

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
Полтавського університету
економіки і торгівлі**

(Полтавський університет економіки і торгівлі є правонаступником
Полтавського університету споживчої кооперації України від 29 березня
2010 року згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 253)

березень 2011 р., № 2 (47)

СЕРІЯ «ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ»

Затверджено постановою Президії ВАК України від 10 лютого
2010 року № 1-05/1 «Науковий вісник ПУСКУ» включено
до «Переліку наукових фахових видань, в яких можуть
публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття
наукового ступеня доктора і кандидата наук»
(Бюлетень ВАК № 3 від 2010 р.).

«Науковий вісник ПУЕТ» видається з березня 2000 р.

Свідectво про державну реєстрацію серії «Економічні науки»
КВ № 17165-5935 ПР видане 12.10.2010 р. Міністерством
юстиції України.

Головний редактор **Нестуля О. О.**,
доктор історичних наук, професор, ректор Полтавського
університету економіки і торгівлі.

Заступники головного редактора:

Рогоза М. Є., доктор економічних наук, професор,
перший проректор;

Карпенко О. В., кандидат економічних наук, доцент, проректор
з наукової роботи та міжнародних зв'язків.

Відповідальний секретар **Шимановська-Діанич Л. М.**,
кандидат технічних наук, доцент.

Редакційна колегія серії «Економічні науки»:

Николенко С. С., доктор економічних наук, професор
(відповідальний редактор серії «Економічні науки»);
Березін О. В., доктор економічних наук, професор;
Брітченко І. Г., доктор економічних наук, професор;
Балабан П. Ю., кандидат економічних наук, доцент;
Виноградова О. В., доктор економічних наук, професор ДонДУЕТ;
Гончаренко В. В., доктор економічних наук, професор;
Дубішев В. П., доктор економічних наук, професор ПНТУ;
Ємець О. О., доктор фізико-математичних наук, професор;
Іванюта С. М., доктор економічних наук, професор;
Кузняк Б. Я., доктор економічних наук, професор ПДПУ;
Маркіна І. А., доктор економічних наук, професор;
Макарова М. В., доктор економічних наук, професор;
Отенко І. П., доктор економічних наук, професор ХНЕУ;
Пантелеймоненко А. В., доктор економічних наук, доцент;
Перебийніс В. І., доктор економічних наук, професор;
Хміль Ф. І., доктор економічних наук, професор ЛКА;
Рогоза М. Є., доктор економічних наук, професор;
Чернявська О. В., доктор економічних наук, доцент;
Шевченко А. Ф., доктор економічних наук, професор;
Шкурупій О. В., доктор економічних наук, доцент.

© Назва, концепція, зміст і дизайн «Наукового вісника ПУЕТ»
є інтелектуальною власністю Полтавського університету економіки і
торгівлі і охороняються Законом «Про авторські та суміжні права».
Матеріали друкуються мовою оригіналу. При передруковуванні
посилання на «Науковий вісник ПУЕТ» обов'язкове.

Випусковий редактор **М. П. Гречук.**
Літредактор **Л. Г. Карасевич.**
Верстка **О. С. Корніліч.**
Дизайн обкладинки **Є. А. Деркач.**

Номер затверджено на засіданні вченої ради Полтавського університету
економіки і торгівлі, протокол № 1 від 26 січня 2011 р.

Адреса редакції журналу: 36014, м. Полтава, вул. Ковалів, 3, каб. 438.
Тел. (0532) 563703, факс: (0532) 500222.

Здано до набору 15.03.2011 р. Підписано до друку 20.03.2011 р.
Формат 60×84/8. Ум. друк. арк. – 31,6. Наклад: 300 екз. Зам. № 1328.

Видано редакційно-видавничим центром ПУЕТ.
36014, м. Полтава, вул. Ковалів, 3, каб. 115, тел. 8 (0532) 502481.

За точність цифр, географічних назв, власних імен,
бібліографії, цитат та іншої інформації відповідає автор.
Редакція не завжди поділяє погляди авторів.

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
м. Полтава

Науковий Вісник

ЗМІСТ

Вимоги до авторських рукописів 9

I. ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Левченко О. М., Рябоволик Т. Ф.
Напрями забезпечення інноваційної
зайнятості на регіональному рівні 10

Шевченко А. Ф., Шевченко О. М.
Виникнення, становлення та розвиток
вексельного ринку в Україні 18

Балабан П. Ю., Курлейко Б. А.
Глобалізація світової економіки і
споживча кооперація: проблеми та
перспективи подальшого розвитку 22

Башта О. І.
Принципи і методи енергозбереження
у господарському комплексі АР Крим 28

Краус Н. М.
Механізм соціально-економічної взаємодії
держави і суб'єктів господарювання
в напрямі дегінізації економіки 31

Цьохла С. Ю.
Пріоритети і напрями реформування
соціальної системи держави 36

Безрукова Н. В., Малишко Г. М.
Техноглобалізм: основні форми прояву
у сучасній світовій економічній системі 40

Березіна Л. М.
Аграрна політика уряду: її місце
і роль у розвитку відносин
підприємств АПК 43

Шевєря М. Ю.
Сучасні парадигми потенціалу регіону 48

Скляр Г. П., Яріш О. В. Інвестиційно-страхова діяльність домогосподарств в умовах перехідної економіки	54	Юрко І. В., Краус К. М. Сутність і еволюція поняття «управління маркетингом» як економічної категорії.....	100
Зінченко Н. В. Соціально-економічна сутність і основні принципи інтеграційних процесів в АПК	57	Дробиш Л. В. Фактори регіонального формування попиту та пропозиції праці фахівців.....	104
Клімова О. І. Податковий механізм державного регулювання інтегрованих корпоративних систем	61	Філіна С. В. Корпоративні інформаційні системи: проблеми впровадження та аналіз ефективності у процесі управління.....	109
Колмикова Є. В. Досвід регулювання міграційних процесів за рубежом і можливості його використання в Україні	65	Джерелейко С. О. Системний підхід до визначення поняття «організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств».....	115
Кобзєв І. С. Концептуальні засади економічного відтворення природно-ресурсного потенціалу АПК України.....	70	Яровий А. В. Концептуальні основи організаційно-економічного механізму управління активами вітчизняних страхових компаній ..	120
II. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ			
Макаренко М. В., Гончаров Е. В. Мотивація інноваційної діяльності підприємств України та процеси світової інтеграції.....	74	Капустіна Ю. В. Особливості аудиту маркетингової діяльності підприємств.....	124
Шталь Т. В., Тищенко О. О. Аналіз тенденцій розвитку ринку ресторанних послуг Харківського регіону	79	Капліна А. С. Основні проблеми розвитку підприємств готельного господарства в Україні	128
Лісіца В. В. Еволюція теоретичних поглядів на розвиток сітьових відносин і їх прояв у роздрібній торгівлі	83	Гетьманський В. О. Вимір і наслідки інтенсифікації діяльності підприємства в умовах економічного розвитку	131
Педченко Н. С. Застосування економіко-математичних методів при стратегічному управлінні потенціалом розвитку підприємства	88	Авраменко М. С. Методи формування кадрового потенціалу системи споживчої кооперації України як спосіб впливу на його рівень.....	135
Карпенко Ю. В. Формування цінової політики торговельних підприємств, що використовують інтернет-торгівлю	92	Василевська А. О. Роль інформаційних технологій в управлінні проектами	139
Шевчук Л. П. Облік і контроль використання ресурсів підприємств ресторанного бізнесу за допомогою системи R-Кеерер	96	Юдіна Х. К. Методологічні аспекти обґрунтування дефініції «готельне господарство»	142
		Матолич Т. Б. Інституційне середовище підприємницької діяльності в Україні та його вплив на трансакційні витрати суб'єктів підприємництва	146

Чайка І. П. Методичні підходи до розрахунку ефективності функціонування вищого навчального закладу.....	151	Тищенко Т. Я. Використання програмного комплексу «Парус» для ведення обліку бюджетними установами органами статистики: функціональні можливості та недоліки.....	194
Сардак О. В. Брендинг підприємства- роботодавця у системі управління персонал-маркетингом.....	156	IV. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ	
Гордополова Н. В., Гордополов В. Ю., Старосуд І. В. Напрями вдосконалення обліку транспортно-заготівельних витрат.....	160	Виноградова М. О., Марюхніч М. О. Використання результатів аудиту розрахунків з дебіторами в управлінні підприємством.....	200
Трайно В. М. Формування маркетингових стратегій управління споживачами послуг ресторанного господарства.....	163	Проскуріна Н. М. Теоретичні узагальнення класифікації аудиторських процедур.....	207
Зінченко О. М. Дослідження стану розвитку роздрібною торгівлі України.....	168	Віннікова В. В. Обґрунтування фонду дивідендних виплат на підприємстві у поточному періоді та довгостроковій перспективі.....	212
Семенов А. Ю. Вплив інфляції на ефективність фінансового сектора.....	173	V. ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ	
Селезньова О. О. Методичні підходи до оцінки маркетингової діяльності торговельних підприємств.....	179	Панченко О. П. Кооперативні видання як засіб інформаційного забезпечення процесу розширення ресурсної бази та ефективної організації селянських і поміщицьких господарств Лівобережної України (кінець XIX – початок XX ст.).....	218
Маркіна І. А., Єжов-Маряєв С. О. Комерційно-соціальна активність підприємства в сучасних умовах господарювання підприємств малого бізнесу АР Крим.....	183	Литвин О. Ю. Розвиток житлової кооперації у Російській Імперії (кінець XIX – початок XX ст.).....	224
III. ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ		Анотації.....	229
Брітченко І. Г. Стратегічне управління банківською інфраструктурою в контексті розвитку економіки регіону.....	187		

СОДЕРЖАНИЕ

Требования к авторским рукописям	9	Зинченко Н. В. Социально-экономическая суть и основные принципы интеграционных процессов в АПК	57
I. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ			
Левченко А. Н., Рябоволык Т. Ф. Направления обеспечения инновационной занятости на региональном уровне	10	Климова Е. И. Налоговый механизм государственного регулирующего интегрированных корпоративных систем	61
Шевченко А. Ф., Шевченко Е. Н. Возникновение, становление и развитие вексельного рынка в Украине	18	Колмыкова Е. В. Опыт регулирования миграционных процессов за рубежом и возможности его использования в Украине	65
Балабан П. Ю., Курлейко Б. А. Глобализация мировой экономики и потребительская кооперация: проблемы и перспективы последующего развития	22	Кобзев И. С. Концептуальные основы экономического воспроизводства природно-ресурсного потенциала АПК	70
Башта А. И. Принципы и методы энергосбережения в хозяйственном комплексе АР Крым	28	II. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ	
Краус Н. Н. Механизм социально-экономического взаимодействия государства и субъектов хозяйствования в направлении детинизации экономики	31	Макаренко М. В., Гончаров Е. В. Мотивация инновационной деятельности предприятий Украины в процессе мировой интеграции	74
Цёхла С. Ю. Приоритеты и направления реформирования социальной системы государства	36	Шталь Т. В., Тищенко О. О. Анализ тенденций развития рынка ресторанных услуг Харьковского региона	79
Безрукова Н. В., Малышко А. Н. Техноглобализм: основные формы проявления в современной мировой экономической системе	40	Лисица В. В. Эволюция теоретических взглядов на развитие сетевых отношений и их проявление в розничной торговле	83
Березина Л. М. Аграрная политика правительства: её место и роль в развитии отношений предприятий АПК	43	Педченко Н. С. Применение экономико-математических методов при стратегическом управлении потенциалом развития предприятия	88
Шеверя М. Ю. Современные парадигмы потенциала региона	48	Карпенко Ю. В. Формирование ценовой политики торговых предприятий, которые используют интернет-торговлю	92
Скляр Г. П., Яриш Е. В. Инвестиционно-страховая деятельность домохозяйств в условиях переходной экономики	54	Шевчук Л. П. Учет и контроль использования ресурсов предприятий ресторанного бизнеса с помощью системы R-Keeper	96

Юрко И. В., Краус Е. Н. Сущность и эволюция понятия «управление маркетингом» как экономической категории 100	Матолич Т. Б. Институциональная среда предпринимательской деятельности в Украине и ее влияние на транзакционные расходы субъектов предпринимательства 146	
Дробыш Л. В. Факторы регионального формирования спроса и предложения труда специалистов 104	Чайка И. П. Методологические подходы к расчету эффективности функционирования высшего учебного заведения 151	
Филина С. В. Корпоративные информационные системы: проблемы внедрения и анализ эффективности в процессе управления 109	Сардак Е. В. Брендинг предприятия-работодателя в системе управления персоналом- маркетингом 156	
Джерелейко С. А. Системный подход к определению понятия «организационно-экономический механизм обеспечения бюджетирования деятельности промышленных предприятий» 115	Гордополова Н. В., Гордополов В. Ю., Старосуд И. В. Направления совершенствования учета транспортно-заготовительных расходов 160	
Яровой А. В. Концептуальные основы организационно- экономического механизма управления активами отечественных страховых компаний 120	Трайно В. Н. Формирование маркетинговых стратегий управления потребителями услуг ресторанного хозяйства 163	
Капустина Ю. В. Особенности аудита маркетинговой деятельности предприятий 124	Зинченко Е. Н. Исследование состояния развития розничной торговли Украины 168	
Каплина А. С. Основные проблемы развития предприятий отельного хозяйства в Украине 128	Семенов А. Ю. Влияние инфляции на эффективность финансового сектора 173	
Гетьманский В. А. Измерения и последствия интенсификации деятельности предприятия в условиях экономического развития 131	Селезнева О. А. Методические подходы к оценке маркетинговой деятельности торговых предприятий 179	
Авраменко М. С. Методы формирования кадрового потенциала системы потребительской кооперации Украины как способ влияния на его уровень 135	Маркина И. А., Ежов-Маряев С. О. Коммерческо-социальная активность предпри- ятия в современных условиях хозяйствования предприятий малого бизнеса АР Крым 183	
Василевская А. А. Роль информационных технологий в управлении проектами 139	III. ФИНАНСЫ И КРЕДИТ	
Юдина К. К. Методологические аспекты обоснования дефиниции «отельное хозяйство» 142	Бритченко И. Г. Стратегическое управление банковской инфраструктурой в контексте развития экономики региона 187	
	Тищенко Т. Я. Использование программного комплекса «Па- рус» для ведения учета бюджетными учрежде- ниями органами статистики: функциональные возможности и недостатки 194	

IV. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

Виноградова М. А., Марюхнич М. А.

Использование результатов аудита
расчетов с дебиторами в
управлении предприятием 200

Проскурина Н. Н.

Теоретическое обобщение
классификации аудиторских процедур 207

Винникова В. В.

Обоснование фонда дивидендных
выплат на предприятии в текущем
периоде и долгосрочной перспективе 212

V. ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Панченко О. П.

Кооперативные издания как средство
информационного обеспечения процесса
расширения ресурсной базы и эффективной
организации крестьянских и помещичьих хо-
зяйств Левобережной Украины
(конец XIX – начало XX в.)..... 218

Литвин А. Ю.

Развитие жилищной кооперации в Российской
Империи (конец XIX – начало XX ст.)..... 224

Аннотации 238

CONTENTS

Author's texts requirements..... 9

I. PERFORMANCE OF ECONOMIC SYSTEM

Levchenko O. M., Ryabovolik T. F.
Directions provide innovative employment at the regional level..... 10

Shevchenko A. F., Shevchenko O. N.
Origin, formation and development bill market in Ukraine 18

Balaban P. Yu., Kurleiko B. A.
Globalization of the world economy and consumer cooperation: problems and perspectives 22

Bashta O. I.
Principles and methods of energy conservation in economic complex of Crimea 28

Kraus N. M.
The mechanism of socio-economic interaction between government and business entities in the direction of removal of the shadow economy 31

Tsohla S. Yu.
Priorities and directions of the states social system reforming 36

Bezrukova N. V., Malishko A. N.
Technoglobalizm: main forms of manifestation in modern world economic system..... 40

Berezina L. M.
Government agricultural policy: its place and role in the development of agro-industrial complex enterprises relationships 43

Sheverja M. Yu.
Modern paradigm of the regional potential 48

Sklyar G. P., Yarish O. V.
Investment and insurance activity of households in conditions of transition economy 54

Zinchenko N. V.
Socio-economic essence and basic principles of integration processes in the agricultural sector..... 57

Klimova O. I.
Tax mechanism of the state regulation of integrated corporate systems 61

Kolmiykova E. V.
Experience of regulation of migratory processes abroad and possibilities of its use in Ukraine 65

Kobzev I. S.
The conceptual basis for economic reconstruction of the natural resource potential of agribusiness 70

II. ECONOMY, THE ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF ENTERPRISE

Makarenko M. V., Goncharov E. V.
Motivating innovation in enterprises of Ukraine in the process of global integration 74

Shtal T. V., Tyshchenko O. O.
The analysis of tendencies of development of the market of restaurant services of the Kharkov region 79

Licitsa V. V.
Evolution of theoretical views on the development of network relationships and their manifestation in the retail trade 83

Pedchenko N. S.
Application of economic-mathematical methods in strategic management of the potential of enterprise development..... 88

Karpenko Yu. V.
Forming of price policy of trade enterprises which use the internet trade 92

Shevchuk L. P.
An account and control of the use of resources of enterprises of restaurant business is for help of system r-keeper 96

Yurko I. V., Kraus K. M.
Description and evolution of the concept of «marketing management» as an economic category 100

Drobysh L. V.
The factors of regional formation of a supply and demand of work of the experts 104

Filina S. V.
Corporate information systems: issues of implementation and analysis of the effectiveness of the management process 109

Djereleyko C. A. Systems approach to determination of concept is «organizationally-economic mechanism of providing of budgeting of activity of industrial enterprises»	115	Zinchenko O. M. Research of retail trade development in Ukraine	168
Yaroviy A. V. Conceptual foundations of organizational-economic mechanism of the assets of domestic insurance companies.....	120	Semenog A. Yu. The influence of inflation on the efficiency of financial sector	173
Kapustina J. V. Audit features of marketing companies	124	Selezneva O. A. Methodical approaches to evaluation of marketing in trade firms.....	179
Kaplina A. S. The main problems of enterprise development, hotel management in Ukraine	128	Markina I. A., Yezhov-Marijaev S. O. Commercial and social activity of the enterprise in modern conditions of managing small businesses Crimea	183
III. FINANS AND CREDIT			
Hetmanskiy V. O. Measurements and effects of the intensification of the company in terms of economic development	131	Britchrnko I. G. Infrastructure as a component of strategic regional management	187
Avramenko M. S. Methods of the stuff potential formation of the consumer cooperatives system in ukrainias method of influence on his level	135	Tischenko T. Y. The uses of the computer program «sail» in budgetary establishments of organs of statistics are the features and drawbacks	194
Vasilevskaya A. O. A role of information technologies in a project management	139	IV. ACCOUNTING AND AUDIT	
Yudina K. K. Methodological aspects of the study definition of «hospitality industry».....	142	Vynogradova M. O., Maryhnych M. O. Usage of settlements with debtors audit results in management of an enterprise.....	200
Matoluch T. B. Institutional environment of entrepreneurship and its influence on level and structure of transactional charges.....	146	Proskurina N. M. Lization of the audit procedures classification..	207
Chaika I. P. Methodical Approaches to Calculating Effectiveness of Functioning in High Educational Establishment.....	151	Vinnikova V. V. Justification fund dividend payments to the company in the current period and the long term	212
Sardak O. V. Branding of enterprise-employer in the management system of personnel marketing....	156	V. HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT	
Gordopolova N. V., Gordopolov V. Yu., Starosud I. V. Directions for the improvement of transportation procurement cost accounting	160	Panchenko O. P. Reflects the role of cooperative publications late XIX – early XX century as a means of information support the process of expanding the resource base and the efficient organization of the peasant and landlord households Left Bank Ukraine	218
Trayno V. M. Restaurant business marketing strategies of consumers management forming.....	163	Litvin O. Yu. Development of housing cooperatives in the Russian Empire (late XIX – early XX cent.)	224
		Summaries	247

ДО УВАГИ АВТОРІВ!

Полтавський університет споживчої кооперації України продовжує видання наукового журналу «Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі». Запрошуємо науковців і спеціалістів-практиків до участі в ньому.

Робочі мови: українська, російська, англійська.

Тематичні розділи журналу: 1) Функціонування економічної системи. 2) Економіка, організація і управління підприємством. 3) Фінанси і кредит. 4) Бухгалтерський облік і аудит. 5) Історія економічної думки.

ВИМОГИ ДО АВТОРСЬКИХ РУКОПИСІВ

До друку приймаються наукові статті, які відповідають профілю журналу, є оригінальними та правильно оформленими. Структура статті (відповідно до вимог Постанови Президії ВАК України від 15.01.2003 р. № 7-05/1) повинна містити постановку проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими або практичними завданнями; аналіз основних досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми, яким присвячується означена стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.

Крім того, обов'язковими елементами статті мають бути:

1. **Індекс УДК** (універсальний десятиковий класифікатор) розміщувати перед заголовком статті, окремим рядком, у лівому верхньому куті. Індекс УДК визначає автор.

2. **Заголовок статті** має бути лаконічним. У назві бажано не використовувати ускладнену термінологію псевдонаукового характеру. Не приймаються заголовки, що починаються зі слів «До питання...», «Деякі питання...», «Дослідження питання...», «Матеріали до вивчення...» і т. п. Заголовок подавати українською, російською, англійською мовами.

3. **Відомості про автора (авторів)** подавати англійською, українською, російською мовами і вміщувати після назви статті – прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь.

4. **Анотацію** подавати українською, російською, англійською мовами, незалежно від того, якою мовою написаний матеріал. Оформлювати анотацію згідно з Міждержавним стандартом ГОСТ 7.9-95 (ИСО 0214-76) «Реферат і анотація». Загальні вимоги: рекомендований середній обсяг – 500 друкованих знаків. Структура: характеристика основної теми, проблеми, мети, узагальнених результатів. Статті англійською та російською мовами мають супроводжуватися розширеними анотаціями українською мовою.

5. **Ключові слова** (6–7) подаються українською, російською, англійською мовами.

6. **Літературу** слід оформлювати строго відповідно до вимог оформлення списку літератури Бюлетень ВАК України № 3 за 2008 р. На всі літературні джерела у статті повинні бути посилання.

Обсяг статті – від 6 до 9 сторінок. Статті ж більшого обсягу публікуються з продовженням. **Текст** (кегль 14, Times New Roman, інтервал – 1,5) друкувати з одного боку аркуша. Верхнє, нижнє та ліве поле – 20 мм, праве – 10 мм. Один надрукований рядок оригіналу повинен містити 60±2 знаки, враховуючи пробіл між словами (один пробіл – один знак). **Таблиці** в тексті мають бути зроблені в Excel або Word без заливання. **Формули** необхідно набирати в редакторі формул MS Equation. **Рисунки** необхідно виконувати у Word, використовуючи лише графічні об'єкти у вигляді прямокутника та кола, які мають бути згруповані та являти собою один графічний об'єкт. Ширина рисунка має становити 8 або 16 см. Усі ілюстрації треба подавати (кегль 10, Times New Roman) в чорно-білому кольорі, можна використовувати сіру гаму кольорів, також інші способи заливки – узор.

Скановані ілюстрації та таблиці редакція не приймає, інакше стаття буде повернута авторові на доопрацювання. **Растрові ілюстрації** подаються в оригіналі (фотознімок, малюнок, негатив або слайд) необхідно подавати в окремому файлі, роздільна здатність – 300 пікс/дюйм, тип файлу – JPEG. Таблиці та рисунки необхідно нумерувати і робити на них посилання в тексті.

До статті додається авторська довідка.

Подається стаття, авторська довідка, рецензія доктора наук (для аспірантів і здобувачів) у надрукованому вигляді, а електронний варіант – на диску або електронною поштою: ludad5846@mail.ru. *Приклад оформлення статті подано на сайті університету: www.pusku.edu.ua.*

Адреса: 36000, Полтава, вул. Ковалю, 3, кафедра менеджменту організацій та ЗЕД (к. 406)

Шимановській-Діанич Людмилі Михайлівні. Тел.: 8 (053 22) 7-48-37, 8-050-566-95-93.

I. ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

УДК 331.5

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

**О. М. Левченко, доктор економічних наук;
Т. Ф. Рябоволик**

Перехід України до інноваційної моделі розвитку, в якій джерелом економічного зростання мають стати наукові знання, технологічні інновації та інформація, потребує кардинального перегляду методів і механізмів регулювання ринку праці з метою посилення інноваційної ролі людського потенціалу.

Однією з основних рис, притаманних інноваційній економіці, є спрямування системи державних пріоритетів на капіталізацію витрат, що вкладаються у людину. В широкому розумінні інноваційну діяльність слід реалізувати як процес виробництва і матеріалізації наукових знань і випереджального зростання наукового, професійно-кваліфікаційного і культурно-технічного рівня населення. Кожна принципова зміна в науці й техніці, якщо її розглядати комплексно, завжди має певне соціальне значення, адже безпосередньо стосується найголовнішого компоненту продуктивних сил – економічно активного населення.

Наукова полеміка стосовно впливу інновацій на зайнятість розпочата ще класиками політекономії (А. Смітом, Д. Рікардо, К. Марксом), триває і нині. В економічній літературі відображені проблеми регулювання ринку праці в працях Д. Гелбрейта, Р. Еренбурга, Д. Кейнса, К. Макконнелла, А. Оукена,

П. Самуельсона, а також українських учених зі світовим ім'ям: І. Вернадського, С. Подолінського, М. Туган-Барановського. Значний доробок у розробку теоретичних основ регулювання зайнятості внесли такі відомі вітчизняні вчені, як А. Ачкасов, Л. Антошкіна, А. Базилук, С. Бандур, Д. Богиня, І. Бондар, В. Васильченко, В. Гаєць, О. Грішнова, Б. Данилишин, Д. Дмитренко, Т. Заяць, А. Колот, Н. Кузнєцова, Л. Кривенко, В. Куценко, В. Лич, Е. Лібанова, І. Манцуров, О. Сологуб, Л. Федулова, А. Чухно та ін. Окремі аспекти інноваційних чинників зайнятості розглядали і в своїх наукових працях Б. Баласинович, О. Левченко, Л. Лісогор, В. Онікієнко, О. Попова, Л. Семів, В. Чижова та ін.

Проте недостатньо дослідженими залишаються інновації у сфері зайнятості, та інноваційні процеси регулювання зайнятості населення. Слід удосконалити механізм регулювання якісних параметрів зайнятості як чинник забезпечення інноваційного розвитку країни та її регіонів. Потребує уточнення зміст і структура організаційно-економічного механізму регулювання зайнятості населення, а також обґрунтування пріоритетних напрямів формування політики зайнятості в Україні в процесі інноваційного розвитку. Усе це зумовлює по-

дальше поступове та глибоке розкриття вивчення цих глобальних економічних процесів.

Досліджувати проблему зайнятості населення регіону також необхідно через призму інновацій, оскільки поряд з високим рівнем безробіття існує проблема в забезпеченні ринку праці інноваційними висококваліфікованими кадрами, які здатні були б займатися інноваційною діяльністю.

Головними причинами відсутності активізації інноваційної діяльності промислових підприємств є брак коштів у господарюючих суб'єктів, недосконалість системи менеджменту інновацій усередині підприємств і відсутність інноваційних кадрів на підприємствах, які б забезпечили інноваційно-прогресивний шлях розвитку регіону. А це, в свою чергу, свідчить про існування проблем у наданні якісної професійної освіти.

Професійна освіта і підготовка кваліфікованих кадрів завжди були зумовлені рівнем економічного розвитку країни і регіону, але, у свою чергу, впливали на темп його розвитку. Важливо також відзначити, що виробництво й система професійної освіти неподільні, взаємозв'язані та взаємозалежні, тому розвиток виробництва повинен вести до розвитку системи професійної підготовки кваліфікованих кадрів для нього. Але парадокс полягає в тому, що коли економіка регіону потребує інноваційних кадрів, система професійної освіти переживає не кращі часи. Особливе місце у вивченні даної проблеми необхідно відвести розвитку вищої освіти, оскільки саме в цьому прошарку освітніх послуг можна найкраще реалізуватися щодо інноваційних кадрів. Саме працівники з вищою освітою є потенціалом інновацій регіону, але й не забувати про коледжі, технікуми та професійно-технічні училища, які забезпечують область робітничими кадрами.

2009 р. питома вага працівників регіону за рівнем освіти та видами економічної діяльності знаходиться не на найкращому рівні. Державне управління найкраще забезпечене кадрами з повною вищою освітою – 56,9 %, а найгірший стан у сільському господарстві – 8,7 %, в промисловості теж стан забезпечення кадрами з вищою освітою теж на низькому рівні – 18,6 % [1].

Оскільки регіон є аграрним, то в першу чергу необхідно покращити стан забезпечення кадрів з вищою освітою в сільському господарстві й не забувати про його покращення і в промисловому секторі економіки, бо це і є основа розвитку інноваційної діяльності нашого регіону. Якщо говорити про питому вагу працівників, які мають вищу освіту по містах і районах у 2009 р., то найкраща ситуація щодо забезпечення неповної та базової вищої освіти в м. Кіровоград – 34,6 %, найгірша – в м. Знам'янка. Найкращий показник з вищої освіти в Онуфріївському районі – 33,3 %, а найгірша ситуація склалася в Добровеличківському районі – 19,6 % [1].

Із загального рейтингу районів за часткою працівників з вищою освітою усіх рівнів (рис. 1) видно, що лідирує обласний центр – 61,7 %, а найгірша ситуація в м. Знам'янка – 39,1 %. Якщо розглядати райони, то найкраща ситуація склалася в Вільшанському районі – 61,7 %, а найгірша в Олександрійському – 41 % працівників з вищою освітою усіх рівнів [1].

Інвестиційна привабливість системи професійної освіти можлива за умови відповідної якості підготовки випускників вимогам сучасних працедавців. Освітні установи продовжують вибудовувати свою діяльність на основі чинних освітніх стандартів, що діють, які на даний час є морально застарілими [2, с. 32].

Системність і масштабність змін у підготовці робітників і фахівців для високотехнологічного виробництва припускає стійкість отримання результатів. Для цього потрібні кардинальні зміни змісту професійної освіти, оновлення матеріально-технічної бази (сучасне навчально-лабораторне і виробниче устаткування) освітньої установи, інноваційні підходи до управління установою. В результаті системних змін підвищується якість професійного навчання як наслідок упровадження в освітню діяльність інноваційних технологій, адекватних тенденціям техніко-технологічного переозброєння виробництва. Такий підхід формує професійну мобільність і забезпечує соціальну захищеність випускника в умовах ринкової економіки, що дозволить йому з перших днів роботи активно включитися у виробничий процес без адаптації і перенавчання.

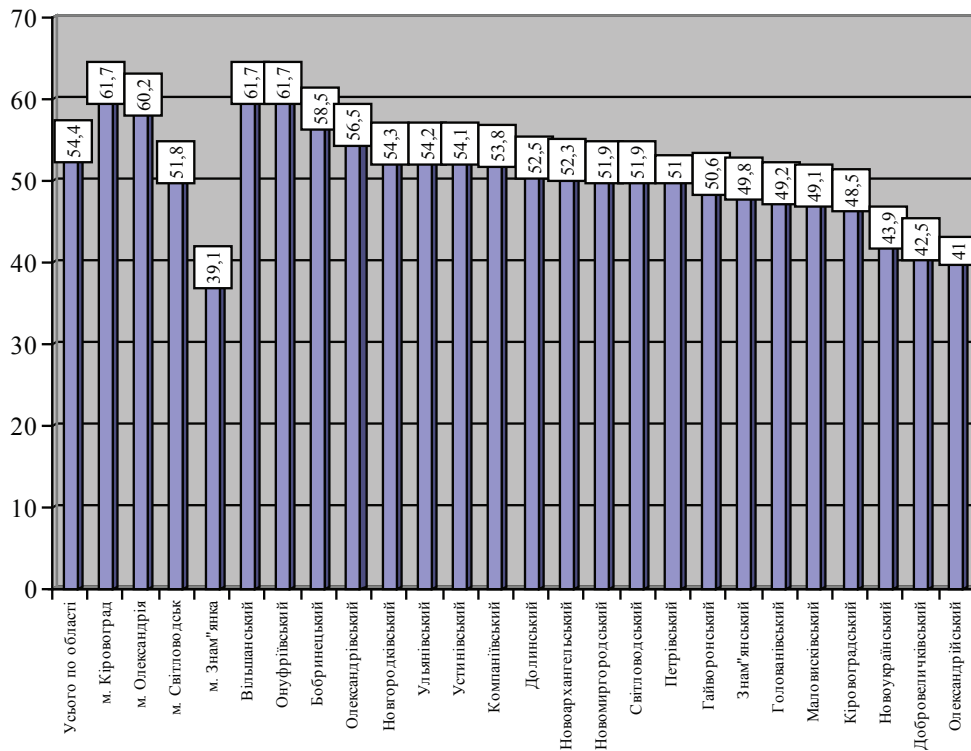


Рис. 1. Рейтинг районів за часткою працівників з вищою освітою усіх рівнів (за даними Головного управління статистики у Кіровоградській області [1])

Але за останні роки спостерігається постійне зниження рівня інноваційної активності підприємств регіону, що можна трактувати як неспроможність вітчизняного професійного потенціалу виступати повноцінно у ролі акумулятора та матеріалізатора сучасних знань, а відповідно і носія основного людського капіталу суспільства [3, с. 30].

За даними статистики, за період з 2005 до 2009 рр. частка інноваційно-активних промислових підприємств регіону знизилася з 37 до

32 підприємств, хоча загальна кількість промислових підприємств збільшилась із 258 до 298 підприємств. Кількість підприємств, які впроваджували інновації, постійно змінювалась і найбільше їх було у 2007 р. (31 підприємство), але у зв'язку з кризовими явищами в державі їх кількість дещо знизилась до 2009 р. (28 підприємств). В зв'язку з цим і кількість підприємств, які реалізували інноваційну продукцію, також знизилась за період 2005–2009 рр. із 35 до 24 підприємств (рис. 2) [4].



Рис. 2. Динаміка інноваційної діяльності по Кіровоградській області (за даними Головного управління статистики у Кіровоградській обл. [1])

На тлі загального зниження інноваційної діяльності області спостерігається негативна тенденція і в кількості підприємств, що реалізували інноваційну продукцію за межі України. Їх кількість зменшилася з 10 у 2007 р. до 7 підприємств в 2009 р.

Розглядаючи детальніше впровадження інновацій на підприємствах регіону, можна сказати, що на фоні зменшення загальної кількості підприємств, які впроваджували інновації, кількість підприємств, що освоювали виробництво інноваційних видів продукції, збільшу-

валась із загальної їх чисельності, починаючи з 2007 р. – 16 підприємств до 18 підприємств у 2009 р. Тобто їх загальна чисельність зменшувалася за рахунок зменшення підприємств, які освоювали інноваційні процеси, організаційні та маркетингові інновації (рис. 3).

Хотілося б відмітити, що кількість організацій в області, які виконують наукові дослідження і розробки, з 2000 р. до 2009 р. не змінилася, навіть за цей період мала спадаючі тенденції (рис. 4).

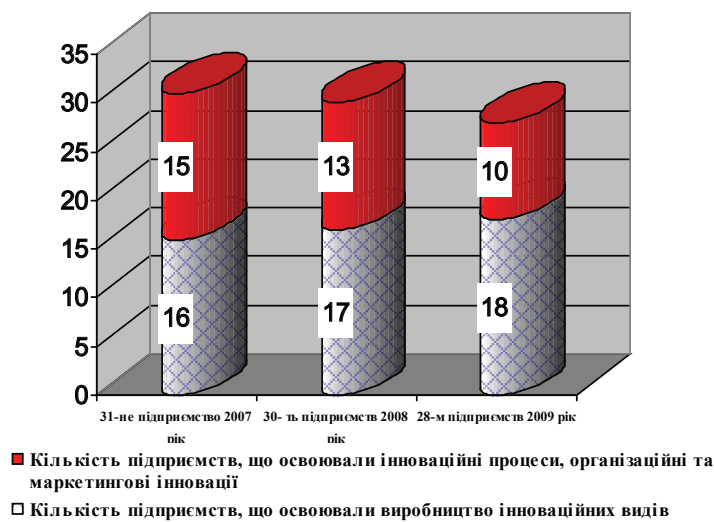


Рис. 3. Розподіл підприємств Кіровоградської області, що впроваджували інновації за типами інновацій (за даними Головного управління статистики у Кіровоградській області [1])



Рис. 4. Наукові кадри та кількість організацій в Кіровоградській обл. (за даними Головного управління статистики у Кіровоградській області [1])

Це можна пояснити низьким попитом підприємств області до інноваційних розробок, що, в свою чергу, негативно вплинуло на їхню інноваційну діяльність.

Дослідження показали, що реалізація масштабних інноваційних та інвестиційних проектів у ряді районів області може виявитися неможливою унаслідок відсутності кадрів

відповідного рівня кваліфікації, здатних реалізувати різноманітні роду проекти.

Тому створення і узгоджене використання всіма зацікавленими сторонами спеціалізованих інформаційних ресурсів дозволить інтегрувати в масштабах регіону зусилля з розробки способів і механізмів комплексного вирішення завдань кадрового забезпечення регіонального розвитку і формування ефективної структури зайнятості населення.

Удосконалення механізму забезпечення молодіжної зайнятості регіону, характеризується несприятливою демографічною ситуацією, значним старінням населення в регіоні, що призводить до низького рівня забезпеченості молодими фахівцями підприємств і організацій області, напруженістю на ринку праці, складністю працевлаштування молодих громадян, високим рівнем молодіжного безробіття.

Тому основною метою регіональних органів влади й органів місцевого самоврядування повинно стати регулювання ефективної політики молодіжної зайнятості та заходів забезпечення підвищення конкурентоспроможності молодих фахівців на ринку праці регіону, а також забезпечення реалізації заходів щодо зниження рівня молодіжного безробіття.

Для покращення інноваційності промислового сектора області та збільшення робочих місць для молодих працівників пропонується:

1. Створення інноваційної інфраструктури, що включає інноваційні, венчурні фонди, галузеві та регіональні інноваційні організації та фірми, маркетингові та кластерні компанії, які повинні бути наділені особливою державною функцією.

2. Розроблення механізму міжгалузевої та регіональної координації і державної підтримки розвитку інноваційної інфраструктури.

3. Визначення пріоритетним напрямом діяльності суб'єктів інноваційної інфраструктури стимулювання розвитку малого наукоємного бізнесу.

4. Формування державної інформаційної інфраструктури за рахунок створення загальної інформаційної мережі, що містить відомості стосовно суб'єктів інноваційної інфраструктури, напрямів їх діяльності, розробок і

можливостей їх упровадження у виробництво, розширення доступу до інформаційних мереж та банків даних.

5. Створення і забезпечення функціонування:

- патентних підрозділів на державних підприємствах;
- підрозділів з питань трансферу технологій, інноваційної діяльності й інтелектуальної власності в центральних органах виконавчої влади;
- мережі регіональних інноваційних структур (інноваційних центрів, інноваційних бізнес-інкубаторів і центрів трансферу технологій);
- наукових парків на базі провідних вищих навчальних закладів;
- комунальних спеціалізованих небанківських інноваційних фінансових установ.

6. Формування інноваційно-активних територій (технополісів, наукових парків).

7. Побудувати ефективні інноваційні системи, які дозволяли б швидко перетворювати інноваційну ідею на товар, в основі якої державне, приватне інноваційне партнерство, та розробити регламент такого партнерства, чітко визначити права, обов'язки сторін, зокрема прав на інновації.

Розглядати проблеми інноваційної діяльності тільки в промисловості регіону є не зовсім доречно, оскільки все ж регіон є аграрним.

У період подолання кризи в регіоні актуальним є питання розвитку інноваційних процесів у сфері сільського господарства. Особливо важливим є залучення інноваційних технологій при здійсненні підприємствами зовнішньоекономічної діяльності. Основною проблемою при цьому є підтримка науково-технічного й освітнього потенціалу на належному рівні та постійне фінансування проектів розвитку інноваційної діяльності.

Тому наразі постає питання про існування в області «Інноваційного центру», який би акумулював у собі різні підрозділи, які б і вирішували різного роду питання, пов'язані з інноваційною діяльністю агропромислового комплексу (АПК).

Існуюча мережа регіональних центрів інноваційного розвитку є недосконалою і не повністю враховує специфіку кожної області, яка підпорядковується конкретному регіональному центру інноваційного розвитку. Нині в Україні існує 11 таких центрів. Регіон входить до «Чорноморського регіонального центру інноваційного розвитку», в який, крім нашої області, входять Миколаївська та Одеська об-

ласті, які за своєю специфікою зовсім не підходять до нашої області, і найважливішим аргументом цього є те, що ми, на відміну від цих областей, не маємо відкритого виходу до моря, що й становить основну особливість і направленість даного центру. Регіону більш імпонує така область як Черкаська, яка є центральним регіоном, і яка теж входить до регіону, який не підходить їй за своїми особливостями (рис. 5).



Рис. 5. Мережа інноваційних центрів інноваційного розвитку України (розроблено автором)

Тому актуальним є створення «Центрального регіонального центру інноваційного розвитку» з центром у м. Кіровоград, який би дійсно працював у сфері промисловості, агропромислового комплексу (рис. 6) та сфері послуг. До складу даного центру бажано включити відділ баз даних про інновації, який би займався інвентаризацією потреб в інноваціях і надавав рекомендації щодо існуючих інновацій і можливості їх використання.

У промисловості з метою підтримки вітчизняних виробників відповідно до вимог СОТ і підняття іміджу регіону необхідно забезпечити державну підтримку підприємств, що виробляють обладнання для атомних електростанцій, звернувши особливу увагу на великі підприємства (ЗАТ «Науково-виробниче

підприємство «Радій» тощо), у тому числі удосконалити системи державних закупівель.

Інші заводи області потребують докорінних змін, що стосуються інноваційних підходів модернізації їх діяльності, виробництва, та персоналу, зокрема такі підприємства, як ВАТ «Червона зірка», ЗАТ «Гідросила ГРУП», ВАТ «Кіровоградський завод гідравлічних машин «Сахгідромаш», ВАТ «Завод «Сегмент», ВАТ «Кіровоградський механічний завод», ТОВ «Кіровоградський завод дозуючих автоматів», ТОВ «Ремонтно-механічний завод» м. Олександрія та «Гайворонський державний тепловозремонтний завод».

Проаналізувати існуючі проблеми в деяких секторах АПК. Зокрема виникають питання про відновлення м'ясо-молочного сектора. Розглядаючи молочний сектор, необхідно від-

значити відсутність будь-яких передумов для його розвитку. В області не існує жодного заводу з переробки молока, а відтак, і централізованих пунктів з його збору. Даний сектор обслуговується іншими регіонами та відповідно якість і оплата такого обслуговування є низького рівня та не вигідна для місцевих виробників молока. Тобто відбувається відтік сировини з регіону до інших регіонів за низькою ціною та стимулює розвиток ринку молочних продуктів у інших областях, що є для нашої області не вигідно. При цьому зменшу-

ється поголів'я худоби через цінову ситуацію на даному ринку. Це в подальшому негативно впливає на м'ясопереробний сектор АПК, який також забезпечується сировиною на неналежному рівні. Тому необхідно розробити інвестиційну програму щодо реабілітації та відкриття заводів і пунктів з переробки молока, а також створення сучасних автоматизованих комплексів з вирощування великої рогатої худоби та свиней, що, в свою чергу, стимулюватиме до створення комбикормових заводів.

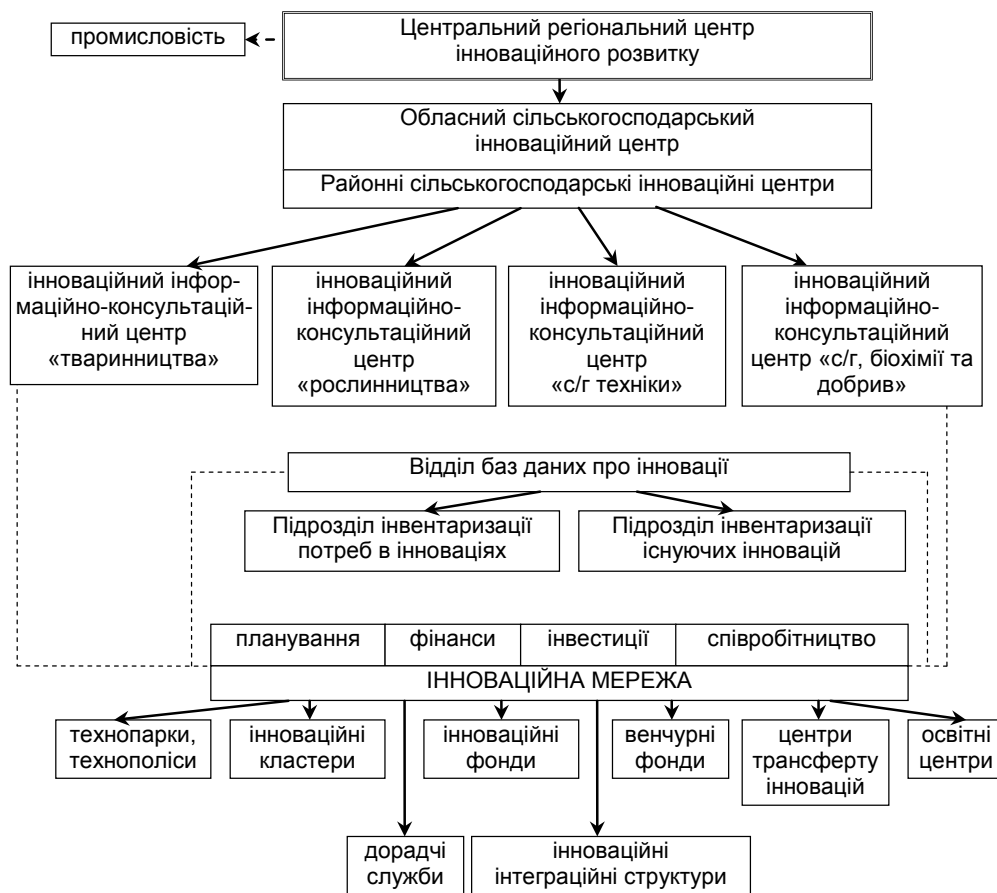


Рис. 6. Структура регіонального центру інноваційного розвитку області (розроблено автором)

У сфері послуг також необхідні інноваційні зміни, особливо в житлово-комунальному секторі. Головним напрямом у ЖКГ повинні стати модернізація та оптимізація, а також якість наданих послуг з використанням інноваційних підходів у водо-, газо-, та теплостачанні, швидке та надійне обслуговування даних секторів відповідальними та висококваліфікованими спеціалістами.

У ході формування такої складної інфраструктури буде створена велика кількість додаткових привабливих робочих місць для інноваційно-направленої молоді з гідною оплатою праці в різних районах області, особливо в сільській місцевості, що сприятиме меншому їх відтоку до районних центрів і великих міст інших областей.

Регіон посідає одне з провідних місць з вирощування зернових і технічних культур і цукрового буряку в державі. Але виникають проблеми щодо зберігання та переробки даної продукції на території області для більш пізньої і вигідної реалізації. У такій ситуації бажано було б створити більш розгалужену систему елеваторів і відновити роботу необхідної кількості цукрових заводів, унаслідок покращатися загальноекономічні показники області та знизиться рівень безробіття в

віддалених районах. Але на даний момент існує проблема кадрового забезпечення підприємств інноваційно-направленими працівниками у містах, особливо в сільській місцевості регіону, а також відповідної їх підготовки.

Тому для вирішення даної проблеми пропонується схема взаємозв'язку підприємств з вищими навчальними закладами, коледжами, технікумами та професійно-технічними училищами області (рис. 7).

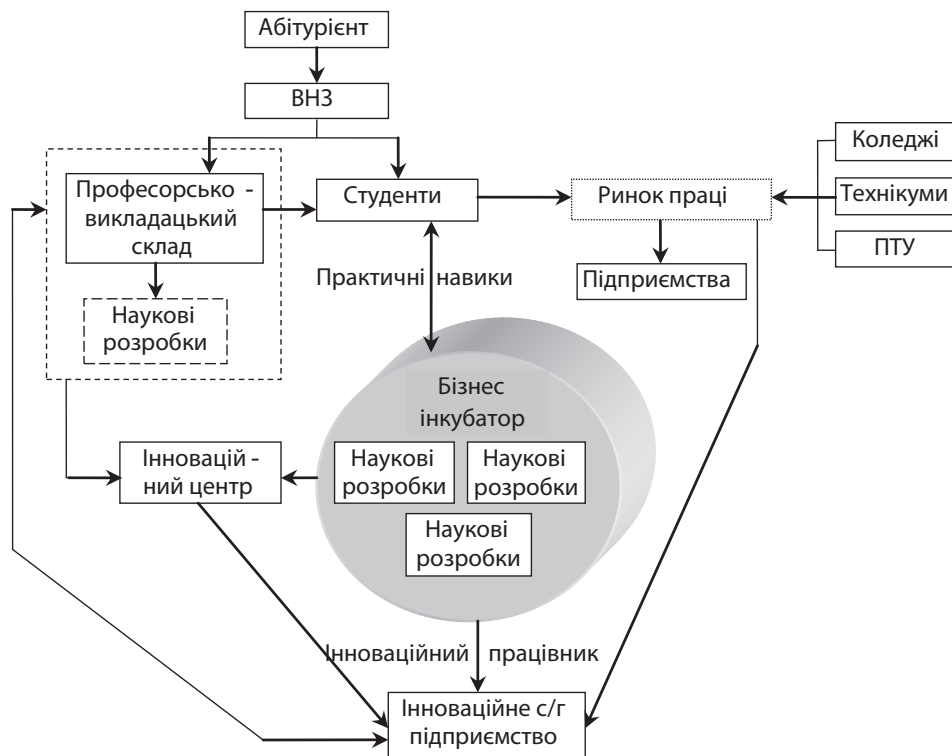


Рис. 7. Алгоритм взаємозв'язку підприємств з вищими навчальними закладами області (розроблено автором)

Оскільки інноваційна інфраструктура в регіоні є функціонально неповною, недостатньо розвинутою, то вона й не охоплює всі ланки інноваційного процесу. В інноваційному середовищі практично відсутні венчурні фонди та центри трансферу технологій. Не підтримується належним чином діяльність винахідників, раціоналізаторів, науковців, що мають завершені науково-технічні розробки. Не в повному обсязі використовуються освітній і науковий потенціал, насамперед вищих навчальних закладів, у сфері інформаційно-комунікаційних, високих наукоємних техноло-

гій, а також інформаційні ресурси системи науково-технічної та економічної інформації, зокрема бази даних технологій, науково-технічних досягнень. Не визначено механізм стимулювання створення інноваційної інфраструктури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт Головного управління статистики у Кіровоградській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

- <http://www.kirstat.kr.ua>. – Заголовок з титулу екрана.
2. Спрос и предложение на рынке труда и рынке образовательных услуг в регионах России [Электронный ресурс] : сб. докл. по материалам Пятой Все рос. науч.-практ. интернет-конф. (22–23 окт. 2008 г.). Кн. I. – Петрозаводськ : Изд-во ПетрГУ, 2008. – Кн. I. – 408 с. – Режим доступа : http://labourmarket.ru/i_conf5/conf5/book/iconf5_book1.pdf. – Заглавие с экрана.
 3. Левченко О. М. Професіональний потенціал: регуляторні механізми інноваційного розвитку : монографія / О. М. Левченко. – Кіровоград : КОД, 2009. – 375 с.
 4. Наукова та інноваційна діяльність в області : стат. зб. / Головне управління статистики у Кіровоградській області. – Кіровоград : [б. в.], 2010. – 78 с.

УДК 336.777.2

ВИНИКНЕННЯ, СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ВЕКСЕЛЬНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

**Шевченко А. Ф., доктор економічних наук;
Шевченко О. М., кандидат економічних наук**

Модернізація економіки України на основі інноваційно-інвестиційного розвитку потребує значних фінансових ресурсів, стабільного розвитку всіх галузей, своєчасних розрахунків між господарюючими суб'єктами. В практиці господарювання, як в економічно розвинутих країнах, так і тих, що розвиваються, чільне місце у вирішенні складних фінансових проблем посідає вексель.

Особливо зростає роль вексельного обігу в період фінансових, економічних криз та у післякризовий період. Аналіз практики застосування векселів в такі періоди свідчить, що оформлення заборгованості за допомогою векселів сприяє активізації платежів, погашенню взаємних боргів, скороченню дебіторсько-кредиторської заборгованості, мобілізації на внутрішньому ринку дешевих кредитних ресурсів для виходу економіки з кризових ситуацій.

Питанням теорії і практики вексельного обігу присвячено чимало наукових праць українських дослідників: С. Гуткевича, А. Демківського, М. Дем'яненка, О. Єфімова, М. Корінька, Ю. Куценка, В. Мельника, С. Мошенського, О. Романченка, Т. Рудненко, О. Федоренка, та інших, у яких висвітлено концептуальні основи формування вексельного ринку в Україні.

Метою даного дослідження є комплексний аналіз проблем виникнення, становлення та розвитку вексельного ринку в Україні; з'ясування причин, що заважають його цивілізованому функціонуванню; обґрунтування напрямів подальшого розвитку цього ринку в посткризовий період.

Вивчення та аналіз наукової літератури, практики вексельного обігу свідчить, що вексель є доволі складною економічною категорією. Це не може не впливати на процеси, пов'язані з його обігом. Теоретично обґрунтовуючи сутність цієї категорії важливо зазначити, що вексель є цінним папером, оскільки він відображає певні цінності і випускається на папері. Вексель – це борговий цінний папір, він посвідчує безумовне грошове зобов'язання векселедавця або його наказ третій особі сплатити після настання строку визначену суму грошей власнику векселя (векселедержателю) [1, с. 5].

Вексель є товаром. Але це товар своєрідний, тому що він відображає економічні відносини між своєрідними суб'єктами ринку з приводу особливого об'єкта. Економічні відносини при застосуванні простого векселя складаються між векселедавцем, тобто особою, яка виписує вексель і є платником за

векселем і векселедержателем – першим одержувачем векселя, перед яким платник бере зобов'язання платежу. В умовах використання переказного векселя економічні відносини складаються між векседавцем (трасантом); платником – особою, до якої трасант завертає свій наказ про платіж за векселем; ремітентом – першим векселедержателем, на користь якого виставляється вексель. Усіх учасників операцій з векселями пов'язують такі економічні та правові відносини, кінцевим предметом яких є сплата вексельної суми [2, с. 16].

Теоретично обґрунтовуючи сутність векселя як економічної категорії, важливо мати на увазі й те, що вексель як різновид цінних паперів, переважно обертається в банківській системі. Тому він відображає економічні відноси-

ни не лише між продавцями та покупцями, а й між продавцями та покупцями з одного боку, та банками з іншого. Ці відносини проявляються в тому, що покупець товару в кредит повинен вчасно й безумовно розрахуватись із продавцем товару. Слід відзначити, що така складність економічних відносин у процесі вексельного обігу призводить до різноманітних ризиків для суб'єктів ринкових відносин, що негативно впливає на імідж векселя.

Вивчення та аналіз наукової літератури свідчить, що вексельний обіг у своєму розвитку пройшов певні періоди.

Так, видатний український дослідник С. З. Мошенський виокремлює наступні періоди виникнення векселів (рис.).

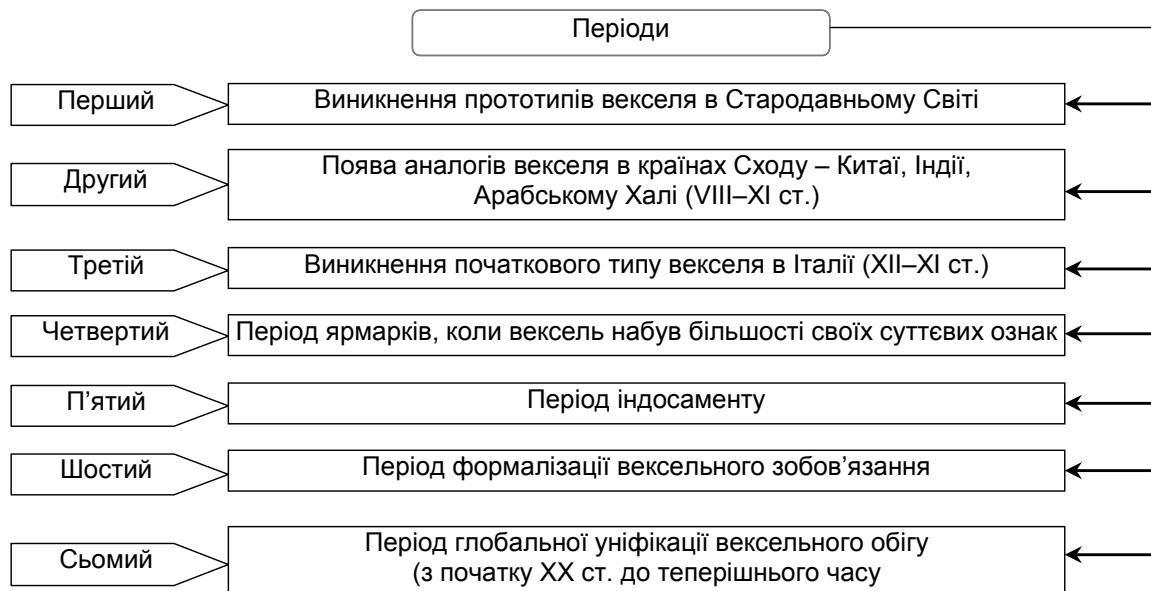


Рис. Періоди виникнення векселів [3, с. 78]

У Росії та Лівобережній Україні вексель з'явився наприкінці XVII ст., в процесі активізації діяльності іноземних купців, які використовували векселі західноєвропейського типу. Перший вексельний статут був виданий у Росії 1729 р., в його основу був покладений Лейпцизький статут. Найвищого рівня вексельні операції досягли у другій половині XIX – початку XX ст. 1902 р. у Росії було видано Новий вексельний статут, який проіснував без змін до 1917 р. З початком політики воєнного комунізму вексель було скасовано, а

в період нової економічної політики – відновлено. В січні 1930 р. використання комерційного кредиту та вексельного обігу було остаточно ліквідовано, оскільки вважалося, що у внутрішніх економічних відносинах в умовах планової економіки потреби у вексельних операціях немає.

Що стосується території Західної України, то дослідники обґрунтовують інший напрям розвитку кредитних і вексельних операцій. Це пов'язано з тим, що західноєвропейські землі входили в ті часи до складу різних держав –

Польщі, Угорщини й Австрії, і економічні відносини в тих умовах регулювалися законодавством відповідних країн.

