствует совершенствованию структуры производства и управления. Эффективность процесса сегментации зависит от выбранных подходов, критериев, лежащих в основе сегментации и методов проведения сегментации рынка. Охарактеризованы содержание и этапы осуществления горизонтальной и вертикальной сегментации рынка, приведены преимущества и недостатки сегментации.

Ключевые слова: сегментация рынка, сегмент, виды сегментации рынка, горизонтальная, вертикальная сегментация.

Lotysh O.Ya. Market segmentation as a tool of strategic analysis of the industry

Summary. The article highlights the relevance of market segmentation as an effective tool for a competitive advantage. Characterized contents and stages of the implementation of horizontal and vertical market segmentation are the advantages and disadvantages of the segmentation. The segmentation is an important step in the field of strategic analysis, is based on the search for key success factors, determines the most attractive market segments, and contributes to improving the production structure and management. The efficiency of the process depends on the selected segmentation approaches, criteria underlying methods of the segmentation and market segmentation. Making the segmentation, selection of target markets and segments is due to its strategic objectives of the firm. How the segmentation meets the strategic objectives determines the formation of stable long-term conditions for long-term successes of the company in the market. Therefore, the global goal of strategic analysis in the segmentation is long-term growth in sales and profits in the market.

Keywords: market segmentation, segment kinds of market segmentation, horizontal, vertical segmentation.

*Петришин Л.П.,**к.е.н., доцент,**завідувач кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний аграрний університет*

ЗМІНИ В СЕРЕДОВИЩІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНУ ПОВЕДІНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анотація. У статті проведено аналіз змін у зовнішньоекономічній діяльності вітчизняного АПК та проведено оцінку їх впливу на економічну поведінку сільськогосподарських підприємств. Встановлено, що квоти на експорт продукції у країни-члени ЄС, а також торгові санкції щодо РФ та з боку РФ погіршують економічні умови розвитку аграрного бізнесу.

Ключові слова: сільськогосподарські підприємства, зовнішньоекономічна діяльність, економічна поведінка, квоти, санкції.

Постановка проблеми. Каналами міждержавної торгівлі загалом у світі перерозподіляється приблизно 25 відсотків виробленої продукції АПК. Лівову частку в цій торгівлі займають розвинуті країни як основні імпортери та експортери продовольства. Саме ці країни й виступають своєрідними диригентами світового продовольчого ринку, реалізуючи через нього свої власні економічні інтереси. Доля країн, що розвиваються, до яких належить і Україна, полягає в адаптації до правил торгівлі, вироблених розвинутими країнами. Одним з інструментів їх реалізації є Світова організація торгівлі.

За останні чотири десятиліття питома вага продукції сільськогосподарства у структурі обсягу міжнародної торгівлі знизилася з 16,6 до 7,5 відсотків, а продовольчих товарів – з 13,1 до 5,1 відсотків. Але цей світовий ринок характеризується величезним обсягом. Якщо зважити на те, що наша країна у 2015 р. на ньому продала в 4,2 разів більше агропродовольчих товарів, ніж купила, то для вітчизняних підприємств цей ринок є насамперед місцем зосередження величезного за обсягом попиту на продовольство. Тенденції, які спостерігаються на ньому мають величезний вплив на економічну поведінку сільськогосподарських підприємств та результати їх фінансово-господарської діяльності. Виявлення цих тенденцій є одним із завдань вітчизняної економічної науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Більшість вітчизняних та зарубіжних економістів вважають, що основною сферою національної економіки, яка потенційно може забезпечити прорив нашої країни до числа розвинуті країн світу, є АПК, який повинен нарощувати свої експортні можливості. Серед них слід відзначити праці Головачової О.С. [1], Зінчук Т.О. [2; 3], Мельник Т.М. [5], Осташко Т.О. [7] та ін. Основними порівняльними перевагами національного АПК перед іншими країнами, на їхню думку, є сприятливі для розвитку сільського господарства природно-кліматичні умови, насамперед ґрунти високої родючості, а також дешева робоча сила. Загалом у вітчизняній науковій літературі знайшли відображення різноманітні аспекти умов здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами агропродовольчого ринку.

Однак поза їхню увагу залишилися питання впливу тенденцій на світовому агропродовольчому ринку на економічну поведінку вітчизняних сільськогосподарських підприємств.

Мета статті. Головною метою статті є виявлення змін в середовищі зовнішньоекономічної діяльності та визначення їх впливу на економічну поведінку сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. Важливість експортного напрямку діяльності сільськогосподарських підприємств підтверджується даними статистики. Так, у 2015 р. продукції АПК було експортовано на суму в 14563 млн. доларів США, що складало 38,2 відсотків від загального експорту товарів і послуг з країни (38,1 млрд. доларів). Натомість вартість імпортованої продукції АПК складала 3484 млрд. доларів, тобто 9,3 відсотків від загального обсягу імпорту (37,5 млрд. доларів).

У тому ж 2015 р. обсяг внутрішнього роздрібного товарообороту продовольчих товарів у торговій мережі складав 200,2 млрд. грн, що за середньорічним курсом гривні складало 9,2 млрд. доларів США. Отже, можна відзначити як факт те, що вітчизняний АПК у 2015 р. на зовнішніх ринках реалізував продукції в 1,6 разів більше, ніж на внутрішньому ринку. У зв'язку з цим логічним є висновок, що для вітчизняного АПК, зокрема сільськогосподарських підприємств, тенденції на світовому ринку важливіші від тенденцій на внутрішньому ринку, хоча вони тісно між собою переплетені.

Як відомо, значна частина сільськогосподарської продукції (а по деяких позиціях й основна) споживається, оминаючи ринок. Це більша частина продукції господарств населення, яка в них і виробляється, і споживається. Визначити вартість всієї виробленої продукції сільського господарства у господарствах населення і сільськогосподарських підприємствах загалом можна на основі статистики домогосподарств, яких у країні у 2014 р. налічувалося 16,6 млн. Сукупні витрати одного домогосподарства на той час склали 4048,9 грн у місяць, з них на продукти харчування 51,9 відсотків, тобто 2101 грн. Зазначимо, що сукупні витрати домогосподарства на продукти харчування включають в себе грошові витрати на їх придбання на ринку та вартість вироблених і спожитих всередині господарств продуктів за поточними ринковими цінами.