У Радянському Союзі з 1930 р. комерційний кредит було замінено виключно банківським кредитуванням. Векселі незначною мірою використовувалися лише в зовнішній торгівлі. Союз Радянських Соціалістичних Республік (СРСР) 25 листопада 1936 р. приєднався до Женевської вексельної конвенції. У внутрішньому обігу Радянського Союзу векселі не використовувалися до початку 1990-х рр. XX ст. [3, с. 78].

В Україні, як і в інших країнах, що набули незалежності після розвалу СРСР, відродження вексельного обігу відбувалося у процесі ринкової трансформації та пошуку способів вирішення проблем неплатежів. Особливо

сприяло цьому процесу формування корпоративного сектора економіки. Це підтверджується тим, що вже в період з 1997 до 1999 рр. вексель був на другому місці на ринку цінних паперів, поступившись облигаціям внутрішньої держаної позики (ОВДП). Після серпневої кризи 1998 р. вексель став основним фінансовим інструментом на ринку цінних паперів. На початку 2000 р., незважаючи на значне скорочення векселів Головного управління держказначейства та регіональних відділень пенсійного фонду, в цілому вексельний обіг продовжував посідати панівне становище на фондовому ринку [2, с. 17].

Обсяги операцій з векселями в Україні на фондовому ринку можна проаналізувати на основі даних, наведених у табл.

Таблиця

Обсяги операцій з векселями упродовж 2005–2010 рр.*

Показник	Рік					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Загальні обсяги торгів на фондовому ринку, млрд грн	403,7	492,8	754,3	883,4	1067,3	1750,6
Частка векселів в загальних обсягах торгів на фондовому ринку, %	33	28,9	28,2	21,7	25,2	16,4
Обсяги торгів векселями на фондовому ринку, млрд грн	133,1	142,2	212,6	191,8	268,7	286,5
Валовий внутрішній продукт (ВВП), млрд грн	441,4	544,2	720,7	948,1	914,7	1085,9

Примітка. Складено автором на основі звітів Державної комісії з цінних паперів і фондового ринку (ДКЦПФР).

Дані табл. свідчать, що загальні обсяги торгів на фондовому ринку збільшилися у 2010 р. у 4,3 рази порівняно з 2005 р., а частка векселів у загальному обсязі торгів за останні шість років коливається від 16–33 %. У 2009 р. обсяг торгів векселями на фондовому ринку становив 268,7 млрд грн при ВВП 914,7 млрд грн – тобто 29,4 %. 2010 р. обсяг торгів векселями становив 286,5 млрд грн при ВВП 1085,9 млрд грн – 26,4 %. Отже, можна зробити висновок, що обсяги операцій з векселями є суттєвими, а це свідчить про потребу економіки в цьому інструменті.

Такому значному зростанню ролі та місця вексельного ринку в Україні в період, що аналізується, сприяли такі чинники:

- формування основ ринкової економіки. В інших умовах, тобто при відсутності приватної власності, приватної фінансової відповідальності, можливості розвитку економіки на основі об'єктивних законів ринку векселів і вексельного обігу априорі не могло бути;

- розробка нормативно-правової бази відповідно до положень Уніфікованого закону про переказні та прості векселі, ухваленого Женевською вексельною конвенцією 1930 р., дала можливість забезпечити регулювання випуску, обігу, погашення векселів і стягнення за векселями, а також повністю забезпечити права всіх сторін вексельного ринку;

- прийняття Закону України «Про обіг векселів в Україні» [4] від 5 травня 2001 р.,

що став першим національним документом на рівні закону, який регулює вексельний обіг в країні;

- з метою активізації вексельного ринку в період світової фінансово економічної кризи, що розпочалася 2008 р., ДКЦПФР прийняла рішення про «Основні напрями розвитку цивілізованого обігу векселів в Україні як антикризовий захід» [5]. Особливо важливим напрямом, вважаємо, є питання, пов'язані з удосконаленням державного регулювання вексельного обігу.

Все це сприяло тому, що за останні десять років частка векселів на українському фондовому ринку є незмінно високою. Це свідчить про затребуваність даного інструменту. Якщо у 1998 р. обсяг ринку векселів становив 0,5 % ВВП (0,48 млрд грн), то в 2009 р. цей показник досяг 28,1 % ВВП. Особливо активізувався вексельний ринок в умовах фінансово-економічної кризи [6, с. 4].

Обґрунтовуючи позитивну роль ринку векселів у розвитку економіки, одночасно важливо з'ясувати причини, які заважали більш ефективному його функціонуванню. Серед них можна виділити такі: чисельні зловживання окремих суб'єктів вексельного обігу, зокрема через застосування фіктивних фірм у вексельних розрахунках; недостатній рівень регулювання та контролю, що призводить до формування негативного іміджу векселя як платіжного інструменту; недосконале національне законодавство, норми якого часто суперечать Женевській вексельній конвенції 1930 р. (до якої Україна приєдналася 1999 р.); активізація бартерних операцій під час кризи, які зумовили тінізацію економіки та скорочення надходжень до бюджетів усіх рівнів; негативний імідж векселів, пов'язаний, зокрема, зі зловживаннями в корупційних державних програмах (енергетичні векселі, діяльність «Укрспецфіну» з казначейськими векселями) заважає цивілізованому формуванню вексельного ринку.

Аналіз функціонування вексельного ринку в Україні свідчить, що він проходить складний шлях у своєму становленні і це потребує обґрунтування системи заходів щодо створення умов для підвищення ефективності його впли-

ву на економічні процеси. Серед них найбільш важливими, на нашу думку, є такі:

1. Формування організованого ринку векселів. Відомо, що ще у 2002 р. ДКЦПФР заборонила торгівлю векселями на фондових біржах і торгівельно-інформаційних системах. 2009 р. в умовах кризи комісія своїм рішенням передбачила необхідність підготовки пропозицій щодо організації торгівлі векселями на окремих організаційно оформлених вексельних майданчиках. Слід відмітити, що ряд країн утворюють позабіржовий організований ринок векселів, наприклад це США, де цей ринок є суто дилерським. Але йому характерний високий ступінь організації завдяки сполучній ланці – депозитарно-трастовій кліринговій компанії (ДТСС), якій довіряють учасники ринку. Учасники вексельного ринку Російської Федерації, вивчаючи досвід США, теж пов'язують його подальше існування і розвиток із підвищенням інформаційної прозорості та іміджу [7, с. 4].

2. Включення векселів до списку дозволених активів таких інвестиційних інвесторів, як страхові компанії, інвестиційні та пенсійні фонди.

3. Унеможливлення обігу незабезпечених векселів на основі контролю за виконанням вимог Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обігу векселів», який набрав чинності 1 січня 2011 р.

4. Поновлення позитивного іміджу векселя за рахунок публічності та відкритості інформації щодо його обігу.

5. Вивчення пропозицій науковців і практиків з питань наявності об'єктивних підстав для введення в Україні векселя у формі електронного документа з використанням електронного цифрового підпису та складеного відповідно до вимог Уніфікованого Закону «Про переказні векселя та прості векселі» [8, с. 88]. Це, на думку М. Ніконової, забезпечить зростання привабливості цього фінансового інструменту, сприятиме прискоренню його оборотності і на цій основі активізує використання векселів суб'єктами господарювання та усуне проблему регіональної замкнутості вексельних розрахунків.

6. Важливим для подальшого розвитку вексельного ринку, як свідчить досвід розвинутих країн, є створення умов в Україні для використання векселів як інвестицій, для поширення їх у середньому та малому бізнесі.

Таким чином, дослідження становлення та розвитку вексельного ринку України в різні періоди його функціонування дають можливість зробити висновки про те, що він поступово формується як важлива складова ринкової економіки взагалі та ринку цінних паперів зокрема. Подальший розвиток вексельного обігу, підвищення його ефективності та впливу на економічні процеси в країні залежить від здійснення економічних реформ, удосконалення законодавства, створення умов для організованого ринку векселів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про цінні папери та фондовий ринок : Закон України // Голос України. – 2006. – № 69. – С. 8–12.
2. Ніколенко С. С. Формування ринку цінних паперів в умовах ринкової трансформації : [монографія] / С. С. Ніколенко, О. М. Шевченко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 159 с.
3. Мошенський С. З. Вексель. Базові концепції / С. З. Мошенський. – К., Рівне : Планета-друк, 2007. – 1204 с.
4. Про обіг векселів в Україні [Електронний ресурс] : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. – Заголовок з титулу екрана.
5. Основні напрями розвитку цивілізованого обігу векселів в Україні як антикризовий захід [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ssmc.gov.ua>. – Заголовок з титулу екрана.
6. Ковальова В. Антикризовий інструмент / В. Ковальова // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 187. – С. 4.
7. Рудненко Т. Як організувати вексельний ринок? / Т. Рудненко // Цінні папери України. – 2010. – № 34. – С. 4.
8. Ніконова М. «Непаперовий» вексель: міф чи реальність? / М. Ніконова // Економіка України. – 2007. – № 7. – С. 88–90.
9. Рудненко Т. Вексель – інструмент затребуваний кризою / Т. Рудненко // Цінні папери України. – 2009. – № 51. – С. 24–26.

УДК 339.922:334.735

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ І СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ

**П. Ю. Балабан, кандидат економічних наук;
Б. А. Курлейко**

Кардинальні зміни у світогосподарських зв'язках, руйнування національних економічних кордонів, інтернаціоналізація економіки та посилення впливу транснаціональних корпорацій стали характерними ознаками кінця ХХ початку ХХІ ст. Глобальні економічні процеси призвели до переміщення виробничих факторів (природні ресурси, капітал, технології і робоча сила), товарів і послуг по всьому світу.

Глобалізація, яка стала можливою завдяки швидкому прогресу телекомунікацій, комп'ютеризації та швидкому розвитку транспорту, у сучасному світі є вирішальним фактором економічних відносин між країнами. Головними рушіями глобалізації були великі наднаціональні промислово-фінансові групи та торговельні підприємства, які почали визначати розвиток світової економіки.

Для глобальної економіки характерний розрив між національною економікою і міжнарод-

ними економічними союзами, які диктують економічну політику національним державам. У численних працях сучасних економістів (В. Геєць, П. Герст, Д. Сорос, С. Соколенко, А. Филипченко та ін.), глобалізація характеризується як вищий ступінь розвитку системи міжнародного поділу праці, як система, що дозволяє активно впроваджувати в економіку досягнення науково-технічного прогресу. Зважаючи на ці позиції, кооперативний рух трактується ними як анахронізм, який є гальмом на шляху прогресу. Однак більш як 160-річна історія розвитку кооперативного руху свідчить про можливість кооперативів вирішувати не тільки економічні, але і соціальні проблеми членів кооперативів, що і визначило актуальність дослідження. Мета статті полягає у розгляді споживчої кооперації як мережної системи, яка в умовах глобалізації залишається соціально орієнтованою, діяльність котрої направлена на пом'якшення негативного впливу глобалізаційних процесів у суспільстві.

Як відомо, уже на Міжрегіональній асамблеї Міжнародного кооперативного альянсу (МКА) у 2000 р. проблеми глобалізації були предметом обговорення. МКА першою серед міжнародних організацій акцентувала увагу міжнародного співтовариства на можливих негативних наслідках глобалізації, які розширюють прірву між багатими і бідними країнами.

Пом'якшити наслідки глобалізаційних процесів дозволяє подальший поступальний розвиток кооперативних форм господарювання, які шляхом створення нових робочих місць, забезпечення зайнятості та доходів населення сприяють розвитку регіональних і національних ринків. На противагу глобалізації, транскордонному підприємництву кооперація пропонує гуманнішу ідею економічного співробітництва, – побудову такої системи міжнародного поділу праці, яка відповідала б інтересам усіх країн. Такою може бути економіка, яка не націлена на отримання максимального прибутку, а орієнтована на оптимальне поєднання бізнесових і соціальних інтересів. Тільки соціально-орієнтована економіка дозволить зберегти і активно розвивати національні ринки, забезпечити політичну й економічну неза-

лежність держав, їх екологічну та продовольчу безпеку. Отже, споживча кооперація як система соціально-орієнтована, яка протягом майже 200 років успішно конкурує з приватними підприємствами на різних рівнях, в умовах глобалізації має усі перспективи для подальшого розвитку.

Особливо велике значення в кооперативному господарстві економіці належить торговельній галузі, яка з 1991 р. уже функціонує в умовах жорсткої конкуренції на внутрішньому ринку. Поряд з цим тенденція до посилення впливу з боку транснаціональних (трансконтинентальних) і вітчизняних торгових мереж, які витісняють незалежні приватні підприємства торгівлі не тільки на національному, але уже і на регіональних ринках, на торгівлю споживчої кооперації не суттєва. Це визначається зонами діяльності цих структур: торговельні мережі активно розвиваються на рівні столиці та великих обласних центрів, магазини споживчої кооперації орієнтовані на обслуговування сільського населення, а проблема повернення торгівлі споживчої кооперації в районні центри та поселення міського типу, які у недалекому минулому практично повністю монополюючись обслуговувалися кооперативними магазинами, поки що тільки дискутується. Однак без повернення на цей рівень утримувати мережу неперспективних нерентабельних підприємств, які побудовані за радянських часів і продовжують функціонувати в малонаселених пунктах, буде в перспективі практично неможливо. Разом з тим, повернення на районний і обласний рівень неминуче призведе до конкуренції з торговельними мережами, які на сьогодні розвиваються значними темпами і в багатьох регіонах визначають торгівлю політику в цій галузі.

Зокрема, наразі в Україні значні сегменти ринку належать великим міжнародним та вітчизняним ритейлерам, серед яких – мережа підприємств ГК «Фоззі», ТОВ «Metro» С&С «Україна», ГК «Фуршет», «АТБ-Маркет», ГК «Велика кишеня» та ін. Станом на 2008 р. в Україні успішно функціонувало більше 25 мережних компаній з обсягом товарообороту більше 100 млн грн на рік. Таким чином, торгівля Києва, Харкова, Дніпропетровська,

Сімферополя уже контролюється транснаціональними та крупними національними торговельними мережами. Почався наступ мереж на обласні та великі районні центри. Їх переваги – у високих технологіях, великих обсягах діяльності, ефективному управлінні, що дозволяє суттєво знижувати витрати на здійснення торговельної діяльності та, відповідно, ціни реалізації. Цього вдасться досягти завдяки централізації обліку та звітності, управління процесом товароруку, вибору постачальників і закупок товарів. При цьому скорочується загальна чисельність працівників; закупівля великих партій товарів безпосередньо у виробників дозволяє мережам активно впливати на асортимент, якість, ціни; скорочується загальний обсяг товарних запасів, пришвидшується їх оборотність; мінімізуються витрати обігу.

Монопольне становище споживчої кооперації на сільському споживчому ринку до 1991 р. визначалося не тільки діючим на той час законодавством, але і її мережним характером. Основними ознаками, що характеризували систему як мережну, були існування в єдиному комплексі виробничої, заготівельної, торговельної, транспортної галузей. Особливо чітко це проявлялося в торгівлі, для якої було характерним наявність вертикальної господарської інтеграції.

Торгівля забезпечувала близько третини сукупних валових доходів системи. У 1990 р. роздрібний товарооборот системи досяг – 23,2 млрд крб, або 29,7 %, від загального товарообороту України. Матеріально-технічна база торговельного комплексу включала 83 тис. роздрібних торгових підприємств, у тому числі 73,6 тис. магазинів з торговельною площею 5661 тис. м².

Значну роль у забезпеченні товарами підприємств роздрібною торгівлі відігравали оптові бази. Оптово-складський оборот у 1990 р. становив 16,5 млрд крб, оптову торгівлю здійснювали 450 торгових баз, у тому числі 134 універсальні міжрайонні бази облспоживспілок, 181 госпрозрахункова база райспоживспілок і районних споживчих товариств, 91 база з продажу будівельних і господарських товарів, 44 інші бази.

Торговельний комплекс обслуговувало 1119 овочесховищ і картоплесховищ загальною місткістю 138, 5 тис. т, 27 фруктосховищ на 18,6 тис. т. споживчій кооперації належало 1576 колгоспних ринків на 421 тис. торгових місць, у тому числі 100 критих на 36 тис. місць.

Особливість торговельної діяльності споживчої кооперації в умовах планово-директивної економіки полягала у тому, що, на відміну від організацій державної торгівлі, вона лише частково забезпечувалася централізованими державними фондами продовольчих товарів. Тому товарне забезпечення значної частини кооперативного роздрібною товарообороту формувалося за рахунок інших галузей кооперативного господарства, зокрема, здійснюваних організаціями системи закупок сільськогосподарської продукції та її переробки на своїх підприємствах, які діяли як єдиний кооперативний комплекс. Так, у 1990 р. за рахунок власних товарних ресурсів було забезпечено роздрібний товарооборот на суму понад 4,5 млрд крб, або біля 20 % загального його обсягу, 42 % її роздрібною товарообороту по продовольчих товарах і 58 % – по продуктах харчування. Таким чином, заготівельно-переробна галузь у господарському комплексі системи спільно з іншими видами діяльності працювала на загальний результат.

З 1975 р. система домоглася права виходу на прями зв'язки (без участі оптових баз Міністерства торгівлі) з виробниками товарів, що дозволило суттєво скоротити витрати обігу, підвищити рентабельність торговельної діяльності. В єдиному комплексі працювали транспорт, автоматизовані системи управління з комп'ютерним обслуговуванням оптових і роздрібних підприємств, майже 100 % продовольчих товарів і більше 80 % продовольчих завозилися в магазини централізовано. Системою були розроблені й впроваджені у практику торгівлі сучасні типи кооперативних підприємств, затверджена їх спеціалізація. Проводилася єдина політика у розвитку торговельної діяльності в сільській місцевості, за виконання якої повністю була відповідальною споживча кооперація.

Разом з тим, за останні 20 років система втратила і продовжує втрачати важливі скла-

дові мережної структури: із 450 до 70 одиниць скоротилася чисельність оптових баз. Реалізовані чи закриті, як правило, крупні оптові бази, які забезпечували закупівлю товарів великими партіями та їх централізовану доставку в кооперативні магазини. Підприємства, що залишились, орієнтовані на виживання і недостатньо приділяють уваги товаропостачанню кооперативної роздрібно-торгівельної мережі, організації централізованої доставки товарів безпосередньо до магазинів. Практично втрачена єдина система управління товарними запасами та витратами обігу.

Як показують матеріали аналізу, за період з 1990 до 2009 рр. чисельність підприємств роздрібно-торгівлі скоротилася з 83 тис. підприємств до 11,5 тис., або у 7,2 рази. Відповідно зменшувались і обсяги роздрібного товарообороту. Так, лише за 1995–2009 рр. при скороченні чисельності підприємств роздрібно-торгівлі в цілому по Укоопспілці на 50,7 тис. од., або у 5,6 рази, роздрібний товарооборот (у фактичних цінах) вийшов на рівень 1995 р. лише у 2006 р. (табл.).

Велику загрозу для системи, на нашу думку, являє тенденція до організаційної роздробленості споживчих товариств і споживспілок, створення на базі однієї крупної організації 5–10 дрібних. Наприклад, на 1.01.2010 р. у системі споживчої кооперації Вінницької області нараховувалося 536 дрібних споживчих товариств, створених на базі двох – трьох магазинів. Чисельність підприємств роздрібно-торгівлі в системі Вінницької облспоживспілки на 1.01.2010 р. у кількості 1502 одиниці, в середньому на одне споживче товариство припадає менше трьох магазинів. Якщо загальний обсяг товарообороту по системі ОСС у 2009 р. становив 381,4 млн грн, то в середньому на один магазин припадає біля 254 тис. грн товарообороту за рік, на одне споживче товариство – 711,6 тис. грн. При цьому середній по Укоопспілці товарооборот на один магазин у 2009 р. був меншим за 300 тис. грн (291,8 тис. грн, що на 14,9 % більше від показника Вінницької облспоживспілки), на одне споживче товариство – 1,76 млн грн, що більше за аналогічний показник по облспоживспілці майже у 2,5 рази.

Таблиця

Зміни в обсягах товарообороту та чисельності підприємств роздрібно-торгівлі споживчої кооперації України за 1995–2009 рр.

Показники	Роки							2009 р. у відсотках до 1995 р.
	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	
Роздрібний товарооборот, всього, млн грн	2922,4	1576,5	2610,3	2947,9	3331,7	3887,0	3984,2	136,3
У тому числі оборот роздрібно-торгівельної мережі	2494,0	1283,4	2130,4	2431,1	2727,0	3215,0	3309,2	132,7
Чисельність підприємств								
роздрібно-торгівлі всього, од.	61862	27824	16782	14983	13469	12291	11543	18,6
У тому числі магазинів	57995	26298	16348	14653	13194	12057	11340	20,0

Для порівняння у 1990 р. Вінницька ОСС об'єднувала 155 споживчих товариств із загальним обсягом товарообороту на суму 1405,8 млн руб і чисельністю магазинів – 4208 одиниць. У середньому на один магазин припадало 334 тис. руб роздрібного товарообороту на рік, на одне споживче товариство – 90,7 млн руб. Отже, створення дрібних споживчих товариств призвело до зменшен-

ня ефективності діяльності новоутворених об'єднань.

Разом з тим, створення дрібних споживчих товариств в умовах загострення конкуренції у тактичному плані можна визнати прийнятним (чинна на сьогодні податкова політика держави змушує до переходу на єдиний податок та спрощену систему оподаткування). Однак з погляду стратегічної це призведе до послаб-

лення конкурентних позицій системи на ринку з відповідними наслідками. Адже в умовах глобалізації перспективними будуть лише великі кооперативні організації.

Як засвідчує практика, мережі вже сьогодні є реальною загрозою для підприємств торгівлі всіх форм власності. Враховуючи зростаючий вплив торговельних мереж на розвиток регіональних ринків, конкуренція між ними й іншими учасниками ринку з кожним роком буде посилюватись. Ця тенденція розвитку вітчизняної внутрішньої торгівлі повинна враховуватися споживчими товариствами та споживспілками в процесі розробки стратегії розвитку кооперативної торгівлі на перспективу.

Об'єктивні можливості для успішної конкуренції з торговельними мережами, особливо на сільському споживчому ринку, який, на наш погляд, на найближчі 10–15 років буде не досить привабливим для торговельних мереж, у системи споживчої кооперації є. Про це свідчить досвід кооперативних організацій з упровадження у практику торгівлі сучасних магазинів типу «маркет». Так, за останні 3–5 років мережа коопмаркетів зросла до майже 800 одиниць. Багато обласних споживспілок побудували мережі кооперативних маркетів під єдиною назвою, за єдиними технологічними й організаційними вимогами до мережі цих підприємств. Так, за програмою розвитку та модернізації роздрібно торгівлі в Тернопільській облспоживспілці створена й успішно функціонує мережа коопмаркетів під єдиним регіональним системним торговим брендом «Теко», яка за своєю концепцією кардинально відрізняється від інших торговельних підприємств, що здійснюють торгівлю у Тернопільській області. Оновлення і технічне переоснащення підприємств торгівлі, запровадження прогресивних торговельно-технологічних процесів із залученням комп'ютерної техніки та відповідного програмного забезпечення, широкий і стабільний асортимент товарів, висока культура торговельного обслуговування дозволяють споживчій кооперації успішно конкурувати на регіональних ринках з підприємствами інших форм власності. Кооперативні маркети за оснащенням і асортиментом

товарів не поступаються у маркети великих міст.

Розвиток мережі коопмаркетів «Теко» проходив у два етапи. На першому – ставилося завдання провести реконструкцію діючих підприємств, осучаснити інтер'єр, суттєво розширити асортимент товарів, змінити технологію торгівлі, підвищити культуру обслуговування населення. Наступний етап передбачав більш високий рівень модернізації торговельних процесів, розширений підхід до формування асортиментної політики і цін, оптимізацію товаропостачання і підвищення оборотності товарів. Важлива увага була приділена комплексу заходів з менеджменту, торгової логістики, що дозволило підприємствам підвищити рівень стабільності, зменшити залежність від фінансових і соціальних змін, що відбуваються у суспільстві. Була проведена докорінна перебудова комерційної роботи, функцій спеціалістів торгово-роздрібних об'єднань, що дозволило змінити ставлення до системи основних постачальників товарів, умов їх завою та цінової політики. З цією метою на районному рівні були створені торгово-роздрібні об'єднання, які здійснювали керівництво та організували роботу кооперативних підприємств у зоні своєї діяльності. Залежно від чисельності населення, торговельної площі магазинів було розроблено чотири форми маркетів, для кожного з яких передбачено відповідний асортиментний перелік товарів. Це дало змогу оптимізувати чисельність постачальників, зменшити товарні залишки, покращити фінансові показники роботи.

Глобалізація – зовнішній по відношенню до споживчої кооперації фактор, який на сьогодні поки що не має прямого впливу на діяльність її господарського комплексу. Однак з часом її вплив буде зростати. Послаблення цього впливу вимагає наявності чітко прорахованої, конкретизованої до умов діяльності та конкурентного середовища стратегії розвитку на перспективу, яка б орієнтувала споживчі товариства та споживспілки на укріплення системи зсередини, її внутрішню міцність, фінансово-господарську незалежність та самодостатність. Прийнята XIX з'їздом споживчої кооперація Стратегія її розвитку на період 2004–2015 рр. характеризується загальністю,

декларативністю, тому є потреба у розробленні конкретних планів діяльності на один – два роки, орієнтації її на регіональні умови, тенденції розвитку економіки України та світу.

Однак досвід останніх років засвідчує, що, крім зовнішніх загроз, існує реальна загроза існуванню системи споживчої кооперації, що спричинена внутрішніми проблемами. Так, зазнала суттєвих негативних змін її організаційна структура. За різних причин вийшли зі складу Укоопспілки Донецька, Київська, Запорізька та Харківська обласні споживспілки. Стрімкими темпами скорочується чисельність і обсяги діяльності підприємств оптової і роздрібною торгівлі, ресторанного господарства, виробничої галузі. Практично не може конкурувати з приватними підприємствами заготівельна галузь системи, до мінімуму скорочено автомобільний парк тощо. Реальною загрозою для системи на сьогодні є відчуження кооперативної власності, її нерухомості – матеріальної основи бази системи, яке продовжується протягом останніх двадцяти років.

Прийнята системою «Програма розмежування та закріплення власності» неодноразово корегувалась у бік збільшення частки майна, що підлягає реалізації. Фактична кількість кооперативного майна ні в кількісному, ні в грошовому вимірах наразі невідомі. На четвертих зборах Ради Укоопспілки двадцятого скликання (березень 2011 р.) була знята заборона на відчуження кооперативного майна, що спричиняє серйозні побоювання стосовно подальших кроків у бік збереження його на перспективу. В цих умовах необхідна інвентаризація кооперативної власності – одноразовий облік нерухомого майна підприємств і організацій споживчої кооперації.

Вимагає негайного реагування соціальна база споживчої кооперації – пайовики, чисельність яких з кожним роком зменшується. Якщо у 1990 р. налічувалося 12,3 млн пайовиків, то станом на 1.01.2011 р. у системі залишилося 483,8 тис. осіб, що у 25,4 рази менше порівняно з 1990 р. Нагальною стає проблема старіння членів кооперативів. Разом з тим, за рахунок збільшення чисельності пайовиків можна вирішити декілька взаємопов'язаних проблем:

- відроджується заготівельна галузь системи – збільшуються обсяги закупівель у па-

йовиків сільськогосподарської продукції та сировини, відповідно – обсяги товарів, вироблених на промислових підприємствах системи;

- зростають обсяги роздрібного товарообороту кооперативних підприємств за рахунок пайовиків, які є не тільки власниками, а й постійними покупцями в магазинах споживчих товариств;

- збільшуються товарні ресурси роздрібною торгівлі за рахунок продукції особистих підсобних господарств членів кооперативів;

- залучення до кооперативного руху нових членів дозволить поповнити обігові кошти кооперативних організацій.

Робота кооперативних організацій щодо збереження та збільшення чисельності членів кооперативів повинна стати одним із головних резервів економічного розвитку, важливим результатом соціальної роботи в системі.

Із основних законів глобалізації необхідно активно використовувати все те, що не суперечить кооперативній ідеології: відродження мережі крупних оптових баз, оснащених сучасним торгово-технологічним обладнанням, розвиток власного виробництва товарів народного споживання, мережі сучасних підприємств роздрібною торгівлі, створення єдиної комп'ютерної мережі, яка об'єднала б усіх учасників господарської діяльності, управління витратами і логістику тощо. Із теорії і практики глобалізації споживча кооперація повинна взяти нову техніку й сучасні технології, однак зберегти кооперативні цінності та принципи, залишитися соціально-орієнтованою системою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герст П. Сумніви в глобалізації / П. Герст, Г. Томпсон. – К. : Логос, 2002. – 386 с.
2. Соколенко С. А. Производственные системы глобализации / С. А. Соколенко. – К. : Логос, 2002. – 645 с.
3. Сорос Дж. О глобализации / Дж. Сорос. – М. : Эксмо, 2004. – 224 с.
4. Филиппенко А. Экономическая глобализация: истоки и результаты / А. Филиппенко. – М. : Экспромтика, 2010. – 511 с.

ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В ХОЗЯЙСТВЕННОМ КОМПЛЕКСЕ АР КРЫМ

А. И. Башта, кандидат экономических наук

Главной стратегией современного общества становится устойчивое развитие, обеспечивающее состояние равновесия самого общества и биосферы. Именно поэтому сейчас особенно важны все действия, направленные на формирование новой системы ценностей, которая сформулирована в Концепции устойчивого развития, в принципах биосферосоответственности, в идеях создания ноосферного мышления [1-4].

Мировой опыт убедительно свидетельствует о значительных возможностях энергосбережения: во многих странах приоритетным становится строительство энергосберегающих и биопозитивных зданий, создание микрорайонов с солнечными установками, внедрение энергосберегающего оборудования в сельском, водном хозяйстве и других видах деятельности. Резерв энергосбережения в странах постсоветского пространства оценивается в 35–50 % от общего объема производимой энергии. О том, что традиционное энергонабжение, несмотря на присущую ему высокую организованность, никогда не могло быть по-настоящему эффективным, – часто встречается в работах ученых. По исследованиям крымских специалистов [5], только одно энергосбережение позволит на 50 % уменьшить потребность в энергии всего Крыма.

Проблемы энергосбережения и внедрения возобновляемых источников энергии в хозяйстве Крыма на теоретическом и практическом уровне изучались учеными экологами и техниками, среди которых В. А. Боков, И. Е. Тимченко, А. С. Мазинов, Н. М. Ветрова.

В Крымском научном центре НАНУ и МОНУ в 2007–2011 гг. выполнена научно-исследовательская тема по плану Национальной академии наук Украины «Разработка инновационной стратегии развития региона на базе

возобновляемых источников энергии, ресурсо- и энергосбережения».

В работе было задействовано более двадцати ученых-специалистов разных отраслей, семи научных учреждений, трех ВУЗов. В рамках выполнения исследований выпущена коллективная монография «Солнечная энергетика для устойчивого развития Крыма» [2].

Цель статьи заключается в определении основных принципов и методов энергосбережения в отраслях хозяйства АР Крым.

Назовём некоторые направления энергосбережения в разных отраслях человеческой деятельности. Энергосбережение в агропромышленном комплексе может достигаться с помощью таких приёмов:

- оптимизация структуры посевных площадей.
- использованием почвозащитного контурно-ландшафтного земледелия.
- совершенствование территориальной организации сельскохозяйственного производства;
- уменьшение площади пашни;
- ренатурализация малопродуктивных земель;
- выборочная обработка полей ядохимикатами при широком переходе к биологическим методам борьбы с вредителями;
- использование удобрений с учетом свойств ландшафтных комплексов;
- уменьшением посевов энергоёмких сельскохозяйственных культур.

Так, в равнинном Крыму вместо энергоёмких сельскохозяйственных культур (кукуруза, соя, свекла на корм) или требующих больших энергозатрат на орошение соответственно, и на энергию для работы насосных станций, поливальных машин и т. п.), следует переходить на ландшафто-адаптированные засухоустой-

чивые культуры и сорта (например, на выращивание эфирносов, на увеличение посевов малоэнергоёмких культур (ячмень, горох, люцерна). Это и есть реализация принципа биосферосовместимости – приспособление к природным циклам хозяйственных и социальных процессов.

- Переход к пастбищной системе содержания скота.
- Снижение площадей виноградников в укрывной зоне.
- Уменьшение перевозок сырья.
- Утилизация тепла коровников и свиарников.
- Использование растительных отходов для получения тепла и биогаза.
- Использование солнечной и ветровой энергии на фермах. Использование солнечных водонагревателей.
- Использование солнечной энергии для опреснения морской воды.
- Переход от монокультур – к мультикультурам.

Энергосбережение в водном хозяйстве может быть достигнута при следующих трансформациях:

- внедрение маловодных и безводных технологий;
- сокращение утечек воды;
- сокращение объемов воды, используемой для орошения за счет сокращения площадей культур, требующих большого количества воды для орошения, а также за счет более совершенных технологий полива (переход к энергосберегающим режимам орошения и использованию щадящих норм полива);
- снижение потерь при транспортировке воды;
- внедрение оборотного и повторно-последовательного водоснабжения;
- строительство мини-ГЭС;
- сокращение площадей возделывания водоемких культур и др.

Энергосбережение в рекреационном комплексе. Рекреационная отрасль в Крыму сейчас претерпевает значительные изменения, связанные с повышением качества обслуживания и расширением сферы услуг в уже имеющихся пансионатах, домах отдыха, са-

наториях (где создаются бассейны, солярии, сауны, организуется водолечение), а также с появлением небольших частных рекреационных объектов («малые рекреационные хозяйства»: мини-пансионаты, семейные гостиницы, специализированные детские лагеря и др.). Этот процесс, по всей видимости, будет развиваться и стимулировать рост энергопотребления. Но целый ряд особенностей рекреационной отрасли (ярко выраженная сезонность, наблюдающаяся всеобщая тенденция к индивидуализации отдыха, высокие требования к экологическому качеству среды) стимулирует именно здесь значительные успехи энергосбережения.

Развитие энергетики на возобновляемых ресурсах в рекреационных районах позволит не только сгладить пик потребления энергии на протяжении рекреационного сезона, но и значительно снизить производственную мощность котельных, работающих на традиционном топливе и ухудшающих качество атмосферного воздуха. Снижение доли котельных снизит и общее тепловое загрязнение курортов в летний сезон. В результате можно ожидать значительного улучшения экологической ситуации в рекреационных районах полуострова и сохранения его уникальных климатических ресурсов.

Энергосбережение в жилищно-коммунальном хозяйстве и в быту осуществляется очень быстрыми темпами. Во многих странах стали общепринятыми маркировка и экологические требования к энергопотребляющему оборудованию. Сейчас экологической маркировке подлежат автомобили, насосы, кондиционеры, электродвигатели, вся бытовая техника и даже здания. В ЕС, по существу, запущен системный механизм энергосбережения, позволяющий повышать энергоэффективность изделий и оборудования каждый год на 2–2,5 %.

Среди многочисленных возможностей энергосбережения в жилищно-коммунальном хозяйстве и в быту можно назвать следующее:

- обязательная установка счетчиков тепла, газа, электроэнергии и воды в жилых и производственных зданиях;

- энергосбережение в жилых домах за счёт перехода к децентрализованным системам теплоснабжения;
- применение теплогенераторов на органическом топливе в комбинации с использованием солнечной и ветровой энергии и тепла грунта, использование тепловых насосов;
 - организация рационального освещения;
 - сверхизолирующие окна;
 - замена ламп накаливания люминесцентными лампами;
 - использование автоматических реостатных переключателей;
 - строительство энергосберегающих зданий (теплоизоляция наружных стен, энергосберегающие окна, светопрозрачное покрытие стен), энергоактивных, гелиоэнергоактивных, ветроэнергоактивных, гидроэнергоактивных, геозэнергоактивных, биоэнергоактивных зданий.

Продажа ламп накаливания уже запрещена в Великобритании с 2009 г., во всех странах ЕС и Австралии – с 2010 г., в США и Канаде – с 2012 г. Украинский Кабинет Министров запретил бюджетным организациям с 2009 г. закупать лампы накаливания и обязал менять указанные источники света на более энергосберегающие. Ожидается, что меры, принятые правительствами этих стран, позволят сократить энергозатраты на освещение в 5 раз.

Энергосбережение за счет оптимизации территориального размещения объектов хозяйства, социальной инфраструктуры (сельскохозяйственных полей, городов, зданий и т. д.) предполагает следующее:

- а) объекты следует располагать ближе к энергетическим ресурсам;
- б) необходимо переходить к децентрализованным системам теплоснабжения – рассредоточение объектов позволяет использовать менее концентрированные источники энергии;
- в) стараться внедрять виды хозяйственной деятельности, соответствующие природной энергетике и др.;

г) следует выбрать для каждого района наиболее оптимальную структуру использования энергетических ресурсов, для чего необходимо районирование Крыма по структуре энергетического хозяйства (с учетом как собствен-

ного энергетического потенциала района, так и сложившихся и проектируемых производственных, коммунальных и рекреационных объектов).

Весьма важны правовые аспекты энергосбережения:

- разработка Закона «Об экономическом стимулировании энергосбережения» и совершенствование хозяйственного механизма такого стимулирования; принятие Закона «Об экономии энергии и др.»;
- использование лизинговых операций для внедрения энергоэффективных технологий;
- энергетический аудит предприятий;
- льготные кредиты, гарантии инвесторам;
- стимулирование инновационной деятельности в энергетике;
- принятие новых стандартов ;
- снижение налогов, выдача беспроцентных кредитов при установке населением и организациями солнечных батарей и коллекторов;
- установление лимитов потребления органического топлива и др.

Важную роль обязано взять на себя государство, как это делается во многих странах для стимулирования начальных шагов по установке населением и организациями солнечных батарей и коллекторов. Необходимо инициировать принятие Закона Украины об обязательном включении в проекты жилых и промышленных зданий (определенной их части) солнечных установок подобно тому, как это сделано в Израиле, Греции, на Кипре и некоторых других странах.

Реализация государственной политики в сфере энергосбережения должна стать основой стратегии социально-экономического развития Автономной Республики Крым на ближайшие десятилетия.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стратегия развития нетрадиционных источников энергии // Разработка плана развития энергетики АРК: проект ENUK 9701. – Сим-

- ферополь : СМ АРК, 1999. – Т. IV. – 128 с.
2. Солнечная энергетика для устойчивого развития Крыма : [ред. В. А. Боков]. – Симферополь : Доля, 2009. – 293 с.
3. Топчиев А. Г. Геоэкология: географические основы природопользования / А. Г. Топчиев. – О. : Астропринт, 1996. – 391 с.
4. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма / [ред. А. В. Ефремова]. – Симферополь : Таврия, 2002. – 399 с.
5. Устойчивый Крым. Энергетическая стратегия XXI века. – Симферополь : Экология и мир, 2001. – 400 с.

УДК 343.37:33(477)

МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВИ І СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В НАПРЯМІ ДЕТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Н. М. Краус, кандидат економічних наук

У розвинутій ринковій економіці держава відіграє одну з провідних ролей і її вплив на економічну систему постійно посилюється. Цілком очевидно, що роль держави в економічних системах не є статичною. Вона змінюється (та інколи суттєво) з плином часу [1, с. 29]. Що стосується нашої країни, то на сьогодні структурна переорієнтація економіки України є одним із найважливіших питань сучасної економічної політики, важливим компонентом і водночас вирішальним фактором успішності трансформаційних процесів перехідного періоду на шляху до ринкової економіки [2, с. 202]. Суть питання полягає в його багатовекторності, тісному зв'язку з комплексом інституційних реформ. Насамперед ідеться про здійснення адміністративної реформи; підтримки підприємництва; проведення податкової, бюджетної реформ; формування законодавчої стратегії, спрямованої на обмеження «тонізації» економіки України (політика детінізації); вжиття заходів щодо широкомасштабної дерегуляції всіх сфер ділової активності [3, с. 47].

Подолання кризових явищ в економіці України, гарантування економічної безпеки сьогодні пов'язують з розробкою комплексу соціально-економічних та правових засобів впливу на тіньову економіку [4, с. 40]. Тому з'ясування механізму соціально-економічної

взаємодії держави і суб'єктів господарювання в межах економічної теорії є важливо як в теоретичному, так і практичному напрямках.

Особливий науковий інтерес у цьому плані являють праці І. Галиця [1], С. Білої [2], М. Диби [5], І. Мазур [6], Б. Бродського [7] та ін. Дослідження цих учених є корисним для України, але в працях вище названих науковців відсутнє єдине систематизоване розкриття методів і заходів, спрямованих на подолання «тіньової» взаємодії держави та підприємств.

Використовуючи теоретичні положення і практичні рекомендації дослідників, метою статті є групування в єдине ціле різних поглядів і підходів на подолання тінізації економіки в Україні. У ході дослідження проблеми автор переслідує мету – згрупувати основні заходи детінізації економіки в єдиний механізм соціально-економічної взаємодії держави і суб'єктів господарювання. З'ясувати тенденції ієрархічного структурування владних угруповань, діяльність яких спрямована на тіньовий перерозподіл підконтрольного їм економічного потенціалу країни.

Розширення меж тіньового сектора, а також усе більше його «зрощення» з легальним, спричиняє появу ряду негативних соціальних явищ, а саме: зниження рівня управління економікою; зростання необґрунтованої диферен-

ціації рівнів життя населення; падіння моралі, правовий нігілізм й інше. Ні законодавчі акти, ні, тим більше, моральні й патріотичні заклики не в змозі в повному обсязі запобігти поширенню тіньової економіки. На нашу думку, вплинути на масштаби, джерела тіньової економіки можна через регулювання економічної взаємодії держави і суб'єктів підприємництва.

Взаємодія підприємства і держави являє собою систему суспільних відносин між структурами політичної і господарської влади з приводу використання ними у своїх специфічних інтересах усієї сукупності економічних ресурсів суспільства.

Сутність взаємодії підприємницьких структур, з одного боку, та органів державної та муніципальної влади й управління, – з іншого, полягає в узгодженні, своєрідній інтеграції дій політичної і господарської влади. Ця взаємодія відбувається на основі консенсусу економічних інтересів сторін з метою найефективнішої реалізації специфічних функцій кожної з них, досягнення їх стратегічних цілей і вирішення завдань тактичного характеру. Результатом цього є забезпечення стабільності економічного та соціального розвитку країн у цілому. Зміст процесу такої взаємодії – проявляється у створенні механізму функціонування і розвитку, відборі найприйнятніших форм і методів цієї взаємодії, конкретних технологій їх реалізації [5, с. 196; 8, с. 70].

Підприємства можуть розпоряджатися власними, орендованими, позиченими, отриманими в користування та іншими підконтрольними економічними ресурсами. Вони здійснюють їх ефективне комбінування і вибір сфери використання, реалізуючи основну свою виробничу функцію – максимізація прибутку. Але у процесі реалізації даної функції вони об'єктивно (незалежно від своєї волі та бажання) виконують багато суспільних функцій, які збігаються з функціями держави.

Держава, маючи на меті ефективну й повну реалізацію своїх цілей та інтересів, розпоряджаючись значними економічними ресурсами, також зацікавлена в їх збільшенні за рахунок залучення економічних ресурсів приватного підприємництва. Мається на увазі максимізація або оптимізація частки ресурсів, яка працює

на суспільство. Розширення кола суспільно-економічних функцій підприємництва є метою взаємодії з боку держави. Це може досягатися, по-перше, за допомогою законодавчо-регламентованих інструментів з метою реалізації державою соціальних функцій переважно в місцях «збоїв» ринкового саморегулювання. По-друге, досягається за рахунок формування державними структурами ефективного мотиваційного механізму, що стимулює підприємницьку діяльність у даному напрямі.

Дії держави ні в якому разі не повинні гальмувати підприємницьку активність. Вони повинні забезпечувати достатню економічну свободу для організацій і фірм. Якщо цього не дотримуватися, то держава позбавить себе відповідних фінансових надходжень. Основною метою конструктивної взаємодії владних державних і підприємницьких структур є визначення допустимого оптимуму коридору економічної свободи та максимальне умонтування механізму ринкового саморегулювання до структури реалізації функцій держави. Підприємництво, в свою чергу, зацікавлене в залученні фінансового, науково-технічного, інформаційного потенціалу, зовнішніх і внутрішніх політичних можливостей, якими володіє сучасна держава. Ефективними засобами підключення цих суспільних за своїм характером економічних ресурсів може бути конструктивний діалог між державою і бізнесом.

Механізм соціально-економічної взаємодії держави і суб'єктів господарювання являє собою як сукупність методів і принципів, правових і економічних форм і технологій, організаційних структур, у межах і за допомогою яких будуються відносини між політичною та господарською владою в країні. Даний механізм взаємодії являє собою визначені форми економічних відносин, які встановлюються між суспільством (в особі виконавчої та законодавчої влади на державному, регіональному, муніципальному рівнях її здійснення) і підприємництвом як основної рушійної сили ринкового господарства в процесі функціонування і розвитку національної економіки. Досить вагоме значення, з цього погляду, мають правові норми. Дані норми регламентують ор-

ганізаційно-правові, майнові, фіскальні, організаційно-господарські та трудові відносини.

Характерними рисами взаємодії підприємства і держави є легітимність суб'єктів взаємодії; забезпечення консенсусу економічних і соціальних інтересів взаємодіючих сторін; наявність чинного мотиваційного механізму взаємодії. Важливими характеристиками є також двостороння морально-етична, матеріальна, судова, адміністративна відповідальність сторін, що регламентується відповідним законодавством; збалансованість дії механізмів ринкового саморегулювання і державного впливу на функціонування і розвиток економічних і соціальних процесів; націленість на ефективне використання всіх економічних ресурсів національної економіки з метою її стійкого зростання і соціального прогресу всього суспільства [5, с. 198; 8, с. 72].

Механізм взаємодії державних та підприємницьких структур є досить динамічним. Він може вдосконалюватись та змінюватись під впливом розвитку продуктивних сил суспільства, технологічних засобів виробництва і соціально-економічних відносин.

Взаємодія владних структур і суб'єктів господарювання сьогодні може здійснюється за допомогою якісно визначених методів, таких як взаємовигідне соціально-економічне співробітництво; конструктивний діалог з метою досягнення консенсусу; корупція; лобіювання.

Форми взаємодії держави та суб'єктів господарювання розкривають внутрішній зміст реалізації кожного з методів такої взаємодії. Наприклад, адміністрування, як метод взаємодії, може виявлятися у етатизмі та тоталітаризмі, що призводить до «паралічу» державної влади і реальних можливостей її значного впливу на функціонування і розвиток соціально-економічних процесів. Це проявляється також у зміні акцентів участі держави в господарських процесах з функцій управління на функції регулювання, координування, у протекціонізмі щодо одних підприємців за рахунок обмеження інтересів інших.

Лобіювання, здійснюється за допомогою тиску на органи виконавчої та законодавчої влади. Воно може набувати форм консультування, інформування, погрозу, шантажу, фі-

нансування виборчих компаній, організації чи провокування страйків, призначення відставних державних чиновників на високооплачувані посади в комерційних структурах і т. ін.

Взаємовигідне економічне співробітництво може здійснюється у формі: змішаного приватно-державного підприємництва, участі підприємницьких структур у реалізації державних програм і проектів науково-технічного, соціального, зовнішньоекономічного характеру, у межах і за допомогою державної контрактної системи.

Усі вищеназвані форми взаємодії відрізняються одна від одної з погляду їх реалізації у суспільній практиці. Кожний із можливих варіантів характеризується своєю технологією реалізації. Тіньова економіка, не маючи соціально-економічних зобов'язань, суспільно-політичного навантаження, отримані від своєї діяльності надприбутки спрямовує не на розширення виробництва, а на лобіювання власних інтересів. Тому бізнес іде у владу. Бізнесмени звикли бути в «тіні», вони створюють тіньові умови для економічної діяльності і не прагнуть вкладати свої приховані капітали в офіційну економіку. Разом з тим, вони, отримуючи політичну підтримку, беручи участь у законотворчості через лобіювання власних інтересів, прагнуть «відмивати брудні» гроші і вкладати їх в офіційну економіку з метою отримати прибутки. Тому нечесно отримані та приховані гроші «відмиваються» через відкриті економічні зони, через офшори з-за кордону. Повертаються вітчизняні гроші, отримані у тіньовому бізнесі та вкладаються в офіційну економіку під виглядом іноземних інвестицій [6, с. 105].

Кардинально змінює ситуацію соціально-політична орієнтація держави та її владних структур на формування економіки ринкового типу. В ринковій економіці суб'єктом господарської влади є підприємець. Держава як головний суб'єкт політичної влади об'єктивно зацікавлена у взаємодії з підприємцем. На такій основі виникає переплетіння інтересів суб'єктів господарювання та владних структур, унаслідок чого формується легальне поле їх взаємодії.

У взаємовигідному економічному співробітництві, яке здійснюється в межах змішаного приватно-державного підприємництва, повновладними суб'єктами взаємодії є суб'єкти господарювання. Кожен із них має право приймати рішення, пов'язані з економічною доцільністю своєї участі в тих чи інших формах господарської взаємодії з державними структурами. Умови такої взаємодії визначаються в їх діалозі.

Отже, всі методи взаємодії суб'єктів господарювання з державою допускають наявність достатнього потенціалу господарської влади в суб'єктів взаємодії з боку господарських структур. Ось чому головними суб'єктами взаємодії з державними структурами є значні господарські асоціації. Ця взаємодія виходить за рамки офіційної системи представництва інтересів [5, с. 205; 9, с. 29]. Найбільш значимі взаємовідносини переміщуються в більш вузький соціальний простір, вільний від інституціональних обмежень. Головним суб'єктом взаємодії в такому випадку стає еліта, а центральне місце в ньому посідають неформальні зв'язки на вищому рівні.

Цікавим поглядом на проблему тіньової економіки є праця російського економіста [7, с. 433], в якій побудована модель взаємодії тіньового та офіційного секторів економіки. Дана взаємодія підтверджує та доводить існування позитивних і негативних дій, зв'язків між державою та підприємницьким сектором.

При практичному застосуванні моделі всі постсоціалістичні країни Східної Європи та СНД діляться на дві категорії: R, до якої належать країни зі значними природними ресурсами. Вони віддають перевагу розвитку експортно-орієнтованих виробництв з незначним рівнем переробки сировини (Україна, Росія, Білорусія, Румунія та ін). Друга категорія – L (Угорщина, Чехія, Польща та інші) – це від-

носно бідні на природні ресурси країни. Для економіки L країн частка тіньової економіки зменшується з часом при використанні значних заходів – зменшення податкового тиску, збільшення каральних функцій за ухилення від сплати податків. Країнам R категорії характерне стає зростання обсягів тіньової економіки. Можливість отримання значної ренти з видобутку та експлуатації природних ресурсів призводить до переважання експортно-орієнтованого сектора економіки (зниження податкового тиску на гірничо-металургійний комплекс в Україні) [7, с. 440]. Такий напрям розвитку окремих галузей економіки, що підпорядкований світовому, суттєво не впливає на розвиток країни взагалі.

Вважаючи, що виробничі функції як офіційного, так і тіньового секторів економіки, є функцією Кобба-Дугласа, будуються моделі взаємодії тіньового та офіційного секторів економік типу R та L. Доводить, що для L економіки динаміка відкритого (офіційного) та тіньового секторів знаходиться в оберненій залежності. Тобто при зростанні обсягів виробництва відкритого сектора зменшуються обсяги тіньового і навпаки. Зростання тіньової економіки очікується, якщо основний податковий тиск лягає на відкритий сектор економіки, а санкції за відхилення від сплати податків малі.

Розглянуто макроекономічну структуру економіки R-типу, для якої характерний взаємозв'язок і взаємодія таких секторів виробництва: сектора природних монополій, який працює на внутрішньому ринку (ПМ), підприємства, які працюють переважно для внутрішнього ринку (ПВР), експортно-орієнтовані сектори економіки (ЕСЕ) та підприємства тіньового сектора економіки (ПТЕ). Принципова схема економічної взаємодії показана на рис.

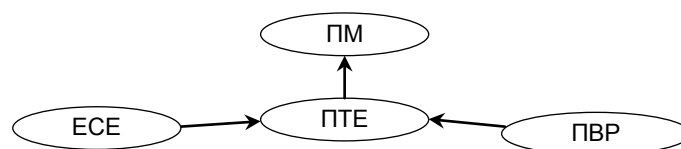


Рис. Принципова схема взаємодії чотирисекторової економіки [7, с. 433]

Дохід тіньового сектора економіки складається не тільки з доходу від тіньового виробництва та послуг населення, а, головним чином, завдяки фінансовому посередництву. У найбільш незначних умовах працює сектор економіки, спрямований на задоволення потреб населення країни. З одного боку, його розвиток гальмує недостатня потужність внутрішнього ринку, з іншого – для досягнення конкурентоспроможності цих підприємств потрібні значні зовнішні інвестиції.

Сьогодні в Україні утвердився олігархічний тип узгодження інтересів. Окремі сегменти влади та пов'язані з нею бюрократичні кола почали зростатися з бізнесовими колами. Це стосується також практики становлення, функціонування і розвитку фінансово-промислових груп в Україні (ФПГУ). Вони розвивалися на фоні соціально-економічної трансформації суб'єктів колишньої державної економіки. Відповідальні керівники міністерств, експертних комісій та інших державних органів, впливаючи на формування і склад фінансово-промислових груп, вважають основною своєю функцією захист тих, кого вони повинні були б контролювати. Успішно пройшовши урядову експертизу, претенденти отримували адміністративну й фінансову незалежність, сприймаючи відповідні державні структури як своїх опікунів. Це призвело до того, що їхній «приятельський» тип відносин скоротив дистанцію між фінансово-промисловим капіталом і адміністрацією держапарату. Відносини між ними персоніфікувалися.

Перебування під відомчим «дахом» було основою зрощування частини банкірів, директорів промислових корпорацій та процвітання приватних підприємців з окремими сегментами політичних і бюрократичних кіл. Саме в процесі постійної міграції представників бізнесу, політичної сфери та держапарату формувалося ядро правлячого блоку. В ньому всі угруповання щільно зв'язані один з одним. Існування олігархічної групи та зосередження в ній політичної, економічної влади є серйозною загрозою перспективам взаємодії підприємницьких і державних владних структур і суспільному розвитку [10, с. 53; 11, с. 24].

Верхівка консолідованої економічної еліти не зацікавлена в корпоративних формах самоорганізації. Представники такої еліти включені до неформальної системи зв'язків з державними структурами. Це так зване внутрішнє лобі, яке є складовою управлінських структур, що інтегрувалося з ними.

З огляду на вищезазначене, протидія тіньовій інституції в Україні повинна розглядатись як одне з основних свідчень професіоналізму та компетентності посадових осіб, які займаються цією справою. Завданням детінізації економіки в Україні має стати створення інституційного середовища, яке б давало можливість працювати відкрито (легально), максимізуючи вигоду з метою задоволення своїх потреб. Сьогодні взаємодія владних структур і суб'єктів господарювання повинна здійснюватись за допомогою якісно визначених методів, таких як взаємовигідне соціально-економічне співробітництво, конструктивний діалог з метою досягнення консенсусу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Галиця І. О. Чому потрібне державне регулювання економіки і які фактори на нього впливають? / І. О. Галиця // Фондовий ринок. – 2001. – № 47. – С. 29–31.
2. Біла С. Державне регулювання фінансування структурної трансформації економіки України / С. Біла // Вісник Української Академії державного управління при Президенті України. – 2000. – № 3. – С. 202–211.
3. Краус Н. М. Головні чинники тінізації економіки України / Н. М. Краус // Динаміка наукових досліджень '2004 : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., Т. 52. Економічна теорія. – Д. : Наука і освіта, 2004. – С. 47–49.
4. Петренко С. Теневая экономика: Причины появления и влияние на легализованный сектор экономики / С. Петренко // Вестник бухгалтера и аудитора Украины. – 2004. – № 3–4. – С. 40–41.
5. Діба М. І. Регулювання в сучасній економічній системі : монографія / М. І. Діба. – К. : КНЕУ, 2000. – 220 с.
6. Мазур І. І. Капіталізація економіки: проблеми та перспективи : матеріали семінару / І. І. Мазур // Економічна теорія. – 2006. –

- № 2. – Ч. 1. – С. 104–107.
7. Бродский Б. Е. Теневые структуры и виртуальные ловушки : модели неформального сектора в переходных экономиках / Б. Е. Бродский // Экономический журнал ВШЭ. – 2000. – № 4. – С. 433–453.
 8. Краус Н. М. Тіньовий та офіційний сектори економіки: антагоністичне співіснування і взаємодія : монографія / Н. М. Краус. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 175 с.
 9. Краус Н. М. Класифікаційні аспекти взаємодії легального та нелегального секторів економіки / Н. М. Краус // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2009. – № 1 (32). – С. 29–33. – (Серія: «Економічні науки»).
 10. Краус Н. М. Матрична структура тіньового та офіційного секторів економіки / Н. М. Краус // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2008. – № 1 (26). – С. 53–57. – (Серія: «Економічні науки»).
 11. Краус Н. М. Про джерела розвитку і суб'єктів тіньового та офіційного секторів / Н. М. Краус // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Випуск 235, Т. I. – Д. : ДНУ, 2008. – С. 24–31.

УДК 316.422

ПРИОРИТЕТЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РЕФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВА

С. Ю. Цёхла, доктор экономических наук

При всем многообразии современных мировых трансформационных процессов социальные аспекты развития в обществе важны и актуальны. Переход высокоразвитых стран к этапу развития на основе знаний обеспечивается трансформацией не только внутренней инфраструктуры экономики, но и социальных процессов. Возможность построения нового общества знания во многом обусловлена изменением роли человека в современном государстве и, соответственно, изменением социальной политики. При этом всестороннее развитие человека требует социализации экономической системы.

Практика большинства стран подтверждает, что при всей объективной зависимости решения социальных проблем от экономического и политического положения государства социальная политика обладает и самостоятельностью, способна своими средствами содействовать повышению уровня благосостояния населения, оказывать стимулирующее влияние на стремление граждан к социальному прогрессу. В современных условиях построе-

ние надежной социальной системы должно быть приоритетом для властных структур любого государства.

И. В. Пенькова, рассматривая переход мирового сообщества в эру информационной экономики, отмечает, что «современные социально-экономические преобразования в направлении экономики знаний трансформируют и институциональную основу поведенческих мотивов индивидов и субъектов хозяйственной деятельности» [1, с. 13].

При характеристике современного общества и социально-экономических изменений Дж. Ходсон связывает знания и особенности их применения с «наличием определенных социальных институтов в обществе» [2, с. 34].

Е. В. Мартякова считает, что «если в социальном аспекте модель устойчивого развития предполагает выбор наиболее значимых для человечества социальных целей, то в экономической плоскости эта постановка задачи интегрируется в согласование пропорций экономического роста и экономики социальных

процессов, а также механизмов их реализации» [3, с. 571].

Цель статьи – исследование предпосылок и определение направлений реформирования социальной системы государства

Сегодня производство знаний и высоких технологий служит основным источником экономического роста в развитых странах. Из Докладов ООН о развитии человека следует, что удельный вес человеческого капитала в таких высоко развитых странах, как США, Финляндия, Германия, Япония, Швейцария и другие, составляют до 80 % их национального богатства. Ведущие страны мира создали близкие к оптимальным условия для быстрого и эффективного воплощения идей ученых в конкретные товары. Именно фундаментальные исследования, повышенные инвестиции в человеческий капитал и порождаемые ими новые прорывные технологии обеспечивают ведущим странам мира их лидерство.

Приоритет социальной политики, как и социальной сферы, означает в первую очередь поиск реальных путей к более высокому уровню потребления, росту продолжительности жизни, дальнейшему развитию образования и культуры, экологическому благополучию, недопустимости свертывания социальных программ и уменьшения гарантий.

Украинский опыт показывает, что социально не обоснованный курс и отстраненность государственных институтов от регулирования социально-экономических процессов приводят к кризисному состоянию всей социальной сферы и экономическим трудностям в развитии.

В Украине основы институционального регулирования социальной сферы, установленные Конституцией страны, предусматривают проведение единой государственной политики в области культуры, науки, образования, здравоохранения, социального обеспечения, экологии. При этом большинство вопросов социальной политики являются предметом совместного ведения государственного и территориального уровней. Осуществление комплекса мер по дальнейшему реформированию

экономики и социальной сферы представляется наиболее важным делом на всех уровнях.

Проводимая правительством, всеми ветвями и органами власти, опирающаяся на экономические структуры и общественную поддержку, такая политика должна аккумулировать, фокусировать, отражать обстановку в стране и ситуацию в обществе, потребности и цели социального развития, способствовать созданию оптимальных условий для жизни людей, совершенствованию социальных связей.

Рассматривая социальную систему как целостное образование, основными элементами которого являются люди, их взаимодействия и отношения, следует отметить, что в каждом государстве собственные стандарты и условия жизни населения. При ее построении исходят из принципов комплексности и органической связи с общим направлением экономического развития страны. Традиционно функционирование социальной системы рассматривают по трем направлениям: образование, медицина, соцобеспечение (табл.).

Опыт стран с социально развитой рыночной экономикой показывает, что решение социальных проблем столь же приоритетно, как и достижение экономического роста и получение прибыли. В США общая стоимость всех федеральных программ помощи, включая социальное страхование и различные другие программы социального обеспечения, равна примерно половине всей расходной части бюджета федерального правительства. Следовательно, социальная система в рыночной экономике эффективно функционирует в том случае, если она соответствует требованиям финансовых отношений.

Система социальной защиты населения в Украине в этом отношении требует коренного улучшения, приведения ее в соответствие с тенденциями и закономерностями современных социально-экономических трансформаций в целом.

Образовательная система Украины характеризуется ухудшением качества образования, недостаточной адаптацией к потребностям рынка труда [4, с. 5].

Таблиця

Сравнительная характеристика социальных систем по странам

Система образования	Система здравоохранения	Система социального обеспечения
Беларусь		
Является бесплатным и обязательным в возрасте от 6 до 14 лет	Государственная. Базовое медицинское обслуживание предоставляется бесплатно	Государство предоставляет пенсии и другие социальные пособия на детей, пожилых и инвалидов, включая пособие по беременности и уходу за ребенком, пособие по болезни и пособие по безработице
Германия		
Школьное обучение с 6 до 19 лет. Обучение в начальных, средних школах и вузах – бесплатное	Базируется на системе обязательного медицинского страхования	Основное пособие – социальная помощь
Канада		
Бесплатное школьное обучение в государственных школах	Базируется на общегосударственной бесплатной системе медицинского страхования	Государство предоставляет пенсии, общее пособие для малообеспеченных семей, семейные пособия, пособие по временной нетрудоспособности, разнообразные пособия, предназначенные для поддержания обеспеченной старости
Молдова		
Является обязательным в возрасте от 6 до 16 лет на бесплатной основе	Государство предоставляет не дорогостоящее медицинское обслуживание. В 2003 г. введена система обязательного медицинского страхования	Включает пенсии, пособие по инвалидности, пособие на ребенка, пособие в связи с потерей кормильца, пособие по беременности и уходу за ребенком, пособие по безработице, субсидии на похороны, пособие по болезни и алиментные платежи
США		
Является обязательным в возрасте от 16–18 лет (в зависимости от штата). Многоплановая система образования. Бесплатные муниципальные начальные и средние школы, платные муниципальные колледжи и университеты	Основа системы здравоохранения – частные врачи. Выработана смешанная система частной и государственной оплаты медицинского обслуживания	Система социального страхования обеспечивает пенсионеров месячными выплатами, обеспечивает страхование на случай потери работы и инвалидности, а также иные виды помощи для тех, кто в ней нуждается
Украина		
Является обязательным в возрасте от 6 до 15 лет на бесплатной основе	Государственная. Медицинские услуги предоставляются бесплатно. Существует частная медицина	Государство предоставляет пенсии, пособия по уходу за ребенком и другие социальные выплаты
Финляндия		
Является обязательным в возрасте от 7 до 16 лет. Обучение в государственных школах и вузах бесплатное	Медицинское обслуживание платное. При этом во всех муниципалитетах созданы бесплатные медицинские центры	Включает систему обязательного страхования по старости и нетрудоспособности и пособия по безработице, пособия по беременности и уходу за младенцами, пособия многодетным семьям, а также финансирование детских садов и групп продленного дня в школах

Функционирующие системы социального обеспечения превратились в фонды неэффективно используемых средств, предназначенных на социальные потребности. Отмечается низкий размер пенсий подавляющего большинства пенсионеров и неравные условия пенсионного обеспечения, при том, что наибольшую часть расходов сводного бюджета Украины на социальную защиту составляют именно расходы на социальную защиту пенсионеров (более 50 %) [4, с. 6].

В разработанной Программе экономических реформ Украины до 2014 г. «Состоятельное общество, конкурентоспособная экономика, эффективное государство» отмечены недостаточность, непоследовательность и фрагментарность финансирования социального направления. Поэтому в контексте повышения стандартов жизни предполагаются:

1) реформа медицинского обслуживания по обеспечению равного и справедливого доступа всех членов общества к медицинским услугам надлежащего качества [5, с. 21];

2) реформа системы пенсионного страхования предполагает усиление социальной защиты лиц, которые потеряли работоспособность, обеспечение достойного уровня их жизни в результате устойчивого развития пенсионной системы [5, с. 25];

3) реформа системы образования по обеспечению доступности к качественному образованию, интеграции системы украинского

образования, в единое европейское образовательное пространство [5, с. 27];

4) реформа системы социальной поддержки по повышению охвата социальной поддержкой малоимущих слоев населения при рациональном использовании бюджетных средств [5, с. 32].

Одним направлением реформирования социальной системы, по мнению В. Надраги, является «повышение эффективности управления системой социальной поддержки и стимулирование трудоспособного населения к активной экономической деятельности» [6]. Таким образом, проблема социального направления экономики Украины может решаться не только через механизм бюджетного перераспределения, а и через трансформацию политики доходов, которая требует постепенного перехода от политики социальной поддержки граждан к политике, направленной на возрастание индивидуальных доходов.

В Украине осуществление назревших реформ должно идти в русле взаимодействия экономической и социальной эффективности, при этом предпочтение следует отдавать социальным целям. Социальная политика украинского государства как мощная сила развития общества предназначена выполнять ключевую роль в решении социальных проблем населения через функционирование социальной системы (рис.).

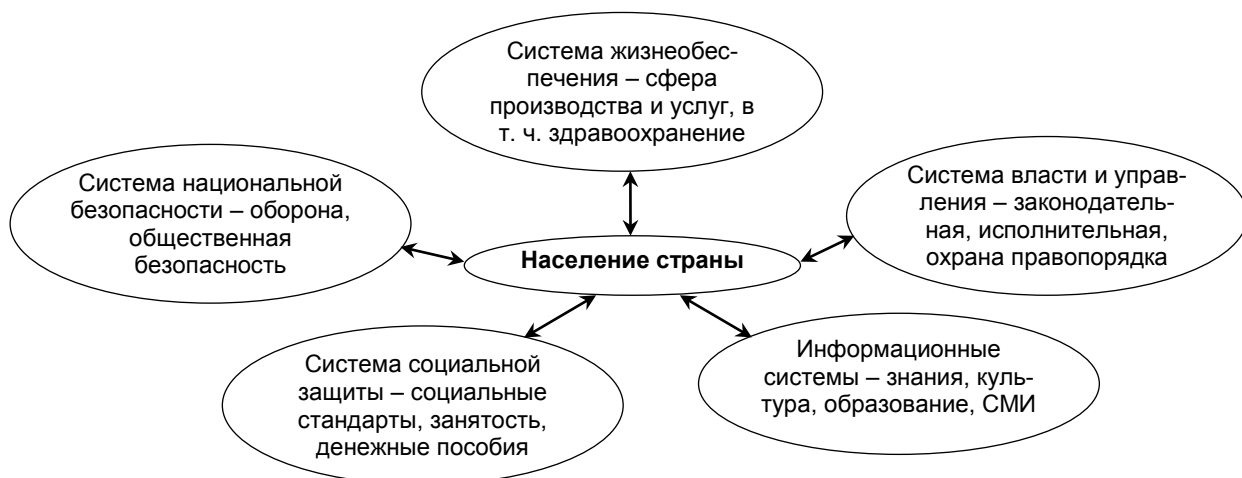


Рис. Направления функционирования социальной системы государства

Социальная политика не сводится к провозглашению государством социальных целей и объявлению гарантий, а должна быть представлена системой конкретных мероприятий по их реализации, рассчитанной на кратко, средне и долгосрочную перспективу. Содержание и конкретные задачи социальной политики охватывают стимулирование экономического роста и подчинение производства интересам потребления, усиление трудовой мотивации и деловой предприимчивости, обеспечение гарантии определенного уровня жизни и социальной защиты населения. Для эффективного осуществления своих социальных функций государство располагает такими действенными рычагами, как социальное законодательство, национальный бюджет, система налогов и сборов.

Переход Украины к новым общественно-экономическим отношениям сопровождается изменениями в социальных ориентирах экономики. На первый план выдвигается сохранение и развитие человеческого и социального капитала путем повышения эффективности и стабильности социальной защиты, улучшения качества и доступности образования и медицинского обслуживания. Дальнейшие исследования будут нацелены на изучение условий социальной интеграции в Украине.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пенькова И. В. Экономика знаний: институциональные трансформации / И. В. Пенькова // *Економіка промисловості*. – 2009. – № 1 (44). – С. 13–22.
2. Ходсон Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания сложности / Дж. Ходсон // *Вопросы экономики*. – 2001. – № 8. – С. 31–45.
3. Мартякова Е. В. Механизм регулирования инновационных процессов социального сектора / Е. В. Мартякова // *Вісник Донецького університету*. – 2007. – Вип. 1. – С. 570–574. – (Серия В: Економіка і право).
4. Социальная защита и социальное включение в Украине: доклад Генеральной Дирекции Европейской комиссии по вопросам занятости, социальных дел и равных возможностей [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=5757&langId=ru>. – Заглавие с экрана.
5. *Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава* [Електронний ресурс] : Програма економічних реформ на 2010–2014 роки. – Режим доступу : http://www.president.gov.ua/docs/Programa_reform_FINAL_1.pdf. – Заголовок з екрана.
6. Надрага В. Социальная система нуждается в совершенствовании и реформировании [Электронный ресурс] / В. Надрага. – Режим доступа : http://www.kmu.gov.ua/control/ru/publish/article?art_id=243466495&cat_id=206631593. – Pfukfdbt c 'rhfyf/'. – Заглавие с экрана.

УДК 339.133

ТЕХНОГЛОБАЛІЗМ: ОСНОВНІ ФОРМИ ПРОЯВУ В СУЧАСНІЙ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ

Н. В. Безрукова, кандидат економічних наук; Г. М. Малишко

Поняття «глобалізація» нині є найбільш розповсюдженим: воно звучить на сесіях Генеральної Асамблеї ООН, на самітах «Великої вісімки» та Євросоюзу, на наукових конференціях та у засобах масової інформації. Важливою тенденцією сучасного світу є, безперечно, глобалізація усіх політичних, економічних та

інших процесів, якій не в змозі протистояти жодна держава світу.

У сучасній глобальній економіці постійно зростає значення нових знань, високих і перетворених технологій, виробництва продукції, яке засноване на використанні інтелектуального капіталу. Компанії, які є конкуренто-

спроможними у XXI ст., виявили неабияку здатність адаптуватися до умов, що швидко змінюються, формувати ефективну стратегію інноваційного розвитку. Здатність оцінити інтелектуальну власність, використати її у господарському обороті, вийти на нові ринки для нових продуктів і послуг, залучити інвестиції для технологічних розробок – це задачі, вирішення яких забезпечує формування глобальних конкурентних переваг.

Дослідженню ролі технологій і знань у розвитку економіки окремої країни, а також питань, пов'язаних з технологічною асиметрією, присвятили свої праці ряд закордонних і вітчизняних учених, серед яких особливо слід виділити В. Кудрова, Р. Склярєнко, Х. Клодта, Е. Лебедева, А. Поручника, Я. Столярчук та ін.

Метою статті є дослідження основних форм прояву техноглобалізму. Основними завданнями дослідження є такі: аналіз особливостей конкурентної боротьби в умовах глобальної економіки та оцінка масштабів технологічної асиметрії країн світового господарства.

Зараз відбувається жорстка конкуренція за світовий ринок між США, Японією, країнами Європейського Союзу на основі формування глобальних конкурентних переваг, які базуються на активізації наукової та інноваційної діяльності. Рівень інноваційного розвитку у значній мірі визначається наукоємністю ВВП. Так, частка вкладень у НДДКР у Японії становить 3 % ВВП, США – 2,5 %, ЄС-15 – 2 % [4].

З'являються і нові країни-конкуренти, які претендують на технологічне лідерство у світі. Але саме у технологічній сфері асиметрія розвитку країн світу проявляється як ніде.

Асиметрія – нерівномірність і стрибкоподібність розвитку технологічного способу виробництва у межах світового господарства, що зумовлені різношвидкісною країною динамікою циклічної зміни технологічних укладів, наслідками яких є наростаюче відставання слаборозвинутих держав від передових в опануванні науково-технологічної моделі економічного розвитку загалом або її елементів зокрема.

Технологічна асиметрія існує нині не тільки між розвинутими країнами та аутсайдерами,

але й навіть у межах лідерської тріади світової економіки (США – Європа – Японія). Так, у США – безперечного «фаворита» технологічної революції – чисельність персональних комп'ютерів у розрахунку на 1 тис. осіб за період 1990–2002 рр. зросла з 190–200 до 500, а частка американських родин, які користуються Інтернетом, збільшилась із 6 % у 1995 р. до 50 % у 2002 р. На початку XXI ст. на цю країну припадало 40 % світової комп'ютерної потужності, а за кількістю комп'ютерів на одного зайнятого та за часткою сімей, котрі користуються Інтернетом, США у 2–3 рази випереджали Японію та країни Західної Європи.

На сьогодні викристалізувалися певні установлені форми технологічної міждержавної асиметрії. По-перше, це – концентрація лівової частки світових винаходів у 12 найбільш технологічно розвинутих країнах світу, які здійснили ефективну інтеграцію фундаментальної та прикладної науки, зосередили світовий фінансовий, технологічний, кадровий та інтелектуальний ресурси, а також монополізували права на володіння ними, контроль і перерозподіл у межах світового господарства. Вражаючим є той факт, що із загальної кількості патентів, котрі щороку реєструються в Бюро з патентів і торговельних марок США, американським компаніям і приватним особам належить майже 60 % їх загальної кількості, японським – 25 %, німецьким і французьким – 10 та 5 % від-повідно. І навряд чи в найближчій перспективі будь-якій країні вдасться суттєво порушити це співвідношення [2].

Цим самим компаніям і приватним особам належить нині й домінуюча частка тріадичних патентних сімей – патентів, котрі одночасно зареєстровані у трьох провідних патентних організаціях світу – в США, Японії та Західній Європі. Так, у 2007 р. з 53 тис. зареєстрованих у світі тріадичних патентних сімей – 31 % їхньої загальної чисельності припадало на США, 28,4 % – на країни ЄС (у тому числі 11,9 % – на Німеччину, 4,7 % – на Францію, 3,0 % – на Великобританію, 2,2 % – на Нідерланди, 1,2 % – на Швецію) та 28,8 % – на Японію. Дедалі активніше до цього процесу долучаються й інші розвинуті держави світу, зокрема Канада, Швейцарія. Австралія та Із-

раїль, частка яких у патентуванні становить нині 1,6; 1,5; 0,8; 0,7 % відповідно [3].

Техноглобалізм поступово втягує у свою орбіту й нові країни, передусім азіатського мегарегіону, котрі також починають розширювати свою патентну діяльність. Серед них особливе місце посідають НІК Південно-Східної Азії (Республіка Корея, Малайзія, Таїланд, Сінгапур), а також Китай та Індія, в яких на сьогодні формуються основні риси нової економіки завдяки успішно реалізованій у 1980-х рр. структурній трансформації промисловості на користь наукомістких галузей. У всіх країнах Південної Африки у 2005 р. було зареєстровано лише 144 патенти, з яких триадичних сімей – 33 [5].

Визначальною умовою технологічного лідерства розвинутих країн світу є великомасштабні та постійно зростаючі обсяги фінансування НДДКР, які свідчать про визначальну роль науки в їх національному виробництві. Так, протягом останніх десятиліть практично в усіх країнах ОЕСР усталеного характеру набула тенденція щодо випереджального зростання капіталовкладень у НДДКР порівняно з обсягами інвестування в матеріальне виробництво. На сьогодні ці держави на фінансування інноваційних розробок щороку витрачають від 1,92 до 2,28 % свого ВВП. При цьому найвищі абсолютні обсяги фінансування НДДКР знову ж таки демонструють США – 330 млрд дол. у 2008 р. (для порівняння Євросоюз – 150, Японія – 120, Росія – 30–40 млрд дол.). Загалом же на США припадає 36,7 % світового обсягу фінансування НДДКР, на Японію – 20,4 %, а на Німеччину, Францію та Великобританію – 6,6; 4,2 та 3,8 % відповідно [4].

Цілком закономірно, що саме ці країни завдяки своїм витратам на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи постійно нарощують свій науково-технічний потенціал, що забезпечує їм світове технологічне лідерство та їхній відрив від решти країн світу.

Протягом останнього десятиліття галузева структура капіталовкладень у НДДКР розвинутих країн світу знову зазнала істотних змін через зниження питомої частки технічних знань на користь комплексу міждисциплінарних «наук про життя» – біології, генетики,

медицини, біохімії та біофізики – у зв'язку з фокусування науки на проблемах людини та її обслуговуванні. Саме тому найважливішим зрушенням у структурних пропорціях наукових досліджень цих держав стало зростання обсягів фінансування всіх перелічених дисциплін в інтересах системи охорони здоров'я. Цей пріоритет особливо виразний у Сполучених Штатах, де сукупні витрати на дослідження в галузі охорони здоров'я досягають нині 35 млрд дол. США щороку.

Технологічна нерівномірність розвитку світового господарства проявляється і в істотних країнових диференціаціях щодо забезпеченості науковими кадрами. Якщо аналізувати цей показник, то можна побачити, що протягом останніх десятиліть світове лідерство за ним знову-таки утримують США, де за період 1997–2007 рр. кількість дослідників щороку зростала в середньому на 7,5 %, утричі перевищуючи темпи зростання загальної зайнятості [2].

Слід зазначити, що важливим фактором кадрової першості США перед іншими країнами світу є і залучення найчисленнішої армії висококваліфікованих іммігрантів. Величезна кількість тих, хто бажає працювати у цій країні, дала можливість їй здійснювати селекцію спеціалістів вищої кваліфікації та потрібного профілю.

Окремо слід сказати про спеціалістів-іммігрантів з країн, що розвиваються. Не беручи до уваги того факту, що вартість підготовки висококваліфікованого спеціаліста у цих країнах вища порівняно з розвинутими державами, їм притаманна низька чисельність наукових кадрів, а отже, втрата кожного спеціаліста завдає відчутних збитків національним економікам цих країн. Наприклад, Індія у результаті еміграції близько 100 тис. кваліфікованих спеціалістів до США протягом 2003–2007 рр. щороку втрачає понад 3 млрд дол. Через це держава, незважаючи на значні економічні успіхи, за шкалою людського розвитку посідає одне з останніх місць у світі [2].

Зростаючі масштаби впливу інтелекту ще більшою мірою сприяє поглибленню технологічного розриву між країнами тріади та рештою держав світу. Крім реальних збитків,

які виявляються у втраті фінансових коштів на підготовку наукових кадрів, еміграція послаблює науково-технологічний та інноваційний потенціал країн-експортерів людського ресурсу, що в довгостроковій перспективі сприятиме падінню темпів їх економічного зростання та зниженню міжнародної конкурентоспроможності.

Успішний розвиток економіки інноваційного типу потребує комплексного підходу з боку держави, в основі якого має бути побудова національної інноваційної системи. Останнім часом одним із важливих елементів національної інноваційної системи стають венчурні фонди та венчурна діяльність, які у розвинутих країнах значною мірою впливають на створення та розвиток малих високотехнологічних підприємств, активізацію інноваційної діяльності, вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

Мережа венчурних фондів, яка була створена у США, дозволила вирішити ряд проблем модернізації технологічного базису та концентрації ресурсів на вирішення пріоритетних проблем інноваційного розвитку. Країни Західної Європи першочерговим завданням підвищення конкурентоспроможності обрали створення мережі венчурних фондів, що доз-

волять сконцентрувати капітал, який дорівнює венчурному капіталу США.

Таким чином, можна зробити висновок, що стимулювання інноваційних процесів є однією з основних умов ефективного економічного розвитку. Активізація інноваційної діяльності стає важливим завданням для країн, які прагнуть лідирувати в умовах глобалізації. Традиційні підходи до управління, які зорієнтовані на нарощування матеріальних благ, не можуть відповідати сучасним реаліям. Цей висновок є особливо актуальним для країн, які модернізують економіку відповідно до вимог глобалізації та розвитку так званої «нової економіки», яка базується на знаннях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 2007. – № 149–150. – С. 8.
2. Столярчук Я. М. Глобальні асиметрії економічного розвитку : монографія / Я. М. Столярчук. – К. : КНЕУ, 2009. – 302 с.
3. Compendium of Patent Statistics 2008. – OECD, 2008. – Р. 6.
4. OECD Factbook 2008: Economic, Environmental and Social Statistics. Science and Technology. Research and Development (R&D). – OECD, 2008. – Р. 169.
5. OECD in Figures 2007. – OECD, 2007. – Р. 42–43.

УДК 338.43:631.15:631.6.02

АГРАРНА ПОЛІТИКА УРЯДУ: ЇЇ МІСЦЕ І РОЛЬ У РОЗВИТКУ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВ АПК

Л. М. Березіна, кандидат економічних наук

Ефективність взаємовідносин між підприємствами усіх сфер АПК значною мірою формується у межах державної аграрної політики. Отже, від обґрунтованості такої політики повною мірою залежать і напрями вдосконалення організаційно-економічних відносин підприємств агропромислового комплексу. Нині

державна аграрна політика, на нашу думку, є недосконалою, а її формування потребує потужного наукового супроводу.

Питанням обґрунтування аграрної політики уряду, розгляду її окремих напрямів і результатам практичної реалізації присвячена низка публікацій українських дослідників, серед

яких варто назвати В. І. Бойка, В. М. Гончарова, І. Г. Кириленка, П. М. Макаренка, П. Т. Саблука, В. Г. Ткаченко, В. М. Трегобчука та ін. Також недостатньо дослідженими та висвітленими у фахових публікаціях залишаються проблеми становлення ефективних організаційно-економічних відносин підприємств АПК під впливом аграрної політики уряду. Переважно поділяючи погляди науковців, ми вважаємо, що доцільно поглибити дослідження щодо змісту аграрної політики уряду та її впливу на розвиток відносин між суб'єктами АПК.

У статті зроблено спробу розглянути складові аграрної політики уряду, наслідки посилення залежності агропродовольчого ринку України від імпорту продовольства, напрями вдосконалення господарського механізму агропромислового комплексу з метою формування ефективних організаційно-економічних відносин між його складовими елементами.

З метою формування ефективних взаємовідносин підприємств АПК ми розглянули низку складових, які, на наш погляд, має містити аграрна політика держави, найважливішими з них є такі:

- контроль за трансформацією земельних відносин і власністю на інші засоби виробництва;
- заохочування створення господарських структур, що урізноманітнюють форми господарювання у сфері виробництва сільськогосподарської продукції і сировини;
- розвиток ринку засобів виробництва як складової адекватної інфраструктури агропродовольчого ринку;
- формування ефективної політики ціноутворення, кредитування, страхування та оподаткування;
- моніторинг щодо ощадного використання ресурсного потенціалу підприємств сфери сільськогосподарського виробництва;
- підтримка наукових розробок, спрямованих на підвищення продуктивності аграрного виробництва, біотехнологій, здатних створювати корисні для людини ресурси життєдіяльності тощо.

Практична реалізація розглянутих аспектів державної політики у сфері аграрного вироб-

ництва гальмується відсутністю відповідної концепції та перманентними проявами кризи, що ускладнює оптимізований розвиток взаємовідносин між підприємствами АПК.

Негативний вплив на розвиток відносин суб'єктів агропромислового комплексу посилення залежності України від імпорту, як ми вважаємо, має тенденція до зростання соціальної напруги у сучасному суспільстві. Враховуючи і постійне різке збільшення цін на елементи засобів виробництва, що використовуються у сільському господарстві, маємо зробити обґрунтований висновок про те, що наслідки означених явищ і процесів спричиняють погіршення стану господарювання суб'єктів агропромислового комплексу, посилюють їх незахищеність, а нерідко призводять і до банкрутства.

Для сукупності підприємств АПК криза, що охопила основну його сферу – виробництво сільськогосподарської продукції і сировини, означає неспроможність суб'єктів агропромислового комплексу на певному етапі розвитку ринку задовольнити потреби споживачів [1].

Без виваженої аграрної політики уряду вдосконалення взаємовідносин підприємств АПК нам видається неможливим. Ефективна аграрна політика держави має охоплювати низку заходів і способів регулювання аграрного виробництва як основної сфери АПК з метою вдосконалення виробництва, забезпечення адекватних ринковому способу господарювання процесів обміну і споживання сировинних ресурсів сільськогосподарського походження та готових до споживання продуктів харчування [2]. Для реалізації окреслених нами напрямів і заходів наріжними аспектами сучасної української аграрної політики мають бути:

- формування товарних ресурсів для національного продовольчого ринку за рахунок власного виробництва;
- створення економічних і організаційних умов щодо ефективного, ресурсощадного використання потенціалу аграрного виробництва;
- формування соціальних умов, що сприятимуть вихованню почуття господаря, влас-

ника, що забезпечить підвищення ролі й авторитету селянина у суспільстві.

Розглянуті нами стратегічні аспекти формування національної аграрної політики цілком кореспондуються з метою Європейського Союзу щодо забезпечення свободи переміщення капіталу, продукції та послуг, робочої сили.

Вагомим аргументом на користь ефективної державної аграрної політики є її здатність забезпечити реалізацію такого стратегічного орієнтира розвитку аграрної сфери, як формування конкурентоспроможності продукції, отриманої не лише у сфері сільськогосподарського виробництва, але й від інших структурних підрозділів АПК.

Крім означеного, державна політика у сфері агропромислового виробництва нині має бути спрямованою не лише на забезпечення рівних стартових умов розвитку підприємства, але й на формування адекватної ринкової інфраструктури з урахуванням тенденцій зміни середовища діяльності тих чи інших підприємств АПК [3].

Господарський механізм функціонування АПК є важелем оптимізації виробництва, дія якого пов'язана з виробничими відносинами, різноманітними формами та методами впливу на нього. Крім того, певну роль відіграють у функціонуванні такого механізму організаційна структура та система управління, мотиваційні аспекти праці, чинні стандарти та норми поведінки, критерії оцінки результатів господарської діяльності того чи іншого підприємства на ринку за умов розширеного відтворення, з урахуванням вимог об'єктивних економічних законів [4]. Такий механізм має регулюючий вплив на діяльність усіх суб'єктів господарювання у сфері агропромислового комплексу, через що відбувається формування та розвиток певних взаємовідносин між підприємствами щодо просування сільськогосподарської продукції та сировини, продуктів їх переробки у вигляді продовольства. Кожен з етапів на шляху просування продукції до споживача визначає специфічні умови для формування мотивації усіх учасників ринку, якими виступають суб'єкти господарювання у сфері АПК, а також рівень узгодженості як особистих, так і колективних і суспільних інтересів.

Розглядаючи господарський механізм функціонування агропродовольчого ринку, ми орієнтуємося на те, що він забезпечує просування продовольства від безпосередніх виробників до кінцевих споживачів. Просування продовольства ми, власне, розглядаємо у вигляді потоку готових продуктів харчування, разом з тим, важливо враховувати і те, що він охоплює і низку інших видів діяльності, які здійснюються на стадіях заготівель, транспортування та переробки сировини. Отже, саме підприємства АПК забезпечують оптимізацію та ефективність процесів товаропросування продовольства, при здійсненні яких і формуються та набувають подальшого розвитку взаємовідносини між окремими господарськими суб'єктами. Можемо з упевненістю констатувати, що з позицій економічної теорії, а це підтверджує і практика господарювання, рух товарів має розглядатися та досліджуватися переважно з позицій логістики, визначальною функцією якої є забезпечення координації діяльності його окремих суб'єктів на різних етапах, яка спрямована на мінімізацію сукупних витрат. Відповідно до цієї тези, досягнення такої мінімізації витрат сприяє як зростанню власних економічних вигод учасників товароруку – підприємств АПК, так і підвищенню рівня добробуту членів суспільства, у чому ми вбачаємо надзвичайно важливе значення стану взаємовідносин між суб'єктами агропромислового комплексу.

Таким чином, господарський механізм взаємовідносин підприємств АПК являє собою певним чином організовану сферу виробничих відносин, яка охоплює конкретні господарські події, явища і процеси. Разом з тим, господарський механізм є багатоаспектною категорією, сутність якої сягає далеко за межі виробничих відносин, охоплюючи як певні елементи продуктивних сил, так і надбудови, де саме підприємства АПК є яскравим прикладом.

Ми розглядаємо господарський механізм взаємовідносин підприємств АПК з позицій цілісної системи, яка складається із самостійних, формально відокремлених один від одного суб'єктів, але, разом з тим, щільно пов'язаних між собою наявністю таких елементів, як ціноутворення, планування, орга-

нізація та координація окремих виробничих процесів тощо, які поряд з цим підпорядковуються і власним закономірностям.

Звідси випливає важливий висновок про те, що ефективність господарського механізму взаємовідносин підприємств АПК як єдиного формування визначається рівнем досконалості його структурних складових. Враховуючи це, ми можемо зазначити, що господарський механізм взаємовідносин підприємств АПК має складну структурну побудову, у межах якої спробуємо виокремити такі сфери:

- взаємовідносини щодо планування діяльності, оплати праці та її мотивації, ціноутворення тощо;
- вплив на здійснення найважливіших економічних функцій підприємств – учасників агропромислового комплексу: погодження рівнів виробництва і збуту; спільні наукові дослідження, використання джерел постачання ресурсів тощо;
- ієрархічна сфера – здійснення функцій управління, взаємодія керівних органів і окремих виконавців з метою реалізації спільних проектів.

Вагомі аспекти, що формують найсуттєвіші риси функціонування та подальшого розвитку господарського механізму взаємовідносин підприємств АПК, їхній вплив на процеси розширеного відтворення, забезпечення ефективності функціонування агропродовольчого ринку, зростання добробуту працівників підприємств усіх сфер АПК, мають щільний зв'язок з фундаментальними економічними принципами господарювання, дотримання яких сприяє досягненню мети кожного окремого підприємства – учасника агропромислового комплексу.

Варто наголосити, що існують і певні відмінності від інших сфер і галузей національної економіки, які істотно впливають на функціонування господарського механізму АПК, а саме:

- по-перше, будь-яка сфера АПК має чітко визначену функціональну мету: так, аграрні підприємства спрямовані на виробництво продукції рослинництва і тваринництва, низка підприємств іншої сфери переробляють її у готові до споживання продукти харчування,

забезпечують транспортування продукції і сировини, виконують функції сервісу; окрему групу становлять підприємства з виробництва елементів техніко-технологічної бази для усього комплексу АПК. При здійсненні власної діяльності суб'єкти господарювання будь-якої сфери АПК керуються своїми економічними інтересами, як товаровиробники є відокремленими і незалежними щодо прийняття будь-яких управлінських рішень. Разом з тим, через переважно послідовну взаємопов'язаність постійно виникають організаційно-економічні зв'язки між підприємствами АПК, оскільки кожен суб'єкт при цьому одночасно виступає на ринку і як продавець створених продуктів і товарів, і як покупець сировини, інших виробничих ресурсів. Тому і обсяги виробництва для кожного суб'єкта агропромислового комплексу визначаються їх власними потребами, де вони виступають на ринку як покупці ресурсів, а основний мотиваційний аспект діяльності виробників таких ресурсів формується відповідно до тенденції адаптації до запитів і вимог покупців;

- по-друге, особливості діяльності АПК значною мірою пов'язані з біосистемою і відбувається її перетин з економічною системою. Сільськогосподарське виробництво побудоване за своєю природою на використанні таких ресурсів природи, як клімат, синоптична ситуація, земля тощо, сукупність яких розглядається як біокліматичний потенціал галузі землеробства. Отже, специфіка виробництва сільськогосподарської продукції і сировини завжди зумовлює його адаптацію до природно-синоптичних умов, а результати діяльності значною мірою залежать від невизначеності, яка, у свою чергу, формує ризики. Тенденції зміни синоптичної ситуації зумовлюють потребу постійного маневрування наявними на підприємстві ресурсами, відбиваються на структурі виробництва та жорстко ув'язані з часовими інтервалами.

Підприємства іншої сфери АПК – переробної галузі, власні виробничі цикли мають підпорядковувати відповідно до часових інтервалів виробництва сільськогосподарської продукції і сировини, а потужності елементів техніко-технологічної бази необхідно корес-

пондувати з відповідними обсягами та структурою сировинних ресурсів;

- по-третє, діяльність підприємств АПК підпорядкована запитам споживачів, при цьому кожен суб'єкт господарювання залишається економічно і юридично самостійним. Для забезпечення ефективної діяльності АПК вкрай необхідно, щоб механізм господарювання змушував кожного окремого учасника комплексу адекватно та своєчасно реагувати на швидко змінювані потреби споживачів, формував за принципами функціонування ринку як масштаби, так і структуру виробництва, що зумовлює розвиток складних і багатоаспектних організаційно-економічних взаємовідносин між суб'єктами агропромислового комплексу.

В економічній літературі зазвичай у структурі агропромислового комплексу виокремлюють виробничу та соціальну сфери.

Так, виробнича інфраструктура (сфера) АПК являє собою сукупність таких елементів господарського механізму, як техніко-технологічне та сервісне забезпечення підприємств як сільського господарства, так і інших галузей комплексу, а саме: проведення агротехнічних заходів, забезпечення захисту рослин та внесення мінеральних добрив, забезпечення зооветпрепаратами, функціонування системи заготівель сільськогосподарської продукції і сировини, збереження зібраного зерна на елеваторах, надання складських послуг, організація тарного господарства, транспортно-експедиційне обслуговування, надання засобів зв'язку, надання інформаційних послуг, функціонування системи як гуртової, так і роздрібною торгівлі продуктами сільського господарства та готовими до споживання продуктами харчування, науковий супровід процесів і явищ у сфері діяльності АПК.

Складові соціальної інфраструктури у сфері АПК поєднують підприємства житлово-комунального господарства, з надання побутових послуг, розважально-культурного обслуговування, а також навчально-виховні заклади, підприємства ринку освітніх послуг.

Варто згадати і проблему соціально-демографічного характеру, що стосується міграції сільського населення у крупні населені пункти та міста з метою пошуку вакансій робочих

місць, влаштування власного добробуту. Але при цьому головна сфера АПК – сільськогосподарське виробництво – постійно втрачає робочу силу, що призводить до утворення низки негативних ситуацій, порушує ритм функціонування господарського механізму. Отже, нині сільськогосподарське виробництво тісно пов'язане з багатьма галузями національної економіки і залишається для них доволі потужним джерелом постачання робочої сили.

Значної шкоди розвитку взаємовідносин між підприємствами АПК завдають дестабілізаційні процеси щодо руху продовольства в Україні, пов'язані з лібералізацією зовнішньоекономічних зв'язків.

Практично без обмежень в Україну потрапляє продукція іноземного виробництва, що зумовлює послаблення позицій національного виробника. За більшістю видів сільськогосподарської продукції і сировини національні виробники здатні повністю забезпечити внутрішні потреби у ній та формувати певні експортні поставки. Ми бачимо можливість зменшити обсяги імпорту сільськогосподарської продукції і сировини шляхом уведення імпорتنних квот, що є звичайною практикою для країн Європи і світу. Стосовно експорту з України, негативним явищем ми вважаємо те, що за межі держави надходять не готові до споживання продукти харчування, а переважно аграрна сировина. Серед негативних аспектів такої експортної практики варто назвати значні втрати робочих місць як у сфері аграрного виробництва, так і в інших сферах АПК, що не сприяє зміцненню організаційно-економічних взаємовідносин між підприємствами комплексу, призводить до значних втрат додаткових надходжень до бюджетів усіх рівнів.

Як показали результати проведених нами досліджень, відчутний вплив на формування ефективних відносин між підприємствами АПК має аграрна політика уряду. Господарський механізм АПК здатен відбивати тенденції, закладені державною політикою щодо розвитку агропромислового комплексу. Збільшення імпорту продовольства спричиняє погіршення стану господарювання суб'єктів агропромислового комплексу, посилює їх незахищеність, а нерідко призводить і до

банкрутства. Перспективи подальших досліджень мають містити наукові розвідки щодо взаємозв'язку соціально-економічної та продовольчої безпеки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агропромисловий комплекс України: стан та перспективи розвитку // Науковий збірник за матеріалами VII Пленуму Спілки економістів України та Всеукраїнської науково-практичної конференції / за заг. ред. В. В. Оскольського. – К. : Аратта, 2009. – 350 с.
2. Геєць В. М. Нестабільність та економічне зростання / В. М. Геєць. – К. : ІЕП НАН України, 2000. – 344 с.
3. Осташко Т. О. Внутрішній агропродовольчий ринок України в умовах СОТ / Т. О. Осташко, Л. Ю. Волощенко, Г. В. Ленінова. – К. : Інститут економіки та прогнозування НАНУ, 2010. – 208 с.
4. Кушлин В. И. Траектории экономических трансформаций / А. И. Кушлин. – М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2004. – 310 с.

УДК 330.34

СУЧАСНІ ПАРАДИГМИ ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

М. Ю. Шеверя

Необхідність посилення конкурентоспроможності суб'єктів господарської діяльності різних рівнів викликає підвищену увагу до стратегічного управління, що, в свою чергу, актуалізує питання потенціалу. Визначення основних концептуальних позицій, які висвітлюють сутність потенціалу, визначають не тільки методологічну спрямованість наукових досліджень, але слугують формуванню емпіричного базису формування стратегічного потенціалу територіальної соціально-економічної системи та активізації її системних складових.

Метою статті є дослідження сучасних парадигм потенціалу і обґрунтування доцільності визначення сутності потенціалу з системних позицій.

Для досягнення мети вирішені такі завдання: по-перше, наведена характеристика існуючих теоретичних підходів, які дозволяють розглядати потенціал як сукупність факторів, ресурсів, можливостей, які організовані в стратегічному потенціалі; по-друге, визначені ознаки системного підходу до сутності потенціалу регіону.

Потенціал у перекладі з латинського означає силу, що може бути використана для до-

сягнення певної цілі. Подальше використання даного терміну трансформувало його значення в сторону латентності, яка відображає приховану силу, приховані здатності та можливості, які будуть проявлені за певних умов. Одним із перших авторів, що досліджували сутність потенціалу, виділяють Г. Воблія, якій категорію потенціалу окреслював за допомогою трьох понять: можливості, виробництво, потреби населення [2]. Подальші дослідження призвели, за систематизацією А. Рогового, до панування двох підходів до визначення сутності потенціалу: гносеологічний і науковий [7]. Науковий слугує визначенню закономірностей, які діють у процесі формування та використання потенціалу, а гносеологічний спрямовано на використання категорії потенціалу в науковому пізнанні ринкової економіки. Науковий підхід член.-кор. НАН України Мікловда В. П. спрямовує у дві течії: ресурсну та результативну [5].

Ресурсна течія обумовлює оцінку потенціалу за обсягом ресурсів, якими регіон володіє. Даний підхід дав життя терміну «ресурсний потенціал», якій розглядає в працях закарпатський дослідник М. Лендел, російський учений А. Фонотов, які вважають, що

ресурсний потенціал являє собою сукупність запасів і обумовлений загальною характеристикою джерел ресурсів, які становлять потенціал. Теоретичні основи ресурсного потенціалу слугують оцінці можливостей майбутнього періоду, яке неможливе без урахування спрямування, розширення, поповнення та відтворення джерел ресурсів [12].

Результативний напрям отримав назву внаслідок того, що в основу його оцінки покладено визначення можливого чи реального наслідку функціонування потенціалу. Реальним результатом рекомендовано вважати фактично отримані кількісні та якісні підсумки роботи потенціалу, а можливими – оцінку майбутніх результатів, тобто майбутні вихідні дані економічної системи регіону.

О. Федонін, І. Репін, О. Олексик поєднують сучасні теоретичні течії в дослідженні сутності потенціалу наступним чином [11]:

По-перше, це вже окреслений ресурсний підхід, згідно з яким потенціал являє собою сукупність різних видів ресурсів, що необхідні для функціонування та розвитку господарської системи.

По-друге, це факторний підхід, який визначає потенціал як набір факторів, що необхідні для реалізації цілі розвитку господарської системи.

По-третє, це підхід, за яким потенціал являє собою здатність ресурсів і факторів забезпечувати цілі стратегічного розвитку. Іншими словами, промисловий потенціал уособлює здатність господарської системи здійснювати виробничу діяльність, виробляти продукцію, послуги, задовольняти попит населення та потреби суспільства. Значення можливостей підкреслено в монографії В. Н. Василенко та інших, які обґрунтовують тезу, що при визначенні ресурсів регіону повинні бути закладені не тільки будь-які об'єктивно закладені природою характеристики, але й здатність регіональної економічної системи при використанні цих ресурсів задавати необхідні характеристики при виробництві продукції. Іншими словами, не забезпечив ресурсам необхідний рівень якості, неможливо вести розмову про ефективність регіональної економіч-

ної системи, про підвищення її економічного потенціалу [1].

Поруч із ресурсним і результативним виділені ієрархічний і змішаний підходи. Ієрархічний розкриває місце потенціалу конкретного носія в системі більш високого порядку. Автори змішаного підходу в поняття «потенціал» включають не тільки наявні ресурси, але й можливості їх ефективного застосування.

Г. Уліганець здійснює спробу згрупувати підходи до визначення сутності економічного потенціалу регіону у чотири течії [11].

Перша – це підходи до потенціалу регіону як суми здатностей, можливостей галузей народного господарства виробляти продукцію, здійснювати капітальне будівництво, надавати послуги.

Друга течія містить ресурсні концепції потенціалу, відповідно до якої потенціал дорівнює ресурсам, які є в наявності та можуть бути використані в ході господарської діяльності.

Третя група науковців визначає потенціал господарської системи адекватним виробничої потужності й оцінює як максимально можливий обсяг виробництва матеріальних благ і надання послуг при забезпеченні найбільш повного використання наявних ресурсів.

Четвертий підхід Уліганинець трактує як економічний потенціал, що є результатом економічних взаємовідносин між суб'єктами господарської діяльності.

Політекономічний підхід поділяє Р. Маяковський, який при розгляданні сутності економічного потенціалу й окремих його складових обґрунтовує їх зміст як систему відносин економічної власності між людьми у взаємодії з розвитком продуктивних сил і базисними елементами господарського механізму, що є основним джерелом розвитку економічної системи, її можливостей [4]. Це визначення впливає з підходу Л. Самоуткіна, який визначав, що економічний потенціал необхідно досліджувати у взаємозв'язку з властивими існуючої соціально-економічної формації виробничими відносинами, що виникають між робітниками, колективами, управлінським апаратом різного рівня економічних систем з приводу повного використання можливостей до створення матеріальних благ і послуг [8].

Визначення потенціалу з позицій виробничих відносин характерно для парадигми формацийного розвитку суспільства і не виражає відносини, які складаються у період трансформування адміністративної економіки у ринкову і не охоплюють відносини, які панують в умовах розвинутого ринку.

У ході дослідження сутності промислового потенціалу колективом Інституту економіки та прогнозування НАН України зроблено висновок, що при формуванні теоретичної моделі промислового потенціалу більш продуктивним є структурно-організаційний підхід. Даний підхід полягає в тому, що, з одного боку, потенціал промисловості є частиною економічного потенціалу регіону, а з іншого – являє собою сукупність потенціалів окремих видів

діяльності, що характерні для промисловості, які, в свою чергу, інтегрують можливості первинних ланок промислового виробництва [3]. Фактично ця методологічна посилка покладає основу ієрархічному підходу до визначення сутності потенціалу.

Отже, в ході критичного аналізу прийшли до висновку, що найбільш адекватним із методологічних позицій є підхід, який в основу сутності потенціалу регіону покладає його здатності та можливості використовувати ресурси найкращим в конкретних умовах для конкретного історичного етапу чином. Дослідження показало, що даний підхід (підхід здатностей і можливостей) становлять три основні напрями (рис. 1).

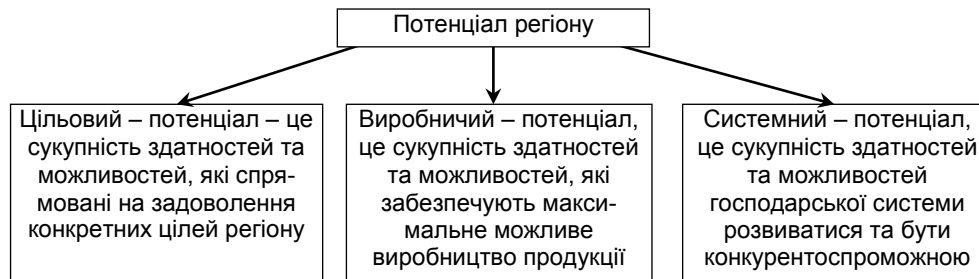


Рис. 1. Основні напрями дослідження сутності потенціалу регіону як сукупності здатностей та можливостей

Перший напрям – це цільовий. Якій визначає потенціал як здатність, можливість носія потенціалу досягати певної мети. Другий напрям – це виробничий, який панував у радянській економічній науці.

Проведене дослідження дозволило виділити третій, системний напрям, який дозволяє розглядати потенціал як можливості соціально-економічної системи розвиватися та бути конкурентоздатною. Даний напрям характерний для ринкової економіки, коли найбільш актуальними питаннями виживання системи є створення та розвиток її конкурентоспроможності.

Колектив науковців за керівництвом Ю. Кінзерського дійшов висновку, що потенціал – системне явище, яке характеризує можливість господарської системи виконувати свою суспільну місію із задоволення різноманітних потреб суспільства, природа яких пов'язана з

здійсненням певної діяльності [6]. Дану позицію поділяють останнім часом науковці, які розглядають у діалектичному плані, що зумовлено використанням потенціалу як основи для конкурентоспроможності господарської системи, а відповідно стратегічного розвитку останньої. Колектив авторів, який очолює член.-кор. НАН України Мікловда В. П., потенціал розуміє як систему взаємодії ресурсів, можливостей і здатностей господарської структури з метою досягнення певних цілей. Автори монографії прийшли до висновку, що рівень розвитку регіону забезпечує адекватна зовнішнім умовам система створення, функціонування та розвитку потенціалу, одним із основних елементів якої є її стратегічна спрямованість.

Необхідність посилення системного підходу була передбачена й окреслена в працях середини минулого сторіччя В. Афанасьєвим,

І. Блаубергом та іншими і розвиваються сьогодні. Доведено, що потенціал являє собою системну категорію, яка при її морфологічному аналізі спирається на три постулати, які впливають з загальної теорії систем [6]:

- функціонування потенціалу як системи повинно бути описано на основі вивчення структурно-функціональних зв'язків між елементами, що його утворюють;
- організація потенціалу, тобто структура потенціалу як системи, виявляється через стан, властивості і функції елементів, які безпосередньо взаємодіють з середовищем системи;
- організація потенціалу як системи цілком визначає її функції і взаємодію із середовищем.

Системний підхід дозволяє проаналізувати сутність потенціалу з позиції внутрішнього середовища та зовнішнього оточення. Аналіз внутрішнього середовища проводиться з погляду його складових, функціонально-структурних зв'язків між його складовими, дія яких

обумовлює стан і потенціал як системи. Дослідження потенціалу як взаємодії системи із зовнішнім середовищем визначає функції потенціалу в цілому відносно зовнішнього середовища та їх взаємовідносини. Взаємовідносини потенціалу та зовнішнього оточення характеризують ступінь відповідності потенціалу викликам зовнішнього оточення та адекватності потенціалу зовнішнім вимогам до його конкурентоспроможності. Іншими словами, системний підхід передбачає комплексне вивчення потенціалу як системи, тобто його складу, структури взаємозв'язків, функцій, організації, місця в системі вищого рангу, внутрішньої ієрархії, стійкості, відкритості і т. ін.

Системоутворювальні ознаками категорії потенціалу регіону з погляду теорії систем виділені такі: цілеспрямованість, складність, ділимість, цілісність, багатоманітність елементів, структурованість. Визначення саме потенціалу як системи впливає з ознаки латентності (рис. 2).

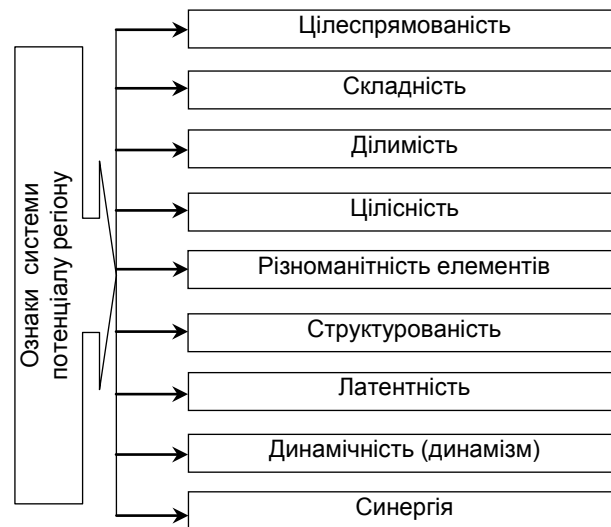


Рис. 2. Ознаки системи потенціалу регіону

1. Цілеспрямованість визначає динаміку та конфігурацію розвитку потенціалу, його політику взаємодії з зовнішнім оточенням. Ціллю економічної системи будь-якого рівня, з огляду на сенс її існування, є забезпечення конкурентоспроможності. Розвиток ринкових відносин поширює закони конкуренції на території, які починають виступати як товари, що задовольняють певні потреби їх споживачів.

Так, регіони вступають у конкурентну боротьбу за інвесторів, створюючи благоприємний інвестиційний клімат; за наукові кадри, які формують інтелектуальний капітал регіону; за впровадження інновацій, які формують технологічні конкурентні переваги і т. д.

2. Складність системи потенціалу визначена кількістю елементів, що формують потенціал, їх структурні взаємовідносини, які

визначають ієрархію складових потенціалу. Потенціал регіону являє собою складну систему, до якої входять не тільки окремі види потенціалу, але й різні їх носії (окремі особи, громади, підприємства та організації, неформальні об'єднання і т. д.).

3. Ділімість передбачає наявність певних груп елементів, що формують підсистеми потенціалу за певними ознаками. Аналіз складових потенціалу регіону дозволяє виділити широке коло груп його елементів за певними ознаками (за видами діяльності, за територіями, за видами бізнесу, за суб'єктами підприємницької діяльності і т. д.).

4. Цілісність потенціалу формується внаслідок прояву емерджентних якостей, тобто таких якостей, які характерні системі в цілому, але відсутні в окремих її елементах. Емерджентність потенціалу регіону визначена адміністративними, територіальними, культурними, економічними й іншими факторами.

5. Багатоманітність елементів потенціалу викликано функціональною специфічністю елементів потенціалу регіону. Різноманітність природи елементів потенціалу регіону викликано широким колом складових суспільного, в тому числі економічного життя регіону, природних особливостей та полінаціонального складу, що характерно для західних регіонів України.

6. Структурованість потенціалу визначається наявністю встановлених зв'язків між складовими потенціалу, відношення між самими елементами в межах системи, розподілом елементів за ієрархією. Структура потенціалу регіону залежить від рівня соціально-економічного розвитку, ділової активності, поділу праці в регіоні, клістирної політики, системи регіонального менеджменту.

7. Латентність, тобто якість складових елементів потенціалу регіону та процесів взаємодії між ними знаходиться у скритому стані, не проявляє себе повною мірою. На думку Т. Парсонса, латентність може являти собою збереження ціннісних зразків у соціально-економічній системі та регулювання напруг у неї, що є однією з умов існування системи та забезпечення її рівноваги, разом адаптацією, інтеграцією та досягненням мети. При роз-

гляданні регіонального потенціалу як системи латентність може бути виражена як затримка між стимулом дії потенціалу та його реакцією. Реалізація потенціалу залежить від латентного періоду його дії – часу між началом дії елементів потенціалу й отриманими результатами. Чим менший період латентності та її глибина, тим легше зробити оцінку потенціалу регіону та визначити результати його функціонування. Актуальність питань латентності при розгляданні регіональних проблем впливає з теорії структурного функціоналізму, які запропоновані Парсонсом і Р. Мертоном, згідно з якими функції являють собою наслідки, що слугують саморегуляції даної системи, її адаптації до середовища, а дисфункції – відповідно протилежні наслідки. В теорії структурного функціоналізму стосовно регіонального управління особливу увагу можливо приділяти формам прояву функцій – явної та латентної. Перша форма проявляється у випадку наявності об'єктивних, передбачених і цілеспрямованих дій у системі регіонального потенціалу, в наслідках його реалізації. Друга форма, латентна, проявляється у необізнаних діях, прихованих зв'язках. Чим більше явна, відкрита, прозора складова потенціалу регіону, тим менший латентний період, тим більша ефективність регіонального менеджменту та нижча невизначеність і ризикованість соціальних і економічних акцій.

8. Динамізм взаємодії. Даний принцип передбачає мінімізацію опору елементів системи стратегічного потенціалу діям, що пов'язані зі змінами системи в цілому. Ефективність стратегічного потенціалу як системи може бути лише за умов а) проходження матеріальних, фінансових та інших потоків найбільш коротким шляхом і за короткий проміжок часу; б) зміна одного елемента системи викликає зміни інших елементів; в) елементи системи взаємодіють у процесі її еволюції, що задіює принцип синергії.

9. Принцип синергії. Економічний синергізм означає можливість того, що результат спільних зусиль декількох складових системи перевищує сумарний показник їх спільної діяльності. В контексті даного дослідження ці умови можуть бути сформульовані таким чи-

ном: по-перше, керівництво соціально-економічної системи повинно брати активну участь у знаходженні та розвитку синергетичних можливостей; по-друге, повинна діяти певна система стимулювання, яка спрямована на роботу всій системи, а не окремих її елементів (або індивідумів); по-третє, синергізм виникає лише за умов тісного контакту між елементами системи, між працівниками організацій, підприємств, установ, що формують мезосистему.

Таким чином, потенціал регіону з позицій системного підходу являє собою динамічну сукупність явних і неявних взаємопов'язаних елементів, об'єднаних єдністю мети та загальними цілеспрямованими правилами взаємовідносин.

ЛІТЕРАТУРА

1. Василенко В. Н. Конкурентоспособность регионов: истоки, оценки и перспективы : монография / В. Н. Василенко, О. Ю. Агафоненко, В. Е. Будяков ; НАН Украины ; Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк : ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2008. – 363 с.
2. Воблий К. Г. Производительные силы Украины. Теория, экономика и право / Г. К. Воблий // Научные записки Института народного хозяйства. – 2009. – № 4–5. – С. 126–149.
3. Экономическая энциклопедия / под ред. Л. И. Абалкина ; Ин-т экономики российской академии наук. – М. : ОАО «Изд-во «Экономика», 1999. – 1955 с.
4. Економічний потенціал України та шляхи його ефективного використання [Електронний ресурс] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.01.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / Р. Б. Маяковський ; Київ. нац. екон. ун-т. – К., 2003. – 20 с.
5. Маркетинговий потенціал регіону: проблеми та шляхи їх подолання : монографія / Мікловда В. П., Кубіній Н. Ю., Шандор Ф. Ф., Щелкунова О. В. [та ін.]. – Ужгород : Ліра, 2009. – 208 с.
6. Промисловий потенціал України: проблеми та перспективи структурно-інноваційних трансформацій / відп. ред. Ю. В. Кіндзерський. – К. : Ін-т економіки та прогнозування НАН України, 2007. – 408 с.
7. Роговой А. И. Проектирование и оценка рыночного потенциала предприятия / А. И. Роговой. – Самара : СНЦ РАН, 2002. – 185 с.
8. Самоуткин А. И. Потенциал нематериального производства / А. И. Самоуткин. – М. : Знание, 1991. – 175 с.
9. Дмитриченко М. Ф. Системологія на транспорті : підручник / М. Ф. Дмитриченко. – К. : Знання України, 2005. – Кн. 1. : Основи теорії систем і управління, 2005. – 343 с.
10. Уліганець Г. П. До питання про сутність ресурсного потенціалу регіону / Г. П. Уліганець // Економіка та держава. – 2007. – № 39. – С. 20–22.
11. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексик. – К. : КНЕУ, 2004. – 316 с.
12. Фонотов А. Г. Ресурсный потенциал: планирование, управление / А. Г. Фонотов. – М. : Экономика, 1985. – 292 с.

ІНВЕСТИЦІЙНО-СТРАХОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ ПЕРЕХІДНОЇ ЕКОНОМІКИ

Г. П. Скляр, кандидат економічних наук;

О. В. Яріш, кандидат економічних наук

Практика розвитку суспільства в Україні протягом останніх десятиріч свідчить про суттєве зменшення позитивного впливу держави на формування якісних показників життя населення. В цих умовах активізується роль родини та домогосподарства у забезпеченні їх виживання і розвитку, відтворення людського капіталу, підвищення рівня життя, формування середнього класу і громадянського суспільства, а також відродження української нації [7]. Тому тема статті, присвячена інвестиційно-страховій діяльності домогосподарств в умовах перехідної економіки, є актуальною і має практичне значення.