Розрахунки показали, що сукупна вартість куплених і вироблених всередині домогосподарств продуктів харчування в 2014 р. складала 418 млрд. грн. За тодішнім середньорічним курсом це складало 418:21,84=19,1 млрд. доларів США. Підсумовування вартості спожитої всередині країни продукції АПК та реалізованої за її межі показує, що сукупна вартість складає приблизно 33,7 млрд. доларів США, з яких приблизно 43 відсотки експортується. Країн з таким високим рівнем експортоорієнтованості АПК, крім України, у світі практично немає. Тому,

якщо пов'язувати перспективи розвитку країни з перспективами розвитку АПК, це означає перспективу зростання рівня її експортоорієнтованості та нарощування рівня залежності від тенденцій на світовому агропродовольчому ринку.

Протягом попереднього десятиліття в середовищі здійснення сільськогосподарськими підприємствами зовнішньоекономічної діяльності (прямо чи опосередковано) відбулися значні зміни. Знаковою подією став вступ країни до Світової організації торгівлі в 2008 р. Кілька років перед тим в політичних та наукових колах країни точилися дискусії щодо потенційних вигод і втрат країни після її вступу до цієї організації. Прихильники вступу до неї наводили масу аргументів, які свідчили про великі вигоди, які виникнуть в результаті реалізації такого кроку. Їхні опоненти залякували суспільство банкрутством цілих секторів національної економіки, зокрема у сфері АПК й у сільському господарстві.

Реалії ж виявилися такими, що після вступу України до СОТ у кінці 2008р. у світі сталася важка фінансова криза, яка завдала значної шкоди зовнішньоекономічним відносинам, зокрема в нашій країні. Скоротилися за обсягами й вартістю як експорт, так і імпорт товарів у країну. Сільськогосподарським підприємствам довелося змінювати свою економічну поведінку з тим, щоб адаптуватися до нових економічних реалій. Однією з реакцій вітчизняного аграрного бізнесу на нові виклики стало формування крупних агрохолдингів, які почали демонструвати кращі можливості адаптації до складного економічного середовища порівняно з невеликими за розмірами сільськогосподарськими підприємствами.

Однак загалом наслідки вступу країни до СОТ виявилися позитивними. Як зазначила Головачова О.С., уже протягом першого року перебування в СОТ Україна майже вдвічі збільшила експорт сільськогосподарської продукції. Фінансово-економічна криза продемонструвала, що в період стрімкого зниження активності майже на всіх ринках, а отже відсутності попиту на продукцію, зменшення обсягів експорту сільського господарства порівняно зі зменшенням в інших галузях було незначним. Саме протягом 2009 р. частка сільськогосподарських товарів у загальному експорті країни зросла на 6,2 в.п. порівняно з попереднім роком. Відбулось зростання частки сільськогосподарської продукції в загальному експорті країни [1, с. 66].

Другою знаковою подією, яка мала значний вплив на формування середовища здійснення зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарськими підприємствами країни, стало підписання Угоди про Асоціацію з ЄС. Відповідно до цієї угоди, Україна отримала значні преференції в торгівлі з країнами-членами ЄС, зокрема у сфері торгівлі продовольчими товарами та сільськогосподарською продукцією. Угодою були встановлені квоти на безмитну торгівлю України з ЄС двох типів. Першим типом є квоти за принципом «перший прийшов-першим обслуговується», за яким передбачена безмитна торгівля на 27 груп агропродовольчих товарів.

Другим принципом здійснення безмитної торгівлі з ЄС є принцип ліцензування. Цей принцип вибраний для тих 11 груп агропродовольчих товарів (яловичини, свинини, курчатини, яєць, пшениці, ячменю, кукурудзи, молока, вершків, згущеного молока, йогуртів, сухого молока, вершкового масла і молочних паст), імпорт яких в Європейський Союз регламентується дуже жорстко. Згідно з цим принципом, українські підприємства для того, щоб отримати дозвіл на експорт своєї продукції в ЄС повинні пройти тривалу процедуру сертифікації і отримати «сврономер». До середини 2016 р. цю процедуру зуміли

пройти лише окремі підприємства, які виробляють курятину. Таким чином, ЄС виділив нашій країні фактично лише полегшені квоти на експорт окремих видів продукції рослинництва.

Після підписання Угоди вітчизняні сільськогосподарські підприємства активно включилися в процес використання виділених квот. Зокрема, наша країна повністю вичерпала виділені квоти як у 2014 р., так і в 2015 р. по таких позиціях, як поставки зерна кукурудзи (400 тис. т), оброблених томатів (10 тис. т), виноградного та яблучного соків (10 тис. т), меду (5 тис. т), пшениці (950 тис. т). Зазначимо, що більшість із цих квот були освоєні задовго до закінчення календарного року.

Квоти на поставку вівса (4 тис. т) у 2014 р. були освоєні лише на 1,6 відсотків, а у 2015 р. – на 100 відсотків. Такий самий показник по курятині був освоєний відповідно на 47,5 і 70,0 відсотків, на солод – на 28,5 і 73,0 відсотки. У той же час експорт крохмалю у 2015 р. склав 9,6 відсотків від квоти, цукрової кукурудзи – 0,4 відсотків, етанолу – 4,5 відсотків, чашнику – 8,8 відсотків. Очевидно, що на названі види продукції АПК квоти були настільки незначними, що вони не викликали інтересу у вітчизняних підприємницьких структур.

Підписання Угоди про Асоціацію з ЄС, безперечно, є важливою віхою у процесі поглиблення економічних відносин вітчизняних виробників агропродовольчої продукції. Однак, на нашу думку, вони далеко не повністю реалізують можливості продажу продукції поза умовами Угоди. Як справедливо зазначили експерти в цій сфері, можливості українського експорту до Євросоюзу не обмежуються обсягом квот на безмитне ввезення. За більшістю товарних груп чинні митні ставки ЄС не є серйозною перешкодою для експорту з України. Саме тому в Україні потрібні нові інструменти сприяння і захисту експорту, ніж захист квот. Поки що ці інструменти існують лише на папері, проте вже цього року вони мають працювати на практиці. Від реалізації цих планів і залежить динаміка українського експорту, в тому числі й до ЄС [6].