В останніх наукових публікаціях сучасні українські дослідники визначають споживчу поведінку домогосподарств [1], аналізують проблеми управління депозитним портфелем домогосподарства [3] і залучення заощаджень населення небанківськими фінансовими установами [10, 11], виділяють діяльність індивідуального інвестора на фінансовому ринку [9], окреслюють місце фінансів домогосподарств у фінансовій системі [5], наголошують на тенденціях розвитку українського страхового ринку в контексті інвестиційного пріоритету [12]. Разом з тим сутність і особливості інвестиційно-страхової діяльності домогосподарств в умовах перехідної економіки майже не аналізується.

Методологічно стаття базується на аналізі діяльності домогосподарства як складного людинорозмірного комплексу, чия інтегральна сутність обумовлена інтегральною сутністю людини. Основною метою статті є аналіз взаємопов'язаних видів діяльності домогоспо-

дарств з інвестування і страхування їх (домогосподарств) капіталу.

У широкому сенсі інвестиційно-страхова діяльність домогосподарств націлена на розвиток усіх форм капіталу домогосподарства. Сучасний період розвитку економіки України пов'язаний зі стисканням часу і простору в свідомо організованій сфері господарювання, що знаходить прояв у сумісно-розділеному характері відносин глобальної і вітчизняної фінансово-економічної кризи в сферах фінансової і реальної економіки. Протириччя свідомих дій наділених фінансово-економічною владою особистостей планетарного, національного та регіонального масштабу, що призводять до зубожіння основної частини населення, актуалізують розгляд реального досвіду дій людей з метою виживання. В умовах перехідної економіки сформувалася стала тенденція до трансформації сфери соціально-економічних відносин в Україні, вектор розвитку якої, на наш погляд, – набуття ознак периферійного ринкового господарства. Внаслідок упровадження механізмів декапіталізації та деіндустріалізації економіки, відсутності підтримки розвитку основних суспільних інституцій з боку владних еліт знизився рівень життя основної частини населення. В цьому контексті посилилось значення розвитку різноманітних форм самоорганізації населення у сфері соціальної економіки, економіки виживання, серед яких важливе місце посідає сфера домогосподарств. Вплив вказаних умов на розвиток домогосподарств має в цілому різновекторний і суперечливий характер. Декапіталізація призводить до зростання бідності, яка, в цілому, сприяє зниженню соціальної ак-

тивності. Разом з тим, пасіонарні особистості здатні до розвитку відносин самоорганізації. Деіндустріалізація країни підвищує значення розвитку відносин в аграрній сфері, сфері агробізнесу, торгівлі, послуг тощо, що створює умови для розвитку сільських домогосподарств. У загальній економічній ситуації, що склалася в Україні, однією з найскладніших соціально-економічних проблем є проблема підвищення вартості робочої сили, яка є найбільшою цінністю країни. У сукупності з іншими важелями вирішення цієї проблеми зумовило б перехід від екстенсивного до інтенсивного, інноваційного розвитку національної економіки. Одночасно вирішення цієї проблеми значною мірою вплинуло на розвиток внутрішнього споживчого ринку – стержня економіки будь-якої країни. Без цього практично неможливо підвищити попит на цьому ринку та ліквідувати грошовий дефіцит, який у роки економічної кризи прийшов на зміну товарному дефіциту, що було при адміністративно-командній економіці. А отже, зростання вітчизняного виробництва товарів народного споживання, його матеріальної першооснови – аграрного виробництва для внутрішнього ринку – без підвищення вартості національної робочої сили не має економічного сенсу, є ринково невмотивованим. Враховуючи особливості виробництва в аграрній сфері, слід відзначити ознаки сталого зростання показників продукції сільського господарства. Попри беззаперечно позитивні виробничі зрушення в АПК країни в цілому та в аграрному секторі економіки зокрема, реальне ринкове реформування останнього ще не є достатньо стабільним і адекватним, тобто таким, яке відповідало б змісту й забезпеченню необхідних темпів ринкової трансформації економіки України на сучасному етапі. Основним негативом у розвитку аграрного виробництва в Україні є, на наш погляд, відсутність достатніх позитивних структурних галузевих та інституційних зрушень, – це засвідчує насамперед збереження тенденції до подальшого зменшення частки в загальних обсягах сільськогосподарського виробництва сільськогосподарських підприємств, які вже не виконують роль основних виробників в аграрному секторі держави.

Слід відзначити, що, незважаючи на зниження рівня економічної активності сільського населення і на скорочення чисельності найманих працівників у сільськогосподарських підприємствах, рівень зайнятості серед жителів села за останній період практично залишався незмінним. При цьому особисте селянське господарство набуває для сільських жителів усе більшого значення – як альтернативна сфера реальної і, що особливо важливо, доступної зайнятості. З огляду на високу ймовірність подальшого скорочення чисельності найманих працівників у сільськогосподарських підприємствах, уже навіть у близькій перспективі, цей сектор аграрного виробництва може стати своєрідним, але важливим соціальним амортизатором нейтралізації подальших несприятливих для багатьох сільських жителів економічних змін в аграрному секторі. Поряд і одночасно з можливостями прояву економічної активності, насамперед забезпечення зайнятості, ведення особистого підсобного господарства для більшості сільських жителів працездатного віку є все важливішим і вагомим чинником їхнього життєвого рівня, джерелом не лише самозабезпечення харчовими продуктами (в умовах фактичного згорання роздрібною торгівлі цими продуктами у більшості сільських населених пунктів), а й одержання грошових доходів, необхідних для придбання інших предметів споживання та оплати послуг, а також засобів виробництва для ведення того ж особистого селянського господарства. Відповідний рівень товарності й ефективності особистого підсобного господарства [6] створює умови до появи грошових потоків, розвитку фінансових відносин інвестування виробництва. Останнє стає все більш нагальним через діючу практику натуралізації оплати праці на більшості сільськогосподарських підприємств і плати за оренду земельних і майнових паїв. Зменшення абсолютних обсягів і частки в сукупних ресурсах сільських домогосподарств вартості спожитої продукції, отриманої від особистих підсобних господарств, на тлі зростання абсолютних сум і частки грошових доходів від продажу сільськогосподарської продукції свідчить, серед іншого, про підвищення купівельної спро-

можності сільських жителів загалом, їхню все більшу орієнтацію на споживчий ринок, тобто на збільшення придбання предметів споживання замість їх виробництва для власного споживання в особистому підсобному господарстві. Нині більше третини із загального обсягу сільськогосподарської продукції, яка вирощується сільськими домогосподарствами, виробляється ними для продажу, для ринку.

Зазначене, на наш погляд, зумовлює тенденцію зростання як абсолютних сум, так і відносного рівня грошових витрат сільських домогосподарств на ведення особистого підсобного господарства, яке, все більше орієнтуючись на ринок, перестає ґрунтуватися тільки чи в переважно на безоплатній праці членів домогосподарств і потребує, з урахуванням вимог ринку, збільшення інших ресурсів виробництва. Хоча наведений показник не враховує або не повністю враховує витрати домогосподарств на найважливіший вид ресурсів – працю (як правило, членів домогосподарств, їх родичів тощо), його тенденція свідчить про посилення актуальності для сільських домогосподарств ефективності ведення цього господарства, забезпечення його насінним і посадковим матеріалом, мінітехнікою, мінеральними добривами, засобами захисту рослин і тварин, молодняком худоби і птиці, кормами, послугами з обробітку землі, зооветобслуговування, іншими ресурсами, факторами виробництва.

У вузькому сенсі інвестиційно-страхова діяльність домогосподарств пов'язана зі страхуванням життя членів домогосподарства. В процесі проведення пенсійної реформи, що має на меті поступовий перехід від розподільного до накопичувального принципу побудови пенсійної системи, були розроблені та набули чинності з 1 січня 2004 р. закони «Про недержавне пенсійне забезпечення» та «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування». Традиційна солідарна система пенсійного забезпечення громадян похилого віку побудована за принципом солідарності поколінь, коли пенсійні відрахування працюючих ідуть на виплати пенсіонерам. Накопичуваль-

на пенсійна система функціонує за рахунок внесків на створення власного капіталу, завдяки чому після досягнення пенсійного віку здійснюються пенсійні виплати. В накопичувальній пенсійній системі наявна інвестиційна компонента – власний капітал, крім внесків, зростає за рахунок доходів від здійснених інвестицій. Таким чином, результатом проведення пенсійної реформи має бути створення трирівневої пенсійної системи. Принциповою особливістю нової пенсійної системи є пряма залежність розміру майбутньої пенсії від суми сплачених соціальних внесків. Завдяки проведенню пенсійної реформи Україна долучилася до світової практики використання ринку недержавних пенсійних послуг для забезпечення соціальних потреб пенсіонерів і збільшення інвестиційного потенціалу країни. Слід зазначити, що в умовах перехідної економіки в Україні вихід члена домогосподарства на пенсію різко погіршує його матеріальний стан і соціальний статус у суспільстві. Тому потрібно якомога раніше, в працездатному віці, починати накопичувати фінансові ресурси за рахунок вкладів у пенсійні фонди, страхові компанії, банківські установи. При використанні пенсійних програм страхових компаній клієнт отримує не тільки пенсію, але також додаткові послуги: страхування життя від нещасних випадків, критичних захворювань тощо. Крім того, сучасний страховий бізнес пропонує різноманітні накопичувальні програми страхування життя, які обов'язково включають інвестиційну компоненту.

Таким чином, інвестиційно-страхова діяльність сприяє забезпеченню [2] родини, збільшенню капіталу домогосподарств. При цьому з суспільного погляду нагальним є створення умов для формування середнього класу, у тому числі завдяки розвитку підприємництва [4]. Подальші наукові дослідження пов'язані з визначенням пріоритетних напрямів інвестиційної діяльності домогосподарств. Важливим є окреслення меж фінансових відносин домогосподарств, виявлення особливостей сімейних господарств [8] та створеного на їх основі сімейного бізнесу [13], малих фермерських господарств [14] тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ватаманюк М. М. Споживча поведінка домогосподарств в умовах перехідної економіки / М. М. Ватаманюк // *Фінанси України*. – 2004. – № 12. – С. 69–76.
2. Вербовий М. В. Українська традиція кооперативного убезпечення / М. В. Вербовий // *Фінанси України*. – 2004. – № 6. – С. 129–135.
3. Вітлінський В. В. Управління депозитним портфелем домогосподарства / В. В. Вітлінський, О. М. Гай // *Фінанси України*. – 2004. – № 10. – С. 131–140.
4. Гавраш В. М. Середній клас і мале підприємництво в Україні / В. М. Гавраш, В. В. Овчаренко // *Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф.* – Полтава : Скайтек, 2005. – Т. 2. – С. 123–126.
5. Гордієнко Л. А. Фінанси домогосподарств як елемент фінансової системи / Л. А. Гордієнко // *Фінансова система України : зб. наук. пр.* – Острого : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2006. – Вип. 8. – Ч. 1. – С. 57–62.
6. Горкавий В. К. Товарність та ефективність особистих підсобних господарств населення / В. К. Горкавий, Н. Г. Гончаренко // *Економіка АПК*. – 2001. – № 12. – С. 93–98.
7. Задорожний Г. В. О фундаментальных основаниях разработки стратегии «SOS» для Украины и роли элиты (препринт доклада для обсуждения на «круглом столе» на тему «Экономика и мораль») / Г. В. Задорожний. – Х. : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2009. – 30 с.
8. Ковалюк О. М. Сімейні господарства України: принципи, механізми, перспективи. Навчальний посібник. / О. М. Ковалюк, Г. А. Лех, С. К. Реверчук ; за ред. докт. екон. наук., проф. С. К. Реверчука. – К. : Атіка, 2002. – 176 с.
9. Паславський О. Я. Індивідуальний інвестор на фінансовому ринку України / О. Я. Паславський // *Фінанси України*. – 2004. – № 11. – С. 47–54.
10. Примостка О. О. Фінансові установи у системі недержавного пенсійного забезпечення / О. О. Примостка // *Фінанси України*. – 2004. – № 6. – С. 53–58.
11. Сідельник О. Залучення заощаджень населення небанківськими фінансовими установами / О. Сідельник // *Регіональна економіка*. – 2006. – № 3. – С. 144–149.
12. Ступницький В. В. Особливості та тенденції розвитку українського страхового ринку в контексті інвестиційного пріоритету / В. В. Ступницький // *Фінансова система України : зб. наук. пр.* – Острого : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2006. – Вип. 8, Ч. 3. – С. 509–515.
13. Сулковський Л. Дослідження специфіки сімейного бізнесу в Польщі / Л. Сулковський // *Регіональна економіка*. – 2006. – № 3. – С. 199–215.
14. Хлівна І. В. Грошові надходження та інвестиційні витрати малих фермерських господарств / І. В. Хлівна // *Фінансова система України : зб. наук. пр.* – Острого : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2006. – Вип. 8, ч. 3. – С. 135–143.

УДК 631.164.23

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ І ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АПК

Н. В. Зінченко, кандидат економічних наук

У процесі поглиблення суспільного розподілу праці сільське господарство самостійно вже не може забезпечувати умову власного відтворення. Це зумовлено тим, що розвиток даної галузі все більшою мірою залежить від

промисловості, яка постачає селу необхідні засоби виробництва. Тобто темпи й ефективність розширеного відтворення у сільському господарстві значною мірою залежать від розвитку першої сфери АПК – фондостворюю-

чих галузей, і їх здатності забезпечити його знаряддями і предметами праці у необхідному обсязі, асортименті та відповідної якості.

Слід зазначити, що з розвитком інтеграційних процесів спостерігається значне розширення і поглиблення міжгалузевих зв'язків за двома напрямками, з одного боку, у результаті задоволення всезростаючих потреб сільського господарства продукцією фондостворюючих галузей, з іншого – через збільшення поставок сільськогосподарської сировини на промислову переробку галузям харчової і легкої промисловості. Існує також третій бік, який є одним із важливих напрямів розширення міжгалузевих зв'язків, – здійснення різних видів діяльності з обслуговування сільськогосподарського виробництва за рахунок створення ремонтних, агрохімічних, меліоративних і інших агросервісних підприємств і організацій, що у сукупності утворюють виробничу інфраструктуру АПК.

Тому питанням поглиблення інтеграційних процесів в АПК за рахунок створення різноманітних ринкових структур необхідно постійно приділяти особливу увагу.

Наукові дослідження з проблем подальшого розвитку інтеграційних процесів в АПК є і залишаються предметом дослідження вітчизняних і зарубіжних учених, таких як В. Г. Андрійчука, В. І. Богачова, П. І. Гайдуцького, В. М. Гончарова, П. Т. Саблука, В. Г. Ткаченка, Н. Г. Арасланова та ін.

Метою даної статті є виявлення мотивів щодо розвитку інтеграційних процесів в АПК за допомогою застосування ряду основних принципів.

Активізація інтеграційних процесів обумовлена не тільки потребами самих товаровиробників галузей АПК, які прагнуть до об'єднання для спільної діяльності, але і зусиллями з боку держави, направленими на стимулювання створення інтегрованих агропромислових формувань як ефективного механізму подолання депресивного стану сільськогосподарського виробництва.

Доцільність створення інтегрованих формувань значною мірою пов'язана і з кризовим станом більшості сільськогосподарських підприємств. Інтеграційні процеси у сучасних

умовах є одним з найбільш ефективних засобів досягнення максимальної прибутковості виробників аграрної продукції.

Тому завдяки активній державній підтримці та розумній стратегії залучення додаткових інвестицій інтеграційні процеси можуть стати тією основною ланкою, яка дозволить вирішити проблему підйому економіки та підвищення її ефективності.

Слід також зазначити, що інтеграційні процеси сприяють підвищенню конкурентоспроможності виробництва, поєднанню інтересів її учасників, а отже, отриманню кожним із них відповідних вигод, забезпеченню належної відповідальності за результати спільної роботи, також дозволяють підвищити оперативність і маневреність у використанні фінансових, виробничо-технічних, кадрових, управлінських ресурсів, спрощується процес узгодження напрямів взаємодії сільгосптоваровиробників, переробників і торгових підприємств.

Тому при побудові організаційно-економічного механізму інтегрованих формувань необхідно дотримуватися таких принципів:

- добровільність вибору партнерів і економічна доцільність, які дозволяють оптимізувати склад інтегрованого формування;
- об'єднання не тільки організаційно-господарських структур, і їх капіталів, але і колективне управління власністю, яке підвищує зацікавленість і відповідальність кожного партнера;
- вплив держави на інтеграційний процес лише за рахунок створення економічних умов, які забезпечують його ефективність, або на основі участі державного органу як рівноправного партнера об'єднання;
- виділення провідної ланки та пріоритетних напрямів удосконалення інтегрованого формування;
- рівні економічні умови для всіх учасників інтеграції;
- організаційна цілісність інтегрованих структур при єдиних стратегіях, тактиках, цілях і завданнях розвитку.

Проте необхідно вказати, що не всі перераховані принципи в однаковій мірі мають відношення до різних форм інтеграції. По-перше,

галузевої склад об'єднань є неоднаковим; по-друге, інтегровані формування можуть розвиватися на основі договорів з неоднаковим терміном дії і у формі різноманітних самостійних структур (деякі створюються за рахунок об'єднання капіталів і праці окремих суб'єктів господарювання).

Слід також відзначити, що однією з найбільш поширених форм інтеграційних процесів є агропромислова інтеграція.

Коли йде мова про агропромислову інтеграцію у широкому сенсі слова, мається на увазі розвиток виробничих і економічних зв'язків між галузями і підприємствами агропромислового комплексу, які пов'язані між собою, технологічно і об'єктивно орієнтовані на поєднання їх матеріальних інтересів у процесі виробництва та реалізації кінцевої продукції з сільськогосподарської сировини.

Аналізуючи наукові пізнання багатьох учених-економістів [1, 2, 5, 6], більшість з них схиляється до того, що агропромислова інтеграція є складним економічним явищем, яке відбивається у встановленні технічної, технологічної, організаційної, управлінської, економічної, соціальної єдності сільськогосподарських, промислових та інших підприємств, взаємопов'язаних процесами виробництва, зберігання, переробки і реалізації готових продуктів.

Беручи до уваги висновки вчених, зауважимо, що агропромислова інтеграція – це одна із форм територіально-виробничого комбінування і об'єднання в єдине ціле технологічно й економічно пов'язаних між собою сільськогосподарських товаровиробників та промислових підприємств, а також торгових і інших обслуговуючих структур з метою отримання синергетичного ефекту, а також забезпечується ефективне функціонування всіх її учасників за рахунок раціонального інвестування і отримання конкурентоздатної продукції.

Доцільність агропромислової інтеграції обумовлена цілим рядом чинників, серед яких, є:

- усунення розбалансованості між сільським господарством і промисловістю, яка досягається завдяки поєднанню виробництва, зберігання та переробки сільськогосподарської сировини і реалізації готової продукції;

- зменшення втрат продукції при її проходженні по технологічному ланцюгу, який досягається завдяки зменшенню часу перебування товару на проміжних етапах;

- зниження розміру податку на додану вартість;

- поглиблення спеціалізації господарств;

- підвищення ступеня переробки аграрної продукції і її якості;

- зменшення ризику та невизначеності в умовах конкурентної боротьби;

- стимулювання інвестування капіталу переробних підприємств у виробництво сільськогосподарської сировини.

Створення агропромислових формувань до певної міри сприяє появі нових робочих місць для працевлаштування селян. Останнє стосується не тільки безпосередньо переробних підприємств, але і появи робочих місць у різноманітних об'єктах соціальної сфери, які створюються міцнішими у фінансовому відношенні агропромисловими формуваннями.

У агропромислових формуваннях, що функціонують у даний час, у першу чергу у сільськогосподарських, досягається реальне поєднання сільськогосподарського та промислового виробництва. В результаті цього виробництво сільськогосподарської продукції, її транспортування, переробка та реалізація з окремих ланок перетворюється у єдиний виробничий процес, що з економічного погляду характеризується взаємною матеріальною зацікавленістю і відповідальністю усіх учасників агропромислового виробництва у виробництві та реалізації кінцевої продукції.

Найбільш яскравим прикладом цього є агропромислові об'єднання, холдинги, великі агрофірми, корпорації, які можуть бути організовані на кооперативній або корпоративній основі.

Агропромислові асоціації, які об'єднують на договірній основі сільськогосподарські та переробні підприємства, а також торгові структури, як правило, беруть на себе увесь комплекс функцій, пов'язаних із закупівлею аграрної продукції, її переробкою та реалізацією. Комерційна зацікавленість у вступ до асоціації базується на доходах, які додатково виходять тут від поліпшення асортименту, якості та вигідного збуту готових продуктів.

Виробничо-економічні зв'язки між учасниками асоціації формуються за принципом однакової рентабельності для всіх.

Агрофірма частіше створюється на базі найбільш міцного у фінансовому відношенні господарства, яке має високорозвинуте виробництво, переробку, зберігання та реалізацію готової продукції, а також відповідні обслуговуючі підрозділи. До складу агрофірми нерідко включаються і декілька господарств, які об'єднуються для спільної діяльності. При цьому вони можуть організовуватися як з втратою їх членами статусу юридичної особи, так і з його збереженням.

Агрокомбінат створюється здебільшого на районному рівні – з включенням у його склад сільськогосподарських, переробних, торгових і обслуговуючих підприємств і організацій АПК. Але на практиці зустрічаються комбінати, які створюються за галузевим принципом і об'єднують підприємства декількох адміністративних районів.

Що стосується агропромислового концерну, то до його складу входять підприємства сільського господарства, промисловості, транспорту, торгівлі, наукові й інші організації. Він створюється на основі добровільної централізації функцій виробничого та науково-технічного розвитку, а також їх фінансової і зовнішньоекономічної діяльності.

Складнішим агропромисловим формуванням є холдингова компанія, де інтеграційний процес частіше ініціює не сільськогосподарські, а переробні формування. При цьому головне (материнське) підприємство організовує дочірні акціонерні товариства, створюючи при цьому їх статутний капітал.

Холдинг, як правило, є єдиний підкомплекс на одному або іншому територіальному рівні. Він є одним із найбільш ефективних виходів з економічної ситуації, яка склалася зараз в АПК. Тому що створює можливості для здійснення інвестування у капітальне будівництво, придбання технічних і енергетичних засобів і споруд, розробки нових технологій, організації належної сировинної бази, виплати працівникам заробітків, а інвесторам – дивідендів. Саме холдингові компанії сприяють широкому залученню різноманітних інвесторів без додаткових витрат.

Отже, визначити перспективи розвитку подібних формувань дозволяє зробити попередню оцінку їх потенційних можливостей як позитивні риси, а саме:

- По-перше, холдинги грають важливу роль у стабілізації господарських зв'язків. Це досягається за рахунок спрощення відносин між їх підрозділами [5].

- По-друге, холдинги дозволяють підвищити дію переробних підприємств на розвиток сировинних зон і мінімальний вплив посередницьких структур у сфері обміну у цілому на товаровиробників.

- По-третє, в рамках холдингів підвищується ефективність маневрувати матеріальними та фінансовими ресурсами, а також робочою силою.

- По-четверте, наявність холдингів сприяє підвищенню інвестиційної привабливості регіонів і сприяє таким чином вкладенню фінансів зарубіжними інвесторами.

- По-п'яте, розвиток холдингів сприяє легалізації тіньових капіталів.

- По-шосте, холдинги дозволяють сформувати швидше аграрний ринок, оскільки інституційні структури ринку (торгові будинки та біржі) зможуть підвищити свої потенційні можливості.

Але, крім аналізу позитивних рис функціонування холдингів, слід зазначити і негативні риси:

- ускладнюється узгодженість економічних інтересів структурних підрозділів між господарськими суб'єктами різних галузей, а також між провідною організацією і структурними підрозділами;

- можуть виникнути негативні наслідки для регіонів у сферах ціноутворення, оподаткування і кредитно-фінансових відносин;

- виникає вірогідність витіснення холдингами суб'єктів середнього та малого бізнесу з окремих сегментів ринку та регіонів.

Таким чином, після зазначення позитивних і негативних рис можна відзначити, що холдингові формування можуть бути могутнім провідником дії держави на відтворювальний процес в АПК [5].

Обов'язковою ланкою перерахованих вище великих агропромислових формувань є виробництво та доведення готового продукту до

кінцевого споживача, який і визначає конкретну ціну нового виробу. Завдяки виключенню зайвих посередників вдається здешевити вироблену тут продукцію. А це, у свою чергу, дозволяє забезпечити стійкіші конкурентні позиції на ринку продовольства та знайти справедливіший спосіб розподілу виручки (прибутку) між партнерами відповідно до реального внеску кожного з них у кінцевий результат.

Практика свідчить, що у сучасних ринкових умовах можуть застосовуватися достатньо різні форми інтеграції. Вибір будь-якої форми інтеграції залежить від конкретних умов кожного суб'єкта підприємницької діяльності. Причому пристосованими до ринкових умов можуть бути як малі, так і крупні за своїми масштабами підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Андрійчук. – 2-ге вид., допов. і перероб. / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.
2. Саблук П. Т. Ефективність корпоративного управління: інституційний аспект / П. Т. Саблук, О. О. Мороз // Вісник аграрної науки. – 2004. – № 6. – С. 54–56.
3. Аграрна реформа в Україні / за ред. акад. П. І. Гайдуцького. – К. : ННЦ ІАЕ, 2005. – 424 с.
4. Гончаров В. М. Соціально-економічні проблеми формування та розвитку аграрних корпоративних структур / В. М. Гончаров, О. В. Кочетков, В. Ю. Ільїн // Економіка АПК. – 2005. – № 11. – С. 95–99.
5. Аграрная реформа в Украине: региональные аспекты : монография / под общ. ред. В. Г. Ткаченко и В. И. Богачева. – Луганск : Книжковий світ, 2003. – 160 с.
6. Арасланов Н. Г. Агропромышленные преобразования и конкурентоспособность аграрной экономики / Н. Г. Арасланов, И. М. Асылгужин // Проблемы и перспективы повышения конкурентоспособности российской экономики : материалы XXV Междунар. науч.-практ. конф. по экономике, Краснодар, 29–31 октября 2004 г. – Краснодар : Изд-во КубГАУ, 2004. – С. 14–8.

УДК 338.246.025.2:334.758

ПОДАТКОВИЙ МЕХАНІЗМ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНТЕГРОВАНИХ КОРПОРАТИВНИХ СИСТЕМ

О. І. Клімова

Зважаючи на поглиблення інтеграції України у світовий економічний простір, наявність у нашої країни стратегічних переваг глобального значення формують привабливість її окремих галузей для прискореної транснаціоналізації та формування на їх базисі потужних експорто-орієнтованих корпоративних об'єднань (інтегрованих корпоративних систем), проблематика розробки державної економічної політики щодо їх регулювання є актуальною і потребує науково-теоретичного осмислення.

Водночас державне регулювання інтегрованих корпоративних систем (ІКС) складається з сукупності різних механізмів – нормативно-правового, антимонопольного, організаційного, інвестиційного, податкового тощо.

Світова практика переконливо показує, що саме зміни у податковій політиці дозволяють найбільш ефективно впливати на структуру суспільного виробництва за допомогою перенаправлення інвестиційних потоків. Повсюдною практикою є зниження ставок на прибуток корпорацій. Так, у США за період з кінця

1990-х рр. минулого століття до теперішнього часу ставка податку була знижена з 46 до 15 %. Аналогічна ситуація і в інших розвинених країнах. У Франції ставка податку знизилась з 50 до 36 %, в Японії – з 52 до 40,69 %, у ФРН – з 56 до 20–30 %, у Великобританії – з 50 до 30 % [1]. При цьому у Франції існує значна диференціація ставок залежно від використання прибутку. У США ж активно обговорюється питання про поступове скасування податку на прибуток і формування доходів бюджету переважно з доходів фізичних осіб.

Проблема державного регулювання корпоративного сектора економіки є достатньо розробленою. Дослідженням даної проблеми займалися такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Н. Петришина, А. Бажанова, О. Лівіновська, Р. Данилейчук, В. Кіп Віскузі, Дж. М. Вернон, Дж. Е. Гарінгтон, П. Вельц та ін. Незважаючи на велику кількість праць з питань державного регулювання корпоративного сектора, поки що не проводилось окремих досліджень податкового механізму регулювання інтегрованих корпоративних систем як одних з основних складових корпоративного сектора економіки. Це свідчить про теоретичну і практичну значущість даної роботи.

Мета статті – дослідження податкового механізму державного регулювання ІКС України та пошук способів його вдосконалення.

Аналіз вітчизняного корпоративного законодавства показує, що у ньому немає зв'язку з податковим законодавством. Основні незгодженості стосуються таких моментів: при визнанні ІКС консолідованим платником податку на прибуток, передбаченим Податковим кодексом України, у законодавстві про ІКС відповідні норми відсутні; у законодавстві про ІКС відсутнє перетинання з нормативними актами з питань методів і принципів консолідації фінансової звітності, зокрема з Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 20 «Консолідована фінансова звітність», затвердженим Наказом Міністерства фінансів України 30.07.1999 р. № 176.

Що стосується банків, які входять до складу ІКС, то документом, який регулює їх діяльність у межах ІКС, є Інструкція НБУ «Про порядок складання та оприлюднення фінан-

сової звітності банків України». Бухгалтерські принципи, запропоновані в Інструкції, дуже близькі до принципів МБС (IAS), але всі правила, що вона містить, важко застосувати по суті для банків-учасників ІКС з огляду на складнощі з отриманням надійної фінансової інформації від компаній.

До останнього часу зміни у податковій системі України істотно гальмувались затримкою у прийнятті Податкового кодексу. Проте після його прийняття низка проблем, пов'язаних з оподаткуванням ІКС, ще й досі не вирішені.

Однією з основних інституціональних перешкод для формування ІКС в Україні залишається проблема податкового консолідування. Податкова консолідація, безумовно, служить одним із важливих факторів, що стимулюють вертикальну інтеграцію, оскільки вертикально інтегрована корпоративна система може виграти від економії принаймні на податку на додану вартість.

Питання консолідованого бухгалтерського обліку розкриті у Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 20 «Консолідована фінансова звітність». У цьому зв'язку необхідно доповнити законодавство про ІКС таким положенням: інтегровані корпоративні системи мають статус консолідованих платників податків і можуть готувати консолідовані фінансові звіти. З іншого боку, у Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 20 «Консолідована фінансова звітність» слід внести доповнення, що визначають базові правила підготовки консолідованої фінансової інформації ІКС, і правила підготовки консолідованих фінансових звітів для ІКС.

До того ж, сучасне податкове законодавство поки що не передбачає податкового консолідування щодо всіх податків, а лише щодо податку на прибуток. Отже, пропонується внести доповнення до Податкового кодексу України у частині можливості податкового консолідування стосовно всіх видів загальнодержавних і місцевих податків і зборів, які передбачені у ст. 9–10 чинного Податкового кодексу України.

Важливою перешкодою облікової та податкової консолідації підприємств, що входять до складу вітчизняних ІКС, служить відсутність визначення поняття «консолідована група

платників податків», що накладає суворі обмеження на визначення консолідованого платника податків. Отже, необхідно передбачити в одному з розділів Податкового кодексу України визначення поняття «консолідована група платників податку», а також правові положення, що стосуються таких груп: як головне підприємство та учасники ІКС можуть створювати консолідовану групу платників податків, що об'єднує як промислові підприємства, так і фінансові, науково-дослідні, торговельні установи тощо.

Окрім недосконалості законодавства звітна та податкова консолідація ІКС породжує цілу низку протиріч між місцевими й державними органами влади. Істотна частка головних підприємств ІКС зареєстровані у Києві, тоді як підприємства, що входять до них, розташовані в інших регіонах. Отже, консолідація прибутку ІКС у регіонах призводить до різкого скорочення податкових надходжень у державний бюджет. Відповідно до п. 4 ст. 152 Податкового кодексу України головне підприємство ІКС може сплачувати консолідований податок на прибуток до бюджетів територіальних громад за своїм місцезнаходженням або підприємства, що входять до складу ІКС, можуть сплачувати консолідований податок на прибуток до бюджетів територіальних громад за своїм місцезнаходженням.

Проте через те, що як головні підприємства, так і підприємства, що входять до складу ІКС, розміщені нерівномірно, недоцільно залишати у Податковому кодексі такі положення без змін. Адже це призведе до значних перекосів у економічному стані різних регіонів України. Тому вважається раціональним застосувати досвід Німеччини, де всі податки, які збирають, пропорційно діляться між федеральним, земельним і місцевим бюджетами. В українських умовах пропонується, щоб 50 % консолідованого податку сплачувало головне підприємство ІКС за своїм місцезнаходженням, а інші 50 % сплачували б підприємства, що входять до складу ІКС, за своїм місцезнаходженням.

Підвищення ефективності податкового регулювання включає такі заходи: наближення порядку оподаткування доходів від продажу

акцій юридичними особами до порядку оподаткування фізичних осіб; оподаткування учасників ІКС у межах договору простого товариства (договору про спільну діяльність) і податкове стимулювання інвестицій ІКС у НДДКР і модернізацію виробництва.

Так, згідно з Податковим кодексом України, при встановленні розміру податкової бази платник податків – фізична особа має право на отримання певних майнових податкових вирахувань. Тим часом існуючі відмінності між юридичними та фізичними особами в оподаткуванні доходів від продажу цінних паперів фактично стимулюють використання таких форм економічної інтеграції, коли низка самостійних підприємств об'єднує приналежність (або афільованість) одній особі або групі фізичних осіб, що спільно діють. Коли зв'язки між співвласниками – фізичними особами мають прихований характер, не доводиться говорити й про прозорість контролюваного ними бізнесу. Тому вважається, що наближення порядку оподаткування доходів від продажу акцій юридичними особами до порядку оподаткування фізичних осіб буде мати подвійний ефект.

По-перше, інвестори будуть орієнтовані не на портфельні, а на довгострокові фінансові вкладення в акції. Така орієнтація забезпечується прив'язкою майнового податкового вирахування до строку володіння пакетами акцій. У разі довгострокових портфельних інвестицій платник податків має право зменшити суму загального доходу від реалізації цінних паперів на сукупну суму фактично здійснених ним і документально підтверджених витрат на придбання зазначених цінних паперів.

По-друге, буде підтримуватись реструктуризація ІКС холдингового типу, маневрування ресурсами у межах ІКС. Чинний порядок оподаткування фактично карає головне підприємство за зменшення участі у дочірній структурі, навіть якщо це дозволяє збільшити вкладення у більш перспективний бізнес, який передвіщає зміцнення державному бюджету.

У даному напрямку еволюціонує оподаткування доходів від продажу часток у капіталі в Німеччині. У ході податкової реформи при-

буток від продажу пакетів акцій між корпораціями взагалі звільняється від податку. Однак для запобігання зловживань будуть накладені деякі обмеження, серед яких збереження акцій у власності не менше року. Заявленою метою такого звільнення від податку є полегшення компаніям оптимізації структури їх акціонерних зв'язків.

Одним із важливих способів підвищення ефективності податкового механізму державного регулювання ІКС є вибір варіанта оподаткування у межах договору простого товариства (договору про спільну діяльність).

До переваг інтегрованих корпоративних систем у варіанті простого товариства можна віднести гнучкість у розподілі результатів спільної діяльності. Це розподілення відбувається відповідно до умов договору. Тобто допускається відхилення від пропорцій, що характеризують майновий внесок сторін у спільну діяльність. Це допущення виникає у процесі стягнення податків з товариства, оскільки не кожна господарська операція з метою оподаткування визнається доходом, що враховується для визначення об'єкта оподаткування цього варіанта об'єднання підприємств в інтегровану корпоративну систему.

Так, відповідно до статей 136 та 196 Податкового кодексу України, є низка господарських операцій, які не враховуються для визначення об'єкта оподаткування.

У межах української податкової системи і з урахуванням поширеної структури акціонерного капіталу формування ІКС у вигляді простого товариства постає одним із найбільш функціональних варіантів економічної інтеграції, оскільки цей варіант певною мірою допускає консолідацію податкової відповідальності.

З огляду на це у Податковому кодексі України слід передбачити, що платники податків – учасники договору простого товариства (договору про спільну діяльність) несуть солідарну відповідальність за виконання зобов'язань щодо сплати акцизів. Особою, що виконує зобов'язання з розрахування та сплати всієї суми податку, обчисленої за операціями, які здійснюються у межах договору простого товариства (договору про спільну діяльність),

визначається та, що веде справи простого товариства (договору про спільну діяльність). При повному й своєчасному виконанні нею зобов'язань щодо сплати податку зобов'язання решти учасників договору простого товариства (договір про спільну діяльність) вважається виконаним.

Проте консолідація податкової відповідальності у межах простого товариства не повинна обмежуватись акцизами. При виникненні об'єкта оподаткування у межах спільної діяльності (простого товариства) зобов'язання щодо сплати податку з продажу мають виникати в учасників, зважаючи на встановлені договором їх часток у реалізованій продукції, при цьому функції зі сплати податку можуть бути делеговані учасниками під їх відповідальність одному з учасників. Якщо один із учасників не є платником податку, він надає необхідні відомості учаснику, який сплачує податок від імені решти учасників.

Одним із значущих способів удосконалення податкового механізму державного регулювання інтегрованих корпоративних систем можна назвати податкове стимулювання інвестицій таких систем у НДДКР і модернізацію.

Традиційно стимулювання НДДКР здійснюється через звільнення від оподаткування прибутку, спрямованого на технічне переозброєння, реконструкцію, розширення науково-технічної бази, на поглиблення наукових досліджень у пріоритетних напрямках. Курс на зниження рівня податку на прибуток, що реалізується останнім часом в Україні, супроводжується відмовою від багатьох із таких пільг.

При збереженні такого курсу особливої уваги заслуговує можливість стимулювання НДДКР і модернізації виробництва через порядок обчислення витрат, що включаються до собівартості продукції.

Відповідно до третього розділу Податкового кодексу України, витратами, що включаються у собівартість виготовлених і реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг, визнаються, зокрема ст. 138: витрати на вдосконалення технології та організації виробництва (оплата праці та внески на соціальні заходи, визначені ст. 143 цього Кодексу, працівників, зайнятих удосконаленням техно-

логії та організації виробництва, поліпшенням якості продукції, підвищенням її надійності, довговічності, інших експлуатаційних характеристик у виробничому процесі). Проте відповідно до цієї ж статті Податкового кодексу України до складу валових витрат не включаються, зокрема:

- витрати на придбання, виготовлення, будівництво, реконструкцію, модернізацію та інше поліпшення основних засобів;

- витрати (крім тих, що підлягають амортизації), пов'язані з науково-технічним забезпеченням господарської діяльності, на винахідництво та раціоналізацію господарських процесів, проведення дослідно-експериментальних і конструкторських робіт.

Передбачається, що ці витрати, які не включаються до складу валових, здійснюються за рахунок прибутку. Проте в українських умовах такі витрати часто є умовою забезпечення рентабельності виробництва, за необхідності передують отриманню прибутку. До такого висновку можна дійти, наприклад, на підставі аналізу галузей вітчизняної промисловості, який показує, що модернізація старих підприємств відноситься до одного з найважливіших факторів зростання української економіки.

Для повної реалізації цього потенціалу зростання доцільне коригування розглянутих положень Податкового кодексу України для інтегрованих корпоративних систем, оскільки, як зазначив Президент України у своєму щорічному Посланні до Українського народу: «...

Ми повинні відродити попит на науку як основу конкурентоздатності національної економіки. Нашим орієнтиром має стати досягнення показника експорту технологій, результатів науково-технічних розробок і освітніх послуг, порівнянного з доходами від військово-технічного співробітництва – півмільярда – мільярд доларів на рік» [2].

Таким чином, підвищення ефективності податкового регулювання ІКС включає такі заходи: наближення порядку оподаткування доходів від продажу акцій юридичними особами до порядку оподаткування фізичних осіб; оподаткування учасників ІКС у межах договору простого товариства (договору про спільну діяльність) і податкове стимулювання інвестицій ІКС у НДДКР і модернізацію виробництва. Для удосконалення податкового механізму державного регулювання ІКС необхідно впровадити податкове консолідування щодо всіх видів податків, зазначених у Податковому кодексі України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Величко О. Іноземний досвід реформування податкової системи / О. Величко, І. Дмитренко // Економіст. – 1998. – № 7–9. – С. 120–123.
2. Послання Президента України Віктора Януковича до Українського народу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/news/17307.html>. – Заголовок з титулу екрана.

УДК 314.74

ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ЗА РУБЕЖЕМ І МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Є. В. Колмикова

Україна за допомогою міграції входить у світовий ринок праці. В результаті міжнародної міграції трудових ресурсів за кордоном переміщається товар особливої властивості

– робоча сила. Ринкові відносини, до становлення яких прагне Україна, стимулюють взаємозалежні процеси поділу праці й обміну діяльністю. Це, у свою чергу, відкриває нові

можливості для реалізації мобільності робочої сили в рамках міжнародного ринку праці. Закономірно, що горизонтальна мобільність, різновидом якої є зовнішня міграція, є засобом вирішення проблем у сфері вертикальної мобільності. Не маючи можливості досягти більш високого соціального рівня у своїй країні, працівники здійснюють географічні переміщення, залишаючись у рамках однієї соціальної групи. Там, де звужуються можливості для вертикальної мобільності, виникає еміграція. У більшості країн світу високий рівень мобільності, але на 70 % це горизонтальна мобільність.

Важливо зупинитися на явищі, присутність якого на міжнародному ринку праці визначається по-різному видатними ученими. В умовах ринку праці потенційний працівник характеризується конкурентоспроможністю робочої сили. Трудова діяльність в умовах переходу до ринкових відносин повинна орієнтувати працівника на підвищення професійного рівня для успішної конкуренції на ринку праці своєї країни й за її межами. Сучасні фундаментальні дослідження в цій області доводять, всупереч поширеній думці, що приток іноземної робочої сили не пов'язаний із загостренням конкуренції на ринку праці місцевого населення. Водночас існує конкуренція серед мігрантів, які прибули з різних країн, але мають економічний інтерес у рамках одного ринку праці.

Проблеми міжнародної міграції робочої сили привертають увагу багатьох дослідників різних сфер науки, таких як М. Долішній, С. Злупко, Е. Лібанова, О. Малиновська, Ю. Макогон, В. Новік, Ю. Олефір, В. Онікієнко, С. Пирожков, О. Позняк, Ю. Римаренко, М. Романюк, С. Чехович, О. Хомра, Н. Шульга та ін.

Міжнародна міграція робочої сили може здійснюватися як за економічними, так і за позаекономічними причинами, а саме політичні й релігійні, об'єднання й розпад держав, природні катаклізми, війни, екологічні проблеми, причини особистого характеру.

При всій важливості вищезазначених причин, здатних вплинути на динаміку й напрямки міграції робочої сили, вирішальну роль відіграють соціальні й економічні фактори, які

ще недостатньо досліджені зарубіжними й вітчизняними вченими, що зумовлює актуальність теми статті.

Мети статті – вдосконалити теоретичні та науково-методичні рекомендації щодо регулювання зовнішньої трудової міграції в Україні з урахуванням використання міжнародного досвіду.

Сьогодні розроблений ряд теорій і концепцій, що пояснюють причинно-наслідкові взаємозв'язки міграції робочої сили. З їхньою допомогою на макрорівні узгоджуються масштаби, напрямки, інтенсивність різних міграційних потоків з параметрами соціально-економічного розвитку території (величина заробітної плати, рівень зайнятості, число робочих місць, розмір капітальних вкладень у розвиток різних галузей, житлові умови і т. ін). Істотний момент дослідження таких взаємозв'язків – виявлення їх характеру залежно від складу мігрантів (за віком, статтю, рівнем освіти, професійної підготовки).

На мікрорівні вивчається міграційна реакція окремих індивідів на зміну тих або інших показників умов життя, важливих з погляду ухвалення рішення про міграцію. Такий підхід необхідний для використання закономірностей міграційної поведінки.

Досліджуючи проблеми зовнішньої міграції робочої сили, доцільно звернутися до деяких з теорій і концепцій до тем, чий положення найбільшою мірою пояснюють сучасні тенденції даного процесу [1].

З кінця минулого століття особлива увага приділяється концепції, у якій причини міграції розглядаються з погляду притягання й виштовхування мігрантів. Залежно від конкретних умов вирішальне значення можуть мати або фактори притягання, або фактори виштовхування, або їх чергування. Саме ця концепція відіграє важливу роль у поясненні механізму великих міжрегіональних потоків, оскільки в процесі соціально-економічного розвитку змінюється характер відмінностей між регіонами. Останнє важливо для міжнародної міграції, у процесі еволюції якої змінюються країни притягання й виходу мігрантів.

Міграція виконує як позитивні, так і негативні функції. Економічна функція міграції

населення (трудових ресурсів) полягає в підтримці відповідності між попитом та пропозицією на ринках праці (національних, міжнародних).

Аналіз соціальної функції міграції тісно пов'язаний з вивченням мотивів міграції. Як правило, подібні дослідження фіксують динамічність мотивів, їх соціально-демографічну й професійну диференціацію (відсутність відповідної роботи – несприятливі умови праці, невеликий вибір робочих місць з певних спеціальностей, бажання жити з дітьми і т. ін.).

При цьому вплив імміграції на ринок праці має диференційований прояв за регіонами, серед соціо професійних груп місцевого населення, а також залежить від структурних параметрів самої міграції.

Тенденція зростання залежності вітчизняного ринку праці від праці зовнішніх мігран-

тів сформована специфікою нинішнього становища цього ринку в Україні. Кон'юнктура українського ринку праці структурно не врівноважена й поєднує у собі протилежні тенденції: дефіцит і надлишок праці. Дефіцит трудових ресурсів є важливим чинником, що блокує формування конкурентоспроможних територіально-виробничих структур інноваційного типу. Відтак, на ринку праці України сьогодні об'єктивно існує низка факторів, що сприяють залученню іноземних працівників, серед яких [2]:

1. Гострота дефіциту робочої сили. Проблемі браку робочої сили загострює брак досвідчених робітників окремих професій і кваліфікації. Згідно з офіційними даними Держкомстату, потреба у працівниках за перше півріччя 2006 р. становила 250,9 тис. осіб (табл.).

Таблиця

Попит на робочу силу в Україні за період 2001–2006 рр.

Показник	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р., I половина
Потреба у працівниках, тис. осіб	68,2	98,9	123,9	123,9	205,7	250,9

2. Україна має негативне демографічне сальдо. Населення України продовжує скорочуватися. За повідомленням Державного комітету статистики, темпи скорочення населення становлять 0,05 % (25,6 тис. чол.) щомісяця. За розрахунками спеціалістів у галузі демографії частка осіб непрацездатного віку матиме тенденцію до постійного зростання.

3. Відбувається скорочення наявного населення за рахунок виїзду за рубіж у пошуках роботи, причому тимчасова трудова міграція часто стає першим кроком до еміграції. За даними Всесвітнього конгресу українців та інституту демографії і соціальних досліджень НАНУ чисельність нелегальних мігрантів з України за 2005 р. становила: до Росії – 1 млн, Польщі – 300 тис., Італії – 200–800 тис., Португалії – 65–150 тис., Іспанії – 100–400 тис., Туреччини – 35 тис., США – 20 тис. осіб. За даними Міністерства праці та соціальної політики України, протягом 2006 р. за кордоном

працювали до трьох мільйонів наших співвітчизників.

У контексті сприяння залучення іноземних працівників до нашої країни особливого значення набуває досвід раціональної міграційної політики зарубіжних країн. У розвинутих країнах світу проблемам імміграцій приділяється значно більша увага. Більшість приймаючих країн використовують селективний підхід у регулюванні імміграцій, сутність якого полягає в безперешкодному в'їзді осіб, фахівців тих професій, яких потребує країна, і обмеженням в'їзду всім іншим. Перелік бажаних іммігрантів змінюється, але, як правило, вони належать до однієї з таких категорій:

- працівники, які готові за мінімальну оплату виконувати важку, шкідливу, брудну та некваліфіковану роботу (будівельники, підсобні, сезонні, комунальні роботи);

- спеціалісти нових і перспективних галузей (спеціалісти з програмування, вузькоспеціалізовані інженери, банківські службовці);
- представники рідкісних професій (реставратори картин, лікарі, що практикують нетрадиційні методи лікування);
- спеціалісти зі світовим ім'ям (музиканти, артисти, вчені, спортсмени, лікарі, письменники);
- інвестори, які переносять свою діяльність у процесі інвестування у приймаючу країну.

Аналізуючи досвід США, необхідно зазначити, що ця країна здійснює політику щодо залучення іноземних студентів і скеровує значну кількість американців на навчання у зарубіжжя. Для досягнення успіху уряд США й університети сформували нове партнерство в галузі освітніх обмінів. Визначено пріоритетні принципи, якими країна має керуватися у розширенні обмінів:

- розширення ініціатив у сфері обміну, залучаючи міжнародні програми стипендії Фулбрайта й Гілмана;

- культивування нових відносин з метою розвитку програм обміну в галузі освіти з країнами, які відіграють дедалі важливішу роль на міжнародній арені;

- збільшення прийому до американських університетів талановитої, але малозабезпеченої молоді та представників різних культур;
- подальше вдосконалення візової політики.

Відповідно до укладеної з урядом Канади угоди адміністрація провінції Манітоба отримала право самостійно здійснювати Відбір іммігрантів, враховуючи специфічні потреби місцевого ринку праці. До потенційних мігрантів, які проходять відбір за програмою провінції, ставиться низка специфічних вимог, які зведені в систему бальних оцінок. Щоб пройти за цією програмою, мігрант повинен набрати 55 балів. На рис. за допомогою гістограми проілюстрований зв'язок між віком потенційного емігранта і кількістю балів, яку він може отримати залежно від віку [2].

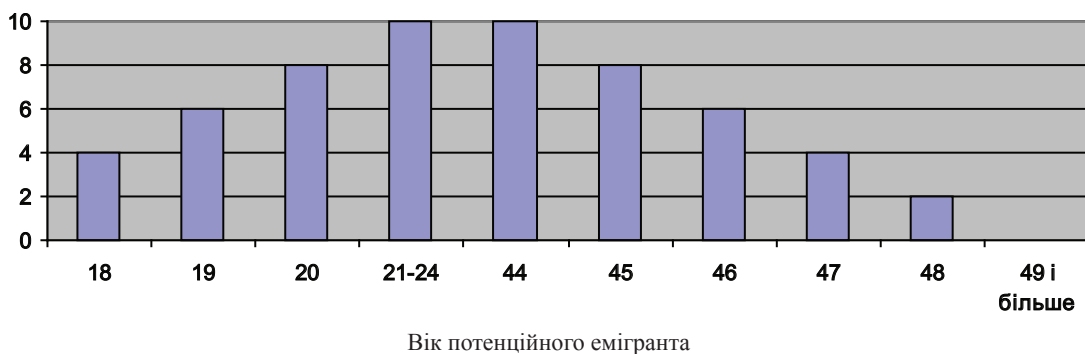


Рис. Порівняльна оцінка шансів на еміграцію потенційних мігрантів у провінцію Манітоба за віковим критерієм у 2000 р.

Звернемо увагу на те, що найбільшу кількість балів мають шанс отримати особи віком від 21 до 40 років, тобто особи найактивнішого репродуктивного віку. Можна простежити, за які характеристики потенційних мігрантів надається найбільша кількість балів у канадських провінціях Квебек і Маштоба.

Це професійна підготовка (18), рівень освіти (16), вік (10), професійна придатність (10). Враховуючи специфічні потреби місцевого

ринку праці, адміністрація канадської провінції Манітоба визначила перелік професій, у яких провінція має потребу. Таким чином, можна зробити такий висновок: уряд провінції Манітоба, як і основні центри тяжіння міграції, проводить чітку селективну імміграційну політику щодо потенційних іммігрантів.

Підсумовуючи, зазначимо, що механізм і методи регулювання трудових міграцій у високорозвинених країнах можуть бути викорис-

тані під час розробки відповідного законодавства України, враховуючи обсяги та економіку міжнародного руху робочої сили.

Згідно з розрахунками The Economist Intelligence Unit's у 2005 р. Україна посіла 98 місце за індексом якості життя, Польща – 48, Ірландія – 1, Швейцарія – 2, Норвегія – 3. Привертає увагу розподілення ваги детермінант в індексі якості життя, яке відбувається таким чином: рівень політичної свободи – 26,2; здоров'я – 19,0; рівень матеріального добробуту – 18,8; участь у громадському житті – 12,2; сімейне життя – 11,3; забезпеченість роботою – 7,7; гендерна рівність – 4,7.

В інших методиках оцінюються додаткові детермінанти, такі як освіта, рівень розширення в доходах (коефіцієнт Джині). Проте в останніх дослідженнях визначено низьку кореляцію між рівнем освіти та рівнем задоволення від життя і значну між рівнем матеріального добробуту й здоров'я. Окрім цього, виявлено обернену залежність між рівнем освіченості, підвищення кваліфікації та рівнем матеріального добробуту тоді, коли робочі місця не відповідають потребам і уявленням працівників [3].

З метою виявлення зв'язку: поліпшення якості життя – підвищення певних економічних показників – підвищення конкурентоспроможності держави було проведено економетричне дослідження, внаслідок якого виявлено, що підвищення конкурентоспроможності країни залежить від таких чинників, як: рівень охорони здоров'я і початкова освіта; вища освіта та професійне вдосконалення; суспільна інфраструктура, інновацій та ін. Про це свідчить регресійна модель, у якій аналізувалася зміна конкурентоспроможності країни.

$$\begin{aligned}
 КС = & 11,3 - 0,01 x_1 + 0,48 x_2 - 0,10 x_3 + \\
 & + 0,26 x_4 + 0,20 x_5 + 0,05 x_6 + 0,19 x_7 - \\
 & - 0,07 x_8 + 0,26 x_9 \\
 (R^2 = & 0,907, DW = 1,85),
 \end{aligned}$$

де КС – конкурентоспроможність країни;
 x_1 – ефективність державних інституцій;
 x_2 – суспільна інфраструктура;
 x_3 – макроекономічна стабільність;

x_4 – рівень охорони здоров'я та початкова освіта;

x_5 – вища освіта та професійне вдосконалення;

x_6 – ефективність ринків (товарів, фінансового і праці);

x_7 – технологічна готовність;

x_8 – рівень складності ведення бізнесу;

x_9 – інновації;

R^2 – коефіцієнт детермінації;

DW – коефіцієнт Дарбіна-Уотсона.

Під час проведеного дослідження виявлено, що найвагоміший фактор впливу на конкурентоспроможність країни – суспільна інфраструктура, оскільки цей показник має найбільше значення (0,48). Другим істотним фактором є рівень охорони здоров'я та початкова освіта, вплив якої на загальний рівень конкурентоспроможності країни є позитивним (0,26). Наступним вагомим фактором є інновації, які позитивно впливають на загальний рівень конкурентоспроможності країни (0,26). Четвертим за значущістю фактором є вища освіта та професійне вдосконалення, поточні значення якого позитивно впливають на загальний рівень конкурентоспроможності країни (0,20).

Таким чином, проведений економетричний аналіз підтверджує залежність між детермінантами якості життя, економічними показниками та конкурентоспроможністю країни, що дозволяє стверджувати про взаємозв'язок груп факторів: поліпшення якості життя – підвищення певних економічних показників – підвищення конкурентоспроможності держави.

Таким чином, для поліпшення ситуації в області міграційної політики України необхідно створити умови для реалізації даної стратегії і проводити подальші дослідження щодо розвитку міжнародних міграційних процесів.

На основі проведеного дослідження в Україні вироблена національна стратегія демографічного розвитку та сучасної демографічної політики. Важливою частиною Стратегії є напрями регулювання міграційних процесів для уповільнення темпів депопуляції, утримання чисельності та структури населення на рівні, що забезпечує підтримку господарської осво-

єності території, в усіх регіонах держави при збереженні існуючої ментальної цілісності української людності. Задля досягнення цих цілей передбачається таке:

- скоротити масштаби нелегальної трудової міграції громадян України за кордоном через розповсюдження інформації про міжурядові угоди щодо взаємного працевлаштування громадян і їх соціального захисту;
- сформувати загальнодержавну базу даних щодо вільних робочих місць (вакантні посади);
- стимулювати розвиток підприємництва та створення нових робочих місць у «депресивних» регіонах, зокрема в наукомістких галузях, у галузі туризму, а також розвиток транспортної інфраструктури в приміських зонах великих міст;
- посилити боротьбу з транзитом через територію України нелегальних мігрантів з країн третього світу, укладаючи двосторонні угоди із сусідніми країнами про координацію заходів прикордонних служб, спрямованих на боротьбу з транзитом нелегальних мігрантів;

- розробити програму соціальної та професійної адаптації для громадян України, які повертаються на батьківщину після закінчення теніну тимчасового працевлаштування за рубежом, програм підвищення кваліфікації, стимулювання самозайнятості та розвитку малого підприємництва, підвищення кваліфікації та перекваліфікації мігрантів;
- сприяти внутрішній міграції населення з метою забезпечення збалансованого розвитку регіонів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Муромцева Ю. І. Демографія : навч. посіб. / Ю. І. Муромцеві. – К. : Кондор, 2009. – 300 с.
2. Лапшина І. А. Розвиток людського капіталу в процесі євроінтеграції / І. А. Лапшина. – Л. : НІСД, 2008. – С. 332.
3. Україна на шляху до п'ятнадцятої річниці Міжнародної конференції з народонаселення та розвитку: Стан реалізації Україною Програми дій МКНР протягом 1994–2009 рр. – К. : День Печати. – 132 с.

УДК 338.65:016.8

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОГО ВІДТВОРЕННЯ ПРИРОДНО- РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АПК

І. С. Кобзєв

За даними Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро (1992 р.), кожна дитина, що народилася в економічно розвинутих країнах, споживає в 20–30 разів більше ресурсів планети, ніж дитина в країнах третього світу. Якби обсяг споживання природних ресурсів і викидів забруднюючих речовин у навколишнє середовище на душу населення в усьому світі був таким, як у США, людство на Землі могло б припинити своє існування [1].

Для того щоб розвиватися, багаті країни використовують екологічну нішу бідних країн, народи яких ведуть боротьбу за виживання, за що бідні країни повинні брати своєрідну «ренту» у вигляді запропонованих вище податків, частка яких через Фонд ноосферного розвитку піде на надання їм фінансової допомоги. Це сприятиме зменшенню розриву в рівні життя між багатими й бідними країнами і, отже, досягнення однієї з цілей нового світового порядку, коли в особливу групу повинні бути виділені планетарні природні ресурси,

які необхідно розділити на дві групи. Перша – природні ресурси, що не потрапляють нині під юрисдикцію держав (ресурси Світового океану, космічний простір тощо) [2]. Ці ресурси є надбанням усього світового співтовариства і кожна людина планети повинна мати рівну частку благ, одержаних від них. Тому за користування цими ресурсами необхідно встановити відповідну плату для стягнення у фонд сталого розвитку і використання на благо всього людства [3].

Друга група – природні ресурси, що потрапляють під юрисдикцію окремих держав. До цієї групи відносяться природні ресурси, які без збитку для задоволення в них внутрішньої потреби країни, можуть використовуватися на благо світового співтовариства. Кількість таких ресурсів повинна визначатися самою державою. Під ці ресурси випускаються державні цінні папери, що продаються і купуються на міжнародному ринку; за ці папери завжди можна одержати для використання визначену частину природних ресурсів із відповідними податковими пільгами, що враховують їх вартість.

На рівні окремих екосистем даний механізм має такий вигляд: при переході людства на ноосферний шлях розвитку вся планета розбивається на окремі екосистеми [4]. Для кожної екосистеми створюється своя власна економіко-організаційна система екологічного регулювання, найважливішими типовими елементами якої є Ради держав (або відповідної країни) з відновлення і зберігання даної екосистеми, виконавчий орган Ради, науководослідний центр, екологічний фонд, страхова екологічна компанія, екологічний банк.

Теоретичні та прикладні дослідження з екологізації господарського механізму управління економікою проводяться протягом багатьох років, найбільше відомі два напрями таких досліджень [5]: перший віддає перевагу прямому економічному регулюванню, що передбачає поєднання методів імперативного, адміністративно-розпорядницького управління з інструментами ринкового регулювання, при вирішальній ролі централізованого, державного втручання в економіку; другий – непрямому регулюванню із широким застосуванням еко-

номічних методів управління при мінімальному можливому прямому втручанні з боку держави [6]. Прихильники даного напрямку розглядають проблему забруднення навколишнього середовища з погляду досягнення оптимальної ринкової рівноваги між економічними цілями й інтересами «забруднювача» і «того, кого забруднюють» [7].

Головну причину значного поширення неконтрольованого забруднення навколишнього середовища вони вбачають у тому, що існує прогалина у сфері соціально-економічних відносин, коли деякі види суспільних ресурсів, не одержуючи грошової оцінки, випадають із поля дії ринкового механізму. Тому цей механізм не може працювати на охорону навколишнього середовища, оскільки рівень його забруднення практично не здійснює впливу на результати господарської діяльності підприємців [8]. Причина ж «випадіння» процесів забруднення з ринкового механізму полягає в тому, що на чисті повітря і воду відсутні визначені права власності. Вони – об'єкти «конкурентного попиту», але одночасно – «вільні блага й послуги». Такий стан справ розглядається як серйозна деформація ефективного ринкового механізму, коли, з одного боку, погіршуються результати господарської діяльності підприємств через соціальні витрати на охорону навколишнього середовища, а з іншого – відбувається сховане субсидування забруднювачів за рахунок економії на витратах із запобігання забруднень. Отже, заради розвитку екологічно справедливого ринку необхідно створити субстрат ціни у вигляді економічної оцінки («квазі-ціна», «фіктивна ціна»), що враховує забруднення [9].

Соціально-державна необхідність природоохоронної діяльності й пріоритетні напрями її реалізації впливають з тих обставин, що існує нагальна потреба у формуванні політики, спрямованої на збереження і відтворення довкілля для майбутніх поколінь, підвищення екологічної безпеки. Тому головними передумовами розробки концептуальних засад відтворення природного ресурсного потенціалу країни є:

- повне усвідомлення суспільством того, що майбутнє України тісно пов'язане з іннова-

ційним розвитком, і тому невідкладне вирішення екологічних проблем не має альтернатив;

- пріоритетність екологічних імперативів у структурній перебудові територіальних промислових комплексів у забруднених регіонах України;
- відновлення гідрологічного режиму у поліському регіоні;
- запобігання забрудненню Чорного та Азовського морів;
- знешкодження, утилізація, поховання промислових і побутових відходів;
- захист земель і підземних вод, атмосферного повітря, водного басейну, лісових насаджень;
- екологізація інноваційних технологій у сільському господарстві, на транспорті та інших галузях економіки;
- прогнозування, попередження і здійснення системи заходів у разі виникнення надзвичайних ситуацій природного і природно-техногенного характеру [10].

У результаті необхідно досягти загального покращення екологічної ситуації в Україні та повсюдного приведення якості навколишнього середовища до рівня, який забезпечить стабілізацію відтворюваних природних ресурсів держави, суттєвого покращення екологічної комфортності життя людини, наближення до умов необхідної рівноваги між шкідливим впливом на довкілля і здатністю його на відтворення [11].

Буде створена система екологічно збалансованого управління розвитком суспільства, що дозволить стимулювати відновлення природних властивостей довкілля, будуть створені умови для компетентного управління використання природних ресурсів і управління розвитком продуктивних сил. У межах загальнодержавної програми охорони та відтворення природних ресурсів Міністерству аграрної політики України, Державному комітету по земельних ресурсах, Агрорісусу необхідно розробити галузеві концепції відтворення природного ресурсного потенціалу АПК, які включають науково-методичні, еколого-економічні, фінансово-економічні засади виконання програм; їх правове, технічне забезпечення; екологічну освіту та виховання населення;

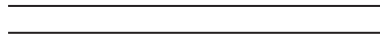
міжнародне співробітництво й участь держави у європейських і світових програмах природоохоронної діяльності [12].

Таким чином, науково-методологічні засади здійснення програми природоохоронної діяльності України полягають у новому підході до формування мети природоохоронної діяльності та системних засобах її досягнення. Нова мета у побудові природоохоронної діяльності полягає у створенні системи, здатної перейти від схеми реагування на події, що відбулися, до здійснення ефективного контролю і запобіжних дій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агрпромиловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку : Інформаційно-аналітичний збірник, вип. 5 / за ред. П. Т. Саблука. – К. : ІАЕ, 2009. – 647 с.
2. Актуальные вопросы экономики природопользования: теоретические и практические аспекты / О. Ф. Балацкий, А. Г. Дегтяренко, О. Н. Дутченко [и др.] ; под ред. О. Ф. Балацкого. – Сумы : ОП ВЭО, 2010. – 171 с.
3. Бабич А. О. Світові земельні, продовольчі і кормові ресурси / А. О. Бабич. – К. : Аграрна наука, 2006. – 570 с.
4. Балацький О. Екологічний менеджмент: проблеми і перспективи становлення та розвитку / О. Балацький, В. Лук'яніхін, О. Лук'яніхіна // Економіка України. – 2008. – № 5. – С. 67–73.
5. Благодатний В. І. Структурні зрушення в АПК України в умовах реформування: закономірності, тенденції, напрями / В. І. Благодатний, Л. О. Мармуль // Основні напрями високоефективного розвитку пореформеного агропромислового виробництва в Україні на інноваційній основі. – К. : ІАЕ УААН, 2009. – С. 292–297.
6. Борисова В. А. Адаптація підприємств аграрного сектора економіки до ринкових умов та їх інвестиційна привабливість / В. А. Борисова // Аграрна наука і освіта на початку третього тисячоліття : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. – Л. : ЛДАУ, 2010. – Т. II. – С. 160–170.
7. Василюшин Р. Д. Економічні основи страхування / Р. Д. Василюшин, О. Л. Кашенко, В. А. Борисова. – Суми : Довкілля, 2010. – 404 с.
8. Гладій М. В. Розвиток АПК України (регіональні особливості) / М. В. Гладій. – Л., 2009. – 289 с.

9. Ковальова О. М. Методичні підходи до врахування екологічного чинника в економічній оцінці сільськогосподарських земель / О. М. Ковальова // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2009. – № 1. – С. 181–186. – (Серія «Фінанси і кредит»).
10. Куліш М. Ю. Особливості наповнення ринку м'яса в південному регіоні / М. Ю. Куліш, І. Н. Топіха, І. І. Червен // Нова економічна парадигма формування стратегії національної продовольчої безпеки України у XXI столітті. – К. : ІАЕ УААН, 2010. – С. 299–304.
11. Підприємництво в аграрній сфері економіки / М. Й. Малік, Ю. О. Лупенко, Л. В. Романова [та ін.] ; за ред. П. Т. Саблука, М. Й. Маліка. – К. : ІАЕ, 2008р. – 514 с.
12. Саблук П. Т. Підвищення ролі аграрної економічної науки у формуванні та реалізації аграрної політики в Україні / П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2009. – № 3. – С. 3–10.



II. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 658.5.012.1

МОТИВАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ ТА ПРОЦЕСИ СВІТОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

**М. В. Макаренко, кандидат економічних наук;
Є. В. Гончаров, кандидат економічних наук**

Глобалізація, яка стала однією з визначальних характеристик світової економіки кінця XX – початку XXI ст., спричинила для урядів багатьох країн проблему – пошук нових форм і методів адаптації національного економічного середовища до сучасних вимог здійснення міжнародних економічних відносин. Як показує практика, у сучасних умовах економічний розвиток будь-якої країни може здійснюватися лише на інноваційних засадах. Інноваційні чинники економічного зростання, пов'язані з безперервним оновленням продукції і технології її виготовлення, з удосконаленням системи управління виробництвом і збутом, стають найголовнішими. Інноваційний підхід дає змогу підприємствам не тільки орієнтуватися на існуючі потреби ринку, а навіть впливати на їх формування. Проте це вимагає від них активної інноваційної діяльності, пошуку чи створення таких інноваційних продуктів, які можуть забезпечити їм тривалі та суттєві конкурентні переваги.

Стає все більш очевидним, що лише на цьому шляху національна економіка може посісти

пристойне місце у світовому ринковому середовищі. Створення належних стимулів для поширення інноваційної моделі економічної поведінки українського бізнесу стає одним із найбільш визначальних завдань економічної політики держави.

В країнах, що належать до інноваційних лідерів, спостерігається висока концентрація найбільш рентабельних видів бізнесу, переважно високотехнологічна структура національного виробництва, винесення за межі власної країни промислово-технологічного циклу виробництв, які є екологосумними, ресурсосумними, тощо, зосередження найбільших фінансових потоків. Між іншим, у процесі практичної реалізації державної інноваційної політики доводиться констатувати, що в Україні досі практично не створено сприятливих умов для здійснення інноваційної діяльності, формування попиту на інновації. Отже, в умовах розвитку міжнародних інтеграційних процесів, в економіці України невирішеними залишаються практичні питання щодо управ-

ління інноваційною діяльністю вітчизняних підприємств, зокрема її мотивацією.

Слід зазначити, що проблемами інноваційної діяльності займалися багато вітчизняних учених, серед них А. Гриньов, В. Дорофієнко, В. Колосюк, О. Пушкар, О. Анненкова, О. Ястремська, М. Крупка, М. Туган-Барановський, Г. Андрощук та ін. Важливий внесок у вивчення проблем інноваційної діяльності зробили закордонні учені-економісти: Б. Санто, Б. Твісс, И. Шумпетер, І. Перлакі, П. Друкер, В. Томсон, Р. Фатхутдинов, О. Водачкова, П. Завлин, А. Казанцев та ін. Узагальнення опублікованих за даною проблематикою праці дозволило зробити висновок про те, що питання теоретичних і практичних підходів до мотивації інноваційної діяльності підприємств, недостатньо розроблені як у науковому, так і в прикладному аспектах.

Метою статті є розгляд мотиваційних заходів щодо інноваційної діяльності підприємств України в умовах інтеграційних процесів.

Оскільки основною умовою досягнення довготривалих, позитивних темпів економічного зростання та поглиблення міжнародної торгівлі є активна інноваційна та інвестиційна

діяльність, основними пріоритетами інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні стає стимулювання інноваційної діяльності підприємств.

Розвиток спільного ринку ЄС сприяв зміні структури взаємної торгівлі країн-учасниць, а саме орієнтацію взаємної торгівлі на виробництво високотехнологічної готової продукції і напівфабрикатів (комплектуючих). Так, у структуру товарної спеціалізації Австрії, Бельгії-Люксембургу, Нідерландів, Португалії та Фінляндії увійшли машини і транспортне устаткування, які відносяться до високотехнологічного виробництва. Практично всі країни-члени ЄС спеціалізуються на високотехнологічних товарах. Що ж стосується України, то поступово закріплюється вкрай не вигідна сировинна структура. Отже, існуючі тенденції у взаємній торгівлі України з ЄС цілком можливо пов'язані з неефективною структурою українського експорту. Одним із пріоритетів на наступний період залишатиметься оптимізація структури торгівлі товарами у напрямі підвищення частки товарів середньої та високої технологічності (табл. 1).

Таблиця 1

Основні показники двосторонньої торгівлі товарами між Україною та ЄС-25 за найбільшими товарними групами структури ЗТО у 2007 р., млн дол. США

Засоби	Експорт	Імпорт	ЗТО	Сальдо
Машини й устаткування	263,717	3 089,338	3 353,055	-2 825,621
Чорні метали	2 653,056	360,149	3 013,205	2 292,907
Засоби наземного транспорту, крім залізничного	161,13	2 864,569	2 880,682	-2 848,456
Електричні машини	475,615	1 873,930	2 349,545	-1 398,314
Паливо мінеральне, нафта та продукти їхньої переробки	1 451,980	430,125	1 882,105	1 021,855
Пластмаси та вироби з них	167,178	1 171,610	1 338,787	-1 004,432
Фармацевтичні продукти, включаючи медикаменти	3,592	936,830	940,422	-933,239
Вироби з чорних металів	425,437	350,257	775,694	75,180
Папір і картон	39,541	693,807	733,348	-654,266
Органічні хімічні з'єднання	339,681	271,504	611,185	68,177
Руди, шлаки та зола	586,989	17,094	604,083	569,894
Одяг і предмети одягу текстильні	524,841	50,976	575,818	473,865
Деревина та вироби з неї	385,875	157,488	543,363	228,386
Жири і масла тваринного та рослинного походження	467,578	58,581	526,159	408,997

Показники двосторонньої торгівлі за найбільшими товарними групами структури ЗТО між Україною та ЄС у 2007 р. свідчать про нарощування обсягів експорту до країн ЄС

продукції з низькою доданою вартістю. Збереження існуючих тенденцій до зростання обсягів від'ємного сальдо двосторонньої торгівлі товарами може призвести до певного розба-

лансування національної економіки України, що негативно вплине на розвиток соціально-економічної ситуації у країні. Визначимо розбіжності між показниками зовнішньої торгівлі

України та світовими. В табл. 2 наведені порівняльні дані світової та української торгівельної структури експорту.

Таблиця 2

Структура світового та українського експорту 2007 р.

Продукція	Світ		Україна	
	вартість, млрд дол. США	питома вага у відсотках до загального обсягу	вартість, млрд дол. США	питома вага у відсотках до загального обсягу
Всього	8907	100,00	32,666	100,00
Сільськогосподарська продукція	783	8,79	3,47	10,62
Мінеральні продукти	1281	14,38	4,324	13,24
Недорогоцінні метали та вироби з них	266	2,99	13,048	39,94
Продукція хімічної промисловості	976	10,96	2,782	8,52
машини, устаткування та механізми	2268	25,46	3,031	9,28
Засоби наземного, повітряного та водного транспорту	1206	13,54	2,035	6,23
Текстиль і текстильні вироби	453	5,09	0,883	2,70
Інші товари	1674	18,79	3,093	9,47

Активізація зовнішньоторгівельної політики України повинна спричинити наближення структури вітчизняного експорту до світової структури. Але частка експорту деяких груп високотехнологічних товарів у світовому обсязі торгівлі залишається більшою ніж в обсязі експорту України. Частка таких товарів повинна постійно збільшуватися, що забезпечить ефективність зовнішньої торгівлі України на світовому ринку.

Враховуючи все вищезгадане, можна зробити висновок про необхідність прийняття комплексу заходів економічного характеру, що до мотивації інноваційної діяльності підприємств України. Отже, для повноцінної інтеграції в глобальну інноваційну сферу та світову торгівлю наукоємними товарами слід фінансувати пріоритетні галузі промисловості; стимулювати залучення приватних капіталів в інноваційний процес; стимулювати технічні кооперації українських підприємств з іноземними компаніями; сприяти підприємствам у придбанні передових іноземних технологій; фінансувати програми підготовки і перепідготовки фахівців на базі використання новітніх досягнень науки і техніки; стимулювати співробітництво університетської науки і підпри-

емств, які виробляють наукоємку продукцію; забезпечити страхування інноваційних ризиків; скористатися закордонним досвідом надання податкових, кредитних і амортизаційних пільг для підприємств; забезпечити сприятливі умови для міжнародної інвестиційної діяльності.

В умовах ринкової економіки стимуляції, що забезпечують вигідність інноваційної діяльності для підприємств повинні бути інструменти як з боку попиту на інновації, так і з боку пропозиції. Їх використання державою є переважно опосередкованим, формуючи відповідне інституційне середовище, якому економічно вигіднішою для власників бізнесу буде поведінка, спрямована на здобуття підприємством тривалих конкурентних переваг завдяки використанню сучасних технологій, створенню наукоємних інноваційних продуктів, оскільки це суттєво збільшуватиме їх підприємницький дохід не тільки нині, а й у майбутньому. Досліджуючи питання вмотивованості економічних агентів до інноваційної діяльності, необхідно звернути увагу на те, що ефективність інноваційної діяльності залежить не лише від мотиваційних преференцій вищого менеджменту підприємств. Хоча

рішення про створення чи залучення інновацій у діяльність підприємства приймаються його вищим менеджментом, однак реалізація інновацій здійснюється за участю менеджерів усіх рівнів, а також і рядових робітників. Їх готовність до інноваційної діяльності і здатність виконувати нові види робіт впливає як на терміни реалізації інновацій, так і на їх конкурентоспроможність, обумовлюючи в кінцевому підсумку економічну вигідність інновацій. Крім того, налаштованість працівників підприємства на постійне вдосконалення своєї роботи, тобто на впровадження поліпшуючих новацій, дає змогу продовжити життєвий цикл базисних інновацій, що також підвищує віддачу від них.

Для визначення точок прикладення зусиль і акцентів у стимулюванні інноваційної діяльності на всіх рівнях управління можна скористатися моделлю здійснення організаційних змін, запропонованою Л. Грейнером. Вона відображає взаємопов'язаність дій вищого керівництва, спрямованих на вирішення проблеми, обумовленої змінами у зовнішньому середовищі, із наступними кроками середньої та низової ланок менеджменту у напрямі реалізації задуманого. Її адаптація з урахуванням завдань дослідження дає змогу зрозуміти мотиваційний механізм інноваційної діяльності підприємства. Активна участь усіх працівників підприємства дуже важлива для інноваційного розвитку підприємства. Як справедливо зауважує В. Стадник, «активний інноваційний пошук підприємств буде мати місце лише за певних умов». По-перше, зовнішнє середовище повинно містити стимули (найперше, економічного порядку), які б робили вигідним упровадження новацій для підприємств. По-друге, внутрішнє середовище фірми через такий його елемент як організаційна культура має також включати систему стимулів, яка б спрямовувала діяльність працівників на активне сприйняття інновацій. З метою подолання опору змінам автор рекомендує формувати систему стимулів для заохочення активної участі всіх працівників підприємства у здійсненні інноваційної діяльності, тривала дія яких могла б створити у них відповідні мотиваційні преференції. Такий підхід є мето-

дологічно виправданим, але потребує деякого уточнення. Воно полягає у тому, що стимулювання вищого менеджменту до інноваційної діяльності має здійснюватися за результатами інноваційних змін, які позитивно впливають на ринкові позиції підприємства, а отже, підвищуватимуть його ринкову вартість. Тому як стимул можуть бути використані пакети акцій керованих менеджерами підприємств, які продаватимуться їм на пільгових умовах, що є звичною практикою у країнах з розвинутою ринковою економікою. Що ж стосується менеджерів середніх і нижчих рівнів, то система стимулювання їх участі у інноваційній діяльності має бути прив'язана до проміжних результатів реалізації інноваційного проекту, для цього, на нашу думку, найкраще скористатися методикою Balanced ScoreCard (BSC), яка являє собою систему комплексного врахування жорстких (фінансових) та м'яких (нефінансових) показників, що відображають процес реалізації стратегії підприємства і дають змогу ефективно ним керувати. Вона, за оцінками багатьох науковців, сьогодні є найефективнішим інструментом стратегічного управління, який може бути використаний і для створення ефективного механізму стимулювання інноваційної діяльності. Завдяки підходу, який використовується при побудові системи збалансованих показників, можна чітко сформулювати критеріальну базу заохочень усіх учасників реалізації інноваційного проекту, вказуючи напрямки прикладання зусиль, які винагороджуються, і закладаючи цим основу для визначення розміру винагород у разі, якщо будуть отримані конкретні позитивні результати. Таким чином устанавлюються зрозумілі й чіткі причинно-наслідкові зв'язки між результатами діяльності працівників усіх структурних ланок і їх винагородою. Тривале використання BSC у практиці управління підприємством дозволяє включити й іншу складову мотиваційного механізму – мотиви, які проявлятимуться у прагненні працівників до професійного зростання і розвитку, оскільки це даватиме їм змогу збільшити свій внесок у інноваційну діяльність і отримати вищу матеріальну винагороду. В кінцевому підсумку це забезпечить формування певних стереотипів

поведінки, притаманних інноваційно активному економічному агенту. Такі стереотипи можуть стати складовою організаційної культури підприємства і виконувати роль заміників контролю у системі стимулювання інноваційної діяльності персоналу підприємства.

Розвиток світових інтеграційних процесів спричиняє зміну структури експорту країн-учасниць цього процесу в бік високотехнологічної продукції. Виробництво високотехнологічної продукції вимагає пошуку мотивів, що спонукали б суб'єктів ринку до створення та впровадження новацій. У їх основі лежить мотивація підприємницьких структур до отримання вищих, ніж конкуренти, доходів. Це вимагає від них активної інноваційної діяльності, спрямованої на залучення чи створення таких інноваційних продуктів, які можуть забезпечити їм конкурентні переваги. Мотивація до інноваційної діяльності буде тим сильнішою, чим очевиднішим буде зв'язок між інноваційною активністю суб'єкта ринку і отриманими результатами.

Програми в BSC широко застосовують США, Англії, Австралії, Франції, Канаді та багато інших країн з розвинутою ринковою економікою. Сьогодні в діяльності менеджменту основою для визначення винагороди менеджерів і керівників потужних підприємств найчастіше слугують такі фінансові показники як збалансована система показників. Стимулювання за результатами збалансованої системи показників передбачає формування сукупності показників, що відображають результативність діяльності вищих менеджерів, відповідальних за різні функціональні сфери підприємства, ці показники стосуються фінансів, клієнтів, внутрішніх процесів (виробництва) і персоналу, за якими і розробляються критерії оцінювання ефективності. Механізм

управління інноваційними процесами на підприємстві має включати стимули для всіх його учасників, конкретизовані відповідно до їх завдань. Продумана система стимулів забезпечить формування певних стереотипів поведінки працівників, що стануть складовими організаційної культури, яка, в свою чергу, підсилуватиме дію стимулів. Це сприятиме ефективному використанню і розвитку інтелектуального потенціалу працівників підприємства, активізуватиме їх участь у інноваційних процесах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрощук Г. Государственная инновационная политика / Г. Андрощук // Бизнесинформ. – 1997. – № 1. – С. 37–40.
2. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України / М. І. Крупка. – Л. : Видавничий центр Львівського нац. ун-ту ім. І. Франка, 2001. – 608 с.
3. Дорофійенко В. В. Инновационный менеджмент и научно-техническая деятельность : учеб. пособие / В. В. Дорофійенко, В. П. Колосяк. – Донецк, 2001. – 409 с.
4. Гринев В. Ф. Инновационный менеджмент : учеб. пособие / В. Ф. Гринев. – К. : МАУП, 2000. – 148 с.
5. Мескон М. Х. Основы менеджмента : [пер. с англ.] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Д. Хедоури. – М. : Дело, 1992. – С. 533–538.
6. Стадник В. В. Стимули як складова інноваційної політики підприємства / В. В. Стадник // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2002. – № 2. – С. 139–144.
7. Нивен П. Р. Сбалансированная система показателей – шаг за шагом: Максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов : [пер. с англ.] / П. Р. Нивен. – Д. : Баланс-Клуб, 2002. – 328 с.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

Т. В. Шталь, кандидат економічних наук; О. О. Тищенко

У сучасних умовах розвитку економіки України галузь ресторанного господарства є важливою складовою соціально-економічної інфраструктури держави. Національний ринок ресторанних послуг характеризується активним розвитком економічних відносин і господарських зв'язків, що складаються між його учасниками. Дослідженням цих проблем присвячені роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, таких як К. Зук, Ю. Сала, Г. П'ятницька, В. Карсекін, С. Хмирова, Л. Яцун, В. Антонова та ін. [1–4].

Аналіз наукових доробків дозволив дійти висновку про необхідність посилення досліджень у цьому напрямку на регіональному рівні, саме цим зумовлена актуальність обраної теми статті.

Метою даної наукової публікації є дослідження стану та виявлення основних тенденцій розвитку ринку ресторанних послуг Харківського регіону в сучасних умовах нестабільності економіки.

На сьогодні в Україні ресторанний бізнес представлений майже всіма типами закладів та їх форматами. Значну питому вагу на українському ринку ресторанного господарства (РГ) має Харківська область. Згідно з даними Держкомстату України, приблизно 8 тис. існуючих закладів (21,5 %) розташовано на території Харківського регіону. Як змінювалась структура закладів ринку ресторанних послуг Харківського регіону протягом 2000–2009 рр. представлено на рис. 1.

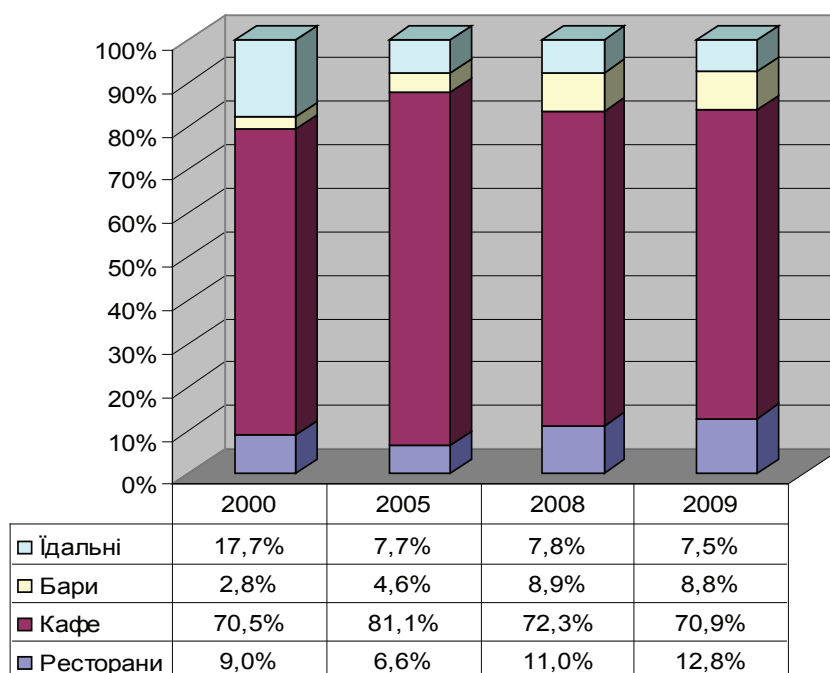


Рис. 1. Структура ринку ресторанного господарства Харківської області за період 2000–2009 рр.

Відповідно до даних рис. 1, можна зробити висновок про те, що на території Харківської області найбільшу питому вагу мають кафе та закусочні, їх значення коливалися від 70,5 до 81,1 %. Значно збільшилася кількість рестора-

нів у 2009 р. порівняно з 2005-м з 6,6 до 12,8 %.

Зазначені види закладів РГ різняться залежно від часу обслуговування, місткості клієнтів, але в першу чергу за ціновою ознакою (табл. 1).

Таблиця 1

Цінова характеристика типів закладів РГ

Тип закладу	Цінова категорія	Середній чек, грн	Рівень торгової націнки, %	Середня кількість місць для сидіння	Дохід від 1 місяця, грн	Прибуток від 1 місяця
Кафе, бар, фастфуд	низька	8–20	100–150	50	56–140	25–60
Quick&Casual	низька	15–25	150–200	100	105–175	42–75
Ресторан, кафе	середня	50–100	250–300	100	100–200	48–98
Ресторан	елітна	150–200	300–450	100	225–300	70–105

Вказані чинники впливають на обсяг товарообігу закладу РГ, що є найважливішим показником їх діяльності та формує доцільність подальшого функціонування. Тому необхід-

ним є визначення динаміки товарообігу закладів ресторанного господарства у Харківському регіоні, що дозволить оцінити ступінь розвитку галузі (рис. 2).

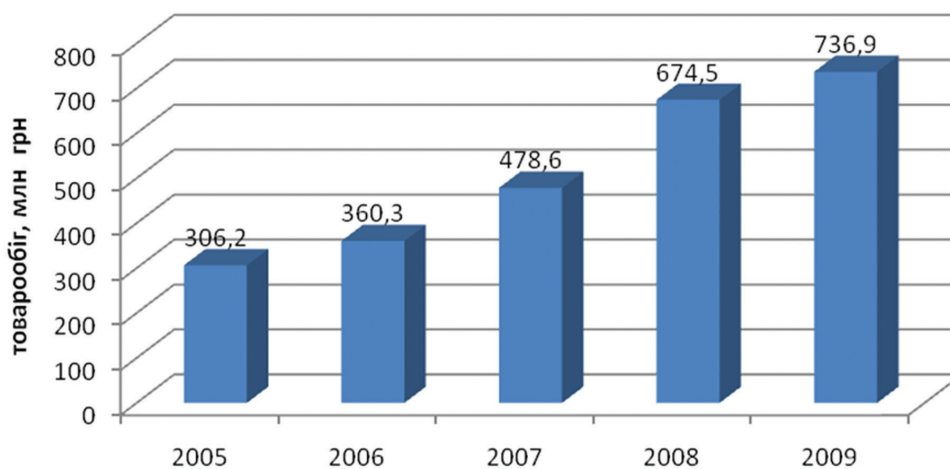


Рис. 2. Аналіз динаміки товарообігу закладів РГ Харківської області за період 2005–2009 рр.

При цьому у 2007 р. товарообіг зростає швидшими темпами, ніж у попередньому – на 30,7 %. Це свідчить про поступове зростання активності галузі та нарощення закладами обсягу доходів.

За різними оцінками, частка мережних закладів у Харківській області становить близько 25 %, з них 72 % займають мережі ресторанів швидкого обслуговування. Найбільша кількість ресторанів припадає на місто Харків – 147 закладів. Це такі заклади, наприклад, як

«McDonald's», «Пузата хата», «Кристал», «Кофеїн», «Жили-були» та ін.

Аналіз статистичних даних Харківської області за 2000–2009 рр. показав, що кількість підприємств РГ за досліджуваний період поступово зменшувалась, але з 2006 р. спостерігається поступове збільшення кількості закладів, що можна пояснити активною експансією на український ринок мереж швидкого харчування (рис. 3).

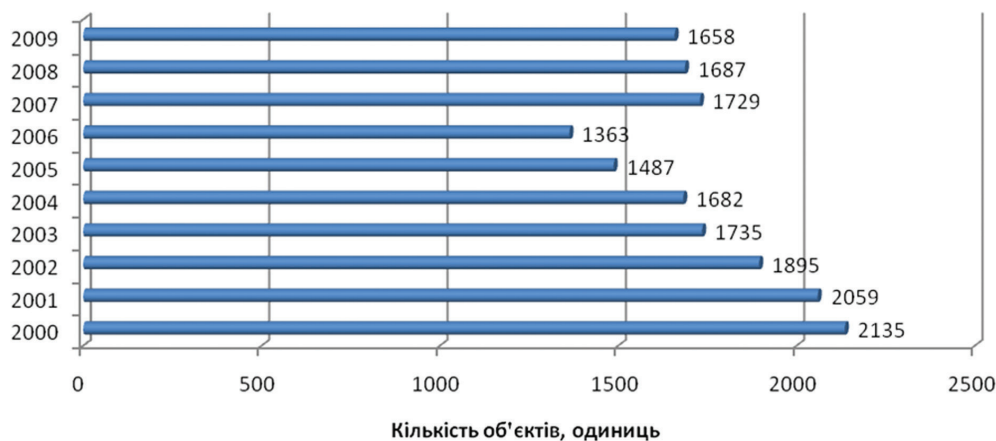
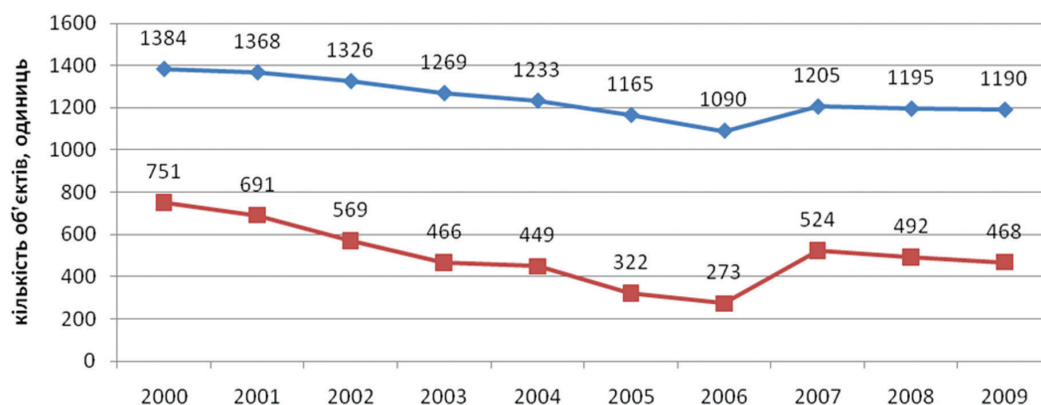


Рис. 3. Розвиток мережі РГ Харківської області за період 2000–2009 рр.

Відповідно до загальної кількості підприємств РГ ми проаналізували їх розподіл за місцевістю (рис. 4).

До 2006 р. спостерігається аналогічна тенденція до зменшення кількості підприємств РГ як у містах, так і у сільській місцевості, але

у 2007 р. у сільській місцевості відбувся значний стрибок кількості ресторанів, барів, кафе майже вдвічі більше проти попереднього року, тоді як у містах ця цифра сягнула приблизно 20 %.

Рис. 4. Розвиток мережі РГ у міських поселеннях та сільській місцевості Харківської області за 2000–2009 рр.: ◆ – міські поселення; ■ – сільська місцевість

Відповідно до рис. 4, починаючи з 2008 р. знову зменшується кількість підприємств РГ, що можна пояснити розвитком мереж і поглинанням більш слабких конкурентів. Аналіз наявності місць в об'єктах РГ показав, що ситуація в галузі стабілізувалась у 2008–2009 рр. (рис. 5).

Розподіл складових структури товарообігу підприємств ресторанного господарства показав, що у 2009 р. продаж купованих товарів становив 30,8 %, а роздрібна реалізація продукції власного виробництва – 69,2 %. Роз-

дрібний товарообіг ресторанного господарства на душу населення становив 177,1 грн у 2009 р. проти 163,8 грн у попередньому році.

Таким чином, протягом усього досліджуваного періоду спостерігається тенденція зростання товарного обороту закладів ресторанного господарства, що свідчить про розвиток галузі ресторанного господарства незважаючи на нестабільність економіки.

Проведене у статті дослідження дозволило сформулювати ряд висновків.

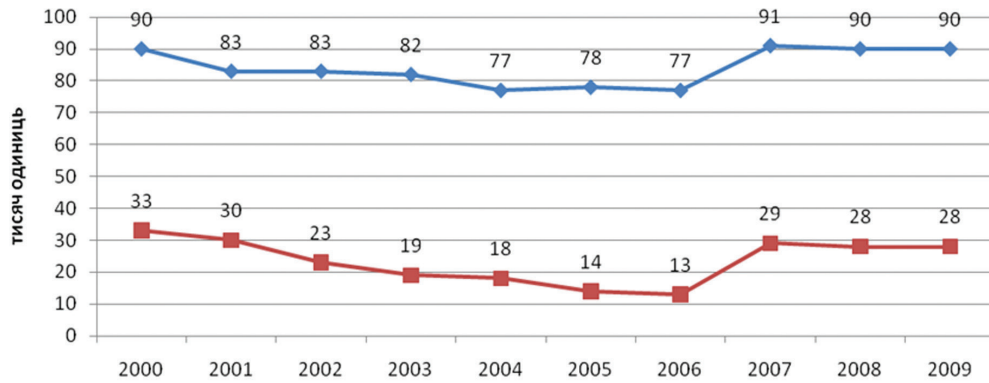


Рис. 5. Наявність місць в об'єктах РГ Харківської області за період 2000–2009 рр.:

—◆— міські поселення; —■— сільська місцевість

1. Ринок підприємств ресторанного господарства досліджуваного регіону має значну питому вагу на українському ринку ресторанних послуг. Згідно з даними Держкомстату України, біля 8 тис. існуючих закладів, що становить 21,5 % розташовано на території Харківського регіону.

2. Проведене дослідження дозволило виявити зменшення кількості підприємств РГ до 2006 р., поступове збільшення кількості закладів з 2006 до 2007 рр., що пояснюється активною експансією на український ринок мереж швидкого харчування. Та знову зменшення на початку 2008 р. кількості підприємств РГ, що можна пояснити розвитком мереж і поглинанням більш слабких конкурентів. Аналіз наявності місць в об'єктах РГ показав, що ситуація в галузі стабілізувалась у 2008–2009 рр.

3. Виявлено, що на сьогодні в Україні ресторанний бізнес представлений майже всіма типами закладів та їх форматами. Переважну частку становлять кафе, закусочні та буфети (близько 40–50 %).

4. За результатами аналізу, за досліджуваній період визначено, що ринок ресторанного господарства Харківського регіону знаходиться на стадії розвитку.

Подальші дослідження слід спрямувати на детальний аналіз стану та конкретизації особливостей розвитку ринку ресторанних послуг у районах міста Харкова. Це дозволить поглибити розуміння сучасних тенденцій розвитку ринку ресторанних послуг регіонального масштабу у ході прийняття управлінських рішень з метою збереження конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства в умовах галузевої нестабільності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зук К. Стратегии роста компании в эпоху нестабильности : [пер. с англ.] / Крис Зук, Аллен Джеймс. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2007. – 192 с.
2. П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація / Г. Т. П'ятницька. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2007. – 465 с.
3. Сала Юзеф Маркетинг в общественном питании : [пер. с польск.] – М. : финансы и статистика, 2006. – 240 с. : ил.
4. Хмырова С. В. Ресторанный маркетинг : учеб. пособие для студ. вузов / С. В. Хмирова. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2010. – 255 с.

ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ПОГЛЯДІВ НА РОЗВИТОК СІТЬОВИХ ВІДНОСИН І ЇХ ПРОЯВ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

В. В. Лісіца, кандидат економічних наук

Як відомо, роздрібна торгівля є індикатором зростання добробуту населення країни, розвитку економіки в цілому. Протягом останніх років відбулися принципові зміни у сфері торгівлі, в першу чергу у взаємовідносинах як з виробниками, так і споживачами продукції. Такі традиційні форми взаємовідносин з виробниками, як разові контракти, закупівля на умовах комісії або під реалізацію, замінюються довгостроковим співробітництвом, яке забезпечує гарантії якості, надійність постачань тощо. По відношенню до споживача особливої актуальності набуває питання вивчення та формування його потреб, а також заохочення до співробітництва на довгостроковій основі. В результаті виникають кардинальні відмінності товару, який просувається виробником на ринок, і товару, що пропонується сітьовою торговою структурою.

Становлення та розширення сітьових організаційних форм у роздрібній торгівлі України є загальносвітовою тенденцією, що характеризує глобалізацію інфраструктури бізнесу, і актуалізує дослідження в цій сфері.

Сітьова форма організації являє собою форму ринкової взаємодії господарюючих суб'єктів, яка існує поряд з іншими організаційними формами. Вона являє собою інший механізм координації і відрізняється як від ієрархічного, так і від ринкового.

Обґрунтування основних досягнень фундаментальних і прикладних досліджень з метою пояснення сутності сітьової форми організації дозволить більш чітко представити підґрунтя виникнення нової сітьової парадигми. Необхідність такого теоретичного аналізу в процесі розвитку сітьових форм організації в економі-

ці України в міру накопичення результатів емпіричних досліджень зростає.

Феномен міжфірмових мереж, що протягом останніх 25 років стали одним із символів загальносвітових змін, привертає увагу багаточисельних дослідників, які намагаються пояснити причини його виникнення та інтенсивного росту.

Окремим аспектам функціонування сітьової економіки у вітчизняній і зарубіжній літературі приділяється достатня увага. Ґрунтовні дослідження в зазначеній сфері належать таким американським і європейським авторам, як Д. Бірн, Е. Брукінг, Х. Гайсельхарт, Б. Гейтс, Р. Майлз, Р. Патюрель, П. Друкер, М. Кастельс, Ч. Сноу, Г. Шнайдер та ін. Серед російських і українських учених даною проблемою займались: І. В. Абрамов, А. М. Асаул, Є. П. Бережкова, С. А. Дятлов, Н. І. Иванова, В. Л. Іноземцев, Є. П. Карліна, Л. О. Лігоненко, В. В. Радаєв, А. Л. Рвачева, М. А. Румянцев, О. А. Третьяк, Р. Г. Пожидаєв, Л. А. Хасіс та ін.

Однак концептуальним питанням розвитку сітьових форм організації в роздрібній торгівлі України приділено недостатньо уваги. На сьогоднішній день лише починають формуватись основи теорії сітьових організаційних форм у роздрібній торгівлі України, визначається специфіка їх розвитку у порівнянні зі світовими тенденціями.

Метою статті є аналіз еволюції поглядів про сітьову взаємодію, визначення вкладу різних теорій у зміст і сутність цього поняття, теоретичне обґрунтування економічної ефективності й унікальних конкурентних переваг.

Загальноприйнятого визначення сітьової форми організації в науковій літературі

не існує. Вперше поняття сітьової організації як сукупності або системи одиниць, між якими в рамках певних відносин підтримуються більш-менш постійні зв'язки, було запропоновано К. Імаї та його колегами з університету «Хітоцубасі» у 70-х рр. ХХ ст. При цьому ключовими категоріями концепції сітьової організації були: одиниці (організації так і їх структурні підрозділи), відносини (передача інформації, угоди з товарами та послугами, партнерські відносини) та зв'язки (їх різні варіанти, наприклад, субпідряди системи, різновиди вертикальних і горизонтальних зв'язків та ін.) [1, с. 60]

Американські дослідники С. Джонс, В. Хестерли, С. Боргатті, проаналізувавши дев'ять їх варіацій, запропонували власну версію: «сетевая модель организации предполагает наличие избранного, устойчивого и структурированного круга автономных фирм (равно как неприбыльных агентств), вовлеченных в создание товаров и услуг на основе подразумеваемых и бессрочных контрактов, способствующих адаптации к непредвиденным обстоятельствам окружающей среды, а также координации и защите меновых сделок» [2, с. 31].

Катькало В. С. визначає сутність сітьового принципу організації як заміну багаторівневих ієрархій кластерами фірм або спеціалізованими бізнес-одиницями, що координуються ринковими механізмами, замість адміністративних [2, с. 26].

Ключовим терміном у дослідженні сітьової форми організації є поняття «мережа». Х. Хаканссон пропонує трактувати мережу як «совокупность взаимодействующих фирм, объединяющую набор различных ресурсов и видов деятельности для предоставления разнообразных продуктов (товаров или услуг) определенному сегменту рынка» [3, с. 41].

У широкому розумінні дослідники розглядають мережу як форму організації, що формується на основі сукупності координаційних механізмів – від неформальної комунікації до міжфірмових систем (альянсів), складних інтеграційних структур (спільних підприємств і тих, які засновані на франчайзингових відносинах) [4, с. 26].

В. С. Катькало, В. Н. Мукба, досліджуючи сутність сітьових організаційних форм у готельному бізнесі, акцентують увагу на тому, що мережа являє собою взаємовигідне об'єднання підприємств, а також фірм супутніх галузей у єдину структуру і систему стратегічного співробітництва з метою створення спільних відмітних компетенцій. Розвитку такого співробітництва сприяють єдина стратегія і спільні взаємовигідні стратегічні дії на основі загальної системи інформаційної взаємодії та сітьового бренду, що призводить до взаємного посилення конкурентних позицій і формування комплементарних активів у рамках мережі [5, с. 10].

У роздрібній торгівлі також не існує загальноприйнятних визначень понять «мережа», «сітьова організаційна форма». Більшість фахівців визначають параметри сітьових структур як складний багаторівневий бізнес, характерними рисами якого є тісний взаємозв'язок зі споживачами (залучення споживачів у процес створення послуги), висока мобільність послуг (інтернаціоналізація бізнесу), інтерактивність операцій (частота контактів зі споживачем) і відносно стабільний склад витрат.

Тому ми розглядаємо сітьову організаційну форму в роздрібній торгівлі як сукупність зв'язків між підприємствами, що сформувались у результаті господарської діяльності, та спрямовані на досягнення визначених цілей і набуття учасниками мережі додаткових конкурентних переваг за рахунок координації ресурсів усередині мережі на основі єдиної стратегії, загальної системи інформаційної взаємодії та сітьового бренду.

Сітьова форма являє собою явище, сутність якого намагалися пояснити з позиції різних дисциплінарних і міждисциплінарних підходів, що сформувало декілька основних напрямів дослідження. Ретроспективний аналіз існуючих поглядів на розвиток і пояснення феномену сітьових форм організації дозволяє визначити декілька основних підходів.

Так, Р. Г. Пожидаєв [7] виділяє принаймні три таких підходи: соціологічний, маркетинговий і економічний. М. А. Румянцева, О. А. Третьяк [5] ґрунтовно досліджують особливості формування сітьових організацій.

ційних форм на основі положень теорії фірми. В. В. Радаєв [8, 9] застосовує теорію екології популяцій в дослідженні процесів формування організаційних форм у роздрібній торгівлі, в тому числі і в її сітьовій формі.

Представимо стисло сутність основних підходів до пояснення феномену сітьової форми організації.

З позиції економіки пояснення сутності сітьової форми організації відображено в *теорії промислової організації* (Imai (1989 р.), Forsgren, Hagg, Mattsson (1995 р.)). Представники цієї теорії розглядають динамічні зміни індустріальної організації як перехід до сітьової структури бізнесу в індустріально розвинутих країнах. Поява гібридних форм (так звана, «квазіінтеграція»), з одного боку, є результатом недосконалості ринкового механізму, з іншого – наслідком оптимізації витрат виробництва, економії від масштабів, спеціалізації та досвіду [7]. Фундаментальні положення сітьової моделі індустріальної організації полягають у доступі фірми до відповідних зовнішніх ресурсів (інформації, технологіям, сировині тощо) лише за умов входження до мережі разом з фірмами, що контролюють такі ресурси. Так, Imai К. динамічні зміни індустріальної організації в Японії представляє як перехід від дзайбацу (zaibatsu) через ділові групи до сітьових індустріальних організацій (СІО). Прикладами СІО в японській економіці є «Toyota Group», «Honda Group», різні R&D мережі [5].

Відповідно до *теорії агентських відносин*, фірма розглядається як система агентських контрактів, що визначають взаємовідносини між принципалами (акціонерами) та агентами (менеджерами). Основна проблема таких відносин полягає у тому, що агент, використовуючи переваги, які виникають у результаті доступу до економічної інформації, починає переслідувати власні цілі, завдаючи збитків принципалу (прояв опортуністичної поведінки). Відповідно, зростають так звані «агентські витрати», а саме: витрати на моніторинг, контроль за дотриманням агентських контрактів. Представники теорії агентських відносин вважають, що фірма урівноважує конфліктуючі цілі різних сторін у межах контрактних від-

носин (з найманими працівниками, постачальниками, споживачами, кредитором тощо), і акцентують увагу на взаємовідносинах усередині фірми. Отже, центральним об'єктом аналізу є контракт, а також причини та наслідки конфлікту між принципалом (акціонерами) та агентами (менеджерами). Ця теорія також відображена в процесі пояснення сутності сітьової організаційної форми, оскільки мережа будується саме на контрактній основі з постачальниками, посередниками тощо. Але при цьому досліджується не окрема фірма, а вся мережа з метою уникнення викривлень значного масиву інформації. Співпраця підприємств на основі агентських відносин у роздрібній торгівлі набуває форми спільного підприємництва, різних контрактних і субконтрактних відносин, вертикально інтегрованих об'єктів, франчайзингових мереж.

Економіка трансакційних витрат (Transaction Cost Theory – TCE) – це найбільш часто цитована теорія, що використовується у з'ясуванні сутності сітьової форми організації. Відповідно до положень цієї теорії, основною причиною виникнення фірм є існування ринкових трансакційних витрат, на яких фірма має можливість зекономити. На думку Р. Коуза, у разі виникнення фірми знижується кількість контрактів, які необхідно укласти, і, відповідно, знижуються витрати на їх укладання: «в пределах фирм сокращаются затраты на ведение поиска, отпадает необходимость частого перезаключения контрактов, деловые связи приобретают устойчивость» [5]. Отже, сутність теорії трансакційних витрат полягає у тому, що фірма працює ефективно за умов, якщо вартість ділової операції (трансакції) всередині фірми нижче за її ринкову вартість. Відповідно, фірма досягає своєї межі, коли витрати на додаткові операції всередині фірми стають більшими за витрати на такі ж самі операції, які виконуються через ринок.

Саме на етапі, коли відбувається зростання витрат, пов'язаних зі збільшенням штату працівників, відкриттям нових відділів і навчанням персоналу, у порівнянні з укладанням договорів і налагодженням сітьових відносин зі сторонніми компаніями, формуються сітьові взаємовідносини між організаціями. На думку

експертів, саме з метою зниження трансакційних витрат розвиваються сітьові взаємовідносини між фірмами. Відповідно, розвиток виробництва та споживання, ускладнення ринкових механізмів і посилення конкуренції на ринку, економія на трансакційних витратах сприяли виникненню нової організаційної форми – сітьової організації.

Представники *еволюційної теорії економічних змін* вводять поняття «організаційна рутинна», яким позначаються різні характеристики фірми, що складно копіюються конкурентами: «...непознаваема, но создаются и улучшаются путем повторения практики и поэтому эти способности фирмы являются результатом ее исторического развития, что делает невозможным простое копирование лучшей практики, даже когда она доступна для наблюдения» [10, с. 293]. Відповідно, дослідники сітьових відносин визнають існування та важливість рутин у процесі функціонування організації на ринку, але вважають, що фірми, об'єднані в єдину мережу, здатні передавати один одному практично будь-які знання, включаючи й ноу-хау. Інакше взаємодія фірм, що побудована за сітьовим принципом на взаємній довірі, буде обмежена та навіть унеможливлена у випадку приховування технологічних і управлінських секретів.

З позиції соціології, відповідно до *ресурсної теорії*, фірми розглядаються як різномірні сукупності матеріальних і нематеріальних (репутація фірми, інформація, знання, досвід, довіра) ресурсів, завдяки яким вони мають конкурентні переваги. В процесі діяльності фірм на ринку ресурси набуваються, розвиваються і використовуються, формуючи нові й укріплюючи наявні конкурентні переваги. Теорією визначається, що фірми не є однорідними, тобто між фірмами існують відмінності, що зумовлені неоднаковістю наявних ресурсів, якими вони управляють і які необхідні для реалізації їх стратегії. Дослідники сітьових відносин погоджуються з тим, що кожний з матеріальних і нематеріальних ресурсів створює певні конкурентні переваги, але ці конкурентні переваги притаманні не тільки окремо взятій фірмі, а й мережі, до якої вона входить, оскільки часто партнери всередині мережі ви-

користують їх спільно. Копіювання ресурсів конкурентами обмежено через існування захисних механізмів (сітьових бар'єрів), які забезпечують стійкість і закритість їх від конкурентів (сітьовими бар'єрами можуть бути управлінське або технологічне ноу-хау, технологічні стандарти тощо).

Інституціональна теорія визначає, що навколишнє середовище впливає на організації та примушує їх розробляти легітимні правила, що відповідають домінуючим соціальним нормам, мотивує фірми активізувати діяльність, спрямовану на підвищення їх легітимності. Соціальні зв'язки, мережі, формальні контракти й інші інструменти, що звільняють фірму від ізоляції у соціумі, розглядаються як основа виживання фірми. Один із способів додержуватися визначених норм поведінки фірми в соціумі – активна її участь у міжорганізаційних відносинах.

Теорія фірми, положення якої також використовують для пояснення сітьових відносин, являє собою теорію, що досліджує сутність, межі та внутрішню організацію фірми, виявлення джерел і механізмів створення унікальних конкурентних переваг. Вона поєднує в собі положення різних теорій, у тому числі тих, що були представлені вище. Певні положення теорії фірми розглядають механізми міжфірмової кооперації, її мотиви, координацію тощо [11]. Але загальні підходи та напрями досліджень теорії фірми не вичерпують теми сітьових відносин, оскільки розглядають перш за все фірму як одиницю аналізу.

Отже, для розуміння економічної природи сітьових відносин необхідні власні концепції. Вперше ґрунтовний опис сітьових організацій був проведений у працях Р. Майлза та Ч. Сноу, які зазначають, що міжфірмові мережі є черговим етапом еволюції організаційних структур (лінійна – функціональна – дивізіональна – матрична – сітьова) [5]. Автори запропонували першу класифікацію сітьових організацій (надалі вона стала класичною), виділили три типи сітьових організаційних форм (внутрішню, стабільну та динамічну) й описали механізм функціонування кожної.

Тема досліджень сітьових організацій, формування міжфірмових сітьових відносин

на сьогоднішній день розвивається багатьма авторами (Дж. Дайер, Х. Сингх, Г. Чезборо, М. Кастельс та ін.), але разом з тим, принципово нові концепції, такі як концепція Р. Майзла і Ч. Сноу, поки що відсутні [13, 14].

Як бачимо, майже універсальна природа сітьових відносин привертає увагу значної кількості дослідників з різних сфер теоретичних і прикладних наук. З'являються нові інтерпретації як наслідок процесу взаємопроникнення та змішування положень різних теорій. Внаслідок цього, ускладнюється процес систематизації та класифікації трактувань поняття мережі та сутності сітьових відносин в різних сферах економіки, зокрема в роздрібній торгівлі.

Загальний висновок авторів про причини більш високої ефективності мереж перед традиційними організаціями полягає в тому, що «сеть избегает большинства проблем диверсифицированных, но интегрированных фирм, которые обычно парализуются в борьбе между свободой и контролем» [5].

Сітьовий підхід набуває все більшого поширення в економіці України, в тому числі в її торговельній сфері. Зростаюча інтенсивність міжфірмової взаємодії, посилення взаємозалежності фірм потребують від них більшої гнучкості й адаптивності до сучасних змін. Сітьові відносини є складним і неоднозначним об'єктом дослідження, а їх широке розповсюдження свідчить про актуальність подальших досліджень у цьому напрямі. Розглянуті вище теоретичні основи формування сітьових відносин можуть слугувати аналітичними інструментами для дослідження особливостей побудови та функціонування конкретних сітьових організацій у різних секторах економіки, в тому числі в роздрібній торгівлі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Усик Н. И. Сетевые структуры в экономике: управление и контроль / Н. И. Усик // Вестник СПбГУ. – 2008. – № 21. – С. 58–69. – Серия 5 «Экономика».
2. Катькало В. С. Межфирменные сети: проблематика исследований новой организационной стратегии в 1980-90е гг. / В. С. Катькало // Вестник СПбГУ. – 1999. – С. 21–38. – Серия «Экономика».
3. Куш С. П. Маркетинговые аспекты развития межфирменных сетей: российский опыт / С. П. Куш, А. А. Афанасьев // Российский журнал менеджмента. – 2004. – № 2. – С. 33–52.
4. Третьяк О. А. Сетевые формы межфирменной кооперации / О. А. Третьяк, М. Н. Рмянцева // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 2. – С. 25–50.
5. Третьяк О. А. Сети: подходы к объяснению феномена межфирменной кооперации / О. А. Третьяк, М. А. Румянцев // Российский журнал менеджмента. – 2005. – № 1. – С. 27–56.
6. Катькало В. С. Международные гостиничные сети: специфика организации и типология стратегий развития / В. С. Катькало, В. Н. Мукба // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2004. – Выпуск 4. – Серия 8. – С. 3–30.
7. Пожидаев Р. Г. Современные сетевые организации: теоретические основания экономической эффективности и уникальности конкурентных преимуществ / Р. Г. Пожидаев // Вестник ВГУ. – 2009. – № 2. – С. 5–14. – (Серия «Экономика и управление»).
8. Радаев В. В. Рынок как переплетение социальных сетей / В. В. Радаев // Российский журнал менеджмента. – 2008. – № 2. – С. 47–54.
9. Радаев В. В. Эволюция организационных форм в условиях растущего рынка (на примере российской розничной торговли). Препринт WP4/2006/06 / В. В. Радаев. – М. : ГУ ВШЭ, 2006. – 60 с.
10. Катькало В. С. Эволюция теории стратегического управления / В. С. Катькало. – СПб. : СПбГУ, 2006. – 423 с.
11. Бухвалов А. В. Эволюция теории фирмы и ее значение для исследований менеджмента / А. В. Бухвалов, В. С. Катькало // Российский журнал менеджмента. – 2005. – Т. 3. – № 1. – С. 75–84.
12. Дятлов С. А. Концептуальные подходы к исследованию сетевых отношений // Механизм регулирования экономики / С. А. Дятлов. – 2009. – № 4. – Т. 1. – С. 58–63.
13. Махмудова А. И. Разновидности сетевой формы интеграции в промышленности / А. И. Махмудова // Вестник АГТУ. – 2010. – № 1. – С. 211–218. – (Серия «Экономика»).
14. Мильнер Б. З. Теория организации / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 864 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ПРИ СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Н. С. Педченко, кандидат економічних наук

Для сучасної економіки характерним є інтенсивне проникнення в неї інших галузей знань, у тому числі й математики. Володіння математичною мовою дозволить зробити стратегічне управління аналітично точнішим, і незважаючи на те, що економіко-математичні методи не дають однозначної відповіді або рекомендації, проте вони сприяють проведенню розрахунків, результатом яких є альтернативні сценарії розвитку, що нададуть можливість оминати прийняття безпідставних рішень. Окремі методи не зможуть забезпечити розв'язання оптимізаційних і управлінських завдань стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства, тому необхідно застосувати математичний інструментарій через його послідовність, при якому результати застосування попереднього методу стануть вхідною інформацією для наступного, що сприятиме побудові цілісної програми дій, орієнтованої на досягнення бажаного результату.