Третьою за важливістю впливу на тенденції в зовнішньоекономічній діяльності подією стала агресія з боку Росії, анексія Криму і пряме військове втручання у конфлікт на Донбасі. США, країни ЄС для стримування агресора запровадили ембарго на поставки багатьох видів товарів у Росію, зокрема продовольчих товарів. Україна підтримала рішення США і ЄС і також ввела санкції, період дії яких спершу передбачався до II півріччя 2016 р. У зв'язку з тим, що ситуація на Сході України залишалася неврегульованою, ЄС прийняв рішення про продовження до 23 червня 2017 р. обмежувальних заходів, накладених у зв'язку з окупацією Криму Росією. Кабінет Міністрів України постановою №1147 заборонив ввезення у країну російських товарів. Постановою уряду Російської Федерації з 1 січня 2016 р. Україна була включена до переліку країн, з яких заборонено ввезення до Росії сільськогосподарської продукції, сировини та продовольства. Згодом ця заборона була продовжена до 31 грудня 2017 р.

Війна реальна та війна торгова, яким не видно кінця, докорінно змінили середовище здійснення вітчизняними сільськогосподарськими підприємствами зовнішньоекономічної діяльності, адже Росія була основним покупцем українського продовольства. Якщо попередні дві названі важливі події мали, в основному, позитивний характер, то остання – дуже негативний для розвитку зовнішньоекономічної діяльності сільськогосподарських підприємств.

Протягом 2001-2015 рр. загальний обсяг експорту продукції сільського господарства та продовольчих товарів з України

зріс з 1823,9 до 14563,1 млн. доларів США, або ж у 8,0 разів. Якщо ще півтора десятиліть тому українська продовольча продукція була малопомітною на світовому ринку, то на сьогоднішній день наша країна відноситься до числа найкрупніших світових експортерів продовольства.

Такі успіхи стали результатом проведеної в кінці минулого століття аграрної реформи, якою були приведені у відповідність до європейських норм форми господарювання в сільському господарстві та врегульовані відносини власності. Власники та керівники сільськогосподарських підприємств зуміли значно розширити масштаби бізнесу завдяки освоєнню сучасних технологій виробництва продукції рослинництва та тваринництва, а також завдяки значному покращенню системи управління підприємствами. Вітчизняний АПК перетворився в сектор національної економіки, який найдинамічніше розвивається.

Відбулися значні зміни у структурі експорту продовольчих товарів і сільськогосподарської продукції. Оскільки найвищими темпами зростає експорт жирів та олій тваринного або рослинного походження (насамперед соняшникової олії) – з 225,5 до 3299,8 млн. доларів США (у 14,6 разів), то їх питома вага у структурі аграрного експорту також зросла з 26,5 до 41,6 відсотків.

Загальна питома вага зернових та олійних культур і рослинних олій у структурі експорту в 2015 р. склала 74,4 відсотки – тобто 10832,8 млн. доларів в абсолютному вимірі. На даний час можна вважати нашу країну глибоко спеціалізованою саме на експорті цих видів продукції рослинництва та продуктів її переробки.

У кінці минулого століття наша країна була крупним експортером живих тварин. Згодом обсяги поставок скоротилися, а протягом 2001-2015 рр. вони зросли з 454,5 до 823,4 млн. доларів (у 1,8 разів).

До негативних сторін вітчизняного аграрного експорту слід віднести низьку питому вагу готових харчових продуктів у його структурі. Хоча в абсолютному вимірі протягом 2001-2015 рр. він зріс з 450,6 до 2468,4 млн. доларів (у 5,5 разів), питома вага харчових продуктів у загальному обсязі експорту знизилася з 24,7 до 16,9 відсотків. Орієнтація на експорт продукції сільського господарства сировинного характеру з низькою доданою вартістю призводить до значних фінансових втрат вітчизняного АПК.

За наявності значних позитивних тенденцій в експорті продовольчих товарів та сільськогосподарської продукції в довгостроковій ретроспективі слід відмітити наявність негативних тенденцій у короткостроковій перспективі. У 2015 р. загальний обсяг експорту скоротився майже на 2,2 млрд. доларів порівняно з 2014 р. (на 14,5 відсотків). За теперішнім курсом гривні це майже 60 млрд. грн.

Лева частка скорочення обсягу експорту продовольчих товарів і сільськогосподарської продукції склалася за рахунок згорання торгівлі з Російською Федерацією. Протягом 2011-2015 рр. загальний обсяг аграрного експорту з України в РФ скоротився з 2024,7 до 276,3 млн. доларів, тобто в 7,3 разів.

Характерною особливістю аграрного експорту в Росію була висока питома вага готових харчових продуктів. У 2011 р. їх питома вага перевищувала 50 відсотків. Основними статтями експорту були молоко та молочні продукти і какао та продукти з нього (насамперед шоколад). Саме по цих статтях до 2015 р. нанесено найважчий удар в результаті ембарго – обсяг реалізації молочних продуктів скоротився в 45,2 разів, а какао та продуктів з нього – в 15,1 разів. Загалом протягом 2011-2015 рр.

питома вага Росії у структурі українського експорту продовольчих товарів і сільськогосподарської продукції знизилася з 15,8 до 1,9 відсотків. Росія перестала належати до важливих покупців вітчизняної аграрної продукції. Загальні втрати українських підприємств можна оцінити приблизно в 3 млрд. доларів (1 млрд. в 2014 р. і 2 млрд. – у 2015 р.).

Слід зазначити, що негативні тенденції в експорті спостерігалися і в 2016р. За перше півріччя 2016 р. він скоротився на 10 відсотків порівняно з аналогічним періодом минулого року. Експорт країни у країни ЄС у I півріччі зріс на 7,5 відсотків, але, на жаль, знизився на 22,0 відсотків порівняно з аналогічним періодом 2013 р. Може це виглядає курйозом, але це факт. Експорт України в ЄС був більшим до підписання Угоди про асоціацію з ЄС і створення зони вільної торгівлі, ніж зараз [8].

Основними покупцями українських продовольчих товарів і сільськогосподарської продукції серед країн ЄС є Польща та Італія. Остання протягом 2011-2015 рр. збільшила імпорт з 418,0 до 559,8 млн. доларів, а Польща, навпаки, знизилася з 445,6 до 367,3 млн. доларів. Основними статтями експорту в Італію в 2015 р. були зернові культури та жири і олії тваринного або рослинного походження. У Польщу експортувалися найбільше продукти переробки овочів і відходи харчової промисловості.

Загалом, втрати від скорочення експорту в РФ не були компенсовані його нарощуванням у країні ЄС. У зв'язку з цим не можемо погодитися із заявами урядовців про вигідність продовольчого ембарго України з боку Росії, зокрема міністра аграрної політики та продовольства, який заявив, що економічна війна зіграла на руку Україні: «Ми не особливо відчували, по суті справи, економічну війну, яку веде Росія проти України, її ембарго і наші відповідні санкції, оскільки наші поставки на російський ринок становили лише два відсотки всього аграрного експорту України» [9].