Сьогодні безсумнівним є той факт, що використання стратегічного управління є необхідною умовою успішного функціонування підприємства, а його потенціал може стати ймовірними перспективами розвитку такого підприємства. Оскільки потенціал розвитку підприємства є складноструктурована система, а управління нею залежить, на нашу думку, в першу чергу від життєвого циклу підприємства, то саме економіко-математичні методи дозволять не тільки математично інтерпретувати таку систему, але й стати могутнім математичним інструментарієм виявлення внутрішніх закономірностей, її властивостей, формування й прийняття за результатами дослідження оптимальних рішень. Економі-

ко-математичне моделювання надасть можливість «вивчити кількісні взаємозв'язки, взаємозалежності моделюючої системи та вдосконалити її подальший розвиток і функціонування з допомогою математичної моделі» [4, с. 14]. Це потребує окремих підходів до обґрунтування методичного інструментарію системи стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства, акцентуючи увагу на основних положеннях щодо його розробки:

- імовірність застосування методу районування при визначенні вибіркової сукупності для проведення кластерного аналізу та виділення основних складових такої складної економічної системи як потенціал розвитку підприємства;
- можливість розрахунку комплексного показника оцінки потенціалу розвитку підприємства на підставі обґрунтованого визначення його складових та їх значимості за результатами експертного аналізу;
- обґрунтованість оптимальної структури потенціалу розвитку на основі врахування таких вимог як етапи життєвого циклу підприємства та видові характеристики потенціалу на підставі результатів аналізу чутливості та методів імітаційного моделювання.

Отже, метою нашого дослідження визначення теоретичних підходів до обґрунтування економіко-математичного інструментарію системи стратегічного управління потенціалу розвитку підприємства, основних його методів, доведення можливості їх застосування через наявні переваги, при забезпеченні результату дослідження – розробки комплексного показника для оцінки потенціалу розвитку підприємства на основі експертного методу з урахуванням ресурсного підходу.

Основою при проведенні експертного методу стане метод районування, який дозволить науково обґрунтувати вибірку сукупність при проведенні опитування (рис.).

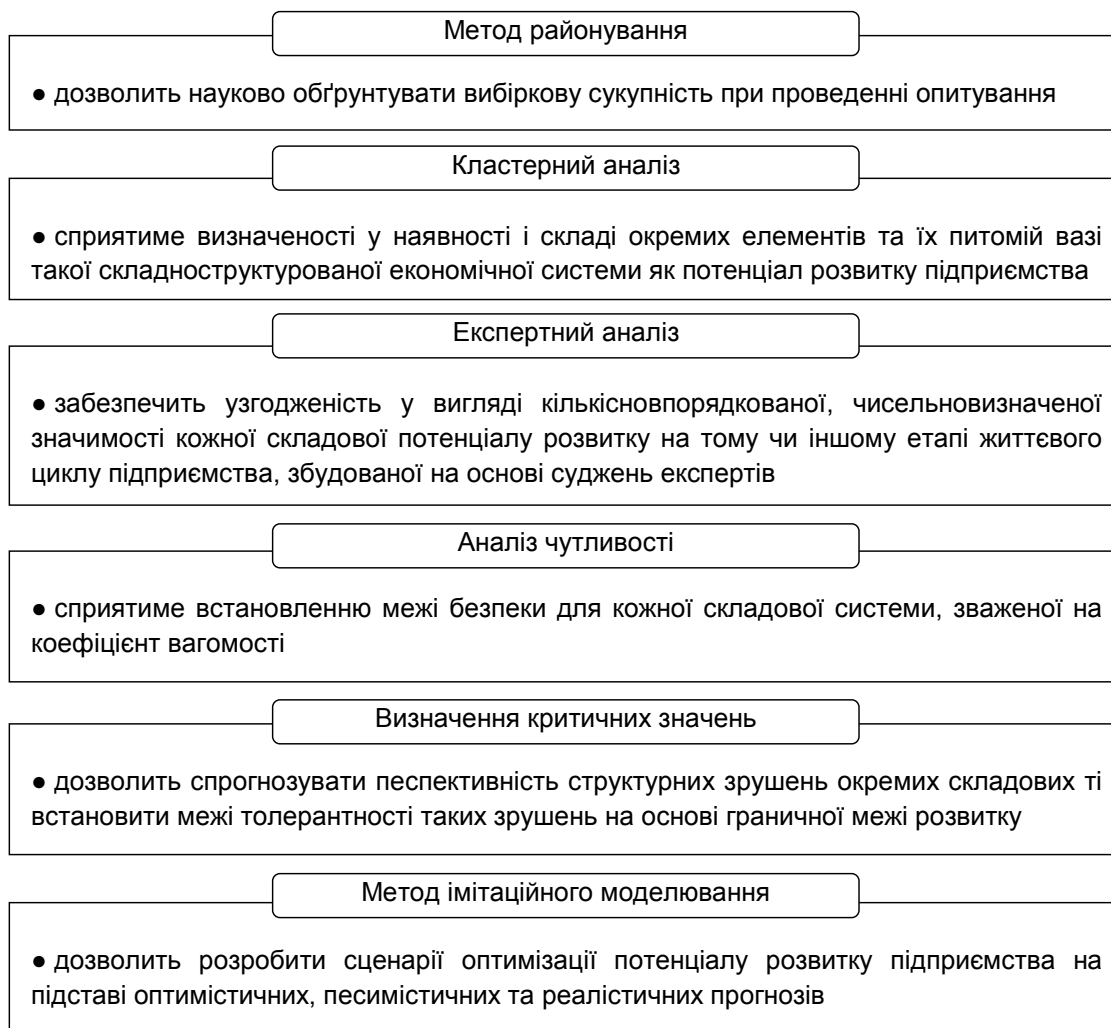


Рис. Застосування економіко-математичних методів при стратегічному управлінні потенціалом розвитку підприємства

Застосування методу районування при стратегічному управлінні потенціалом розвитку підприємства пояснюється можливістю виділення економічно взаємозумовленого поєднання підприємств, «за якого досягається найбільший економічний ефект за рахунок доцільного підбору підприємств відповідно до... економічних умов району, з його транспортними і економіко-географічним положенням» [3, с. 15]. Перевагами такого методу дослідження, на нашу думку, що склалась у результаті детального вивчення існуючих підходів, є можливість виділення своєрідних утворень, вивчення та прогнозування їх розвитку; на-

явність певної спеціалізації, цілісності, спільності та сталості новосформованих утворень; виявлення важливих взаємозв'язків і відносин при забезпеченні однорідності; перспективність на основі порівняння своєрідності та відмінності; відповідність різним запитам (інтересам або цілям) через пізнавальне або практичне значення. Застосований при цьому метод аналогій дозволить визначитись із залежностями, причинами, ризиком у сформованій вибірковій сукупності та перенести результати на генеральну сукупність.

Наступним методом економіко-математичного моделювання стане кластерний аналіз,

який в нашому випадку спрямований на визначеність у наявності та складі окремих елементів такої складноструктурованої економічної системи як потенціал розвитку підприємства. З ресурсного підходу потенціал підприємства включає значну кількість складових, кожній з якої відповідають показники, що розкриватимуть ефективність їх поєднання та забезпечення такого рівня потенційних можливостей, які забезпечать належний рівень економічної безпеки підприємства [6, с. 178]. Важливим, на нашу думку, є застосування відносних показників, адже саме вони засвідчують про існуючий розвиток потенційних можливостей підприємства.

Кластерний аналіз дасть можливість розрахунку комплексного показника оцінки потенціалу розвитку підприємства на підставі обґрунтованого визначення його складових, а їх значимість може бути визначена за результатами застосування експертної оцінки при проведенні SWOT-аналізу у вигляді кількісно впорядкованої, чисельно визначеної значимості кожної складової потенціалу розвитку на тому чи іншому етапі життєвого циклу підприємства, збудованої на основі суджень експертів. Експертний аналіз передбачає аналіз рівня узгодженості думок експертів через обчислення кількісної міри, «що характеризує ступінь близькості індивідуальних думок» [2 с. 218]. Ефективність використання експертного методу посилюється, якщо наведена експертна інформація представлена у вигляді неточних множин розподілу ймовірності, «а не у вигляді згортки їх до єдиного числового значення показника» [2, с. 145].

Обґрунтованість оптимальної структури потенціалу розвитку на основі врахування таких вимог як етапи життєвого циклу підприємства та видові характеристики потенціалу, запропоновану у вигляді комплексного показника оцінки потенціалу розвитку підприємства можна вважати доведеною у випадку встановлення межі безпеки для кожної складової, зваженої на коефіцієнт вагомості. Це може бути досягнуто за рахунок аналізу чутливості, суть якого «полягає у вимірюванні залежності основних показників... від випадкової зміни

чинників» [2, с. 135]. За показники чутливості найчастіше використовується показник еластичності, як міра реагування однієї змінної величини на зміну іншої. За твердженням науковців «перевага цього показника (мова йде про еластичність) в тому, що величина його не залежить від вибору одиниці вимірювання різних змінних» [1, с. 148]. Обмеженість даного методу полягає у визначенні впливу лише кожної складової, не беручи до уваги їх синергетичний вплив.

Показник (коефіцієнт) еластичності дасть відповідь на:

- відсоткове вираження зміни комплексного показника в результаті одновідсоткової зміни складової такого показника;
- визначеність з напрямом впливу окремих складових на комплексний показник;
- встановлення рейтингу кожної складової комплексного показника за силою їх впливу.

Аналіз чутливості стане основою для визначення критичних значень змінних складових комплексного показника, тобто таких їх значень, при яких ефект дорівнює нулю. Це дозволить спрогнозувати перспективність структурних зрушень окремих складових і встановити межі толерантності таких зрушень на основі граничної межі ризику з метою позитивного розвитку. Принцип толерантності при оптимізації потенціалу розвитку підприємства пропонується розглядати як здатність складної системи гармонізувати взаємодію кожної складової окремо та одночасно, отримуючи синергетичний ефект, від їх спільної співпраці та готовність протистояти впливу зовнішнього середовища, маючи при цьому межі безпеки та забезпечуючи розвиток підприємства в майбутньому [5, с. 58; 7, с. 39].

У продовження до наведеного математичного арсеналу, що можливий до застосування при стратегічному управлінні потенціалом розвитку підприємства, пропонуємо методи імітаційного моделювання як ті, що дозволять розробити сценарії оптимізації потенціалу розвитку на підставі оптимістичних, песимістичних і реалістичних прогнозів. Вказані сценарії засновуються на визначенні можливих інтервалах відхилень прогнозованих параме-

трів розвитку від найімовірніших. В основу методу імітаційного моделювання пропонується застосувати метод Монте-Карло, який «можна розглядати як імітацію майбутнього в лабораторних умовах» [2, с. 140]. В основі такого методу покладено вибір «значення вхідних змінних з випадкових розподілів ймовірностей, то кожний одержаний результат відображає можливий стан справ у майбутньому» [1, с. 156]. При цьому кожен прогнозований сценарій може здійснитися з однаковою імовірністю настання, тому одержані результати є можливими.

Таким чином, запропонований економіко-математичний апарат дозволить врахувати особливості стратегічного управління потенціалом розвитку, які полягають у визначеності з основними складовими потенціалу розвитку підприємства, їх питомої ваги у його структурі та значимості при розрахунку комплексного показника. Наведені методи забезпечать логічність в обґрунтуванні вибіркової сукупності, спрямованість у виділенні складових потенціалу розвитку, узгодженість у впорядкуванні вагомості таких складових, значимість у встановленні толерантних зрушень на основі граничної межі ризику, практичність у визначеності зі сценаріями розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Верба В. В. Проектний аналіз : підручник / В. В. Верба, О. А. Загородніх. – К. : КНЕУ, 2000. – 322 с.
2. Вітлінський В. В. Ризикологія в економіці та підприємстві : монографія / В. В. Вітлінський, Г. І. Великоіваненко. – К. : КНЕУ, 2004. – 480 с.
3. Дудник І. М. Суспільно-екологічне районування території (географічний підхід) : монографія / І. М. Дудник, І. В. Литовченко. – К. : ІМВ НАУ, 2011. – 189 с.
4. Економіко-математичне моделювання : навч. посіб. / О. Т. Івашук. – Т. : ТНЕУ, 2008. – 704 с. – (Економічна думка).
5. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством : філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Вид-во КНТЕУ, 2002. – 302 с.
6. Педченко Н. С. Кластерний аналіз потенціалу підприємства у контексті економічної безпеки / Н. С. Педченко // Актуальні проблеми забезпечення економічної безпеки України : тези доп. наук.-практ. семінару з міжнар. участю. – Т. : ТНЕУ, 2008. – С. 178–179.
7. Педченко Н. С. Принцип толерантності при оптимізації потенціалу підприємства / Н. С. Педченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 2. – Т. 1. – С. 37–39. – (Серія «Економічні науки»).

ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ВИКОРИСТОВУЮТЬ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЮ

Ю. В. Карпенко, кандидат економічних наук

Будь-якому торговельному підприємству, що працює на ринку, слід мати чітку цінову політику, від якості розробки якої істотно залежать результати його діяльності. Вона має формуватись у нерозривному зв'язку зі стратегічною лінією розвитку підприємства, з усіма змінами, яких воно зазнає в умовах ринкових відносин. Цінова політика є найважливішим механізмом, що забезпечує пріоритети економічного розвитку торговельного підприємства і впливає на обсяги господарської діяльності, формування іміджу, рівень фінансового стану та конкурентоспроможність.

Розробка цінової політики має забезпечити умови досягнення стратегічних цілей торговельного підприємства й підкреслити цільові орієнтири ціноутворення, методи визначення базового рівня цін, умови і розміри їх диференціації і коректування.

Проблемами дослідження теоретичних аспектів політики ціноутворення на торговельних підприємствах займалися такі вчені: Н. І. Верхоглядова [1], С. М. Дайновська [2], В. Л. Корінев [3], В. С. Пінішко [4], Л. О. Шкварчук [5]. У той же час авторами не приділена увага аспектам ціноутворення на торговельних підприємствах, що використовують електронну торгівлю.

Метою статті є опрацювання політики ціноутворення за допомогою сучасного маркетингового інструментарію, що безпосередньо впливає на формування та використання потенціалу торговельних підприємств, які використовують електронну торгівлю.

Політика ціноутворення торговельних підприємств, що використовують електронну торгівлю, має враховувати такі чинники: мету та цілі діяльності; еластичність попиту;

типи товару чи послуг; якість товарів, послуг; структуру ринку; конкурентну ринкову ситуацію тощо.

Політика ціноутворення електронного магазину – це комплекс заходів, спрямованих на визначення оптимального методу ціноутворення, який забезпечить торговельним підприємствам збільшення збутового потенціалу та досягнення поставлених цілей. Необхідно зазначити, що цінова політика торговельних підприємств змінюється залежно від кон'юнктури ринку. Так суб'єкти господарювання, які використовують електронну торгівлю, орієнтуються на низькі ціни, ціни конкурентів і встановлюють різні ціни для окремих категорій споживачів.

Перед торговельними підприємствами виникає необхідність створення унікальної пропозиції, щоб не знижувати ціни. У разі, коли постійно зростає кількість електронних магазинів, які здійснюють продаж однаковими товарами, існує необхідність диференціації та створення додаткових послуг для надання товарам більшої цінності.

На наш погляд, найбільш прийнятними для електронної торгівлі є такі принципи ціноутворення, а саме:

- цільової спрямованості процесу ціноутворення – означає чітке визначення проблеми, при вирішенні якої, повинні враховуватися ціни;
- оперативності – передбачає необхідність швидкого внесення змін у цінову політику торговельного підприємства;
- послідовності етапів ціноутворення;
- адаптивності – можливості зміни цін залежно від ринкових умов.

Основною відмінністю ціноутворення в електронній торгівлі від ціноутворення на традиційних ринках є можливість продавцеві адресувати пропозиції конкретним покупцям за спеціальними цінами та встановлювати аукціонні ціни або динамічно змінювати їх залежно, а покупцеві, в свою чергу, швидко порівнювати ціни значної кількості продавців, а також встановлювати власну ціну.

За нашими спостереженнями, для торговельних підприємств у процесі управління системою продажів товарів, які використовують інтернет-торгівлю, найбільш прийнятними є такі методи ціноутворення: встановлення ціни на товар нижчої за собівартість; формування ціни залежно від попиту; встановлення ціни на трансакцію.

Перший метод ціноутворення ґрунтується на тому, що торговельні підприємства одержують прибуток з додаткових послуг і тому мають можливість продавати товари за ціною, яка може бути нижчою або дорівнювати собівартості (наприклад, за рахунок реклами).

Другий метод ціноутворення базується на тому, що ціну встановлюють залежно від зміни попиту на той чи інший товар, але не нижчу, ніж його собівартість.

Третій принцип ціноутворення ґрунтується на вартості трансакції. Деякі товари чи послуги досить дорогі, то необхідність у їх використанні виникає не так часто, щоб споживачу було вигідно купити даний товар. У такому випадку є сенс встановити ціну за користування даним товаром. Використовуючи даний підхід, торговельне підприємство має змогу отримувати стабільний прибуток.

Вибір того чи іншого методу ціноутворення обумовлюється різними причинами і залежить від впливу певних чинників. Основними чинниками, які визначають рівень ціни на товари в електронному магазині, є цінність товару чи послуги для споживача; оцінка якості й особливості товару; верхній і нижній рівень ціни на аналогічні товари та товари-замінники; конкурентний стан ринку; цілі та методи ціноутворення; канали просування; життєвий цикл товару тощо.

За результатами проведеного комплексу заходів визначають напрями щодо покращення

обслуговування споживачів у процесі купівлі товарів через електронний магазин.

Запропонований нами механізм управління системою продажу товарів за допомогою інтернет-торгівлі було апробовано на електронному магазині НВ ТОВ «Промелектроніка», а за результатами було опрацьовано низку заходів, що дозволили підвищити ефективність використання потенціалу торговельних підприємств.

Динаміка обсягів продажу товарів через електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» свідчить, що у 2010 р. через електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» було реалізовано товарів на 831,8 тис. грн, що на 1204,3 тис. грн менше, ніж у 2009 р. Зменшення обсягів реалізації через даний канал розподілу торговельних підприємств зумовлено зниженням платоспроможного попиту населення та обмеженим товарним асортиментом. Найбільша питома вага у структурі продажу товарів через електронний магазин припадала на аудіо- та відеотехніку, крупну побутову техніку та термотехніку. Протягом досліджуваного періоду змінилися обсяги продажу та питома вага зазначених асортиментних груп товарів, а саме: у 2010 р. обсяг реалізації аудіо та відеотехніки зменшився на 130,7 тис. грн, а питома вага зросла на 1,5 % порівняно з 2009 р.; обсяг продажу крупної побутової техніки зменшився на 492,5 тис. грн, а питома вага зросла на 2,5 % відповідно до минулого року; обсяг реалізації термотехніки зменшився на 341,2 тис. грн, а питома вага знизилася на 7,7 % порівняно з попереднім роком.

Таким чином, виникає необхідність визначення напрямів збільшення обсягів реалізації товарів через електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» та опрацювання стратегії управління системою продажів з використанням інтернет-торгівлі.

За нашими спостереженнями, ціни на товари в електронному магазині нижчі порівняно з аналогічним асортиментом товарів у торговельних закладах НВ ТОВ «Промелектроніка» на 7–13 %.

На наш погляд, для збільшення обсягів продажу товарів через електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» необхідно акцен-

тувати увагу на рекламних заходах за рахунок цінових конкурентних переваг, розширення товарного асортименту, вдосконалення логістичної діяльності та сервісу тощо. Для опрацювання рекламної кампанії щодо активізації електронної торгівлі для НВ ТОВ «Промелектроніка» необхідно вжити таких заходів:

- сформулювати цілі реклами з метою збільшення обсягів продажу товарів і одержання прибутку;
- визначити потенційну аудиторію електронного магазину через анкетування на веб-сайті;
- запропонувати раціональний товарний асортимент в електронному магазині з відповідною ціною пропозицією залежно від цільової аудиторії та платоспроможного попиту;
- опрацювати систему знижок для постійних клієнтів електронного магазину та бонусну програму за обсягом придбаних товарів у вартісному вираженні;
- постійно інформувати покупців про нові види товару, що з'явилися в електронному магазині, їх технічні характеристики та відгуки інших споживачів;
- запровадити зворотний зв'язок з покупцем з метою отримання маркетингової інформації щодо підвищення ефективності функціонування електронного магазину тощо.

Також, на нашу думку, у процесі опрацювання рекламної кампанії НВ ТОВ «Промелектроніка» варто розглянути можливість спонукати відвідувачів електронного магазину до здійснення імпульсних покупок. Імпульсна покупка – це не запланована покупка, здійснена у результаті прийняття рішення за короткий проміжок часу. Ефективним маркетинговим інструментом для здійснення відвідувачем імпульсної покупки є спеціальна ціна на певні товари. Найбільш раціональні пропозиції товарів розміщують на сторінках першого рівня на помітних місцях і виділяють їх за допомогою анімаційних ефектів або іншими способами.

Відзначимо основні елементи, на основі яких будують взаємовідносини з покупцями служби електронного магазину. Це каталог товарів, уся необхідна інформація для здійснення покупки, віртуальний кошик і процедура

реєстрації. Віртуальний кошик – це список товарів, які вибрав покупець в електронному магазині. Важливо, щоб покупець до моменту відправлення заявки міг ефективно управляти вмістом власного віртуального кошика та бачити всі суми покупок.

Для збільшення продажу електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» має підтримувати різні методи замовлення. Наприклад, через веб-сторінку, електронною поштою, факсом чи телефоном. Також важливо автоматизувати процес замовлення та оплати. Після того, як відвідувач зробив замовлення в електронному магазині, йому необхідно відправити автоматичне підтвердження електронною поштою або телефоном. На випадок, якщо у покупця виникнуть запитання у підтвердження, має бути інформація про дане замовлення: адреса доставки, замовлені товари, дата і час замовлення, а також контактна інформація продавця.

Враховуючи вищезазначене, серед існуючих видів функціональних стратегій підприємства для управління системою продажу товарів за допомогою інтернет-торгівлі для торговельних підприємств НВ ТОВ «Промелектроніка» найбільш прийнятною є диверсифікація, що передбачає спеціалізацію на комплексному обслуговуванні сегмента споживачів різного асортименту товарів і забезпечує повний цикл надання послуг – від пошуку необхідної продукції до її отримання. Особливістю даної стратегії є постійне розширення товарного асортименту та підвищення якості пропонованих послуг. Отже, ми вважаємо, що на сучасному етапі функціонування електронного магазину НВ ТОВ «Промелектроніка» запропонована стратегія забезпечить конкурентоздатність торговельних підприємств, дозволить збільшити обсяг реалізації товарів і прибуток, підвищити ефективність використання потенціалу тощо.

Визначимо прогнозовані обсяги продажу основних груп товарів через електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» за рахунок запровадження стратегії диверсифікації (табл. 1).

Таблиця 1

**Прогнозований обсяг продажу товарів через електронний магазин
НВ ТОВ «Промелектроніка» за рахунок запровадження стратегії диверсифікації**

Товарний асортимент	Прогнозований обсяг продажу товарів через торговельні підприємства, всього		Прогнозований обсяг продажу товарів через електронний магазин		Питома вага продажу товарів через електронний магазин, %
	одиниць	сума, тис. грн	одиниць	сума, тис. грн	
Аудіо- та відеотехніка	854	1690,6	74	134,4	8,7
Вентиляційне обладнання та комплектуючі	108	29,7	2	0,5	1,9
Запасні частини до побутової техніки	85	3,1	3	0,1	3,5
Комп'ютерна периферія	136	143,3	12	11,6	8,8
Комп'ютерні комплектуючі	1852	62,6	140	4,3	7,6
Комп'ютери	43	139,3	4	10,8	9,3
Крупна побутова техніка	1532	3376,4	225	450,8	14,7
Кухонна побутова техніка	1207	503,4	123	45,8	10,2
Меблі офісні	83	39,6	3	1,3	3,6
Мототехніка	68	307,8	9	38,8	13,2
Ноутбуки	32	152,4	2	8,9	6,3
Пневмоінструмент	96	180,0	7	12,5	7,3
Допоміжні матеріали для принтерів	134	24,1	4	0,6	3,0
Садово-паркова техніка	321	603,0	38	66,1	11,8
Садовий інвентар	136	85,3	12	6,6	8,8
Термотехніка	652	1104,7	128	204,6	19,6
Техніка для навчання та презентацій	38	64,1	3	4,6	7,9
Техніка для догляду за будинком	1258	356,1	105	26,3	8,3
Послуги прокату	124	94,3	12	8,3	9,7
Електричні водонагрівачі	147	292,6	5	9,3	3,4
Електроінструмент	202	107,3	28	12,4	13,9
Всього	–	9108,0	–	1058,6	11,6

Із наведених у табл. 1 даних, використовуючи стратегію диверсифікації для управління системою продажу товарів через електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» прогнозований обсяг реалізації основних товарів збільшиться і становитиме 1058,6 тис. грн, що на 27,3 % більше порівняно із 2009 р., а питома вага продажу товарів через Internet-торгівлю становитиме у середньому 11,6 %. Найбільшу питому вагу у структурі продажу через електронний магазин становитиме крупна побутова техніка (14,7 %), кухонна побутова техніка (10,2 %), мототехніка (13,2 %), садово-паркова техніка (11,8 %), термотехніка (19,6 %), електроінструмент (13,9 %). Необхідно зазначити, що проведені нами розрахунки враховують зміни економічної кон'юнктури та попит споживачів.

Враховуючи пропозиції щодо використання рекламної кампанії, з метою визначення

економічного ефекту від запровадження стратегії диверсифікації для управління системою продажу товарів через електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» розраховано низку показників (табл. 2).

Дані табл. 2 свідчать про те, що вдосконалення функціонування електронного магазину НВ ТОВ «Промелектроніка» потребує 76,8 тис. грн, що передбачає здійснення маркетингових заходів і запровадження рекламної кампанії щодо залучення потенційних покупців. Загальні витрати на запровадження стратегії диверсифікації для управління системою продажів товарів через електронний магазин НВ ТОВ «Промелектроніка» становитимуть 970,3 тис. грн. Тоді, враховуючи обсяг продажу основних видів товарів, економічний ефект від запровадження стратегії становитиме 88,3 тис. грн.

Таблиця 2

**Показники оцінки економічного ефекту від запровадження стратегії
диверсифікації для НВ ТОВ «Промелектроніка»**

Показник	Значення, тис. грн
Обсяг продажу товарів	1058,6
Витрати на придбання товарів	661,6
Витрати на оплату праці	120,0
Витрати на інформаційне обслуговування електронного магазину	48,0
Витрати на доставку товару покупцю	11,0
Витрати на рекламу та маркетинг	76,8
Інші витрати (гарантійне та післягарантійне обслуговування)	52,9
Всього витрат	970,3
Економічний ефект	88,3

Використання електронної торгівлі у господарській діяльності торговельних підприємств дозволяє забезпечити отримання додаткового обсягу прибутку, збільшити кількість споживачів, удосконалити управління системою продажу та запровадити ефективну стратегію на довготривалу перспективу. Разом з тим, як будь який вид діяльності, торгівля через електронний магазин має низку переваг і недоліків, але, враховуючи зміни економічної кон'юнктури та можливості суб'єктів господарювання торговельної сфери, інтернет-торгівля має стати важливим елементом системи збуту, що забезпечить ефективне використання потенціалу торговельних підприємств і збереже стабільні відносини з існуючими покупцями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Верхоглядова Н. І. Основи ціноутворення : навч. посіб. / Н. І. Верхоглядова, С. Б. Ільїна, Н. А. Іваннікова, Я. Я. Слабко [та ін.]. – К. : Кондор, 2007. – 252 с.
2. Дайновська С. М. Ціноутворення / С. М. Дайновська. – К. : ЦУЛ, 2009. – 320 с.
3. Корінев В. Л. Маркетингова цінова політика : навч. посіб. / В. Л. Корінев, М. Х. Корецький, О. І. Дацій. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 200 с.
4. Пінішко В. С. Ціно- і тарифоутворення : навч. посіб. / В. С. Пінішко. – Л. : Магнолія 2006, 2009. – 303 с.
5. Шкварчук Л. О. Ціноутворення : підручник / Л. О. Шкварчук. – К. : Кондор, 2008. – 460 с.

УДК 657:004:640.4(045)

ОБЛІК І КОНТРОЛЬ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЗА ДОПОМОГОЮ СИСТЕМИ R-KEEPER

Л. П. Шевчук, кандидат економічних наук

Наразі найбільш динамічного розвитку досягає така галузь економіки як ресторанний бізнес, що спричиняє виникнення досить жорсткої конкуренції між кафе, барами та ресторанами. Гостра конкуренція призводить до необ-

хідності повного обліку та контролю за рухом товарно-матеріальних цінностей і грошових засобів з метою мінімізації витрат, пов'язаних з виробничим процесом і зменшуючи зловживання з боку персоналу. Для цього слід чітко

контролювати роботу кожної з ділянок підприємств ресторанного бізнесу, здійснюючи складні та трудомісткі процеси розрахункового й облікового характеру.

Використання комп'ютерних технологій для ведення обліку в даній галузі допоможе раціонально використовувати ресурси та значно пришвидшить процес оперативного та точного отримання облікової інформації спеціалістами для здійснення контролю.

Проблемам обліку та контролю за використанням ресурсів на підприємствах ресторанного господарства присвячено праці вітчизняних науковців, зокрема Ф. Ф. Бутинця, С. І. Байлик, К. С. Федосова та ін. Професор Бутинець Ф. Ф. приділяє велику увагу обліку ресурсів, звертаючи увагу при цьому увагу на відображення прямих виробничих витрат в обліку, використовуючи рахунок 91 «Загально-виробничі витрати». Проте слід зазначити, що темі використання комп'ютерних технологій у галузі ресторанного бізнесу, яка сприятиме веденню обліку використанням ресурсів і дасть можливість здійснювати процес контролю за раціональним їх витрачанням, досліджено недостатньо, а отже, потребує подальшого вивчення.

Основною метою статті є аналіз сучасної практики використання новітніх інформаційних технологій обліку та контролю за ресурсами підприємств ресторанного господарства для визначення переваг і обґрунтування пропозицій щодо можливих способів ефективного впровадження R-Keereg на підприємствах ресторанного бізнесу.

Для підприємств ресторанного господарства трудомісткими процесами розрахункового та облікового характеру є розрахунок калькуляції на основі збірника рецептур і технологічних карт блюд і кулінарних виробів, що описують технологію приготування напівфабрикатів і страв. Визначення ціни блюда повинно враховувати норми закладки сировини, визначення собівартості та ціни на реалізовану продукцію, що потребує значних затрат часу для здійснення даних облікових процесів.

Висока динаміка закупівельних цін на сировину зумовлює необхідність частого перерахунку уже наявних калькуляційних карток,

що значно ускладнює та підвищує трудомісткість роботи та дає незначний результат. Тому в таких ситуаціях доречно використовувати комп'ютерні технології для ведення обліку в даній галузі, що допоможе здійснювати контроль за раціональним використанням ресурсів.

Сьогодні прогресивними спеціалізованими програмами для роботи у галузях ресторанного господарства на території України є системи «1С-Рарус: Общепит 1.5 Украинская версия» та ресторанна система R-Keereg.

Система «1С-Рарус: Общепит 1.5 Украинская версия» адаптована для потреб українського обліку та є однією з найбільш популярних програм для автоматизації. Дана система дає можливість ведення обліку на підприємствах ресторанного господарства, при цьому дозволяє поєднувати бухгалтерський і податковий облік.

Програмний продукт «1С-Рарус: Общепит 1.5 Украинская версия» призначений для ведення бухгалтерського обліку на підприємствах ресторанного бізнесу – як самостійних структур, так і підрозділів, що входять до складу великих підприємств. Облік може здійснюватись у невеличких кафе, де робота з програмою зводиться до оформлення декількох документів і формування звітів, так і у мережах громадського харчування з великою мережею підрозділів: складів, кухонь, точок оптової та роздрібної торгівлі.

Система «1С-Рарус: Общепит 1.5 Украинская версия» є універсальним інструментом не лише для бухгалтера, але і для менеджера, шеф-кухаря, технолога і найголовніше для самого власника ресторанного бізнесу. Дана програма забезпечує реальну допомогу у виконанні багатьох функцій, що виконуються різними співробітниками. Весь облік ведеться в єдиній інформаційній базі, що дозволяє виконувати кожному працівнику свої функціональні обов'язки одночасно, а зміну інформації здійснюють у режимі реального часу [2].

Більш досконалою системою для ведення обліку і здійснення контролю роботи у ресторанному господарстві є Українська версія програми – система R-Keereg. Дана система здійснює повний цикл розрахунково-облікових операцій, від оформлення оприбуткуван-

ня продуктів на склад до видачі фірмового чека клієнтові. Вітчизняна система R-Keereg вирізняється легкістю навчання, простотою використання й надійністю порівняно з аналогічними закордонними. Модульний принцип побудови системи дозволяє не тільки визначити конкретний склад модулів при придбанні програмного забезпечення, але й знизити рівень витрат при освоєнні комплексу, встановивши мінімальну конфігурацію, адже вибір робить сам власник.

Система складається з набору програмних модулів, склад яких визначається конфігурацією конкретної системи: «Менеджер» (обов'язковий компонент системи), «Каса», «Бар», «Термінал офіціанта». Касові термінали можуть експлуатуватися як інтегровано (при наявності зв'язку з касовим апаратом), так і автономно.

Перелічимо можливості системи R-Keereg:

- автоматизація процесу вводу і зберігання замовлення;
- автоматична передача змін у меню з комп'ютера менеджера в зал у режимі on-line;
- досягнення максимальної швидкості та простоти роботи барменів і офіціантів під час обслуговування клієнтів;
- автоматична передача замовлення на кухню та на бар через мережу;
- можливе використання сканера штрихкодів.

Дані можливості сприяють здійсненню обліку та контролю за рухом ресурсів на кухні, у барі та залі й забезпечать максимальний захист від зловживань персоналу щодо раціонального використання ресурсів підприємства.

Також варто виділити функціональні можливості системи R-keereg для різних працівників підприємства ресторанного господарства, які дають можливість зробити висновок, що дана система має різні ступені доступу до інформації та забезпечує її конфіденційність.

Зрозуміло, що найбільший рівень доступу має власник і менеджер, тобто ті люди, які приймають управлінські рішення щодо раціонального використання ресурсів і здійснення контролю за ними.

Ведення обліку на підприємствах ресторанного господарства за допомогою інформацій-

ного програмного продукту системи R-Keereg значно зменшує трудомісткий процес, зокрема розрахунок торгової націнки на реалізовані товари і готову продукцію та визначення собівартості реалізованих товарів.

Адже сформований даною системою кожний день звіт реалізації дає інформацію про продаж у цінах собівартості та цінах продажу, а також різницю, яка і є реалізованою торговою націнкою за день (рис.).

Отже, даний звіт дає можливість власнику ресторанного бізнесу здійснювати контроль за використанням ресурсів і аналізувати розмір націнки на блюда та покупні товари з метою оптимізації витрат і отримання позитивного фінансового результату, що сприятиме розвитку власного бізнесу. Розглянемо акт реалізації за 18 березня 2011 р. по підприємству ресторанного господарства (рис.). Відповідно до даного звіту реалізації програма системи R-Keereg здійснює бухгалтерське відображення господарських операцій:

- суми реалізації за день: Дт 301 Кт 702 на суму 1967,10 грн;
- нарахування ПДВ: Дт 702 Кт 641 на суму 327,85 грн;
- віднесення чистого доходу на фінансовий результат: Дт 702 Кт 791 на суму 1639,25 грн;
- собівартість реалізованого товару: Дт 902 Кт 282 в сумі 688,50 грн;
- віднесення собівартості реалізованого товару на фінансовий результат: Дт 791 Кт 902 в сумі 688,50 грн.

Згідно з даним звітом видно, що власник отримав валовий прибуток за 18 березня 2011 р. у розмірі 950,75 грн, націнка становила майже 286 %.

Власник повинен підходити дуже виважено до необґрунтованого підвищення націнки, яке сприятиме збільшенню ціни блюда та може призвести до зменшення замовлень на даний вид продукції.

Здійснюючи контроль за ресурсами на основі інформації проаналізованого звіту реалізації власник обов'язково повинен під час прийняття управлінського рішення враховувати ціни на аналогічні блюда у своїх конкурентів і зменшувати націнку у разі потреби.

Унифицированная форма № ОП-12
Утверждена постановлением Госкомстата
России от 25.12 № 132

Организация: _____
Предприятие: _____

Форма по ОКУД
по ОКПО

Вид деятельности
Вид операции

Код
0330512

УТВЕРЖДАЮ

Директор _____

_____ 20__ г.

АКТ РЕАЛИЗАЦИИ

Комиссия установила:

Номер документа	Дата составления
78	18.03.11

№	№ К. К.	Готовое изделие		Реализовано				Примечание	
		наименование	Код	Кол-во	по ценам факт. реализации		по учетным ценам пр-ва		
					Цена	Сумма	Цена		Сумма
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1		Чай «Английский завтрак»	208,4	8,000	13,48	107,80	2,72	21,76	
2		Чай «Альпийский луг»	7620	2,000	14,00	28,00	2,72	5,44	
3		Чай «Земляника со сливками»	7830	1,000	14,00	14,00	2,72	2,72	
4		Чай «Маракеш»	411,1	3,000	14,00	42,00	2,72	8,16	
5		Чай «Напиток Богов»	397,2	6,000	13,65	81,90	2,72	16,32	
6		Чай «Порох Поднебесный»	764,1	3,000	13,53	40,60	2,72	8,16	
7		Чай «Эрл Грей»	209,4	1,000	14,00	14,00	2,72	2,72	
8		И т. д.							
			Итого по группе		1967,10		688,50		

СПРАВКА: Израсходовано на приготовление блюд специй _____ % к обороту на сумму _____

Соли _____ % к обороту на сумму _____

Итого _____

Члены комиссии:

Зав. производством _____
подпись, расшифровка подписи

должность _____ подпись, расшифровка подписи

должность _____ подпись, расшифровка подписи

Выручка кассы _____

Количество и цены реализованных готовых изделий, указанные в настоящем акте, соответствуют кассовый чекам.

Кассир _____ подпись Проверил бухгалтер _____ подпись, расшифровка

Рис. Акт реализации за 18 березня 2011 р.

На нашу думку, система R-Keeper є найбільш оптимальним і сучасним програмним продуктом ведення обліку, яка забезпечить вирішення проблем контролю ресурсів і стане

ефективним способом управління на підприємствах ресторанного бізнесу.

Аналізуючи вищезазначене, можна зробити такі висновки, що новий програмний продукт

– система R-Keerger забезпечить власнику ресторанного бізнесу: підвищення рівня сервісу й обслуговування за рахунок скорочення часу на формування рахунків відвідувачів та передачі інформації по мережах на кухню;

- облік і контроль за використанням сировини на кухні, оскільки здійснюється кількісний і вартісний облік у розрізі всіх найменувань сировини;

- зменшення трудомісткого процесу обліку розрахунку торгової націнки та визначення собівартості реалізованих товарів, оскільки отримання звіту реалізації за день дає повну оперативну інформацію;

- оптимізацію витрат за рахунок зменшення ціни закупівлі у постачальників – виробників основних видів сировини, що сприятиме розвитку ресторанного бізнесу та збільшення прибутку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Байлик С. И. Гостиничное хозяйство: проблемы, перспективы / С. И. Байлик. – К. : ВИРА-Р, «Альтерпрес», 2007. – 208 с.
2. Федосова К. С. Сучасні інформаційні технології у готельному і ресторанному бізнесі / К. С. Федосова, Л. М. Тележенко. – О. : ТЕС, 2010. – 264 с.

УДК 339.138:658.11

СУТНІСТЬ І ЕВОЛЮЦІЯ ПОНЯТТЯ «УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ» ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

І. В. Юрко, кандидат економічних наук; К. М. Краус

Господарювання вітчизняних підприємств в умовах ринкової економіки змінило характер їх діяльності, підвищило рівень нестабільності та невизначеності, відтак, набуває актуальності уміння адаптуватися до мінливої економічної ситуації, що швидко змінюється. Успіх підприємств за таких обставин залежить від уміння пристосуватися до мінливого маркетингового середовища. З огляду на це повинна змінюватися і «управлінська філософія» підприємств.

Сьогодні, коли життєвий цикл товарів і послуг стає все коротшим, діяльність господарюючих суб'єктів має бути більш гнучкою і динамічною. Керівникам підприємств слід швидко освоювати нові методи і техніку управління. Відтак, основою управління в умовах ринку стає маркетинг.

Проблема управління маркетингом підприємств є однією із найбільш неоднозначно трактованих в економічній науці. Питаннями маркетингового управління в різний час зай-

малися такі видатні зарубіжні та вітчизняні науковці як О. М. Азарян, Л. В. Балабанова [9], Б. І. Баркан, А. В. Войчак [10], Т. П. Данько, П. Діксон [8], П. Друкер, Ф. Котлер [7], Д. Макконелл, Б. А. Соловйов, О. О. Шубіна та багато ін.

У працях цих авторів широко розглядаються теоретичні основи управління маркетингом, його особливості на підприємствах різних сфер господарювання та організація ефективного маркетингового управління. Однак досі серед учених не існує єдиного трактування управління маркетингом, методології побудови та функціонування системи управління маркетинговою діяльністю. Тому виникає необхідність порівняльного аналізу поглядів зарубіжних і вітчизняних спеціалістів на сутність управління маркетингом і уточнення відмінностей у поглядах провідних спеціалістів в галузі маркетингу.

Метою статті є подальший розвиток теоретичних положень управління маркетинговою

діяльністю підприємств з урахуванням сучасних особливостей господарювання в Україні.

Для повного та чіткого розуміння поняття «управління маркетингом» доцільно з'ясувати сутність категорій «управління» («менеджмент») і «маркетинг», які широко застосовуються у вітчизняній науковій і навчальній літературі.

Управління (від англ. management – управління, завідування) – це системна сукупність процесу управління (сукупність виконуваних функцій), організації управління (організаційної структури) та інформації, яка поєднує перші дві складові в процес свого використання [1, с. 10]. Менеджмент являє собою процес управління матеріальними та людськими ресурсами й забезпечує ефективне їх використання для досягнення поставлених цілей [2, с. 12].

Термін «маркетинг» був започаткований у США в 1902 р. і означав роботу з вивчення і задоволення потреб та побажань споживачів. Широкого застосування маркетинг набув у 30-ті рр. XX ст. через насичення попиту населення у США та Німеччині на основні споживчі товари в умовах їх масового виробництва на етапі комплексної механізації виробництва [3, с. 239]. Основною умовою реалізації продукції в цей період, а отже, й перемоги над конкурентами, було максимальне зниження цін і витрат виробництва та отримання максимального прибутку [4, с. 10]. Вирішення цього питання покладалося на маркетинг.

Протягом XX ст. маркетинг пройшов шлях від «реалізації товарів» до «філософії бізнесу». В 1960 р. Американська асоціація маркетингу визначала його як «підприємницьку діяльність, яка керує просуванням товарів і послуг від виробника до споживача чи користувача». А в 1985 р. маркетинг асоціювали з процесом планування і втілення задуму, ціноутворення, реалізації ідей, товарів і послуг за допомогою обміну [3, с. 239].

У сучасному тлумачному словнику економіста зазначається, що маркетинг (англ. marketing від market – ринок) – це «комплексна система організації виробництва, формування попиту, збуту і продажу товарів, сервісного обслуговування, спрямована на максимальне

задоволення потреб населення та одержання прибутку...» [5, с. 180].

Маркетинг передбачає організацію діяльності підприємства з використанням найсучасніших методів раціонального управління для досягнення високої ефективності та конкурентоспроможності своєї діяльності, нарощування її результатів [6, с. 7].

На наш погляд, сутність маркетингу полягає у детальному та всебічному вивченні ринку, попиту, потреб і уподобань споживачів, активному впливі на ринок та існуючий попит, на формування купівельних переваг.

Більшість сучасних учених-економістів ототожнюють категорії «управління маркетингом» і «маркетинговий менеджмент». Однак ці поняття дещо різняться між собою. Так, маркетинговий менеджмент являє собою процес управління всіма функціями (загальними і приватними) та структурними підрозділами на основі маркетингу, а управління маркетингом – це управління лише елементами маркетингової діяльності підприємства.

У науковій літературі з менеджменту та маркетингу домінує думка видатного професора маркетингу Ф. Котлера на сутність управління маркетингом. Він переконаний, що управління маркетингом – це аналіз, планування, втілення в життя і контроль за проведенням заходів, розрахованих на встановлення, зміцнення і підтримку вигідних обмінів з цільовими покупцями для досягнення певних завдань організації, таких як отримання прибутку, зростання об'єму збуту, збільшення частки ринку і т. ін. [7, с. 18].

Р. Діксон у своїй книзі «Управління маркетингом» стверджує, що маркетингове управління – це різноманітна діяльність, направлена на вивчення потреб споживачів та їх психології [8, с. 23].

Російські науковці Ю. О. Ципкін та О. Н. Люкшимов наполягають на такому визначенні управління маркетингом: «Управління маркетингом – це широкий комплекс заходів стратегічного та тактичного характеру, які спрямовані на ефективне здійснення ринкової діяльності підприємства» [9, с. 19].

Заслуговує на увагу й вітчизняне трактування поняття «управління маркетингом», ав-

тором якого є А. В. Войчак. На думку цього науковця маркетингове управління діяльністю – це аналіз, планування, впровадження в життя й контроль за здійсненням заходів, розрахованих на встановлення, зміцнення і підтримування взаємовигідних обмінів із цільовим ринком для досягнення конкретної мети організації [10, с. 29].

М. І. Белявцев та В. М. Воробйов під маркетинговим управлінням розуміють цілеспрямовану координацію і формування всіх заходів фірми, пов'язаних з ринковою діяльністю на рівні підприємства, на рівні ринку і суспільства в цілому, і котрі базуються на принципах маркетингу [4, с. 16].

Американська асоціація маркетингу стверджує, що маркетингове управління являє собою процес планування і реалізації політики ціноутворення, просування і розподілу ідей, товарів і послуг, спрямований на здійснення обмінів, які задовольняють як індивідів, так і організації [1, с. 11].

Цікавим є трактування маркетингового управління Л. В. Балабанової, яка вважає, що воно являє собою системне управління маркетинговою діяльністю підприємства, засноване на принципах соціально-етичного маркетингу і направлене на своєчасну адаптацію до умов мінливого маркетингового середовища, на задоволення запитів споживачів і забезпечення на цій основі довгострокового комерційного успіху [9, с. 21].

Узагальнюючи вищезазначені визначення поняття «управління маркетингом», можна зробити висновок, що маркетингове управління являє собою процес управління всіма сферами господарювання підприємства, в основу якого покладено концепцію маркетингу.

Більшість з розглянутих нами тлумачень поняття «управління маркетингом» не пристосовані до сучасних умов діяльності підприємств, тому доцільним, на нашу думку, є власне його тлумачення. На наш погляд, управління маркетингом – це системна цілеспрямована діяльність підприємства, що охоплює аналіз, планування, втілення в життя і контроль за здійсненням дій, спрямованих на забезпечення стійкої ринкової позиції, дослідження попиту та задоволення запитів спо-

живачів, використання комплексних методів стимулювання збуту, пристосування до динамічних змін маркетингового середовища і, як результат, отримання прибутку.

Ми переконані, що дане визначення найбільш глибоко та повно розкриває сутність досліджуваного питання, тому що передбачає в результаті ефективної реалізації маркетингового управління:

- чітке визначення цілей маркетингу;
- правильне планування всіх заходів маркетингу для досягнення поставлених цілей;
- своєчасне проведення оперативного втручання в хід маркетингових процесів відповідно до мінливих умов;
- ефективний контроль процесу управління маркетингом;
- стимулювання ефективної роботи персоналу по маркетингу;
- своєчасне виявлення та зниження маркетингових ризиків.

Для глибокого розуміння сутності поняття «управління маркетингом», дослідимо його об'єкт, суб'єкт, основні функції та завдання. Так, об'єктом управління маркетингом є маркетингова діяльність, тобто дослідження ринків, розробка, розподіл і просування товарів і послуг через здійснення угод купівлі-продажу, завдяки чому максимально досягаються цілі (місія) певного підприємства і задовольняються потреби споживачів [2, с. 13].

Суб'єктом маркетингового управління є окремий власник або менеджер, сукупність власників і працівників управлінського персоналу конкретного підприємства [1, с. 12].

Мета управління маркетингом полягає в забезпеченні високого рівня якості управління, що дозволить ефективно реалізувати маркетингову діяльність підприємства.

Найбільш точно та широко сутність маркетингового управління підприємств розкривається через виконувані ним функції. Ключовими функціями управління маркетингом є аналіз, планування, організація, мотивація, реалізація та контроль. Розглянемо ґрунтовно кожен з функцій.

1. Аналіз – це функція управління, що передбачає аналіз ринку, в тому числі його потенціалу, місткості, кон'юнктури, попиту, можли-

востей фірми, поведінки споживачів, рівень конкуренції та аналіз рівня якості управління, маркетингової організаційної структури, результати маркетингової діяльності [1, с. 15].

2. Планування – це стадія процесу управління, що охоплює програмування та прогнозування і передбачає визначення місії та цілей підприємства, способів і заходів їх досягнення по відношенню як до маркетингової діяльності, так і управління нею. Зокрема прогнозування дає можливість визначити тенденції розвитку підприємства в майбутньому, а в результаті програмування план набуває вигляду плану-програми, де обґрунтовується доцільність розвитку всіх сторін підприємства [6, с. 9].

3. Організація спрямована на поєднання в єдину систему всіх видів ресурсів, які має в своєму розпорядженні підприємство. Дана функція передбачає створення і впорядкування структури управління, зв'язків і відносин між складовими структури управління, формування організаційної структури маркетингу певного підприємства, його внутрішньої ієрархії, завдань і повноважень працівників за реалізацію маркетингових заходів.

4. Мотивація передбачає створення ефективних моральних і матеріальних стимулів для працівників, що забезпечить виконання ними своїх обов'язків [2, с. 16].

5. Реалізацією передбачено організацію ефективного виконання запланованих маркетингових заходів і заходів щодо покращення управління маркетинговою діяльністю підприємства.

6. Контролем передбачено контролювання запланованих заходів, моніторинг і аналіз результатів їх виконання [1, с. 16].

Завдання маркетингового управління полягають у впливові на рівень, час і характер попиту таким чином, щоб це допомагало підприємству в досягненні поставлених цілей, а також у впливові на формування і прийняття управлінських рішень [11, с. 35]. Іншими словами, управління маркетингом – це не лише управління попитом, але і можливість впливу на обрану стратегію.

Управління маркетинговою діяльністю має власну організаційну структуру, яка являє собою сукупність спеціалістів, устаткування,

відносини і взаємозв'язки між елементами оргструктури та спеціалістами [12, с. 25]. Відтак, маркетингове управління є одночасно і процесом, в ході якого здійснюються певні функції, і системою, яка за допомогою організаційної структури виконує ці функції.

Процес управління маркетингом підприємств має ряд специфічних особливостей, серед яких: спрямованість на потреби та запити ринку і споживачів, ситуаційний характер процесу управління, постійний збір і обробка необхідної інформації, швидке пристосування до мінливого маркетингового середовища, використання програм маркетингу, завоювання ключових сегментів ринку [9, с. 26].

Відтак, можна стверджувати, що управління маркетингом дає можливість підвищити ефективність діяльності підприємства в стимулюванні збуту, рекламі, у впливі на споживача та підвищенні конкурентних переваг, в отриманні прибутку.

На наш погляд, управління маркетингом підприємств має передбачати стратегічний підхід до діяльності, спрямованість на довготерміновий комерційний успіх, орієнтацію на вимоги ринку, своєчасне пристосування до динамічних змін зовнішнього середовища, завоювання провідних позицій на ринку та забезпечення конкурентних переваг, системний підхід до здійснення управлінської діяльності.

Вітчизняні підприємства, які вже використовують у своїй діяльності основи маркетингового управління, повинні всі управлінські рішення спрямувати на формування товарної політики та приймати їх з урахуванням результатів дослідження запитів покупців, ринкових і маркетингових можливостей. Слід зазначити, що впровадження маркетингового управління на підприємствах, поступове, поетапне його становлення і переорієнтація підприємств на маркетинг є об'єктивною необхідністю в умовах розвитку ринкових відносин.

З огляду на ситуацію, що склалася сьогодні в економіці країни, вітчизняним підприємствам у своїй діяльності слід орієнтуватися на потреби й запити людей, які перебувають на межі виживання, прагнуть задовольнити найелементарніші фізичні та соціальні потреби. У розвинутих країнах світу маркетинг зорієнто-

ваний на потреби середнього класу та групи людей, які прагнуть піднятися на вищий щабель життєвої ієрархії й підвищити свій соціальний статус [3, с. 242].

Таким чином, у господарській діяльності вітчизняних підприємств усе більшу роль стає відігравати управління маркетингом. Маркетингове управління поки що належним чином не застосовується на практиці, досить мало й теоретичних розробок з проблем його організації та раціонального функціонування. Однак управління маркетингом підприємств України сьогодні є необхідним кроком для їх успішної ринкової діяльності, організації та спрямованості всіх можливостей на підвищення ефективності господарювання та досягнення поставлених цілей.

ЛІТЕРАТУРА

- Єрмошенко М. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / М. М. Єрмошенко. – К. : НАУ, 2001. – 204 с.
- Заяць Т. А. Управління маркетингом на підприємстві : монографія / Т. А. Заяць, І. О. Тарлопов, О. О. Пилипенко. – Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 253 с.
- Економічна енциклопедія : в 3 т. / відп. ред. С. В. Мочерний. – К. : Видавничий центр «Академія», 2001. – Т. 2. – 848 с.
- Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / під заг. ред. М. І. Белявцева та В. Н. Воробйова. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 407 с.
- Гончаров С. М. Тлумачний словник економіста / С. М. Гончаров, Н. Б. Кушнір ; за ред. проф. С. М. Гончарова. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 264 с.
- Куценко В. М. Маркетинговий менеджмент : навч. посіб. / В. М. Куценко. – К. : МАУП, 2003. – 184 с.
- Котлер Ф. Основи маркетингу : учебник / Ф. Котлер. – М. : Бизнес-книга, 2006. – 699 с.
- Диксон П. Управление маркетингом : [пер. с англ.] / П. Диксон. – М. : БІНОМ, 1998. – 560 с.
- Балабанова Л. В. Управління маркетинговою діяльністю підприємства : монографія / Л. В. Балабанова, Н. М. Гурій ; М-во освіти і науки України ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : [ДонНУЕТ], 2010. – 184 с.
- Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент : підручник / А. В. Войчак. – К. : КНЕУ, 2009. – 328 с.
- Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств : монографія / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна ; М-во освіти і науки України ; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк : [ДонДУЕТ], 2009. – 245 с.
- Крикунов М. Кому он нужен, этот маркетинговый менеджмент? / М. Крикунов // Маркетинг и реклама. – 2009. – № 6 (154). – С. 24–28.

УДК 331.232:339.13

ФАКТОРИ РЕГІОНАЛЬНОГО ФОРМУВАННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ПРАЦІ ФАХІВЦІВ

Л. В. Дробиш, кандидат економічних наук

Досліджуючи проблеми формування професійних сегментів ринку праці на рівні регіону, необхідно враховувати те, що кожний регіон є відносно відокремленою, водночас відкритою, відтворювальною соціально-економічною системою, яка має свої особливості не лише в економічному розвитку, але й у про-

цесі формування ринку праці [1]. Відповідно для кожного регіону формування попиту й пропозиції праці за професійними сегментами супроводжується впливом безлічі факторів, які взаємопов'язані між собою.

Проаналізувавши чимало наукових праць, присвячених ринку праці, а саме питан-

ня його сегментації, регулювання та прогнозування, ми з'ясували, що окремі аспекти формування і функціонування ринку праці фахівців досліджували вітчизняні вчені С. І. Бандур, М. П. Білоблоцький, Д. П. Богиня, В. І. Герасимчук, О. А. Грішнова, А. З. Дадашев, Б. С. Довжук, М. І. Долішній, Т. А. Заяць, С. М. Злупко, Л. Г. Колешня, А. М. Колот, Е. М. Лібанова, І. І. Лукінов, В. В. Онікієнко, І. Л. Петрова, В. М. Петюх, У. Я. Садова, Л. К. Семів, М. В. Семикіна, І. В. Терон, Б. Л. Токарський, О. І. Хомра. Разом з тим процеси формування попиту й пропозиції праці у професійному розрізі на рівні регіону майже не досліджені. Відповідно сегментація ринку праці у якісному розрізі (за професіями, спеціальностями, рівнями кваліфікації) і виявлення впливу факторів на формування професійних сегментів ринку праці в сучасних умовах на-

буває особливого значення, що зумовлено пошуком способів вирішення проблем зайнятості фахівців. З огляду на зазначене, слід більше уваги приділити дослідженню факторів формування попиту й пропозиції праці за професійними сегментами та виявленню їх впливу на кон'юнктуру регіонального ринку праці. Актуальність зазначених питань зумовила вибір теми дослідження та його практичне значення.

Метою статті є дослідження факторів формування попиту й пропозиції праці за професійними сегментами та виявлення їх впливу на кон'юнктуру ринку праці регіону.

Як свідчать результати аналізу, процес формування і розвиток професійних сегментів ринку праці відбувався під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів (рис. 1).

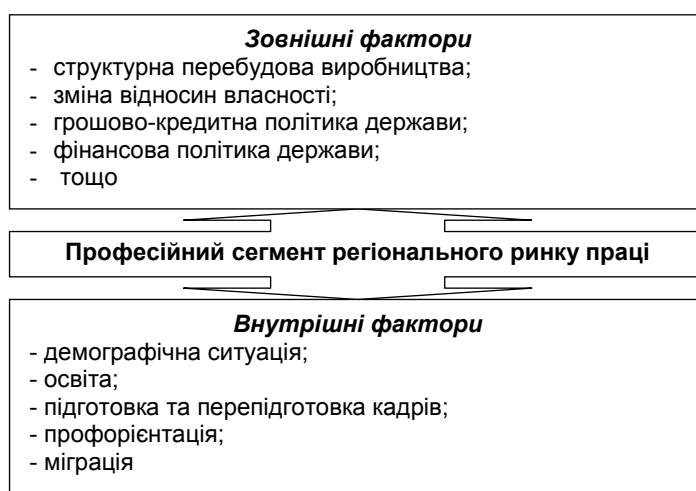


Рис. 1. Фактори формування попиту й пропозиції праці за професійними сегментами на ринку праці (розроблено автором)

Вивчення їх сукупного впливу на розвиток ринку праці дає змогу визначити взаємозв'язок між ними і ситуацією на ринку праці.