Значне скорочення обсягів експорту в РФ при практичній неможливості його нарощування у країні ЄС змушують уряд і бізнес шукати нові напрями реалізації продовольчих товарів і сільськогосподарської продукції за кордон. У табл. 1 наведено основні країни-імпортери окремих видів продукції з України в першому півріччі 2016 р. (табл. 1).

По більшості позицій – це країни, що розвиваються: Китай, Індія, Єгипет, Грузія, Ірак, Казахстан. Причому в торгівлі з цими країнами віддається перевага продукції рослинництва. Продукція тваринництва реалізується на зовнішніх ринках україно важко. За низької платоспроможності вітчизняних домогосподарств при збереженні існуючої ситуації тваринництво як галузь сільського господарства не матиме стимулів до розвитку, насамперед молочне скотарство.

Висновки. Якщо відкинути політичні, військові, правові аспекти міжнародних відносин, а керуватися лише економічними аспектами, можна зробити такі висновки щодо зовнішньоекономічної діяльності нашої країни у сфері торгівлі продовольчими товарами та сільськогосподарською продукцією:

1. На світовому ринку протягом відносно короткого періоду з'явився новий суб'єкт – Україна, – який має величезні потенційні можливості нарощування обсягів виробництва та експорту продовольчих товарів і сільськогосподарської продукції. Володіючи багатьма суттєвими перевагами перед АПК насамперед розвинутих країн, які диктують умови функціонування цього ринку, він представляє велику загрозу їхнім виробникам аграрної продукції. Тому в них виникає потреба в нейтралізації можливостей цього нового суб'єкта.

Таблиця 1
Основні країни-імпортери української аграрної продукції
за I півріччя 2016 р., млн. доларів США

Країна	Обсяг	Країна	Обсяг
Пшениця		Кукурудза	
Єгипет	209,5	Китай	373,1
Індонезія	124,0	Єгипет	206,3
Бангладеш	122,1	Іспанія	204,0
Олія соняшникова		Яйця птиці	
Індія	53,3	ОАЕ	10,6
Китай	23,0	Ірак	6,5
Нідерланди	20,7	Катар	1,6
Насіння соняшнику		ВРХ, жива	
Португалія	7,2	Єгипет	9,2
Туреччина	5,9	Узбекистан	1,8
Німеччина	1,8	Азербайджан	0,6
Яловичина морожена		Цукор	
Казахстан	5,9	Румунія	10,3
Азербайджан	3,5	Казахстан	10,3
Грузія	0,9	Азербайджан	2,4
Мед натуральний		Шоколад	
Німеччина	13,1	Казахстан	8,0
США	5,7	Грузія	4,3
Польща	4,7	Білорусь	4,2
Масло вершкове		М'ясо птиці	
Грузія	2,2	Ірак	37,5
Марокко	1,3	Нідерланди	14,3
Єгипет	1,2	Єгипет	13,9
Сир			
Казахстан	4,5		
Молдова	2,9		
Єгипет	1,0		

Джерело: складено на основі джерела [4]

2. Агропромисловий комплекс України реально на сьогоднішній день є одним сектором економіки, здатним в сучасних економічних умовах динамічно розвиватися. Однак основне його слабе місце полягає в тому, що він розвивається в найбіднішій країні Європи. Місцеві домогосподарства не в змозі придбати у зв'язку з низькими доходами більшу частину виробленого продовольства і сільськогосподарської продукції. Тому вітчизняний АПК змушений її експортувати у великих масштабах. Це на даний час найбільш економічно розвинутий, але й одночасно найбільш уразливий сектор вітчизняної економіки. Якщо хтось має на меті завдати якомога болючішого удару українській економіці, його основний удар зосередиться на АПК. Підтвердженням вірності такого висновку є неодноразові санкції з боку Російської Федерації щодо імпорту до РФ продукції вітчизняного АПК упродовж останніх 15-20 років.

3. Політична ситуація в Україні на сьогоднішній день виявилася дуже невизначеною. З одного боку, країна докладає титанічних зусиль для того, щоб вийти з-під історичного впливу Росії, а з іншого, її не приймають до свого кола розвинутих європейські країни. Однак якщо в політичній сфері ситуацію аж ніяк не можна визнати однозначною, то в економічній, насамперед у сфері розвитку АПК, вона дуже однозначна: своїми діями як

Росія, так і розвинуті європейські країни і США свідомо руйнують українське сільське господарство і весь АПК. У цьому відношенні цілі Росії та західного світу співпадають. Вони разом витіснили нового потужного гравця на світовому агропродовольчому ринку на поле діяльності азіатських та африканських країн. Це поле надзвичайно ризикове, адже в більшості наших сучасних торгових партнерів у сфері АПК склалася нестабільна соціально-економічна і політична ситуація.

4. Уряду нашої країни слід негайно значно збільшити зусилля в пошуку нових стабільних напрямів реалізації виробленої вітчизняним АПК продукції. Якщо цього не буде зроблено найближчим часом, Україні до числа інших криз додасться криза надвиробництва продовольства та сільськогосподарської продукції. Її ознаки вже проявляються в 2015 р. – на початку 2016 р. Основна причина полягає в тому, що при загальному скороченні у 2015 р. порівняно з попереднім роком валового виробництва продукції сільського господарства в постійних цінах 2010 р. на 5,2 відсотків, обсяг експорту в експортоорієнтованій економіці скоротився на 15,5 відсотків. Ці процеси продовжуються в першому півріччі 2016 р. Наступним етапом в розвитку ситуації на вітчизняному агропродовольчому ринку стане значне зниження середніх реалізаційних цін на багато видів продукції сільськогосподарських підприємств, а також дефляція на продовольчому ринку. Єдиним виходом з такої ситуації є інтенсифікація пошуку нових ринків збуту для вітчизняних агропродовольчих товарів.

Зміни в економічній поведінці вітчизняних сільськогосподарських підприємств повинні спрямовуватися на запровадження жорсткого режиму економії виробничих затрат, інтенсифікацію відносин з фірмами та організаціями, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, або на інтенсифікацію власної діяльності в цій сфері, адаптацію галузевої структури виробництва до нових економічних умов.

Література:

1. Головачова О.С. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі продукцією АПК / О.С. Головачова // Економіка та держава. – 2013. – №1. – С. 64-67.
2. Зінчук Т.О. Європейська інтеграція: проблеми адаптації аграрного сектора економіки: монографія / Т.О. Зінчук. – Житомир: ДВНЗ «Житомирський агроєкологічний університет», 2008. – 384 с.
3. Кон'юнктура та перспективи світових аграрних ринків [текст]: монографія / І.М. Волкова, О.М. Варченко, В.Є. Давидович [та ін.]; за ред. Т.О. Зінчук. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 670 с.
4. Купили-продали: якою їжею торгували з Україною в I півріччі // Режим доступу: <http://agravery.com/uk/posts/show/kupili-prodali-akou-izeu-torguvali-z-ukrainou-v-i-pivricci>
5. Мельник Т.М. Регуляторна зовнішньоекономічна політика у сфері АПК: вітчизняний і зарубіжний досвід / Т.М. Мельник, О.С. Головачова // Режим доступу: http://soskin.info/userfiles/file/2015/34_2_2015/Melnyk,Golovachova.pdf
6. Невічирні–2015. Як українські експортери використовували європейські квоти // Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/uk/pressroom?nid=20036>
7. Осташко Т.О. Перспективи та ризики у торгівлі сільськогосподарськими товарами з країнами Єдиного економічного простору / Т.О. Осташко // Економіка і прогнозування. – 2012. – №1. – С. 132-137.
8. Почему же экспорт Украины упал на 10% за первое полугодие 2016 года? // Режим доступу: <http://minprom.ua/news/214387.html>
9. Україні вигідне введене Росією продовольче ембарго – Павленко // Режим доступу: <http://uapress.info/uk/news/show/114513>

Петришин Л.П. Изменения в среде внешнеэкономической деятельности и их влияние на экономическое поведение сельскохозяйственных предприятий

Аннотация. В статье проведен анализ изменений во внешнеэкономической деятельности отечественного АПК и проведена оценка их влияния на экономическое поведение сельскохозяйственных предприятий. Установлено, что квоты на экспорт продукции в страны-члены ЕС, а также торговые санкции в отношении РФ и со стороны РФ ухудшают экономические условия развития аграрного бизнеса.

Ключевые слова: сельскохозяйственные предприятия, внешнеэкономическая деятельность, экономическое поведение, квоты, санкции.

Petryshyn L.P. Changes in the foreign economic activity and their influence on the economic behaviour of agricultural enterprises

Summary. The article analyses the changes in the foreign economic activity of domestic agriculture and evaluates their impact on the economic behaviour of farmers. Established that the quota for exports to the EU member states, as well as trade sanctions on Russia and from Russia, worsen the economic conditions of the agricultural business.

Keywords: agricultural enterprises, foreign trade, economic behaviour, quotas sanctions.

*Плеханова Т.Є.,**аспірант кафедри економіки, управління підприємствами та логістики,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*

ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ РИЗИКУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА, ЩО РЕАЛІЗУЄ ІННОВАЦІЙНІ ПРОЕКТИ

Анотація. У статті проаналізовано поняття «ризик» у науковій літературі, запропоновано власне його визначення. Проаналізовано підходи до класифікації факторів зовнішнього середовища. Розроблено схему впливу зовнішніх факторів прямої та непрямої дії, які несуть ризик, на підприємство. Розглянуто кожний фактор ризику та його можливі чинники під час реалізації інноваційного проекту підприємством.

Ключові слова: ризик, зовнішнє середовище, фактори прямої дії, фактори непрямої дії, фактори ризику зовнішнього середовища.

Постановка проблеми. Інноваційна діяльність у сучасних динамічних умовах ринку є одним із найважливіших факторів, що дають змогу підприємству підвищувати рівень конкурентоспроможності продукції, неухильно розвиватися та функціонувати на ринку. Обмеженість ресурсів, загострення конкуренції призводять до зростання невизначеності умов господарювання. Зростання ж невизначеності призводить до зростання ризиків підприємств.

Для підприємств, що реалізують інноваційні проекти, питання оцінки та управління ризиками набуває особливого значення, оскільки для підвищення ефективності реалізації проектів підприємства повинні врахувати всі фактори зовнішнього та внутрішнього середовища, що можуть мати негативний вплив на проект на будь-якому етапі його життєвого циклу.

Без урахування ключових тенденцій, постійної діагностики зовнішнього середовища та виявлення проблем та обмежень інноваційного проекту неможливо оцінити ризики реалізації проекту повною мірою. Актуальність окресленої проблеми та її практичне значення вплинули на вибір теми наукового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Про важливість та актуальність дослідження окресленої проблематики свідчить велика кількість публікацій та наукових праць. Чимало вітчизняних та зарубіжних науковців приділяло увагу питанню структуризації факторів зовнішнього й внутрішнього середовища та їх впливу на ефективність функціонування підприємства. Серед них: О.М. Азарян, Дж. Блайт, О.А. Виноградов, О.С. Віханський, С.С. Гаркавенко, І.В. Гончар, П.В. Журавльов, Й.С. Завадський, І.В. Кононова, Ф. Котлер, В.Г. Лопатовський, М. Мескон, О.А. Осовський, Е.М. Портер, В. Руделіус, З.П. Румянцева, В.Д. Шапіро, Д.Б. Чупрова та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значну кількість наукових публікацій, в яких започатковано розгляд змісту зовнішнього середовища функціонування підприємств, аналіз економічної літератури показав, що нині немає цілісного викладення теоретико-методологічного матеріалу щодо взаємозв'язку між факторами зовнішнього середовища підприємства та їх впливом на ризики реалізації інноваційних проектів на кожному етапі їх життєвого циклу.

В умовах посилення нестабільності зовнішнього середовища для реалізації моделі інноваційного розвитку та підвищення ефективності реалізації інноваційних проектів на підприємстві постає додаткова потреба в аналізі факторів ризику зовнішнього середовища підприємства задля врахування особливостей впливу цих зовнішніх викликів під час формування політики стратегічного інноваційного розвитку та реалізації кожного інноваційного проекту підприємства.

Мета статті полягає в розробленні шляхом аналізу, використання й розвитку наявних досліджень схеми впливу факторів ризику зовнішнього середовища підприємства прямої та непрямої дії для виявлення їх впливу на реалізацію інноваційного проекту на кожному етапі його життєвого циклу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У науковій літературі по-різному тлумачиться поняття ризику (табл. 1). Це пояснюється багатоаспектністю цього явища, а також практично повним його ігноруванням у чинному законодавстві, а у деяких випадках обмеженим застосуванням у реальній економічній практиці та управлінській діяльності підприємства.