Так, у ході дослідження регіонального ринку праці Полтавщини ми виділили п'ять груп факторів, які визначали його кон'юнктуру, у тому числі його професійних сегментів. Це група демографічних, соціально-демографічних, соціальних, економічних і організаційно-економічних факторів. Як з'ясувалось, кожна з груп факторів у певний період часу мала різну силу впливу на процеси, що відбувалися

на ринку праці даного регіону. Однак у період становлення ринкових відносин, на нашу думку, визначальними факторами у формуванні професійних сегментів ринку праці Полтавщини були фактори, пов'язані зі структурною перебудовою економіки регіону, зміною структури зайнятості за видами економічної діяльності, появою нелегального сектора економіки, не досить сприятливою демографічною ситуацією, рівнем розвитку інфраструктури ринку праці, незначним поживленням міграційних процесів. У табл. 1 відображені

наслідки сукупного впливу означених вище сегментів регіонального ринку праці Полтав-
груп факторів на кон'юнктуру професійних щини.

Таблиця 1

Вплив факторів на формування професійних сегментів ринку праці*

Фактори та напрями впливу	Наслідки впливу окремих факторів на процеси, що відбуваються на ринку праці за професійними сегментами
Демографічна ситуація в регіоні	Прискорення темпів природного приросту населення та зміна вікової структури населення призведе до збільшення чисельності населення, яке здобуває вищу освіту і виходить на ринок праці. Неконтрольоване зростання випуску фахівців призводить до перенасичення ринку праці
Соціальні фактори	Зростання освітнього та культурного рівня населення обумовлює збільшення чисельності фахівців з вищою освітою, зокрема й економічною
Проведення економічних реформ у країні та регіоні	Зрушення в структурі зайнятості за видами економічної діяльності, перерозподіл фахівців за сферами виробництва, вивільнення працівників
Інноваційно-інвестиційна політика в регіоні	Збільшення зайнятості серед висококваліфікованих фахівців, у тому числі економічного спрямування
Територіальна спеціалізація	Зростає потреба в тих чи інших фахівцях. Збільшення кількості підприємств і організацій, що займаються підприємницькою діяльністю, мережі фінансово-кредитних і банківських установ зумовлює підвищену потребу у фахівцях з вищою економічною освітою
Професійна орієнтація населення	Дає можливість формувати пропозицію фахівців з певних професій і спеціальностей шляхом виявлення здібностей людини з урахуванням її інтересів і попиту на певні види економічної діяльності. Застосування специфічних методів профорієнтації сприяє посиленню конкурентоспроможності фахівців на ринку праці та досягненню ефективної їх зайнятості. Є дієвим засобом запобігання молодіжному безробіттю та формування у молоді мотивації до праці, усвідомленого вибору професій, потрібних ринку праці
Рівень розвитку соціальної інфраструктури регіону (ринку праці): - мережі вищих навчальних закладів і закладів післядипломної освіти; - мережі структур, що займаються працевлаштуванням населення (служба зайнятості, комерційні агентства з працевлаштування тощо)	Надмірна скупченість вищих навчальних закладів, що випускають фахівців економічного спрямування, призводить до перенасичення ними ринків праці окремих регіонів. Знижується рівень зайнятості та зростає рівень безробіття серед цієї категорії працівників, відповідно підвищуються вимоги до роботи служб зайнятості в питаннях працевлаштування висококваліфікованих фахівців з економічною освітою
Активність міграційних процесів: - зовнішніх - внутрішніх	Низька соціальна захищеність (порівняно низька заробітна плата, безробіття, невпевненість у майбутньому тощо) сприяє відтоку фахівців з вищою економічною освітою з регіону (країни) і навпаки

Примітка. * Розроблено автором.

До цього часу у нашій країні залишається недосконалим механізм регулювання підготовки фахівців з вищою освітою за більшістю спеціальностей, що призводить до перенасичення ринку праці певними фахівцями. При цьому особливо складною є ситуація у тих регіонах, де розташована велика кількість вищих навчальних закладів з підготовки фахівців економічного профілю. Поліпшити ситуацію з підготовкою та використанням фахівців дано-

го профілю у таких регіонах, на нашу думку, дасть змогу визначення й аналіз факторів, що формують попит на фахівців, і факторів, що формують попит на окремі спеціальності.

З цією метою ми були згрупували фактори, які є визначальними у формуванні попиту на економічні спеціальності та попиту на фахівців економічного профілю на ринку праці Полтавщини (рис. 2).



Рис. 2. Фактори формування професійного сегмента ринку праці в регіоні (розроблено автором)

Залежно від того, яка з груп факторів переважує на ринку праці, визначається його кон'юнктура. Зокрема, на Полтавщині, де впливовішими є фактори, що формують попит на окремі спеціальності (збільшується пропозиція) порівняно з факторами, що формують попит на цих фахівців (зменшується попит), складається трудонадлишкова кон'юнктура ринку праці.

Окрім виявлення факторів формування професійних сегментів ринку праці аналіз регіонального ринку праці передбачав також пошук факторів, які суттєво впливають на осно-

вні його елементи, а саме: попит, пропозицію і ціну робочої сили (рис. 3).

Значна насиченість ринку праці Полтавщини фахівцями торговельно-економічного спрямування зумовила потребу у дослідженні його стану та виявленні й оцінці факторів, що визначають попит на фахівців галузі знань «Економіка та підприємництво». Так, з усієї сукупності означених вище факторів ми виділили ті, що діють у напрямі зростання попиту на фахівців торговельно-економічного спрямування на ринку праці Полтавщини, а також ті, що сприяють його зниженню (табл. 2).

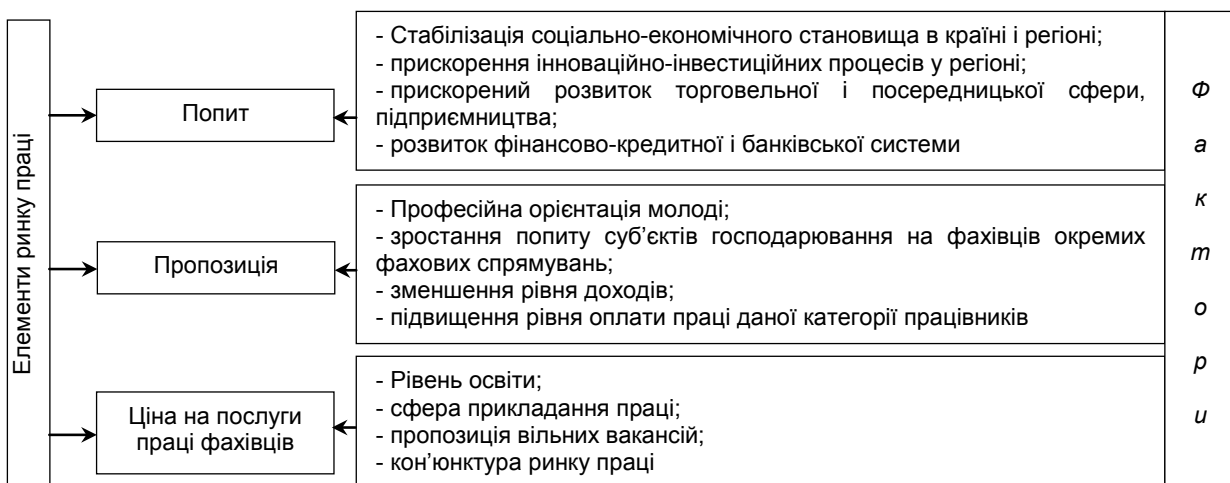


Рис. 3. Фактори впливу на основні елементи професійного сегмента ринку праці (розроблено автором)

Таблиця 2

Фактори зростання (зниження) попиту на фахівців торговельно-економічного спрямування на регіональному ринку праці*

Фактори	Напрями підготовки					
	економіка підприємства	фінанси	облік і аудит	міжнародна економіка	маркетинг	товарознавство та комерційна діяльність
Стабільність економічного розвитку регіону	+	+	+	+	+	+
Збільшення кількості функціонуючих підприємств усіх форм власності	+	+	+		+	+
Розвиток сфери торгівлі	+	+	+	+	+	+
Розвиток сфери послуг	+	+	+		+	+
Розвиток малого бізнесу	+		+			+
Розвиток банківської системи	+	+	+			
Розвиток мережі податкових і митних служб	+	+	+			
Розвиток зовнішньоекономічної діяльності в регіоні	+	+	+	+	+	+

Примітка. * Розроблено автором.

Судячи з наведених вище даних, збільшення попиту на фахівців відбувається здебільшого за рахунок стабільного економічного розвитку регіону, розширення сфер прикладання праці та збільшення кількості господарюючих суб'єктів, що користуються послугами праці фахівців даного професійного спрямування.

Крім цього, ми виокремили основні проблеми професійної підготовки населення аналізованого регіону, що, в свою чергу, негативно впливали на кон'юнктуру професійних сегментів ринку праці. Як свідчить аналіз, проблеми професійної підготовки населення на Полтавщині пов'язані з невідповідністю обсягів підготовки фахівців економічного профілю потребам ринку праці; невизначеністю критеріїв обґрунтування розмірів державного замовлення на підготовку фахівців на контрактній основі; неврахуванням потреб ринку праці у фахівців економічних спеціальностей при видачі ліцензій вищим навчальним закладам на право їх підготовки; відсутністю у молодих фахівців досвіду практичної роботи, що стає перешкодою у їх працевлаштуванні; слабкістю партнерських зв'язків вищих навчальних

закладів, роботодавців і служби зайнятості, що зумовлює труднощі з наданням випускникам вузів місця роботи за набутим фахом.

За результатами аналізу ми також встановили, що основними факторами, які визначали кон'юнктуру ринку праці фахівців торговельно-економічного спрямування на Полтавщині, були:

- обсяги підготовки фахівців у вищих навчальних закладах. Нарощування обсягів підготовки фахівців з вищою економічною освітою за відсутності попиту на них сприяло збільшенню кількості непрацевлаштованих молодих фахівців;

- обсяги перепідготовки фахівців за економічними спеціальностями у закладах післядипломної освіти (друга вища освіта). Неврахування потреб регіону у цих фахівців призвело до перенасичення ринку праці за окремими економічними спеціальностями;

- вивільнення фахівців з підприємств, установ і організацій у ході реорганізації, ліквідації господарюючих суб'єктів і скорочення штатів. За рахунок цього джерела ринок праці поповнився фахівцями з досвідом роботи за

спеціальністю і, відповідно, створив конкуренцію молодим фахівцям при працевлаштуванні;

- вихід на ринок праці економічно не активного населення, яке має вищу економічну освіту. Внаслідок цього створився додатковий тиск на ринок праці;

- стабілізація економічного розвитку регіону, пожвавлення інвестиційної діяльності. Внаслідок активізації цих процесів створюються умови щодо можливості працевлаштування фахівців економічного профілю та зменшення кількості незайнятих фахівців;

- розвиток мережі підприємств, що потребують фахівців економічного профілю. Внаслідок розвитку банківської системи, підприємницьких структур зросла потреба у фахівцях економічного спрямування.

Таким чином, ефективне функціонування регіонального ринку праці фахівців торговельно-економічного спрямування Полтавщини залежатиме від різноспрямованого впливу факторів, що визначають попит і пропозицію праці на цьому ринку. Тому глибокий і всебічний аналіз факторів, які визначають

кон'юнктуру професійних сегментів ринку праці, дасть змогу запропонувати дієві заходи для досягнення збалансованості між попитом і пропозицією праці фахівців.

Однак через динамічні зміни в економіці та на регіональних ринках праці ще й досі не вирішена не лише проблема незбалансованості між попитом і пропозицією праці за професійними сегментами, але й безліч інших проблем. Тому подальші дослідження ринку праці на рівні регіонів повинні спрямовуватися на виявлення факторів формування попиту й пропозиції праці фахівців та їх аналізу у розрізі саме професійних груп.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дробиш Л. В. Формування та регулювання попиту й пропозиції праці в регіоні (на прикладі фахівців торговельно-економічного спрямування) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.07 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика» / Л. В. Дробиш. – Полтава, 2009. – 20 с.

УДК 330.87:303.725.37:338.24

КОРПОРАТИВНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ: ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ

С. В. Філіна

Нині складно знайти підприємство, на якому в тій або іншій мірі не застосовувалися інформаційні системи (ІС) управління господарською діяльністю. Проте, як правило, комп'ютеризація охоплює лише окремі сфери управління. Через істотну різницю історичних умов розвиток ІС в Україні і на Заході відбувався різними способами. Планова система жорстко регламентувала й розподіляла людські, фінансові, матеріальні ресурси. Через це неринкова економіка не стимулювала керів-

ників підприємств заощаджувати ресурси й оптимізувати матеріальні та фінансові потоки.

У той же час для «західного власника» проблема раціонального управління ресурсами завжди стояла на першому місці. Через ці об'єктивні обставини комп'ютеризація управління на Заході починалася з вирішення завдань управління запасами. У нашій країні ініціаторами впровадження ІС були і залишаються бухгалтерські служби підприємств. Еволюція західних і вітчизняних ІС ілюструє цю

тезу. Всі вітчизняні ІС розвивалися від бухгалтерської служби підприємства. Так, найбільш поширені на ринку продукти компанії «ІС» (бухгалтерія, зарплата, кадри, склад, торгівля, підприємство). Аналогічні етапи розвитку пройшли і програмні продукти інших фірм-розробників – «БЕСТ», «Парус», «Галактика».

В основі ж західних ІС з самого початку їх розвитку були ідеї «ресурсозбереження», тобто оптимізації матеріальних і фінансових потоків. Це відображено в їх назвах: ІС – Inventory Control – управління запасами, MRP – Material Requirement Planning – планування матеріальних ресурсів, MRP II – Manufacturing Resource Planning – планування виробничих ресурсів, ERP – Enterprise Resource Planning – планування ресурсів підприємства. Це зовсім не означає, що розробники західних систем не приділяли достатньої уваги модулю бухгалтерського обліку. У 90-х рр. XX століття найбільш успішною сферою впровадження КІС на вітчизняних підприємствах став бухгалтерський облік. Переконавшись у ефективності застосування ІС, підприємства переходили до впровадження комп'ютеризації в управлінні складським господарством, у відділі кадрів. При цьому досить часто використовувалися програмні продукти різних фірм, які базувалися на різних платформах. У результаті такої роботи підрозділи підприємств працювали автономно, іноді навіть менш ефективно, ніж узагалі без комп'ютеризації.

Метою статті є виявлення проблемних питань упровадження корпоративних інформаційних систем на підприємствах торгівлі системи

споживчої кооперації України, здійснення порівняльної характеристики існуючого на українському ринку програмного забезпечення, а також проведення аналізу критеріїв ефективності впровадження корпоративних інформаційних систем.

Відповідно до розміру підприємства системи управління підприємством умовно можна поділити на два великих класи. Великі системи, які сьогодні найповніше відповідають вимогам стандарту ERP («BAAN», «Oracle Applications», «R/3» тощо). Це переважно великі інтегровані комплекси ERP-класу, які окрім інструментів управління виробництвом, можуть утримувати ще й модулі, що суттєво розширюють рамки традиційної ERP-системи: CRM, ASP, OLAP. Дані системи потребують значних фінансових і людських ресурсів для впровадження та експлуатації. Оскільки не кожне підприємство має достатньо ресурсів для впровадження таких систем, то використовуються середні системи («ІС: Підприємство 8.0», «Галактика», «Парус», «Флагман» тощо), наближені до стандарту ERP, що включають різноманітні засоби для комп'ютеризації бухгалтерського обліку, управління персоналом, організації документообігу, комп'ютеризації складського обліку, фінансового аналізу, бізнес-планування, технологічної підтримки виробництва тощо.

Для того щоб забезпечити ефективне управління, ІС повинні відповідати певним вимогам. Визначають такі основні характеристики ІС (табл. 1).

Таблиця 1

Основні характеристики корпоративних інформаційних систем управління підприємством

Назва характеристики	Сутність
Масштабність	Одна з важливих характеристик інформаційних систем такого класу, враховуючи масштаби діяльності корпорацій. Масштабна ІС повинна функціонувати на масштабній програмно-апаратній платформі (сервери, операційні оболонки, системи комунікації, СУБД), що потребує значних зусиль спеціалістів з проектування та впровадження таких систем
Багатоплатформне обслуговування	Виникає потреба в тому, щоб прикладна програма працювала на кількох платформах. При цьому мають бути забезпечені однакові інтерфейс і логіка роботи та всіх платформах, маючи на увазі подібність схем екрана, елементів меню та діалогової інформації, що надається користувачеві різними платформами; інтегрованість з операційним середовищем; однакова поведінка на різних платформах

Продовж. табл. 1

Назва характеристики	Сутність
Робота в неоднорідному обчислювальному середовищі	Можливість роботи в мережах, до яких входять комп'ютери, що працюють під управлінням різних операційних систем або побудовані на різних обчислювальних платформах. При цьому має бути забезпечена взаємодія всіх робочих обчислювальних платформ і операційних систем, які використовуються
Розподілені обчислення	Це один із видів роботи в клієнт-серверній архітектурі, коли дані, що надходять з клієнтських машин, чи запити розподіляються поміж кількома машинами, наприклад, між кількома серверами, що збільшує пропускну здатність для користувача і дає можливість виконати багато завдань. Це сприяє максимальному використанню обчислювальних ресурсів, зниженню втрат і підвищенню ефективності системи

Отже, побудова корпоративних інформаційних систем управління з урахуванням її основних характеристик буде залежати від масштабів та специфіки діяльності підприємств. Якщо ІС не відповідає зазначеним вимогам, то її впровадження не принесе очікуваного ефекту: комп'ютеризованими будуть лише окремі ділянки управління, без взаємозв'язку та взаємообумовленості.

Оскільки корпоративні інформаційні системи є інтегрованими інформаційними системами управління, то це означає, що:

- системи не пов'язані з виробничим процесом безпосередньо, вони не є комп'ютеризованими системами управління технологічними процесами, але мають справу з моделлю технологічного процесу;

- їх робота полягає в поліпшенні діяльності підприємства, оптимізації матеріальних і фінансових потоків на основі необхідної інформації, що вводиться на робочих місцях;

- в одній системі охоплюється планування й управління всією діяльністю виробничого підприємства, починаючи від закупівлі сировини й закінчуючи відвантаженням товару споживачеві;

- інформація вводиться в систему тільки один раз у тому підрозділі, де вона виникає, зберігається в одному місці, і багаторазово використовується всіма зацікавленими підрозділами.

Корпоративні інформаційні системи дозволяють вирішити такі завдання: організувати ефективне планування всієї фінансової та господарської діяльності; підвищити довіру інвесторів завдяки формуванню максимальної прозорості бізнесу; знизити ризики та

збільшити прибуток за рахунок оперативного прийняття рішень і їх точності, інтуїтивності системи управління, розмежування доступу до інформації відповідно до посад співробітників, і реалізації функцій її безпеки; скоротити кількісний аспект втрат робочого часу за рахунок виключення дублювання даних різними службами й організації безперешкодного обміну даними між відділами підприємства.

Отже, системи даного класу дозволяють досягти погодженості роботи різних підрозділів, знижуючи при цьому адміністративні витрати й усуваючи проблему інтеграції даних для різних додатків. Ці системи є інструментом підвищення ефективності управління, прийняття правильних стратегічних і тактичних рішень на основі своєчасної та достовірної інформації. Використання корпоративних систем дозволяє досягти конкурентних переваг за рахунок оптимізації бізнес-процесів підприємства та зниження витрат.

Таким чином, перед здійсненням комп'ютеризації управління необхідно звернути увагу на ряд проблемних аспектів, які при правильному застосуванні можуть звести ризик невдалого впровадження до мінімуму (табл. 2).

Проект з впровадження системи управління підприємством швидше за все зазнає невдачі, якщо

- вибір системи ґрунтується на її «присутності» на ринку (частка ринку, фінансові показники), а не на ступінь задоволення бізнес-потреб;

- почато впровадження під керівництвом слабого проекту або, якщо план проекту не був ретельно й усебічно продуманий;

Таблиця 2

Проблемні аспекти ефективного впровадження корпоративних інформаційних систем

Проблемні аспекти комп'ютеризації	Характеристика
1. Необхідно переконатися в правильній організації проекту	Необхідний правильний вибір штатного керівника проекту з упровадження системи. Ця людина зобов'язана мати необхідні навички для виконання такої роботи (бажано, щоб він уже мав досвід упровадження систем). Повинні бути чітко визначені і відображені в документах функції, обов'язки, а також сфера компетенції кожного із групи фахівців, що працюють над проектом. Обов'язковий докладний план роботи, розбитий на етапи, зі строками виконання конкретних завдань
2. Перш ніж перейти до впровадження системи, необхідно проаналізувати існуючі бізнес-процеси	Для цього варто переконатися, що правила й процедури бухгалтерського обліку зафіксовані в документах за встановленою формою й зрозумілі працівникам бухгалтерії. Необхідно докладно описати методи ведення господарської діяльності (у разі необхідності слід змінити їх так, щоб вони забезпечували більш ефективну роботу й інтеграцію в нову систему). Обов'язково варто визначити організаційну структуру й з'ясувати, у якій мірі вона відповідає цілям підприємства. Необхідно також вивчити найбільш ефективні методи, які застосовуються в даній галузі, і спробувати використовувати ті з них, які підходять для конкретної організації. Зміни обов'язково повинні бути радикальними, а чисельність співробітників не обов'язково повинна бути скороченою
3. Створення необхідної технічної інфраструктури	Варто провести (доручивши це фахівцям) оцінку наявної інфраструктури з погляду вимог, пропонованих новою системою. Повинна бути визначена роль відділу інформаційних систем і те, яким змінам він піддається в новому середовищі. Всі необхідні зміни повинні бути здійснені перед тим, як передати систему в промислову експлуатацію
4. Система повинна відповідати потребам усіх користувачів	Для цього необхідно документально зафіксувати потреби бізнесу. Отримані документи потім використовуються, щоб переконатися, що реалізовані функції відповідають потребам. Необхідно завжди чітко визначити пріоритети
5. Зміни в організації управління варто проводити відповідно до потреб співробітників	Проводити зміни треба поступово, не забуваючи про те, що за один раз люди здатні освоїти обмежену кількість інформації. Усі, хто відіграє істотну роль у реалізації проекту, повинні бути задіяні в ньому із самого початку. План навчання повинен бути розроблений так, щоб користувачі не просто навчилися вводити дані в систему, але й зрозуміли, як зміниться характер їхньої роботи

- не переглянуто методи ведення господарської діяльності компанії ще до вибору системи;

- не організовано регулярне спілкування зі співробітниками з метою залучення їх до участі й упровадження та переконання їх у тому, що їхні запити й потреби враховані;

- не відстежується хід виконання проекту порівняно з наміченими етапами та термінами виконання;

- встановлено нереальні строки або складено занижений бюджет;

- не приведено у відповідність із новими вимогами рівень підготовки співробітників відділу інформаційних систем.

Найпоширенішими в Україні ІС, які впроваджуються на вітчизняних підприємствах, є

програмні продукти закордонних компаній, що відповідають вимогам світового рівня: «Oracle corporation» (система «Oracle Application») «SAP AG» (система «R/3»), «Scala» («Scala»), і «Vaan Company» (система «Vaan IV»). Дані корпоративні системи впроваджуються на підприємствах різноманітної галузевої специфіки, дозволяють здійснювати стандартний набір функцій і складається із функціонального набору модулів управління підприємством.

Отже, сьогодні на ринку програмних продуктів пропонуються десятки пакетів програм для комп'ютеризації бухгалтерського обліку й управління підприємством у цілому, проте кожного року фірми-розробники заявляють про випуск нової програми, яка, на їх думку, є потужнішою, «розумнішою» і перевищує всі

відомі. Крім того, існує проблема, яка полягає в тому, що при розробці ряду програмних продуктів («Моноліт SQL», «1С:Підприємство 8.0», «Галактика», «Business», «Suite» та ін.) увага приділяється паралельному веденню податкового обліку, хоча на практиці це не відповідає реаліям сьогодення.

При виборі ІС із широкого кола «претендентів» набуває актуальності проблема визначення критеріїв ефективності (оптимальності) впровадження інформаційних систем. Існує безліч критеріїв ефективності (оптимальності) впровадження інформаційних систем, але не існує їхньої порівняльної характеристики,

придатної для практичного застосування. Більшість авторів приводять лише опис характеристик системи, залишаючи за покупцем право вибору. Покупець у більшості випадків оцінює систему за інформацією, що надходить із відкритих джерел.

У процесі впровадження КІС постає цілий ряд питань, що не враховуються загально визначеними критеріями ефективності й, звичайно, що не визначаються у джерелах, до яких має доступ звичайний покупець. Виникає необхідність сформулювати вимоги до уточненого критерію ефективності впровадження КІС, які відображені на рис.

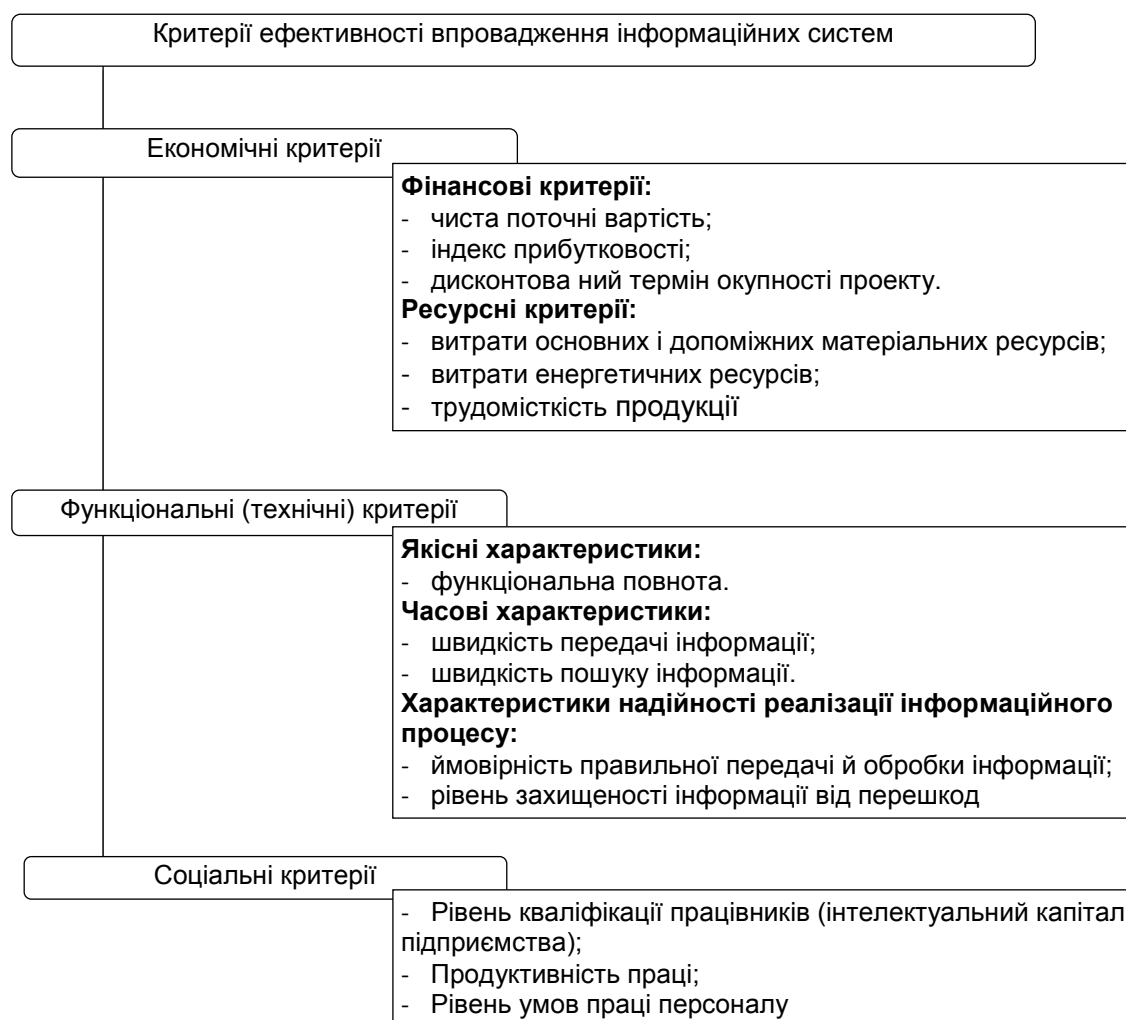


Рис. Вимоги до уточненого критерію ефективності (оптимальності) впровадження інформаційних систем

Отже, уточнені критерії повинні включати три категорії характеристик КІС, що впливають на прийняття покупцем рішення про

вибір тієї чи іншої інформаційної системи: економічні критерії, які, у свою чергу, поділяються на фінансові та ресурсні, функціональні

критерії (якісні, часові характеристики, характеристики надійності реалізації інформаційного процесу) та соціальні критерії. При виборі системи ці критерії необхідно враховувати комплексно, що забезпечує вірогідність і ефективність прийнятого рішення.

Незалежно від того, на якому програмному забезпеченні якого постачальника здійснювалася комп'ютеризація, виробничі підприємства відзначають, що впровадження комплексної інформаційної системи призводить до такого:

- складські запаси скорочуються на 10–35 %, а іноді й більше, якщо виробництво – позамовне та здійснюється за методом Just-in-Time;
- кількість вчасно виконаних замовлень збільшується на 10–20 % і більше (особливо у випадках, коли через відсутність достовірної інформації про хід виконання виробничого замовлення підприємство рідко коли виконувало їх вчасно);
- комп'ютеризація процесу придбання забезпечує повноту й несуперечність інформації та дозволяє правильно планувати замовлення сировини та матеріалів, що виключає надлишкові або недостатні закупівлі;
- продуктивність праці співробітників зростає на 10–30 % (швидше обробляються замовлення на виробництво, заздалегідь під замовлення здобувається сировина, виробничий план не має істотних відхилень від графіка виконання замовлень, а то й плану продажів та ін.);
- збільшується оборотність товарно-матеріальних запасів підприємства до 65 % і більше;
- нормально ведеться облік витрат, що дозволяє зробити правильний розрахунок собівартості продукції, забезпечується зниження накладних витрат до 30 %;
- для якісної роботи з постачальниками ведеться повна історія взаємовідносин, накопичується інформація про їхню надійність, якість сировини, що поставляється, матеріалів, що комплектують, ціни на сировину тощо, це дозволяє вибирати кращих, мінімізувати витрати на сировину.

Як наслідок керівництво підприємства в будь-який час може одержати повну інформацію про стан бізнесу та вчасно намітити шляхи його подальшого росту. Підприємство стає стабільним і прибутковим, а іноді й надприбутковим. Використання інформаційних систем для управління підприємством робить будь-яке підприємство більш конкурентоспроможним за рахунок підвищення його керованості й адаптивності до змін ринкової кон'юнктури. Побудова корпоративних інформаційних систем управління в корпораціях з урахуванням її основних характеристик (масштабність, багатоплатформне обчислювання, розподілені обчислення, робота в неоднорідному обчислювальному середовищі) буде залежати від масштабів і специфіки діяльності корпорації.

Таким чином, дослідивши корпоративні інформаційні системи, а саме проблеми впровадження та аналіз ефективності у процесі управління, дійшли висновку, що на сьогодні існує проблема відсутності об'єктивної інформації про конкретні систем управління, оскільки розробники й продавці лише надають інформацію про переваги своїх програмних продуктів і замовчують про недоліки (обмежену функціональність, неадекватну вартість, відсутність післяпродажної підтримки, застарілі рішення тощо).

Загальноприйнятими критеріями порівняння КІС є повнота функціональних можливостей ІС; можливість швидкого переналаштування; необхідність додаткових капіталовкладень (наприклад, на придбання СУБД); вартість необхідного устаткування; адаптація до законодавства України; кількість підтримуваних операційних систем (ОС) для сервера; кількість підтримуваних СУБД; вартість. Однак у процесі впровадження КІС постає цілий ряд питань, що не враховуються загально визначеними критеріями ефективності. Виникає необхідність сформулювати вимоги до уточненого критерію ефективності впровадження ІС.

ЛІТЕРАТУРА

1. Корпоративные системы. Справочник «Системы автоматизации в Украине. Бизнес-при-

ложения – 36 КИС, 23 СЭД, 19 CRM». – 2-е изд., объедин. и доп. – К.: ООО «Декабрь», 2006. – 112 с.

2. Назаренко В. М. Оценка критериев оптималь-

ности КИС производственных предприятий / В. М. Назаренко, А. А. Кошулько, Н. В. Назаренко. // Корпоративные системы. – 2007. – № 2. – С. 39–42.

УДК 658.14:344.716(477)

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ»

С. О. Джерелейко

Ринкові умови господарювання в Україні вимагають від підприємств постійного вдосконалення управління виробництвом, що є матеріальною основою розвитку економічних відносин у країні. Це потребує організації діяльності господарюючих суб'єктів з високим рівнем інтеграції пристосованих до клієнтів бізнес-процесів, тому першорядного значення набуває рішення проблем організаційного, інформаційного та методичного забезпечення процесу формування бюджетів.

Одним із засобів всебічного забезпечення функціонування підприємств є поліпшення показників їх фінансово-господарської діяльності є впровадження організаційно-економічного механізму, що дозволяє суттєво знизити витрати, підвищити рентабельність виробництва та, відповідно, підняти реальні доходи господарюючих суб'єктів.

Дослідження фахової літератури показали, що питання теоретичного обґрунтування застосування організаційно-економічного механізму у різних галузях економіки знаходяться під пильною увагою науковців, які, однак, по-різному трактують його зміст і структуру. Концептуальні засади формування та впровадження організаційно-економічного механізму управління підприємствами висвітлено у працях провідних зарубіжних і вітчизняних авторів, таких як Г. В. Астапова, Н. В. Бібік, І. П. Біла, О. В. Декалюк, Б. М. Іваненко,

Л. В. Кравцова, Г. О. Крамаренко, Ю. Лисенко, В. П. Полуянов, М. Хазан, Л. С. Яструбецька та ін. Однак проблема розробки організаційно-економічного механізму забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств є ще маловивченою і потребує подальших напрацювань, зокрема, щодо питань дослідження змісту та теоретичних аспектів формування вищезначеного організаційно-економічного механізму.

Мета статті – дослідження економічного змісту та підходів до трактування поняття «організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств», що уможливило створення та забезпечення функціонування системи бюджетування суб'єктів господарювання промислового сектору економіки.

Аналіз останніх досліджень вітчизняних науковців, присвячених проблемам формування та впровадження організаційно-економічних механізмів різної направленості у діяльність підприємств, дозволив зробити висновок, що, незважаючи на повноту і ґрунтовність зазначених робіт, практично не розкрито питання щодо організаційно-економічного механізму забезпечення бюджетування діяльності підприємств промислового сектору економіки, тобто відсутнє єдине цілісне бачення його сутності у економічному аспекті. Розрізненість теоретичних напрацювань з даної тематики

перешкоджає формуванню і ефективному практичному застосуванню цього механізму, що зумовлює необхідність дослідження та визначення трактування поняття «організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств» у даній статті.

Базовим елементом терміна «організаційно-економічний механізм» є поняття «механізм», зі змістом якого потрібно визначитися у першу чергу.

Загалом, поняття «механізм» має грецьке походження, воно було запозичене економістами з механіки, та у прямому значенні найчастіше означає пристрій, що передає або перетворює рух.

Так, у Економічній енциклопедії наводиться таке трактування цього поняття: по-перше, механізм як система, пристрій, спосіб, що визначають порядок певного виду діяльності, та по-друге, механізм як внутрішній пристрій машини, устаткування тощо – система певних ланок та елементів, що приводить їх в дію [6, с. 355]. Як показує аналіз сучасної наукової та довідникової літератури, таке визначення є найбільш розповсюдженим та широко підтримується багатьма фахівцями.

А. К. Азрилян взагалі не розглядає механізм з точки зору безпосередньо механіки, а трактує його як послідовність етапів, процесів, що визначають будь-яку дію, явище» [2, с. 476], що також, на нашу думку, більш підкреслює економічну направленість даного терміну.

М. Д. Ведерников, розглядаючи механізм регулювання оплати праці у монографії «Ринковий механізм регулювання оплати праці робітників», наголошує, що під «механізмом» в аспекті проведеного ним дослідження «слід розуміти систему (форму організації), що регламентує порядок (сукупність певних правил у вигляді науково-теоретичних, методичних та практичних рекомендацій) виконання відповідних робіт з регулювання оплати праці робітників» [4, с. 51].

Вбачаємо доцільним підтримати точку зору, за якою поняття «механізм» можна охарактеризувати як систему, яка визначає послідовність здійснення певних процесів, або порядок

виконання відповідних робіт, та вважаємо, що визначення механізму саме як системи є найбільш прийнятним для формування терміну «організаційно-економічний механізм».

У фаховій економічній літературі поняття «механізм» широко використовується у поєднанні з такими його характеристиками, як «господарський», «організаційний», «фінансовий», «економічний» тощо, і хоча науковці розуміють різний сенс даного поняття, тобто по-різному визначають його структуру, складові та правила функціонування, але трактують його переважно як процес управління певними бізнес-одинацями.

Варто уваги визначення французького дослідника А. Кульмана, який розглядає поняття «механізм» саме у економічному аспекті, тобто пояснює його як природну систему необхідних взаємозв'язків, які виникають між різними економічними явищами за певних умов під впливом початкового імпульсу. Відповідно, механізм управління трактується ним як система елементів (цілей, функцій, методів, організаційної структури та суб'єктів) об'єктів управління, ув якій відбувається цілеспрямоване перетворення впливу елементів управління на необхідний стан або реакцію об'єктів управління, що має вхідні посилки і результуючу реакцію [11, с. 13]. Тобто поняття економічного механізму пов'язане з поняттям організаційно-економічного механізму, який досить часто використовують для характеристики економічних явищ і процесів.

І. Заблодська, В. Максимов, досліджуючи визначення терміна «механізм», запропонованих економічною теорією, розглядають поняття економічного механізму загально та трактують його як «необхідні взаємозв'язки, що виникають між різними економічними явищами і ведуть до очікуваних результатів» [8, с. 39].

О. В. Декалюк виокремлює термін «економічний механізм» на мікрорівні, визначаючи його як сукупність правил, принципів і підходів до функціонування об'єкту чи системи, що спрямована на досягнення кращих результатів діяльності підприємства за рахунок раціонального управління витратами [5, с. 12]. При цьому науковець зауважує, що значна частина

економічних механізмів розробляється за рахунок логічної побудови, через те, що саме таким чином можна точно визначити об'єкт спостереження. Схожої позиції щодо визначення сутності поняття «економічний механізм» дотримується й Т. В. Павленко.

Загальну характеристику економічному механізму надає й Л. В. Кравцова у роботі «Економічний механізм мотивації впровадження енергозберігаючих технологій у житлово-комунальне господарство». Розглядаючи співвідношення терміна «економічний механізм» і його похідних, зокрема поняття «організаційно-економічний механізм», науковець зауважує, що економічний механізм базується лише на економічних методах впливу суб'єкта управління на об'єкт управління, тоді як організаційно-економічний механізм містить у собі як економічні, так і організаційні методи впливу й інструменти дії на систему, якою управляють, й наголошує, що ці поняття тісно взаємопов'язані, але не тотожні, отже, економічний механізм є найважливішою складовою організаційно-економічного механізму [9, с. 26].

Оскільки у світі сучасної економічної думки відсутня єдина точка зору щодо визначення терміна «організаційно-економічний механізм», незважаючи на існування досить великої кількості трактувань цього поняття, у роботі була зроблена спроба систематизації підходів до визначення даного терміна.

Спираючись на позицію Н. В. Бібік, викладену у праці «Організаційно-економічний механізм управління розвитком регіону» [1, с. 86], яка полягає у виокремленні трьох основних теоретико-методичних підходів різноаспектного характеру щодо визначення поняття «організаційно-економічний механізм», та частково погоджуючись з нею, вважаємо, що поняття «організаційно-економічний механізм» доцільно розглядати за допомогою таких підходів, як функціональний, системний і попроцесний.

Науковці, що представляють функціональний підхід, як зауважує Н. В. Бібік, акцентують увагу на функціональному призначенні організаційно-економічного механізму: «... так, П. Бунич визначає його як єдність функ-

цій планування, економічного стимулювання, а також організаційних структур, що виконують ці функції на усіх рівнях господарювання» [1, с. 87].

Заслуговує на увагу визначення Ю. Лисенко та П. Єгорова, які розкривають організаційно-економічний механізм як систему формування цілей і стимулів, що дозволяють перетворити у процесі трудової діяльності рух матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживача. Автори формулюють дане визначення на основі власного твердження, що ядром організаційно-економічного механізму є система стимулів, які формують спонукальні мотиви до підвищення ефективності функціонування виробничих систем [12, с. 86], таким чином підкреслюючи головне, на їх думку, функціональне призначення даного механізму. Проте, на нашу думку, доцільно відзначити певну «вузкість» даного підходу, оскільки в межах функціонального підходу висвітлюється тільки одна з важливих ознак організаційно-економічного механізму, а також не в повній мірі відображаються певні аспекти його формування й функціонування.

Представники системного підходу розглядають організаційно-економічний механізм як систему, яка являє собою набір взаємопов'язаних інструментів управління підприємством та відображає системний характер формування та використання вищезгаданого механізму.

Так, Л. С. Яструбецька, в межах системного підходу, розглядаючи організаційно-економічний механізм управління грошовими потоками підприємства, характеризує його як систему взаємопов'язаних між собою елементів, що визначає і забезпечує реалізацію комплексу заходів на кожному із етапів управління. При цьому науковець наголошує на його важливості та дієвості для ухвалення ефективних фінансово-господарських рішень щодо управління грошовими потоками та підприємством загалом [16, с. 8], підкреслюючи необхідність здійснення поетапного управління суб'єктом господарювання.

Цікаву думку з приводу даного питання пропонує О. А. Єрмоєнко-Григоренко, яка розглядає «організаційно-економічний механізм управління господарською діяльністю підприємства» як «...сукупність підсистем соціально-економічних і організаційно-економічних відносин, складених з блоків і відповідних їхньому змісту елементів, особливості наповнення яких відповідають рівню розвитку суспільно-економічних устроїв» [7, с. 9]. Аналогічної думки дотримується й Б. М. Іваненко. На нашу думку, у даних визначеннях поняття «організаційно-економічний механізм» трактується як складна система елементів (підсистем), але, на жаль, ототожнюється лише з організаційно-функціональною структурою суб'єкта господарювання, в той же час зміст безпосередньо самого механізму управління не розкритий. Тому слід відмітити, що більш правомірна позиція тих науковців, які, характеризуючи механізм як систему, визначають її як сукупність взаємопов'язаних елементів, які утворюють певну цілісність.

Припускаємо, що найбільш коректним і змістовним визначення організаційно-економічного механізму за системного підходу надає І. П. Булеев, який розглядає його як сукупність форм, методів та інструментів управління [3, с. 177], що розкриває безпосередньо як сам процес управління, так і засоби його здійснення. Конкретизує таке визначення М. Лисицін, розглядаючи організаційно-економічний механізм функціонування виробничо-економічної системи як інтегровану систему органічно взаємозалежних й взаємопов'язаних економічних, організаційних, правових, соціальних та інших форм, методів господарювання та діяльності апарату управління, яка заснована на пізнанні дії об'єктивних економічних законів та яка має сприяти усталеності роботи виробничо-економічної системи [15, с. 180].

Представники процесного підходу трактують організаційно-економічний механізм як сукупність процесів, що являють собою послідовність певних перетворень. Так, А. Кульман стверджує, що будь-який організаційно-економічний механізм є сукупністю або послідовністю економічних явищ [11, с. 14].

Дотримуються такої думки й Г. Таукач і В. Дубоніс, які, розглядаючи організаційно-економічний механізм розвитку підприємства, наголошують, що його характерними особливостями є наявність складного комплексу виробничих і управлінських процесів (виробничий механізм), а також сукупності зв'язків і взаємозв'язків між цими процесами та всередині них (механізм управління) [13, с. 53], таким чином підкреслюючи багатоскладність даного механізму.

Г. О. Крамаренко в роботі «Організаційно-економічний механізм управління житлово-комунальним комплексом» виокремлює таке поняття, як організаційно-економічний механізм галузей невиробничої сфери, та визначає його, як «...сукупність взаємопов'язаних та взаємообумовлених соціально-економічних процедур і сфер діяльності...» [10, с. 14]. На відміну від попереднього автора, у даному трактуванні відсутня логічна послідовність економічних явищ і процесів, хоча самі ці явища чітко визначені.

О. В. Декалюк наголошує, що організаційно-економічний механізм можна означити як послідовну низку причинно-наслідкових зв'язків здійснення будь-якого процесу системи, що базується на відповідних їй засобах, методах і принципах функціонування. Тобто будь-яка система функціонує за принципами організації і трансформації з одного стану в інший, і безумовно має відповідати принципу економії (кращі результати при менших витратах), що і відповідає сутності категорії «організаційно-економічний механізм» [5, с. 17].

Однак найбільш змістовне трактування вищезначеного терміна, на наш погляд, дає М. Хазан, який характеризує організаційно-економічний механізм як цілеспрямований процес вирішення особистих завдань його функціонування на основі стійкої сукупності методів, норм і правил формування та регулювання відносин елементів організаційної структури [14, с. 97].

Отже, всі розглянуті підходи мають конкретні сутнісні характеристики поняття «організаційно-економічний механізм», а тому є правомірними щодо їх використання. Однак, на нашу думку, найбільш обґрунтованим під-

ходом до визначення організаційно-економічного механізму є системний підхід. Саме такий підхід доцільно покласти в основу формулювання терміна «організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств».

Що ж стосується авторської позиції щодо даного питання, то, зважаючи на результати проведених досліджень, поняттям «організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств» пропонується розуміти як комплексну систему взаємозалежних і взаємопов'язаних між собою економічних, організаційно-управлінських, нормативно-правових та інформаційно-технічних елементів забезпечення, які створюють, підтримують та забезпечують реалізацію поетапного впровадження бюджетування на підприємствах, що сприятиме поліпшенню ефективності управління та зростанню організаційно-економічного потенціалу суб'єкта господарювання».

Економічний зміст організаційно-економічного механізму забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств полягає у його здатності бути рушійною силою для забезпечення такого рівня вдосконалення виробничих відносин і досягнення результативності функціонування господарюючих суб'єктів, яких вони намітили у своїй діяльності.

Таким чином, за результатами проведеного дослідження змістовно-сутнісної характеристики терміна «організаційно-економічний механізм» доцільно виділити три основні теоретико-методичні підходи до трактування даного поняття:

- функціональний підхід;
- системний підхід;
- попроцесний підхід.

Найбільш обґрунтованим підходом щодо визначення вищезначеного організаційно-економічного механізму є системний підхід, у межах якого нами сформулювали визначення поняття «організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності підприємств», який розглядається як комплексна система взаємозалежних і взаємопов'язаних між собою різноаспектних елементів забезпечення, які створюють, підтримують і забез-

печують реалізацію поетапного впровадження бюджетування на підприємствах, що у подальшому сприятиме поліпшенню ефективності управління та зростанню організаційно-економічного потенціалу суб'єкта господарювання.

Викладені у статті теоретичні основи є важливими базовими передумовами для розробки у подальшому структурних елементів розглянутого організаційно-економічного механізму забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств у сучасних економічних умовах в Україні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бібік Н. В. Організаційно-економічний механізм управління розвитком регіону (на прикладі Харківської області) / Н. В. Бібік // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2009. – Вип. 28. – Ч. 3. – С. 86–92. – (Серія «Економіка»).
2. Большой экономический словарь / [под ред. А. Н. Азрилияна]. – М. : Институт новой экономики, 1999. – 597 с.
3. Булеев И. П. Формирование организационно-экономического механизма управления предприятием по обработке цветных металлов / И. П. Булеев. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1993. – 225 с.
4. Ведерников М. Д. Ринковий механізм регулювання оплати праці робітників. (Проблеми теорії і практики) : [монографія] / М. Д. Ведерников. – Хмельницький : Евріка, 2001. – 288 с.
5. Декалюк О. В. Організаційно-економічний механізм функціонування операційної системи виробничого підприємства (на прикладі підприємств машинобудування) : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 / О. В. Декалюк. – Хмельницький, 2004. – 240 с.
6. Економічна енциклопедія : у 3 т. / відп. ред. С. В. Мочерний. – К. : Вид. Центр «Академія», 2001. – Т. 2. – 848 с.
7. Єршоменко-Григоренко О. А. Організаційно-економічний механізм управління господарською діяльністю підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О. А. Єршоменко-Григоренко. – Донецьк, 2000. – 24 с.
8. Заблодська І. Економічний механізм забезпечення виробництва та збуту товарів на регіональному ринку / І. Заблодська, В. Максимов

- // Економіст. – 2007. – № 10. – С. 38–39.
9. Кравцова Л. В. Економічний механізм мотивації впровадження енергозберігаючих технологій у житлово-комунальне господарство : дис. ... канд. екон. наук : 08.10.01 / Кравцова Любов Вікторівна. – Донецьк, 2006. – 228 с.
 10. Крамаренко Г. О. Організаційно-економічний механізм управління житлово-комунальним комплексом : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / Г. О. Крамаренко. – Донецьк, 1998. – 36 с.
 11. Кульман А. Экономические механизмы / А. Кульман; [пер. с фр. под общ. ред. Н. И. Хрусталевой]. – М. : АО «Изд. группа «Прогресс»; Универс, 1993. – 192 с.
 12. Лисенко Ю. Організаційно-економічний механізм управління підприємством / Ю. Лисенко, П. Єгоров // Економіка України. – 1997. – № 1 (442). – С. 86–87.
 13. Таукач Г. Л. Основы управления социалистическим производством : учебник / Г. Л. Таукач, В. П. Дубонос. – К. : Вища школа, 1989. – 303 с.
 14. Хазан М. Организационно-экономический механизм развития в системе управления предприятием / М. Хазан // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 2. – С. 96–103.
 15. Экономика, организация и планирование промышленного производства / [Лисицын Н. А., Васюлин Ф. П., Выборев В.И. и др.] ; под общ. ред. Н. А. Лисицына. – [2-е изд. перераб. и доп.]. – Минск : Высшая школа, 1990. – 446 с.
 16. Яструбецька Л. С. Організаційно-економічний механізм управління грошовими потоками промислових підприємств України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економікою» / Л. С. Яструбецька. – Л., 2006. – 20 с.

УДК 336.764.1:332.834.4

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ АКТИВАМИ ВІТЧИЗНЯНИХ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

А. В. Яровий

Сучасні тенденції вітчизняного ринку страхових послуг вимагають від страхових компаній активізації інвестиційної діяльності з метою забезпечення потреб економіки в фінансових ресурсах і страхового захисту майнових інтересів членів суспільства.

Активи страховиків формуються у разі використання залучених коштів, що необхідно враховувати при дослідженні організаційно-економічного механізму управління активами. З цього приводу якісно розроблена стратегія контролю за складом і властивостями активів забезпечить страховим компаніям перетворення на потужних інвесторів.

Ризиковий характер діяльності страхових компаній, непередбачуваність настання страхових випадків і розмірів необхідних пов'язаних із ними грошових виплат надзвичайно ускладнює процес управління активами. Для ринку страхових послуг необхідно, щоб організаційно-економічний механізм управління активами забезпечував страховикам фінансову надійність, конкурентоздатність, можливість здійснювати розрахунки за страховими та іншими зобов'язаннями та отримувати інвестиційний дохід. Такий механізм повинен не лише зберігати активи, а й сприяти збільшенню їх вартості.

Проблемі ефективного управління активами страховиків присвячувалися праці таких видатних вітчизняних науковців, як А. А. Супрун, В. Д. Базилевич, М. Д. Білик, О. О. Гаманкова, С. С. Осадець, Т. А. Ротова та ін. Проте, на нашу думку, актуальності набуває наукове обґрунтування організаційно-економічного механізму управління активами як чинника забезпечення фінансової стійкості та фінансової надійності страховиків.

Метою статті є дослідження теоретичних основ організаційно-економічного механізму управління активами страхових компаній для забезпечення надійності страхових компаній. На теперішній час управління активами набуває особливого значення у забезпеченні ефективного фінансового менеджменту страхових компаній, що зумовлено урізноманітненням складу та структури активів, змінами у законодавчому регулюванні інвестування в них страхових резервів.

Організаційно-економічний механізм управління підприємством – це сукупність організаційних і економічних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), що чинять вплив на економічні й організаційні параметри системи управління підприємством, що сприяє формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг і ефективності діяльності підприємства в цілому [8].

Ми вважаємо, що в структурі організаційно-економічного механізму управління активами страхових компаній, як і при управлінні підприємством, слід виділяти три системи: систему забезпечення, функціональну систему та цільову.

Система забезпечення. Організаційно-економічний механізм управління активами страхових компаній повинен забезпечуватися правовою базою, необхідними обсягами фінансових та інших ресурсів, спиратися на наукове обґрунтування, норми та методики, розроблені уповноваженим органом з регулювання страхової діяльності, володіти широким інформаційним полем.

Функціональна система. Організаційно-економічний механізм управління підприємством включає такі основні функціональні

підсистеми: планування, організації, мотивації, контролю та регулювання [8]. На нашу думку, в страховій сфері кумуляція зазначених вище систем і підсистем зумовлює необхідність формулювання та вирішення трьох питань управління активами страхових компаній (за аналогією з основними питаннями економіки): в які види активів інвестування страхових резервів є більш доцільним і в яких обсягах (що?); за допомогою яких фінансових інструментів здійснювати інвестування (як?); яку частку інвестиційних прибутків залишити на розвиток, аквізицію, заохочення та мотивацію штату страховика, і яку частку використати на здешевлення страхової послуги з метою нарощування оборотів страхової діяльності (для кого?).

Цільова система. Ми вважаємо, що успішне функціонування організаційно-економічного механізму управління активами страхових компаній є можливим за умови врахування суб'єктивних інтересів усіх суб'єктів страхових відносин.

На нашу думку, забезпечення стабільності функціонування компанії та дотримання збалансованості між ліквідністю та прибутковістю є можливим за умови створення такого організаційно-економічного механізму управління активами, який реалізується через вивчення сучасних тенденцій розвитку ринку страхових послуг України як зовнішнього фактора впливу на діяльність страхової компанії.

У 2010 р. на страховому ринку України спостерігалась тенденція зростання фінансової стійкості страхових компаній. Так, при зростанні на 5,3 % обсягів чистих страхових премій, на 12,1 % зросли обсяги сформованих страхових резервів [9].

Динаміка активів і обсягів страхових резервів страховиків 2008–2010 рр. зображена на рис.

Станом на 31.12.2010 р. обсяг загальних активів страховиків становив 45 234,6 млн грн, що на 7,8 % більше порівняно з відповідним показником 2009 р. Величина активів, визначених ст. 31 Закону України «Про страхування», збільшилась на 16,9 % (27 695,0 млн грн) відповідно.



Рис. Динаміка активів та обсягів страхових резервів страховиків за 2008–2010 рр. (млн грн) [9]

Основою ж проблемою для страховиків залишається недостатність ліквідних фінансових інструментів для проведення ефективної політики інвестування коштів.

Головною особливістю діяльності страхової компанії є те, що, на відміну від сфери виробництва, де товаровиробник спочатку здійснює витрати на випуск продукції, а потім уже компенсує їх за рахунок виручки від реалізації продукції, страховик спочатку акумулює кошти, що надходять від страхувальників, створюючи необхідний страховий фонд, а лише після цього зазнає витрат, пов'язаних із компенсацією збитків за укладеними страховими угодами [10].

Діяльність страховика значною мірою відрізняється від діяльності інших суб'єктів господарювання, оскільки націлена на забезпечення безперервності процесу виробництва та відшкодування збитку, спричиненого різними непередбачуваними обставинами й непередбачуваними випадками. Відповідальність страховика за соціальні наслідки його діяльності потребує здійснення державного нагляду [7].

Об'єктом державного нагляду є склад і структура активів страхових компаній. Метою нагляду є дотримання принципів управління ними.

Структура активів страхових компаній, визначених ст. 31 Закону України «Про страхування» для представлення страхових резервів станом на 31.12.2010 р. у порівнянні з ін-

формацією станом на 31.12.2009 р. мала таку динаміку:

- на 1 384,0 млн грн, або на 14,5 %, збільшився обсяг активів, дозволених для представлення акціями, і становив 10 905,8 млн грн, або 39,4 % від загального обсягу активів;
- на 538,2 млн грн, або на 9,1 %, збільшився обсяг активів, дозволених для представлення банківськими вкладками (депозити), і становив 6 464,6 млн грн, або 23,3 %, від загального обсягу активів;
- на 872,4 млн грн, або на 28,4 %, збільшився обсяг активів, дозволених для представлення правами вимог до перестраховиків, і становив 3 940,1; або 14,2 %, від загального обсягу активів;
- на 653,9 млн грн, або на 75,2 %, збільшився обсяг активів, дозволених для представлення цінними паперами, що емітуються державою, і становив 1 523,4 млн грн, або 5,5 %, від загального обсягу активів [9].

Фактично в поле зору державного нагляду потрапляють активи, профінансовані за рахунок коштів страхових резервів, а ті, які не входять до складу дозволених активів, фактично залишаються поза увагою. Заслугує уваги надана можливість інвестування коштів в економіку України за напрямками, які визначив Кабінет міністрів України. Також страховим компаніям надається можливість інвестувати кошти в цінні папери інших країн.

Проведені дослідження свідчать, що надзвичайний вплив на організацію механізму

управління активами страховиків має специфіка страхової діяльності, а це вимагає наявності значної частки фінансових активів у загальній структурі.

Отже, підсумуємо:

1. У структурі організаційно-економічного механізму управління активами страхових компаній, як і при управлінні підприємством, слід виділяти три системи: систему забезпечення, функціональну систему, цільову систему.

2. Система забезпечення зумовлює наявність адекватної правової бази, ресурсів, наукового обґрунтування, норм і методик, широкого інформаційного поля.

3. Функціональна система включає такі основні функціональні підсистеми: планування, організації, мотивації, контролю та регулювання, кумуляція яких зумовлює необхідність формулювання та вирішення трьох питань управління активами страхових компаній (за аналогією з основними питаннями економіки): що? як? для кого?

4. Цільова система зумовлює врахування суб'єктивних інтересів усіх суб'єктів страхових відносин.

5. У 2010 р. на страховому ринку України спостерігалась тенденція зростання фінансової стійкості страхових компаній, оскільки при зростанні обсягів чистих страхових премій спостерігається зростання обсягів сформованих страхових резервів.