Таким чином, відповідно до наведеної таблиці, можна зробити висновок, що немає єдиного визначення поняття «ризик». Узагальнивши зміст різних трактувань цього поняття, автором пропонується таке визначення: ризик – це ймовірність виникнення збитків або отримання прибутку, які можуть виникнути у разі випадкових змін умов економічної діяльності та несприятливих обставин у результаті здійснення підприємством певної виробничої і фінансової діяльності.

Під час розроблення інноваційного проекту підприємство повинно приділити особливу увагу факторам зовнішнього середовища, оскільки саме підприємство здебільшого не має прямого впливу на них. Однак урахування всіх можливих факторів ризику зовнішнього середовища дасть змогу застосувати ефективні методи управління ризиками і суттєво знизити можливі втрати.

На сучасному етапі розвитку управлінської думки можна виділити декілька моделей зовнішнього середовища, в яких наводиться від 7 до 12, а в деяких – до 20 груп факторів [15]. У табл. 2 наведено деякі підходи до класифікації факторів зовнішнього середовища, що можуть впливати на ризики інноваційної діяльності підприємства.

На діяльність підприємства впливає велика кількість факторів зовнішнього середовища, на які необхідно реагувати. Слід зазначити, що жоден із факторів зовнішнього середовища підприємства не можна розглядати ізольовано один від одного, оскільки їх взаємозалежність постійно зростає. Для зовнішнього середовища характерним є непередбачувані та несподівані зміни, що, своєю чергою, впливає на зростання невизначеності умов господарювання підприємств. На рис. 1 представлено схему впливу зовнішніх факторів прямої та непрямої дії, які несуть ризик, на підприємство.

Аналіз поняття «ризик» у науковій літературі

Автор	Визначення
1	2
І.Т. Балабанов [1]	Можлива небезпека втрат, що випливає зі специфіки тих чи інших явищ та видів діяльності суб'єкта
В. Балюк, А. Яцура [2]	Вірогідність можливих збитків або втрат унаслідок небажаних подій
В.В. Вітлінський Г.І. Великоіваненко [3]	Ситуація, коли мають місце невизначеність, конфлікт, наявна багатоваріантність і коли одночасно не всі альтернативні варіанти однаковою мірою сприятливі. Автори зазначають, що ризик присутній і є складовим елементом будь-якої управлінської діяльності (менеджменту)
В. Вяткін [4]	Невизначеність наслідків прийнятих рішень і дій, можливість збитку проти планів суб'єкта
Є.О. Матрос [5]	Категорія, що відображає ступінь можливих відхилень від цілей унаслідок впливу несприятливих зовнішніх або внутрішніх факторів, які в разі реалізації призводять до втрат або зменшення ринкової вартості капіталу банку
Дж. Фридман, Н.М. Ордуэй [6]	Імовірність того, що отриманий надалі прибуток та інші вигоди від реалізації проекту будуть відрізнятись від планованих.
П.Г. Грабовий, С.М. Петрова [7]	Імовірність (загроза) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання прибутків чи появи додаткових прибутків у результаті здійснення певної виробничої і фінансової діяльності
Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозівський, Є.Б. Стародубцева [8, с. 358]	Небезпека виникнення непередбачених утрат очікуваного прибутку, доходу або майна, грошових коштів у зв'язку з випадковою зміною умов економічної діяльності, несприятливими обставинами
Л.І. Донець [9]	Діяльність, пов'язана з подоланням невизначеності в ситуації неминучого вибору, у процесі якого є можливість якісно і кількісно оцінити ймовірність досягнення передбаченого результату, невдачі, відхилення від мети
С.М. Ілляшенко [10]	Ризик у загальному випадку слід розглядати як можливість або загрозу відхилення результатів конкретних рішень або дій від очікуваних
О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник [11]	Імовірність виникнення втрат, недоотримання прибутків, небажаного розвитку середовища функціонування, відхилення від установлених цілей
В.В. Лук'янова, Т.В. Головач [12]	Об'єктивно-суб'єктивна категорія, пов'язана з подоланням невизначеності, випадковості, конфліктності в ситуації неминучого вибору, що відображає ступінь досягнення суб'єктом очікуваного результату
І.І. Сахарцева, О.В. Шляга [13]	Об'єктивна реальність, яку необхідно враховувати під час планування діяльності в майбутньому
А.В. Шегда, М.В. Голованенко [14]	Ризик в економічному розумінні передбачає втрати (збитки), ймовірність яких пов'язана з наявністю невизначеності (браку або недостовірності інформації), а також зиск і прибуток, отримати які можливо лише завдяки діям, пов'язаним із ризиком

Джерело: розроблено автором на основі [1–14]

Таблиця 2

Підходи до класифікації факторів зовнішнього середовища

Автор	Особливості класифікації
М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі [16]	– фактори прямого впливу (постачальники, закони й установи державного регулювання, споживачі, конкуренти, профспілки); – фактори непрямого впливу (стан економіки, міжнародні події, характер і зміни політичної ситуації, соціокультурні фактори, науково-технічний прогрес)
Р.А. Фатхутдінов [17]	– фактори макросередовища; – фактори інфраструктури регіону (ринкова інфраструктура – банки, страхові та інші фінансові установи, навколишнє природне середовище, розвиток промисловості і будівництва, охорони здоров'я, науки та освіти, культури, торгівлі, громадського харчування, транспорту і зв'язку, житлово-комунального господарства, побутового обслуговування і приміського сільського господарства); – фактори мікросередовища
А.В. Бусигін [18]	– фактори прямого впливу (до загальноприйнятих додає імідж підприємства, рівень компетентності, джерела силового тиску); – фактори непрямого впливу (до загальноприйнятих додає рівень психологічного сприйняття дійсності)
Ф. Котлер [19; 20]	– мікросередовище (постачальники, посередники, клієнти, конкуренти, контактні аудиторії); – макросередовище (фактори демографічного, економічного, природного, технічного, політичного та культурного характеру)

Джерело: розроблено автором на основі [16–20]

Кожний із розглянутих факторів може впливати як позитивно, так і негативно на діяльність підприємства, що зумовлює необхідність їх детального аналізу для подальшого оцінювання ризиків інноваційного проекту на кожному етапі його життєвого циклу.

Розглянемо докладніше кожний фактор ризику та його можливі чинники під час реалізації інноваційного проекту підприємством.

Фактори непрямого впливу у рамках аспекту ризиків складніше оцінювати, оскільки керівництво підприємства не володіє достатньою інформацією (курс валют, законодавчо встановлена мінімальна заробітна плата), а також не має засобів впливу на макросередовище підприємства.

Вивчення ризиків економічних факторів макросередовища дає змогу зрозуміти, як формуються та розподіляються ресурси. До основних чинників економічного середовища, що несуть ризики для підприємства, які реалізують інноваційні проекти, належать: рівень та темпи інфляції (для оцінки ефективності грошових потоків), коливання курсу національної валюти відносно валют інших країн (якщо підприємство співпрацює з іноземними підприємствами в рамках реалізації інноваційного проекту), оподаткування (можливість отримання певних податкових пільг під час упровадження інновацій), умови одержання кредиту і процентна банківська ставка (у разі залучення коштів для фінансування проекту), рівень динаміки цін, розподіл прибутків і попит покупців, платоспроможність контрагентів.



Рис. 1. Схема впливу зовнішніх факторів прямої та непрямої дії, які несуть ризик, на підприємство

Джерело: розроблено автором

Соціально-культурні і демографічні фактори формуються у рамках конкретного суспільства і відображають особливості поглядів та норм поведінки, що впливає на прийняття ними рішень. На це слід звертати особливу увагу, якщо підприємство планує реалізовувати інноваційні проекти на територіях, моральні норми, традиції та особливості поведінки яких суттєво відрізняються.

Також під час розроблення та впровадження інноваційного проекту доцільно враховувати екологічні фактори, наприклад зміну обсягів викидів у середовище забруднюючих та отруйних речовин після впровадження інноваційного проекту порівняно з попереднім значенням, рівень впливу на середовище, надійність і соціально-екологічну безпеку виробничих систем.

У період трансформації економічних відносин особливу увагу необхідно приділити політико-правовим факторам, оскільки в умовах соціально-економічної та політичної нестабільності досить часто вносяться зміни до законів та нормативних актів. Постійні зміни умов господарювання сприяють відтоку іноземних інвестицій із різних галузей, а також скороченню кількості підприємств, що реалізують інноваційні проекти.

Науково-технологічні фактори також несуть суттєвий ризик у зв'язку з нерівномірним перебігом науково-технічного прогресу. Підприємству доцільно вивчати міжнародний ринок, щоб дізнатися, чи були реалізовані аналогічні проекти чи розроблена аналогічна продукція, а також що більш економічно вигідно: розробляти самостійно чи купити.

На природно-географічні фактори також слід звернути увагу та враховувати їх під час планування та реалізації інноваційного проекту.

Мікросередовище підприємства – це середовище, до складу якого входять усі суб'єкти ринкових відносин (клієнти, конкуренти, постачальники, посередники і контактні аудиторії), які впливають на діяльність підприємства.

Під час планування проекту передусім необхідно оцінити мікросередовище підприємства та ризики, що можуть виникнути в процесі реалізації проекту. Вкладання коштів у наукові дослідження може надати конкурентні переваги підприємству, що реалізує інноваційний проект. Проте необхідно піклуватися про інформаційну безпеку та розробляти заходи для захисту від промислового шпигунства (від конкурентів). Також необхідно оцінити готовність клієнтів до розроблених інновацій та їх бажання і можливість споживати запропоновану продукцію чи послугу. Під час співпраці з постачальниками доцільно не орієнтуватися на одну фірму-постачальника, а спланувати декілька можливих варіантів на випадок, якщо постачальник не зможе поставити необхідну продукцію, послуги, комплектуючі у потрібний час у потрібному обсязі. Контактна аудиторія може сприяти покращенню іміджу та впізнанню компанії різними контрагентами ринку, що може сприяти розробленню спільних проектів з іншими підприємствами, а також знаходження джерел фінансування проектів. Посередників також слід ретельно обирати, оскільки саме через їх роботу буде формуватися позитивне/негативне враження щодо продукції чи послуг.

Висновки. Аналіз останніх досліджень показав, що нині немає однозначного розуміння сутності ризику. Це пояснюється багатоаспектністю цього явища та недостатньою увагою, що приділяється йому в реальній економічній практиці й управлінській діяльності протягом тривалого періоду. На основі проведеного аналізу поняття «ризик» автором запропоновано власне визначення розглянутого поняття: ризик – це ймовірність виникнення збитків або отримання прибутку, які

можуть виникнути у разі випадкових змін умов економічної діяльності та несприятливих обставин у результаті здійснення підприємством певної виробничої і фінансової діяльності.

Автором проаналізовано підходи до класифікації факторів зовнішнього середовища, на основі яких розроблено схему впливу зовнішніх факторів прямої та непрямої дії, які несуть ризик, на підприємство. Також розглянуто кожний фактор ризику та його можливі чинники під час реалізації інноваційного проекту підприємством.

Можна зробити висновок, що для успішної реалізації інноваційного проекту підприємству необхідно врахувати всі фактори ризику зовнішнього середовища як прямої, так і непрямої дії. Слід зазначити, що фактори не обов'язково матимуть негативний вплив, вони також можуть бути можливістю для успішної реалізації інноваційного проекту та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

У подальших дослідженнях планується розглянути вплив чинників зовнішнього (прямої і непрямої дії) та внутрішнього середовища підприємства на кожному етапі життєвого циклу проекту для оцінювання ризиків інноваційної діяльності у стратегічному плануванні розвитку підприємства.

Література:

1. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент / И.Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 205 с.
2. Балюк В. Довгострокове кредитування інвестиційних проектів / В. Балюк, А. Яцура // Банківська справа. – 2005. – № 1. – С. 54–66.
3. Вітлінський В.В. Ризикологія в економіці та підприємстві : [монографія] / В.В. Вітлінський, Г.І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.
4. Вяткін В. Визначення ризиків банківської діяльності / В. Вяткін [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://grebennikov.ru>.
5. Матрос Є.О. Інформаційна підтримка визначення міри банківських ризиків / Є.О. Матрос // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 8. – С. 103–107.
6. Фридман Дж., Ордуэй Н.М. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости / Дж. Фридман, Н.М. Ордуэй ; пер. с англ. – М. : Дело Лтд., 1995. – 480 с.
7. Риски в современном бизнесе / П.Г. Грабовый, С.Н. Петрова, С.Н. Полтавцев [и др.]. – М. : Аланс, 1994. – 200 с.
8. Райзберг А. Современный экономический словарь / А. Райзберг, Л. Лозовский, Е. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 2006.
9. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання : [навч. посіб.] / Л.І. Донець. – К. : Центр навч. літ., 2006. – 312 с.
10. Ілляшенко С.М. Економічний ризик : [навч. посіб.] / С.М. Ілляшенко ; 2-ге вид., доп. і перероб. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 220 с.
11. Кузьмін О.Є. Управління ризиками в інноваційній діяльності : [навч.- метод. посіб.] / О.Є. Кузьмін, Н.Ю. Подольчак, Н.І. Подольчак. – Львів : Львівська політехніка, 2009. – 176 с.
12. Лук'янова В.В. Економічний ризик : [навч. посіб.] / В.В. Лук'янова, Т.В. Головач. – К. : Академвидав, 2007. – 462 с.
13. Сахарцева І.І. Ризики економічної діагностики підприємства : [навч. посіб.] / І.І. Сахарцеві, О.В. Шляга. – К. : Кондор, 2008. – 380 с.
14. Шегда А.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління : [навч. посіб.] / А.В. Шегда, М.В. Голованенко ; за ред. А.В. Шегди. – К. : Знання, 2008. – 271 с.
15. Баранник О.А. Моделирование зовнішнього середовища підприємств швейної промисловості / О.А. Баранник, Т.Я. Чорний // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2010. – Вип. 3. – С. 55–62.
16. Мескон М. Х. Основи менеджменту / М.Х. Мескон ; за ред. М. Альберт, Ф. Хедоурі ; пер. з англ. – М. : Дело, 2005. – 720 с.
17. Фатхутдінов Р.А. Стратегічний менеджмент : [підручник] / Р.А. Фатхутдінов. – М. : Дело, 2001. – 448 с.
18. Бусигін А.В. Підприємництво : [підручник для ВНЗ] / А.В. Бусигін. – М. : Дело, 1999. – 639 с.

19. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер ; пер. с англ. – СПб. : Питер Ком, 2009. – 816 с.
20. Котлер Ф. Основы маркетингу / Ф. Котлер ; пер. с англ. – М. : Диалектика-Вильямс, 2008. – 1200 с.

Плеханова Т.Е. Определение факторов риска внешней среды предприятия, которое реализует инновационные проекты

Аннотация. В статье проанализированы понятия «риск» в научной литературе, предложено его собственное определение. Проанализированы подходы к классификации факторов внешней среды. Разработана схема влияния внешних факторов прямого и косвенного воздействия, которые несут риск, на предприятие. Рассмотрен каждый фактор риска и его возможные причины при реализации инновационного проекта предприятием.

Ключевые слова: риск, внешняя среда, факторы прямого действия, факторы непрямого действия, факторы риска внешней среды.

Pliekhanova T.Ye. Determining the risk factors of the external environment of the enterprise that implements innovative projects

Summary. In the article, a concept of “risk” in the scientific literature is analysed, the author’s definition of the concept of “risk” is proposed. Approaches to the classification of environmental factors are analysed. The scheme of the influence of external factors of direct and indirect influence, which carry a risk on the enterprise, is designed. Each risk factor and its possible reasons for the implementation of the innovative project by the enterprise are considered.

Keywords: risk, external environment, factors of direct action, factors of indirect action, risk factors of the external environment.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Gasanov S.S.
**STRUCTURAL TRANSFORMATIONS OF THE TRANSITIONAL ECONOMY
 UNDER INSTITUTIONAL UNCERTAINTY..... 4**

Шпильова Ю.Б., Львіна М.В.
**ЗНАЧЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО ІМПЕРАТИВУ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ
 ОРІЄНТИРІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА.....8**

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Конєва Т.А., Кузнєцов А.В.
ВПЛИВ ВАЛЮТНОГО КУРСУ НА ЕКОНОМІКУ ЯПОНІЇ13

Крикун В.А.
**ТЕОРІЯ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В ДОСЛІДЖЕННІ
 УКРАЇНСЬКОГО БАНКІВСЬКОГО РИНКУ ЗА РОКИ НЕЗАЛЕЖНОСТІ.....18**

Очеретний Д.С.
**КЛЮЧОВІ НАПРЯМИ РОЗБУДОВИ В УКРАЇНІ ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ
 ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА..... 23**

Скоробогатова Н.Є., Кузнєцова А.В.
**АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ТА ЕКСПОРТУ ПРОДУКЦІЇ
 СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ.....27**

Щава Р.П.
**ТРАНСФОРМАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФІСКАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС
 В ДИСКУРСІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ..... 32**

Юр'єва П.Б.
ПРОСТОРОВА СТРУКТУРА ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ.....36

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Венгер В.В.
**НАУКОВО-ТЕХНОЛОГІЧНА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ
 В МЕТАЛУРГІЙНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....43**

Гусєва І.І., Петрова Т.О.,
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КРИПТОВАЛЮТ НА РИНКУ УКРАЇНИ..... 48

Прядко І.В.
СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ 51

Світовий О.М.
**УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ У ЗЕРНОПРОДУКТОВОМУ
 ПІДКОМПЛЕКСІ АПК ЯК ФАКТОР ЗБІЛЬШЕННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ.....55**

Халатур С.М.
**ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ГАЛУЗІ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ
 З УРАХУВАННЯМ ФАКТОРІВ РИЗИКУ.....59**

**До авторів і читачів журналу
«Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету.
Серія: Економіка і менеджмент».**

Шановні колеги!

Редакційна колегія вводить в журналі нову рубрику – «Короткі повідомлення».

Цей розділ можна було б назвати «У світі економічної науки». У «Повідомленнях» передбачається розміщувати матеріали, в яких порушуються питання, які ще не знайшли свого рішення, не «дозріли» до повноцінної публікації з певними науковими результатами, але в яких звертається увага на значення, перспективність (або відсутність таких) тих чи інших напрямків досліджень, досягнень різних наукових шкіл. У «Повідомленнях» можуть обговорюватися зміст вузівських підручників та окремих економічних дисциплін, рецензуватися нові вітчизняні та зарубіжні книги, висловлюватись думки про публікації в журналах з економіки, – зрозуміло, залишаючись на позиціях науковості та професійної етики. Нам представляються особливо цінними матеріали, що стосуватимуться досліджень «свіжих» Нобелівських лауреатів з економіки.

Обсяг короткого повідомлення – до 3 сторінок включно.

Запрошуємо до співпраці!

Збірник наукових праць

НАУКОВИЙ ВІСНИК
МІЖНАРОДНОГО
ГУМАНІТАРНОГО УНІВЕРСИТЕТУ

Серія:

Економіка і менеджмент

Випуск 24

Частина 1

Коректура • *В.І. Бабич*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 18,14.
Підписано до друку 31.05.2017 р. Замов. № 3105/17. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.