6. Основною проблемою для вітчизняних страховиків залишається недостатність ліквідних фінансових інструментів для проведення ефективної політики інвестування коштів.

7. Надзвичайний вплив на організацію механізму управління активами страховиків має специфіка страхової діяльності, і це вимагає наявності значної частки фінансових активів у загальній структурі.

Розробка організаційно-економічного механізму управління активами страхових компаній є важливим напрямом фінансового менеджменту, який забезпечує платоспроможність страховиків, фінансову надійність і ефективність їх діяльності. Завдяки управлінню активами забезпечується стимулюючий вплив страхування на інвестиційні процеси у

вітчизняній економіці. Подальше дослідження проблеми буде нами проводитись у напрямі вдосконалення організаційно-економічного механізму управління активами для забезпечення конкурентоздатності компаній на ринку страхових послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про страхування [Електронний ресурс] : Закон України від 4.10.2001 р. № 2745-III зі змінами і допов. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?find=1&textl=1&user=perv1&text=%EF%F0%E+ %F1%F2%F0%E0%F5%F3%E2%E0%ED% ED%FF&x=5&y=7>. – Назва з титулу екрана.
2. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг [Електронний ресурс] : Закон України від 12.07.2001 р. № 2664-III зі змінами і допов. від 20.08.2010 р. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?find=1&textl=1&user=perv1&text=%CF%F0% EE+%F4%B3%ED%E0%ED%F1%EE%E2%B 3+%EF%EE%F1%EB%F3%E3%E8+%F2%E0 +%E4%E5%F0%E6%E0%E2%ED%E5+%F0% E5%E3%F3%EB%FE%E2%E0%ED%ED%FF +%F0%E8%ED%EA%B3%E2+%F4%B3%ED %E0%ED%F1%EE%E2%E8%F5+%EF%EE% F1%EB%F3%E3&x=7&y=8>. – Назва з титулу екрана.
3. Про затвердження Положення про обов'язкові критерії та нормативи достатності, диверсифікованості та якості активів, якими представлені страхові резерви з видів життя, інших, ніж страхування життя [Електронний ресурс] : Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 08.10.2009 р. № 741. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ Re17115.html. – Назва з титулу екрана.
4. Про затвердження напрямів інвестування галузей економіки за рахунок коштів страхових резервів [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 17.08.2002 р. № 1211 із змінами і допов. від 25.07.2005 р. № 643. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>. – Назва з титулу екрана.
5. Інформаційний лист Держфінпослуг щодо застосування вимог Ліцензійних умов провадження страхової діяльності у частині за-

- безпечення належного обсягу чистих активів страховика від 29.10.2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.dfp.gov.ua/197.html?&tx_ttnews\[tt_news\]=11076&tx_ttnews\[backPid\]=1&cHash=d2a451e4ff](http://www.dfp.gov.ua/197.html?&tx_ttnews[tt_news]=11076&tx_ttnews[backPid]=1&cHash=d2a451e4ff). – Назва з титулу екрана.
6. Супрун А. А. Управління активами страхових компаній : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / А. А. Супрун. – К. : Вид-во КНЕУ, 2005. – 21 с.
 7. Рабий О. С. Управління страховими резервами страховика : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / О. С. Рабий. – О. : Вид-во Одес. держ. економ. ун-ту, 2006. – 23 с.
 8. Малицький А. А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура [Електронний ресурс] / А. А. Малицький. – Режим доступу : <http://intkonf.org/malitskiy-aa-organizatsiyno-ekonomichniy-mehanizm-upravlinnya-pidприємством-sutnist-ta-struktura>. – Назва з титулу екрана.
 9. Офіційний сайт Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dfp.gov.ua/734.html>. – Назва з титулу екрана.
 10. Страхування : [підручник] / [кер. авт. кол. і наук. ред. С. С. Осадець]. – К. : Вид-во КНЕУ, 2006. – 599 с.

УДК 336.225.674:658.8

ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ю. В. Капустіна

Одним із найбільш актуальних питань за безпечення розвитку національної економіки є пошук способів підвищення ефективності діяльності підприємств на ринку та їх швидка адаптація до змін маркетингового середовища. Через відсутність справжньої маркетингової стратегії або неможливості швидкої адаптації до змінних умов можуть втрачатись конкурентні переваги, і навіть виникають загрози банкрутства підприємства. Сучасний стан аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень не відповідає загальній стратегії ринкового менеджменту. Тому, зважаючи на вищезазначене, важливу роль у вирішенні цих питань відіграє аудит маркетингової діяльності, який являє собою незалежне періодичне дослідження конкретних переваг підприємства, його стратегії і тактики діяльності. Аудит маркетингової діяльності дозволить підприємствам виявити наявні проблеми в маркетинговій діяльності та прихований маркетинговий потенціал. Визначені причини

та оцінені наслідки фінансово-економічної кризи є додатковим аргументом на користь детального дослідження даного сегмента діяльності підприємства.

Проблема дослідження аудиту маркетингової діяльності досліджувалась достатньо давно. Серед дослідників найбільший внесок у розвиток обраної тематики зробили такі вчені й фахівці: В. В. Бабич, Л. В. Балабанова, Є. В. Мних, К. О. Назарова, В. С. Рудницький та ін.

Незважаючи на значний науковий внесок у цьому питанні, на нашу думку, варто було б зосередити увагу на деяких важливих аспектах, що відіграють принципову роль у розбудові маркетингової діяльності підприємства та залишаються дискусійними і потребують подальших досліджень. Зокрема, це питання розробки етапів проведення аудиту маркетингової діяльності та змістовного наповнення його процедур. Останнє полягає в детальному дослідженні всіх складових і напрямів мар-

кетингової діяльності, розробці ефективного механізму проведення аудиту. Таким чином, метою статті є визначення сутності аудиту маркетингової діяльності, значення його проведення та вивчення особливостей здійснення.

У сучасних ринкових умовах головною метою діяльності підприємств є досягнення конкурентних переваг на довгостроковій основі, які надають можливість отримати необхідний розмір прибутку та стабільне економічне зростання. Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства важливим є утримання наявних ринкових позицій і постійного пошуку нових ринків збуту, що сприятиме розширенню підприємства та його економічному зростанню. Для створення ефективної маркетингової діяльності необхідний єдиний стратегічний напрям, згідно з яким можливим буде досягнення поставлених довгострокових конкурентних переваг.

У ході досліджень було з'ясовано, що великі підприємства характеризуються високим рівнем якості та ефективності системи маркетингової діяльності (73–83 %), а це виявляє характеристику системності. Середні підприємства (згруповані за ознакою товарообігу на підприємстві) характеризуються істотною відмінністю у рівні якості та ефективності маркетингової діяльності (20–72 %), що розкриває нерівнозначність використання маркетингового інструментарію. Малі підприємства використовують інструменти маркетингу вибірково і частково, що призводить до низької якості та ефективності маркетингової діяльності (12–45 %). Таким чином, дані дослідження свідчать про необхідність запровадження ефективної методики вдосконалення маркетингової діяльності з метою визначення повноти реалізації маркетингового інструментарію та зниження рівня ризику системи маркетингової діяльності. Найбільш доцільно, на нашу думку, у цьому контексті говорити про проведення аудиту маркетингової діяльності.

Безперечно, слід визнати, що аудит не лише визначає стан маркетингу на підприємстві, а й дозволяє обрати механізм удосконалення останнього. Його проведення сприятиме покращенню умов маркетингової діяльності підприємства, використання найбільш дієвого

інструментарію маркетингу та формування якісно нової інформації для прийняття оптимальних і ефективних рішень керівництвом. Тому аудит є засобом вивчення кожного елемента поточної маркетингової діяльності, а саме «4P» елементи – (продукт (Product) – це набір «продуктів та послуг», які підприємство пропонує цільовому ринку; ціна (Price) – грошова сума, яку покупець повинен заплатити для отримання товару; збут (Place) – вся можлива діяльність, завдяки якій товар стає доступним для цільових покупців; просування (Promotion) – вся можлива діяльність фірми з розповсюдження інформації про переваги і достоїнства свого товару і переконати цільових покупців купувати його), які в сукупності становлять комплекс маркетингу, щоб визначити, наскільки добре вони поєднуються і «змішуються» на підприємстві для досягнення основних цілей його діяльності. Якщо такі цілі не досягаються то аудитор має вирішити ряд важливих та суттєвих питань, до яких, на нашу думку, відносяться:

По-перше, які внутрішні перешкоди заважають у досягненні поставлених цілей, а саме: а) проблеми виробничих можливостей (низькі обсяги збуту, невелика частка ринку, низький рівень прибутку та високий рівень витрат); б) проблеми стратегічного характеру (неефективні цілі маркетингу та тактика діяльності); в) проблеми маркетингової системи (неякісна інформація, недосконала система управління маркетинговою діяльністю).

По-друге, які зовнішні проблеми заважають у досягненні цілей, до таких проблем належать: а) на рівні макросередовища (інфляція, процентна ставка, рівень безробіття, ціннісні погляди на життя, технології та матеріали, політично-правове поле та ін.); б) на рівні ринку (розміри й тенденції росту ринку, сегментація, ідентифікація покупців, канали розповсюдження продукції та їх привабливість для покупців); в) на рівні конкурентів (цілі та стратегії конкурентів, їх сильні та слабкі сторони, аналіз прибутковості та ін.).

По-третє, які є інші області та ринки для реалізації можливостей підприємства (доцільність займаної ніші в певній галузі або сфері,

існування потреби в зміні ринку чи перепрофілюванні).

Цей невичерпний перелік проблем маркетингової діяльності свідчить про нову потребу швидкості та оперативності прийняття рішення про зміну існуючих стратегій і тактик на підприємстві для швидшої адаптації до конкурентних умов і відносин у ринковому середовищі, не вирішення яких може призвести до значних втрат на підприємстві. Однак необхідність внесення таких змін має бути ретельно обґрунтовано й опрацьовано на основі використання результатів безперервного спостереження умов на ринку і соціально-економічних показників діяльності підприємства. Такий моніторинг передбачає наявність розвинутої системи аудиту маркетингової діяльності, як концепції, функції і засобу системного управління витратами і результатами діяльності на підприємстві.

Вирішення вищенаведених проблем за допомогою аудиту маркетингової діяльності дає можливість активізувати та створити сприятливі умови для просування підприємства, обрати найбільш вигідні умови для реалізації маркетингової стратегії та тактики діяльності підприємства і в результаті здобути переконливі переваги. Тут також важливо зазначити про формування програмно-цільового підходу у забезпеченні маркетингових стратегічних змін у товарній, ціновій, збутовій, комунікаційній і кадровій політиці підприємства. На основі проведеного аудиту маркетингової діяльності розробляються обґрунтовані заходи щодо підвищення ефективності управлінської діяльності підприємства.

Проте, як свідчить практика проведення такої перевірки, цінність аудиту зумовлюється ще й якістю інформаційної бази для підготовки точного, неупередженого висновку про якість і ефективність маркетингової діяльності. Тому основними інформаційними потоками підприємства мають бути: нормативно-правова (законодавча база, посадові інструкції); інформація про результати маркетингової діяльності (маркетингові плани та бюджети різного рівня, характеристики маркетингового персоналу, каталоги, брошури, звіти маркетингових витрат, реклами, структура знижок, договори й уго-

ди); бухгалтерська (баланс, звіт про фінансові результати, первинні документи, аналітичні дані); інтегрована інформація (інформація про товари цільовій аудиторії, амплітуда продажів, розмір клієнтської бази). Такий перелік проаналізованої інформації при проведенні аудиту дозволить охопити всі можливі проблемні зони, визначити необхідні кроки щодо вдосконалення маркетингової діяльності. Найбільш актуальним у таких перевірках є визначення сильних сторін підприємства у конкуренції та використанні маркетингового потенціалу. Цінність такої інформації виявляється лише при системності, коли інтегрується правове поле й інформаційна база підприємства і формується дієвий організаційно-інформаційний механізм діяльності підприємства. Отже, при прийнятті рішення завжди існує ризик помилки, тому наведені вище аргументи є підтвердженням важливості та необхідності отримання ключової інформації, що є визначальною умовою в забезпеченні якості проведеного аудиту маркетингової діяльності підприємства.

Слід також додати, що аудит маркетингової діяльності є організаційним підходом до оцінки системи маркетингу з метою подальшого зміцнення його сильних сторін, де акцент ставиться на:

- посиленні позиції підприємства на ринку та виході на нові ринки (сегменти) – це дозволить збільшити номенклатуру продукції та об'єми продажу, а в результаті отримати значно більший дохід;
- максимально можливому збільшенні доходів – це створить можливості для інвестування та розширення виробничих потужностей підприємства;
- зростанні продуктивності, що є основою ефективності використання трудових ресурсів на підприємстві та збільшення кількості виробленої продукції;
- принципах стратегічного та проектного управління маркетинговою діяльністю – це дозволить розробити маркетингову стратегію і уникнення прорахунків;
- аналізі ефективності та ризиків усіх маркетингових заходів – це дозволить уникнути витрат на виготовлення незатребуваної ринком продукції, оптимізувати діапазон цін

і адаптувати збутову діяльність підприємства до вимог і потреб ринку. Основу управління ризиками становитимуть формування партнерських відносин, реалізації інвестиційних проектів і укладання договорів і контрактів;

- посиленні маркетингового потенціалу, спрямованого на швидке усунення виявлених недоліків, запобігання чи локалізацію дії негативних чинників і найповніше використання створеної вигоди.

Таким чином, маркетингова стратегія підприємства змінюється з раніше впровадженого курсу, за яким маркетинг реалізувався як політика зсередини підприємства, що змушувала максимально змінюватися під потреби споживача та «за будь-що залучити нових клієнтів». Новий курс орієнтується на те, що маркетингова діяльність має бути ефективною (прибутковою) [1].

Що стосується питання процесу аудиту маркетингової діяльності, то воно розглянуто в науковій літературі недостатньо. Більшість досліджень розкривають собою перелік питань, які вивчаються та аналізуються у ході проведення аудиту. Незважаючи на те, що питання охоплюють більшість аспектів маркетингової діяльності, не завжди вони можуть бути поставлені та використані при проведенні аудиту, а отже, отримана інформація характеризує лише частковість здобутих даних і подальша перевірка являє собою лише один з етапів аудиту. Враховуючи зазначені аргументи та специфіку діяльності підприємств, ми вважаємо, доцільно й необхідно обґрунтувати послідовність проведення аудиту, який стосується всіх напрямів маркетингової діяльності (зокрема стратегічного напрямку – аналітичного етапу маркетингової діяльності та операційного – активного процесу, спрямованого на отримання визначеного обсягу продажу на конкретних цільових ринках). При цьому слід зазначити, що аудит є технологічним процесом, який базується на основній його меті – превентивній оцінці маркетингової діяльності підприємства.

Тому безпосередньо процес аудиту маркетингової діяльності включає три етапи:

- вивчення фактичного стану маркетингової системи на підприємстві;

- оцінка встановлених фактів;
- розробка рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності підприємства та проведення відповідних заходів.

Деталізуючи інформацію, відзначимо особливості кожного з етапу. Зокрема, на першому етапі проводиться вивчення специфіки діяльності підприємства, перспектив розвитку маркетингової діяльності, вивчення підходу до проведення аудиту й оцінки ступеня ризику, а також встановлення планового рівня суттєвості. Також визначаються параметри діяльності, які підлягають перевірці, реальна ефективність методів та інструментів, що використовуються в процесі маркетингової діяльності. На другому етапі передбачено розгляд кількісних і якісних показників маркетингової діяльності, оцінку персоналу відділу маркетингу та рівня ефективності окремих елементів маркетингової діяльності, тобто аудит проводиться відповідно до поставлених завдань на першому етапі. На завершальному етапі визначаються причини відхилень фактичних показників від планових і надаються рекомендації щодо конкретних кроків, спрямованих на їх виконання.

Наведені вище аргументи є свідченням можливості критично оцінити маркетингову діяльність підприємства за допомогою аудиту з метою розкриття причин недоліків і способів довгострокового їх усунення. Виділені нами етапи не вичерпують усієї гами проблемних питань, пов'язаних з управлінням маркетинговою діяльністю. Актуальним також залишається цільове спрямування аудиту щодо пошуку резервів підвищення ефективності маркетингової діяльності та маркетингового потенціалу підприємств у цілому. Отже, досягнення консенсусу між усіма етапами та структурними елементами аудиту маркетингової діяльності має пріоритетне значення і значущість для проведення такої перевірки на підприємстві.

У процесі управління маркетинговою діяльністю та контролю за її результатами вирішальним є проведення аудиту маркетингової діяльності, як опори якісного управління на макроекономічному рівні для будь-яких підприємств.

Вище зазначене дає підставу наголосити на тому, що аудит маркетингової діяльності спрямований на:

- виявлення проблем у маркетинговій діяльності, які призводять до втрат продуктивності й ефективності діяльності підприємства;
- забезпечення економічності фінансових і продуктивності трудових ресурсів за рахунок вибору найбільш ефективної маркетингової стратегії;
- визначення основних рекомендацій, особливо у випадках, коли керівництво, ще не обрало свою нішу, або ще не визначилось і не мають достатнього досвіду для цього.

Отже, при проведенні аудиту підприємство може визначити свої переваги та мати вигоди. Оскільки при перевірці від самого початку робиться акцент на чітко поставлених і погоджених цілях, за результатами перевірки стає зрозумілим, чи обраний шлях є ефективним і прибутковим. Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновки, що аудит маркетингової діяльності є ефективним, особливим і ключовим фактором у регулюванні та контролі за діяльністю під-

приємств. Він дає можливість вчасно виявити недоліки в роботі підприємства, ефективно їх усунути, тому є стратегічною методологічною основою для проведення змін у діяльності підприємства. У сучасних ринкових відносинах, аудит маркетингової діяльності повинен стати невід'ємною частиною будь-яких підприємств, які орієнтуються на досягнення стабільності, фінансової незалежності та матеріальної задоволеності їх працівників.

Отже, питання проведення аудиту маркетингової діяльності залишається досить дискусійним і потребує подальших досліджень, глибокого вивчення основ і впровадження результатів на практиці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Романченко Н. В. Напрями оптимізації маркетингової політики в умовах кризи / Н. В. Романченко // Теоретичні основи та сучасні моделі розвитку національної економіки в умовах інтеграційних процесів : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., 4–5 груд. 2009 р. – Т. : [б. в.], 2009. – С. 69–70.

УДК 640.41(477)

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

А. С. Капліна

Готельне господарство – важливий сектор у структурі туризму, що, в свою чергу, є одним із перспективних напрямків зовнішньоекономічної діяльності країни і її регіонів. Відомо, що на частку туристичного бізнесу припадає 7% загальносвітового експорту товарів і послуг, що в абсолютному вираженні поступається тільки прибуткам від експорту нафти, нафтопродуктів і автомобілебудування. Розвиток регіонального готельного бізнесу буде сприяти створенню спеціальних малих і середніх підприємств, а також активізації і стимулюванню роботи цілої мережі галузей економіки: бу-

дівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів народного споживання, транспорту та зв'язку, формуванню сучасної кадрової політики в регіоні та поетапному виходу регіонального туристичного та готельного бізнесу як на загальнодержавний, так і на світовий рівень туристичних і готельних послуг.

Існує значна кількість публікацій, які відображають цілий ряд аспектів розвитку готельного господарства, де, як правило, розглядаються теоретичні, методологічні та методичні підходи до дослідження розвитку готельної

сфери України та положень ефективності регіонального туризму до дослідження розвитку готельної сфери України.

Нині розширюється спектр послуг готельних комплексів, які надають клієнтам можливості щодо їх розміщення, а також широкий комплекс інших послуг, наприклад, харчування в ресторані при готелі, надання залів для проведення нарад, придбання квитків на транспорт, виклик таксі, екскурсійне обслуговування, організація розваг, торгівля сувенірами та іншими товарами.

Україна посідає одне з помітних місць в Європі щодо наявності унікальних туристичних і курортно-рекреаційних ресурсів. Останніми роками спостерігається зростання обсягів виробництва, незважаючи на наявність багатьох невіршених проблем у галузі [2].

Результати аналізу вказують на погіршення стану матеріально-технічної бази підприємств готельної індустрії. Так, близько 30–50 % грошових витрат туристів припадає на готельні послуги. Однак в Україні ця сфера не розвинута належним чином, у результаті чого у ВНП частка готельного господарства становить близько 13 %. Специфіка готельних послуг зумовлює велику питому вагу основних засобів. Вивчення структури майна готельних підприємств столиці виявило такі характерні співвідношення його елементів: на основні засоби припадає 83 % загальної вартості майна, а на оборотні – лише 17 % [7].

В Україні матеріальна база більшості готелів не відповідає новим вітчизняним і зарубіжним стандартам. Понад 80 % готельних будівель потребують ремонту, номери – реконструкції і переоснащення, технологія обслуговування – автоматизації та комп'ютеризації. На сьогодні для готельного господарства нашої країни характерний високий рівень зношення основних фондів, тому що більшість готелів України були побудовані та введені в експлуатацію ще в 70–80-х рр. Програмою розвитку туризму року передбачено побудувати ще 78 нових об'єктів на 15700 місць і провести реконструкцію 61 об'єкта на 21500 місць. Але збільшення кількості підприємств не сприятиме вирішенню проблеми розвитку цієї галузі. В першу чергу необхідно здійснити ре-

конструкцію чинних підприємств, підвищити рівень обслуговування. Це стосується і стану туристичного ринку. На сьогодні в Україні існує близько 3 тис. підприємств, які отримали ліцензії на туристичну діяльність. За офіційними даними, 75 % із них займаються туристичною діяльністю за сумісництвом [7].

Наскільки якісним є стан матеріальної бази підприємств готельного господарства, свідчать такі дані: в Україні відсутні готелі категорії «п'ять зірок» (вищого класу), а готелів категорії «чотири зірки» тільки 3. Таке становище не сприяє залученню до України західних туристів, які звикли до комфортабельних умов проживання. За даними держкомстату України за п'ять останніх років рівень завантаження підприємств готельного господарства зменшився в 2,1 рази.

Якість же обслуговування (а отже, і обсяг туристичних послуг) залежить від професіоналізму, кваліфікації, досвіду персоналу підприємств у цій галузі. Хоча спостерігаються певні зрушення в цій галузі: проводиться підготовка спеціалістів вищими закладами освіти акредитованими за III та IV рівнями, однак результати спостережень показали, що підприємства готельного господарства і туризму очолюють люди, які не мають відповідної підготовки. До того ж, ціни на послуги готельного господарства досить високі порівняно з низькою якістю останніх. Темпи зростання цін на готельні послуги в Україні набагато перевищують світові. Тому стратегія готелів в Україні повинна передбачати гнучкішу політику цін на основі глибокого вивчення попиту. Це є однією з причин того, що іноземний капітал не інвестується в туристичну галузь. Однак вони характеризуються поєднанням надто високих цін з європейським стилем, рівень завантаження в цих готелях у середньому втричі перевищує рівень завантаження на підприємствах готельного господарства, які функціонують без залучення іноземних інвестицій [3].

Державний комітет України по туризму підрахував, що завдяки праці кожного, хто зайнятий у галузі готельного господарства, щорічні відрахування до державного бюджету становлять 4500 грн. Туризм забезпечує підґрунтя для господарського піднесення держа-

ви. Так, кожен із туристів, який прибуває до України, витрачає протягом однієї мандрівки від 520 до 600 дол. на готель, харчування, екскурсії, сувеніри.

Однак на сучасному етапі можна виділити цілий ряд причин, які гальмують розвиток туристичної галузі в Україні, серед них: високі податки; невирішеність питань із приватизації землі та захисту приватного капіталу; недостатня державна підтримка суб'єктів малого підприємництва; відсутність системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності у сфері послуг; недосконалість системи навчання та перепідготовки кадрів для туристичної галузі та її інфраструктури; високий рівень злочинності у вітчизняному бізнесі; висока візова вартість і довгий термін отримання візи; низький рівень сервісу; невпевненість туристів в отриманні якісних послуг, а також взагалі в існуванні такого підприємства.

Іноземні інвестори проявляють зацікавленість, однак їх стримує високий податковий тиск, нестабільність нормативної бази. Введення в дію Закону України «Про туризм» відкрило нові перспективи для подальшої роботи щодо реформування галузі туризму. Механізм реалізації положень закону стала Державна програма розвитку туризму в Україні на період до 2011 р. Передбачено, зокрема, збільшити прийом іноземних туристів у 2,5 рази, а валютні надходження у 4 рази, довівши їх до 1 млрд дол.

Для розвитку інвестиційного співробітництва велике значення має стан саме інвестиційного законодавства. Прийнятий у 1996 р. Закон України «Про режим іноземного інвестування» сприяє врегулюванню основних питань інвестиційного процесу.

Основним позитивним моментом законодавчої бази, що регулює процес залучення іноземних інвестицій в Україну, є державні гарантії захисту іноземних інвестицій. Цьому питанню присвячено Закони України «Про режим іноземного інвестування», «Про інвестиційну діяльність» і Угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій, укладені Україною з рядом держав.

Нині в Україні діє законодавча база, якою регулюється питання надання гарантій, ін-

вестиційних пільг і пріоритетів для іноземних інвесторів. Так, державні гарантії захисту іноземних інвестицій встановлено розділом IV Закону України «Про іноземного інвестування». Для іноземних інвесторів на території України встановлюється національний режим інвестиційної та іншої господарської діяльності за винятками, передбаченими законодавством України та міжнародними договорами України. Для підприємств з іноземними інвестиціями, які створюються і працюють у спеціальних (вільних) економічних зонах і на територіях пріоритетного розвитку, встановлюється сприятливіший режим господарської діяльності відповідно до чинного законодавства України.

Правове регулювання іноземних інвестицій в Україні здійснюється не тільки національним законодавством, також існують міжнародні договори України з деякими країнами про сприяння та взаємний захист іноземних інвестицій, завдяки яким може застосовуватися пільговий, відмінний від національного, режим. Питанню інвестиційного співробітництва і в подальшому приділятиметься значна увага, що сприятиме подальшому залученню іноземних інвестицій в економіку нашої держави.

До причин, які заважають залученню іноземних інвестицій в економіку України, можна віднести те, що у багатьох країнах іноземні інвестори недостатньо поінформовані про стан і перспективи економіки України, в деяких країнах немає навіть чіткого уявлення про Україну як про суверенну державу [6].

Отже, політика розвитку готельного господарства набуває масштабності, її мета – створення конкурентного готельного продукту, що дасть змогу забезпечити пропозицію широкого спектра послуг, збільшити обсяги в'їзного та внутрішнього туризму, зростання бюджетних надходжень. Ця тенденція поширюється на всі готельні підприємства незалежно від організаційно-правової форми власності та відомчого підпорядкування. Удосконалення сучасної інфраструктури туризму визнано одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки на державному та муніципальному рівнях. У цьому разі стратегічним напрямом

стає не тільки розважально-рекреаційний, а й діловий туризм.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 297 с.
2. Байлик С. И. Гостинничное хозяйство: Проблемы, перспективы, сертификация : учеб. пособие / С. И. Байлик. – К. : Альтер-прес, 2001. – 208 с.
3. Волков Ю. Ф. Технология гостинничного обслуживания / Ю. Ф. Волков. – М. : Феникс, 2003. – 386 с.
4. Карсекін В. Проблеми розвитку готельного господарства в Україні / В. Карсекін, Т. Ткаченко // Економіка України. – 1996. – № 6. – С. 84–91.
5. Левковська Л. Стан та перспективи розвитку туризму та готельного бізнесу в Україні / Л. Левковська, Р. Чабан, Г. Мухін // Економіка України. – 2003. – № 6. – С. 44–48.
6. Мунін Г. Б. Особливості та напрями вдосконалення фінансово-оперативного аналізу діяльності готельного бізнесу / Г. Б. Мунін // Формування ринкових відносин в Україні. – 2003. – № 10. – С. 108–114.
7. Основні показники роботи готелів України за 2003 рік. – К. : [б. в.], 2004. – 60 с.

УДК 65.011.8:658.0+330.141

ВИМІР І НАСЛІДКИ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

В. О. Гетьманський

Необхідність дослідження ефективності фінансово-економічної діяльності підприємств обумовлена перш за все використанням сучасними науковими колами методів розрахунку відносних показників діяльності, порівняльного аналізу й аналізу девіації (рідше структурного) абсолютних чи визначених якісних показників діяльності та відсутністю факторного аналізу змін в умовах економічного розвитку. Додамо, що, відштовхуючись від факторів розвитку підприємства, здебільшого всі зміни ефективності функціонування виступають похідним результатом від зміни екстенсивних та інтенсивних показників діяльності підприємства. Саме тому якісні фактори економічного розвитку відіграють більш важливу роль у розвитку підприємства, особливо під час скорочення ділового циклу й економічного спаду. Незважаючи на це, досі не обґрунтовано методику дослідження та оцінки інтенсифікації діяльності підприємства в умовах еконо-

мічного розвитку, що й зумовило вибір даного напрямку дослідження.

Аналіз останніх досліджень доводить, що сьогодні серед науковців і практиків немає єдиного підходу щодо оцінки та розрахунку показників інтенсифікації діяльності підприємства. Окремі положення щодо оцінки інтенсифікації діяльності викладено у працях В. Д. Герасимової, І. Н. Дрогобицького, класиків Б. Коласса та С. Фішера, але лише у світлі типів розвитку – інтенсивного та екстенсивного, без дослідження інтенсифікація в економіці. Так, наприклад Б. І. Майданчик у [3] подає визначення, яке базується на основних поняттях планової економіки. При цьому хибною є думка про те, що економічна інтенсифікація визначається лише процесом виробництва та, що «інтенсивний розвиток виробництва при капіталізмі направлений на збільшення прибутку капіталістів при зростанні інтенсивності праці». Автор [3] також наводить приклад інтенсифікації – зростання вартості необорот-

них активів, зниження абсолютного обсягу витрат і так далі, які є показниками екстенсифікації економічних систем на мікро- та макрорівнях.

Заслуговує на увагу трактування поняття «інтенсифікація» D. R. Henderson у сільсько-му господарстві. Проте, попри розуміння поняття «інтенсифікація», не визначено жодного її прояву, показника чи вимірника. Натомість в економічному словнику [2] автори визначають інтенсифікацію з макроекономічного погляду, з урахуванням умов науково-технічного прогресу та інновацій, забуваючи при цьому, що рушійною силою інтенсифікації на внутрішньофірмовому ринку є саме мікрорівень, у свою чергу, показники інтенсифікації розвитку на макроекономічному рівні є кумулятивними, а тому непорівнянними та неадекватними.

На нашу думку, найбільш вдалим є визначення інтенсифікації діяльності підприємства в умовах ринкової економіки авторів бізнес-плану, у якому подано алгоритм оцінки інтенсифікації, її показників і обґрунтовано результат інтенсифікації – економію ресурсів. Проте ми не довели, що окремі показники інтенсифікації не об'єктивно її відображають, тому неможливо було скласти модель визначення впливу зміни показників інтенсифікації підприємства з метою подальшої економії ресурсів.

Вищенаведена полеміка дає підстави для уточнення алгоритму визначення процесу інтенсифікації, аналізу її показників і вияву впливу їх зміни на економію ресурсів або екстенсивних факторів розвитку підприємств.

Загальновідомо, що інтенсифікація, як основа розвитку суспільного виробництва та збуту заснована на повному та раціональному використанні техніко-технологічних, матеріальних і трудових ресурсів на базі науково-технічного прогресу. Інтенсивний розвиток відрізняється від екстенсивного, який зводиться до нарощування ресурсів і відсутності новітньої технологічної бази, збільшення вживаних матеріальних ресурсів і кількості працівників при незмінних якісних показниках їх діяльності чи експлуатації. Розуміння сутності інтенсифікації буде неповним, без

урахування прогресивних методів організації праці та виробництва, логістичних систем і засобів реалізації, які необхідно розглядати як найбільш важливі напрями інтенсифікації. Також відбувається економія предметів праці та природних ресурсів за рахунок їх заміни синтетичними матеріалами, впровадження новітніх технологій, що в результаті призводить до змін у використанні всіх чинників економічної діяльності.

Зазначимо, що особливістю інтенсивного та екстенсивного використання ресурсів є їх взаємозамінність, а кінцеві результати діяльності формуються під дією як інтенсивних, так і екстенсивних факторів, через це визначальним напрямом мобілізації резервів діяльності підприємства є загальна інтенсифікація. Саме тому оцінка результатів інтенсифікації повинна включати таку систему розрахунків:

- 1) визначення динаміки показників інтенсифікації;
- 2) визначення співвідношення приросту використання ресурсів у розрахунку на 1 % приросту обсягу випуску (реалізації);
- 3) розрахунок частки впливу зміни показників інтенсифікації на приріст обсягу реалізації;
- 4) розрахунок відносної економії ресурсів;
- 5) комплексну оцінку всебічної інтенсифікації діяльності.

Запропонований вище алгоритм дозволяє оцінити інтенсифікацію діяльності підприємства та послідовно визначити темпи росту взятих основних показників інтенсифікації, їх зміну та частку впливу по відношенню до зміни обсягів реалізації, а також абсолютну економію (перевитрати) ресурсів, унаслідок зміни показників інтенсифікації. Враховуючи те, що темп росту показників інтенсифікації можна обчислити, як:

$$T = \frac{\bar{I}_{2009}}{\bar{I}_{2005}}, \quad (1)$$

то приріст або спад ресурсів на 1 % приросту обсягів реалізації, можна визначити за такою формулою:

$$\Delta I_{\%} = \frac{(T_1 - 1) \cdot 100\%}{T_{\tau/o} - 1} \quad (2)$$

Щодо частки впливу показників інтенсифікації на приріст обсягу реалізації, то, на нашу думку, доцільно використати підхід, що пропонується в сучасних аналітичних джерелах:

$$\Delta I \rightarrow \tau / o = 1 - \frac{T_{\text{ресурс інтенсифікації}}}{(1 - T_{\tau/o})} \quad (3)$$

Або якщо показник є оберненим до поняття «віддача товарообороту» (наприклад, матеріаломісткість), то розрахунок ведеться за формулою:

$$\Delta I \rightarrow \tau / o = 1 - \frac{1}{(1 - T_{\tau/o}) \cdot T_{\text{ресурс інтенсифікації}}} \quad (4)$$

Додамо також, що розрахунок абсолютної економії ресурсів, з огляду на зміни показників інтенсифікації (підвищення якості виробничо-торговельного процесу, технології, зростання продуктивності, стимулювання, підвищення

ефективності використання активів) за традиційним підходом є дещо сумнівним, оскільки базується на зміні якісного показника при сталому обсязі кількісного, що є типовим для факторного аналізу та не враховує частку впливу інтенсивних змін на кількісний показник і т. д. Саме тому ми запропонували такі моделі для оцінки економії ресурсів:

$$E_{\tau} = \frac{(T_{\tau/o} - 1) \cdot I \rightarrow \tau / o \cdot \tau / o_0}{I_1 \cdot 100} \quad (5)$$

для показників віддачі від товарообороту (при цьому частка впливу $\Delta I \rightarrow \tau / o$ береться в процентному відношенні) та

$$E_{\tau} = \frac{(T_{\tau/o} - 1) \cdot \Delta I \rightarrow \tau / o \cdot \tau / o_0 \cdot I_1}{100} \quad (6)$$

для показників місткості в обсязі реалізації.

Для більш наглядного застосування вищевказаних моделей пропонуємо звести розраховані дані певного підприємства за досліджуваний період у аналітичну табл.

Таблиця

Вплив показників інтенсифікації на обсяг реалізації підприємства та абсолютна економія ресурсів за досліджуваний період*

Показники інтенсифікації за видами ресурсів	Темп росту показників інтенсифікації звітний рік/ базовий рік	Приріст (+)/спад (-) ресурсів на 1 % приросту продукції за досліджуваний період, %	Частка впливу на 100 % приросту продукції за досліджуваний період, %	Абсолютна можлива економія торговельних ресурсів (вивільнення + або перевитрати (-) за досліджуваний період (працівників, тис. грн і т. д.)
Продуктивність торговельного персоналу	1,625	77,056	12,978	118,687
Зарплатомісткість товарообороту	0,663	-41,508	7,228	-225321,306
Фондовіддача	1,190	23,460	12,788	7707,748
Оборотність оборотних активів	1,066	8,085	24,738	11091,818
Капіталомісткість товарообороту	0,728	-33,567	14,896	-301554,678
Комплексна оцінка всебічної інтенсифікації	0,998	33,526	72,626	-

Примітка. * Розрахунки проводились на конкретному торговельному підприємстві за 2005–2009 рр. Таблиця з розрахунками запропонована для наочності запропонованих у дослідженні моделей. Зазначимо, що для прикладу обрані базові показники ефективності використання основних ресурсів підприємства – трудового потенціалу, активів та інвестованого капіталу.

Отже, темпи росту показників інтенсифікації одразу свідчать про їх пропорційність або оберненість до показників віддачі від ресурсів. Усі показники віддачі зросли, що свідчить про вищі темпи росту реалізації аніж ресурсів, тоді як темпи росту обох показників місткості (зарплатомісткість і капіталомісткість) є нижчими за 1. Темп росту комплексної оцінки потрібно розраховувати за звичайною середньо-геометричною, оскільки вони є відносними показниками:

$$\bar{I}_{\text{комплексна}} = \sqrt[n]{I_1 \cdot I_2 \cdot \dots \cdot I_n} \quad (7)$$

За такого підходу темп росту комплексної оцінки інтенсифікації для досліджуваної групи показників інтенсифікації свідчить про зниження процесів інтенсифікації на підприємстві.

Щодо приросту показника інтенсифікації на 1 % приросту реалізації, то найбільший приріст демонструють саме показники ефективності використання трудового потенціалу підприємства – на кожен 1 % зростання товарообороту за досліджуваний період припадає 77,0 % приросту продуктивності та зниження зарплатомісткості на 41,5 %. Найменший приріст відносно приросту реалізації демонструють оборотні активи – всього лиш 8,1 %, натомість оборотні активи мають найбільшу частку впливу на зміну обсягу реалізації підприємства. В сумі досліджувані показники інтенсифікації становлять 72,6 % впливу на зміну обсягу реалізації, що свідчить про високу ймовірність оптимальності й адекватності моделі у світлі обраних показників інтенсифікації діяльності підприємства.

Підсумовуючи зазначимо, що проведене дослідження дозволяє стверджувати, що процес інтенсифікації є об'єктивним і закономірним напрямом розвитку підприємств, характерним для усіх цивілізованих країн з ринковою економікою. У свою чергу, вимір вкладу інтенсифікації, формування ресурсних резервів і моніторинг основних показників інтенсивного розвитку є одним із завдань підвищення рівня ефективності діяльності. Сподіваємося, що вітчизняні підприємства врахують темпи всесвітнього зростання та інтенсифікації для запобігання глибоким економічним спадам, зростанню безробіття, зниженню доходів, купівельної спроможності населення та відповідно рівня життя.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герасимова В. Д. Анализ и диагностика производственной деятельности предприятий (теория, методика, ситуации, задания) : учеб. пособие / В. Д. Герасимова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : КНОРУС, 2008. – 265 с.
2. Офіційний сайт Інформаційного бюро «Економічний словарь» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://abc.informbureau.com/html/eioaineoeaoess.html>. – Заголовок з титулу екрана.
3. Офіційний сайт Большой Советской Энциклопедии [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bse.sci-lib.com/article055506.html>. – Название с экрана.
4. Загородній А. Г. Фінансовий словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк, Т. С. Смовженко. – 4-те вид., випр. та допов. – К. ; Л. : Т-во «Знання», КОО ; Вид-во Львів. банк. ін-ту НБУ. – 566 с.

МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ЯК СПОСІБ ВПЛИВУ НА ЙОГО РІВЕНЬ

М. С. Авраменко

Способи впливу на працівників з метою формування високого рівня кадрового потенціалу і здійснення координації їх праці у процесі діяльності являють собою методи формування кадрового потенціалу. Вони, в свою чергу, (система заробітної плати, мотивації та стимулювання праці, принцип просування кадрів, метод їх добору, формування, розвитку тощо) є своєрідними «сигналами», які підприємство посилає своїм працівникам з метою орієнтації їх поведінки, діяльності та розвитку.

У період змін, коли старі методи управління змінюються методами ринкового регулювання, системи управління кадрами корегуються кардинально – як на рівні формування кадрового потенціалу підприємства, так і на рівні його використання. Існуюча система методів формування кадрового потенціалу підприємств споживчої кооперації України потребує розгляду та аналізу і надає можливість для розробки нових методів, що, в свою чергу, здатні змінити систему управління кадрами в цілому.

Питанням розгляду та дослідження методів управління кадрами та кадровим потенціалом присвячена велика кількість праць вітчизняних і зарубіжних теоретиків: Ю. И. Арсеньєв, Т. Ю. Базаров, Л. В. Балабанова, Н. П. Беляцкий, А. О. Блинов, М. Д. Виноградський, В. Г. Воронкова, Б. М. Генкин, Л. С. Головова, В. Д. Данюк, А. П. Егоршин, Й. С. Завадський, А. Я. Кибанов, А. М. Колот, О. В. Крушельницька, І. А. Маркіна, Е. В. Маслов, Е. Б. Моргунов, М. І. Мурашко, В. М. Петюх, И. А. Оганесян, Ю. Г. Одегов, Ф. І. Хміль, В. О. Храмов, Н. А. Чижов, С. В. Шекшня, Л. М. Шимановська-Діанич, Г. В. Щокін та ін.

Головною метою статті є визначення особливостей і значення основних методів формування та управління кадровим потенціалом системи споживчої кооперації України з метою підвищення ефективності діяльності цих підприємств в умовах ринкової економіки.

До методів, що покликані ефективно формувати кадровий потенціал і управляти ним, у науковій літературі найчастіше відносять такі п'ять методів: адміністративні, правові, економічні, соціально-психологічні і морально-етичні [7, с. 20–21; с. 38–40]. Деякі автори виділяють соціологічні, ідеологічні методи управління [6, с. 297; 2, с. 580]. Г.В. Щокін методи управління кадрами підрозділяє на три основні групи: економічні, організаційно-розпорядчі і соціально-психологічні [9, с. 18]. Ю. Г. Одегов класифікує методи управління персоналом організації за ознаками відповідно до певних критеріїв класифікації [6, с. 293].

Таким чином, на основі проаналізованих праць вітчизняних і зарубіжних теоретиків з питання методів формування кадрового потенціалу та управління ним, ми розробили, удосконалену (за рахунок упровадження виховних і соціально-політичних методів) структуру методів формування кадрового потенціалу підприємства (рис.).

Розглянувши та проаналізувавши наукові джерела, зупинимось на кожній групі методів формування кадрового потенціалу, розглянемо кожен з них та зробимо висновки.

Адміністративні методи відомі в історії як «метод батога» і орієнтовані на такі мотиви поведінки, як усвідомлена необхідність дисципліни праці, почуття обов'язку, прагнення

працювати в певній установі тощо. Їх вирізняє прямий характер впливу: будь-який регламентаційний або адміністративний акт підлягає обов'язковому виконанню [3].

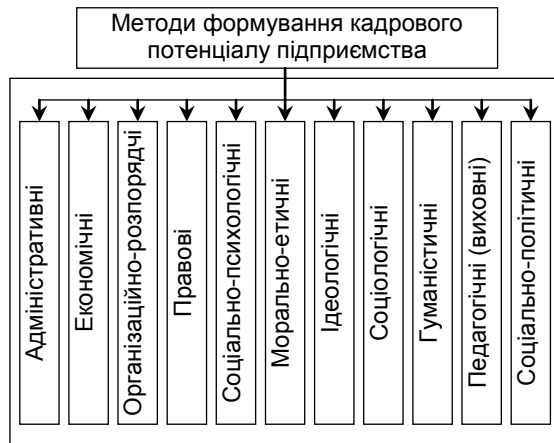


Рис. Методи формування кадрового потенціалу підприємства

Отже, до адміністративних методів можемо віднести: формування структури органів управління; затвердження адміністративних норм і нормативів; правове регулювання; інструктування; організація управлінської праці; розподіл обов'язків між ланками управління; регламентування; нормування; набір, відбір і розстановка кадрів; розробка положень, посадових інструкцій, стандартів підприємства; встановлення адміністративних санкцій і заохочень; застосування різноманітних форм контролю за діяльністю працівників.

Економічні методи базуються на використанні економічних стимулів і відомі як «метод пряника». Економічні методи стимулюють і підвищують мотивацію працівника, крім того, вони сприяють підвищенню його матеріальної зацікавленості, підвищенню ефективності й результативності його роботи, передбачають підвищення заробітної плати залежно від якості та складності виконуваної роботи, виплату премій, участь у прибутках і капіталі, надання різноманітних пільг і заохочень, відповідно до специфіки виконання працівником своїх службових обов'язків, позитивно впливають на формування, використання, розвиток і результат діяльності кожного працівника. Крім того, до групи економічних методів ми можемо віднести: техніко-економічний ана-

ліз; техніко-економічне обґрунтування; техніко-економічне планування; матеріальне стимулювання та мотивація трудової діяльності; фінансування; ціноутворення; створення умов для самоуправління; скорочення централізовано-планованих показників; забезпечення гарантії соціальної захищеності працівників; оплата праці; капіталовкладення; кредитування; страхування; участь у прибутках; встановлення матеріальних санкцій і заохочень.

Організаційно-розпорядчі базуються на використанні встановлених організаційних зв'язків, кадрових рішень, резолюцій, наказів, розпоряджень, вказівок, інструкцій, контролю за їх виконанням і є методами організаційного та розпорядчого впливу. Вони використовуються для досягнення встановлених цілей у тих випадках, коли потрібно підпорядкувати колектив і направити його на вирішення конкретних завдань управління. Організаційно-розпорядчі методи управління ґрунтуються на таких індивідуальних і групових властивостях людей, як почуття обов'язку, відповідальності, дисципліни та розуміння можливості адміністративного покарання, і є методами адміністративного впливу, оскільки правом на їх застосування наділяється адміністрація підприємств.

Правові методи базуються на регулюванні норм права, встановлених для підприємства, є важливим інструментом формування у працівника правових свідомості, відповідальності та культури, що необхідно постійно застосовувати під час своєї діяльності. Вони спираються на чинні нормативно-правові акти держави та підприємства: закони, постанови, укази, накази, статuti, угоди, положення про структурні підрозділи, посадові інструкції та регламенти. Правові методи управління особливо ефективні, якщо вони використовуються в поєднанні з економічними й адміністративними.

Соціально-психологічні методи ґрунтуються на досягненнях соціології і психології, вони враховують колективну психологію, потреби колективу, формальні й неформальні відносини, громадську думку, психологічні особливості різних соціальних груп і окремих індивідуумів. Соціальні та психологічні методи активізують соціальну активність кожного

працівника – ініціативність, творчу цілеспрямованість, самодисципліну. Соціально-психологічні методи спрямовані на забезпечення соціального захисту працівників, підвищення ефективності їх діяльності, покращення умов праці, втілення здорового способу життя, зміцнення здоров'я, розвитку особистої культури і професійного зростання.

Таким чином, до цієї групи методів відносяться такі методи впливу [1, с. 32, 4; 2, с.141]: соціально-психологічний аналіз; соціально-психологічне планування; підбір працівників з урахуванням їхніх соціально-психологічних характеристик, їхньої сумісності; формування і розвиток соціальних норм трудової поведінки на основі підтримання традицій, звичаїв, звичок; уведення системи соціального регулювання через використання договорів, зобов'язань; участь працівників в управлінні; соціальне та моральне стимулювання; соціальні гарантії і блага; сприяння розвитку спортивної та різної позавиробничої діяльності, сфери дозвілля, позавиробничого часу; формування колективу, створення сприятливого морально-психологічного клімату й творчої атмосфери; особистий приклад; задоволення культурних і духовних потреб працівників; встановлення соціальних норм поведінки і соціального стимулювання розвитку колективу; гуманізація взаємозв'язків у колективі; розвиток у працівників ініціативи та відповідальності; встановлення моральних санкцій і заохочення; соціальний захист.

Морально-етичні методи є засобом морального регулювання поведінки працівників, його відносин з іншими працівниками, передбачають відповідність моральним нормам, визначають поведінку людини в тій чи іншій ситуації, за певних службових обставин, формують моральну свідомість, направляють на добросовісну поведінку. Варто зауважити, що морально-етичні методи базуються на зверненні до гідності, честі й совісті людини. Їх завдання полягає у формуванні позитивної морально-психологічної обстановки, сприятливої для вирішення поставлених завдань, і засвоєння працівниками морально-етичних норм.

Отже, проаналізувавши наукові праці вітчизняних і зарубіжних теоретиків, ми можемо

скласти й удосконалити перелік морально-етичних методів, що входять до системи формування кадрового потенціалу підприємства: сумлінне виконання своїх обов'язків; шанобливе ставлення до працівників, дотримання високої культури спілкування; уникнення дій і вчинків, що можуть зашкодити інтересам людини, чи негативно впливати на її репутацію; протидіяння корупції, зловживанню, неетичній та незаконній поведінці працівників; дотримання норм загальноприйнятої поведінки; підвищення якості прийняття управлінських рішень відповідно до потреб працівника; сприяння самовдосконаленню особистості кожного працівника; моральне стимулювання; зміцнення авторитету працівника, який відзначився; зарахування до кадрового резерву на заміщення більш високої посади; просування по службі; особиста неформальна похвала підлеглого в процесі ділових контактів, іменні привітання зі знаменними датами, моральна підтримка; оволодіння моральними нормами та моральна поведінка у спільній діяльності.

Ідеологічні методи управління направлені на підвищення ідейно-політичного, загальноосвітнього та культурного рівня працівників, виховання дисципліни праці, відповідальності за доручену справу. До цієї групи методів управління відносяться різноманітні методи пропаганди (виробнича пропаганда) і агітації (наглядна агітація).

Соціологічні методи формування кадрового потенціалу дозволяють встановити призначення і місце співробітників у колективі, виявити лідерів і забезпечити їх підтримку, зв'язати мотивацію людей з кінцевими результатами виробництва, забезпечити ефективні комунікації і рішення конфліктів у колективі.

До групи соціологічних методів належать: соціальне планування, що забезпечує постановку соціальних ідей і критеріїв, розробку соціальних нормативів і планових показників, досягнення кінцевих соціальних результатів (цілі, критерії, методи, нормативи, результати); соціологічні методи дослідження складають науковий інструментарій у роботі з працівниками підприємства, вони надають необхідні дані для підбору, оцінки, розстановки та навчання, і дозволяють обґрунтовано ухвалювати

кадрові рішення (анкетування, інтерв'ювання, соціометрія, нагляд, співбесіда).

Вітчизняний науковець І. А. Маркіна зазначає, що методи гуманізації взаємозв'язків у трудовому колективі покликані створити оптимальні взаємозв'язки між працівниками і керівниками, що відповідають принципам соціальної справедливості та наукової організації праці [1, с. 242]. Група цих методів включає в себе: стиль управління, культуру управління, етику керівної діяльності.

На нашу думку, розглянуті нами методи формування кадрового потенціалу не в повному обсязі враховують особисті психологічні якості працівників і взаємовідносини працівників на підприємстві. Тому нами сформовані такі групи методів формування високого рівня кадрового потенціалу як виховні (навчальні) та соціально-політичні.

Застосування виховних методів є актуальним питанням сьогодення, адже дослідження соціологів і психологів підтверджують той факт, що значна частина «важких людей» сформована не спеціально, а внаслідок уродженої чи набутої нестійкої психіки, нервової системи, спричиненими тією чи іншою життєвою ситуацією. На таких працівників можуть не діяти методи, що по відношенню до інших працівників дають позитивний результат. Варто зауважити, що від діяльності «важких працівників» можливо досягти очікуваних результатів за допомогою терпеливого виховного впливу (цілеспрямованого та планомірного формування особистості з великим потенціалом). Виховні методи являють собою переконання працівників у потребі творчого підходу до роботи, відповідальності за результати власної праці, точності, охайності при виконанні своїх обов'язків і розпоряджень керівників. Зазначені нами методи можуть бути реалізовані через бесіди, дискусії, роз'яснення, повчання тощо. У більшості випадків ефективним є переконання, що являє собою метод виховання, впливу на свідомість працівників підприємства з метою спрямування їх на корисну діяльність або гальмування негативних вчинків.

У виховній роботі великий вплив має факт цікавості (інтересу) працівників апарату

управління до індивідуальних здібностей працівника. Здатність керівників розуміти своїх підлеглих, говорити з ними, навчати, повчати та науково організовувати власне ставлення до них, набуває велику цінність для працівників, трудового колективу та підприємства в цілому.

Соціально-політичні методи призначені для впливу на соціально-психологічні відносини між людьми. Специфіка цих методів полягає в орієнтації на використання неформальних відносин, найповніше врахування в процесі управління потреб та інтересів окремих груп і осіб. Соціально-політичні методи, що впливають на формування високого рівня кадрового потенціалу підприємства – це поліпшення умов праці, побуту, дозвілля людей, надання їм соціальних послуг, залучення їх до процесу владних відносин, розвиток суспільної та політичної активності, безпека виробництва, зайнятості та використання трудових ресурсів.

Крім того, при формуванні кадрового потенціалу можуть бути використані такі методи: системний, експертно-аналітичний, блочний, досвідний, графологічний методи; методи побудови професіограми, репертуарних грат, ведення щоденників, аналогій, моделювання, інтерв'ювання, структуризації цілей, творчих нарад, колективного блокнота, контрольних запитань, метод 6–5–3, співбесіди, використання анкет, тестування, активного (прямого) спостереження, визначення здібностей керівника (за почерком) та інші; функціонально-вартісний і морфологічний аналізи [1, с. 29; 8, с. 19, 27; 6, с. 313–315].

Залежно від характеру впливу на людину взагалі виділяють такі методи: стимулювання, інформування, переконання і методи (адміністративного) примусового впливу [6, с. 303–304].

Вітчизняні теоретики О. А. Кириченко, І. В. Гіленко, С. Роголь, С. В. Сиротян, О. Немой зазначають, що одним з найважливіших завдань є визначення необхідної виробничої поведінки або її формування, що здійснюється на підставі аналізу цілей підприємства. На їх думку, методом моделювання виробничої поведінки, що стає все популярнішим, є метод визначення компетенцій, або створення так званого «портрета компетенцій», суть якого

– відтворювати працівником певний тип поведінки для успішного виконання виробничих функцій і досягнення цілей підприємства. Володіння компетенцією передбачає наявність трьох складових: знань, навиків поведінки і мотивації. Окрім того, працівники та підприємства, що володіють компетенцією, ефективно працюють в умовах змін і невизначеності, вони постійно шукають нові підходи до вирішення проблем, що виникають перед ними.

Розглянуті нами методи можуть бути використані і у процесі формування кадрового потенціалу системи споживчої кооперації України. У практиці всі перераховані методи мають бути взаємообумовлені, створювати цілісну систему і використовуватися комплексно. Проте в окремих випадках, залежно від конкретної ситуації, певних умов, ті чи інші методи можуть мати пріоритетне значення. Головне при формуванні високого рівня кадрового потенціалу використовувати саме ті методи, які можуть дати найбільший ефект і результативність діяльності.

Таким чином, методологія формування кадрового потенціалу системи споживчої кооперації України має включати в себе методи, що виступають як важливі чинники формування, розвитку та використання кадрового потенціалу, спрямовані на підтримку і стимулювання позитивної поведінки працівників всіх рівнів ієрархії, комплексно впливають на їх рівень

розвитку та рівень розвитку системи споживчої кооперації України. Тому дослідження питання методів формування кадрового потенціалу системи споживчої кооперації України мають перспективи подальших розвідок у даному напрямку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Управління персоналом : навч. посіб. / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва, А. М. Виноградська, О. М. Шканова. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 504 с.
2. Егоршин А. П. Управление персоналом : учебник / А. П. Егоршин. – 5-е изд., доп. и перераб. – Н. Новгород : НИМБ, 2005. – 720 с.
3. Банківський менеджмент : навч. посіб. / О. А. Кириченко, І. В. Гіленко, С. Роголь, С. В. Сиротян та ін. – К. : Знання-Прес, 2002. – 438 с.
4. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посіб. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К. : Кондор, 2003. – 296 с.
5. Маркіна І. А. Менеджмент підприємства : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / І. А. Маркіна. – К. : НМЦ «Укоопосвіта», 2000. – 268 с.
6. Одегов Ю. Г. Управление персоналом в структурно-логических схемах : учебник / Ю. Г. Одегов. – М. : Академический проект, 2005. – 1088 с.
7. Управление персоналом : учебник / под общ. ред. А. И. Турчинова. – М. : РАГС, 2003. – 488 с.

УДК 007

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ

А. О. Василевська

Функціонування сучасного підприємства пов'язано із здійсненням проектною діяльністю, оскільки будь-яка його дія, прийняття рішень чи результат діяльності являють собою або самостійний проект, або елемент більш складного проекту. Унаслідок економічних перетворень, що зараз відбуваються в Україні,

створюються нові моделі та механізми економічних відносин. Тому для подальшої прибуткової діяльності підприємства необхідно виробити нові підходи до управління проектами. При цьому виникає необхідність ефективного управління проектами за допомогою сучасних інформаційних технологій для досягнення ви-

сокого рівня прибутковості учасників проекту, високої якості проекту, пов'язана з підвищенням складності проектів, зростанням вимог до термінів, якості виконання робіт.

При створенні та управлінні проектами необхідно пам'ятати, що проекти, по-перше, мають ресурсні обмеження; по-друге, потребують постійного контролю; по-третє, важливим фактором є час або завершення проекту вчасно [3, с. 12].

Різноманітність підходів до класифікації проектів зумовила виникнення великої кількості різноманітних класифікацій, які включають типи, види, класи проектів. Розглянемо найбільш важливу з погляду дослідження класифікаційну ознаку – ступінь складності проекту (клас проекту). Проекти поділяються на монопроекти, мультипроекти та мегапроекти. Монопроекти – це прості проекти певного виду, що складаються із декількох монопроектів, якими потрібно одночасно управляти, враховуючи організаційні, технічні, ресурсні обмеження. Та мегапроекти – цільові програми розвитку регіонів, галузей, які включають моно- та мультипроекти. Вартість мегапроектів становить більше 1 млрд дол., а тривалість – 5 або 7 років. Нас цікавлять мультипроекти, адже саме вони найчастіше використовуються у проектному менеджменті.

Мета дослідження полягає у дослідженні способів підвищення ефективності управління проектами підприємства із урахуванням проектних обмежень. Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких завдань:

- аналіз особливостей управління проектами підприємства;
- поглиблення теоретичних положень щодо ефективності управління проектами;
- виявлення чинників підвищення ефективності управління проектами;
- дослідження особливостей розробки інформаційної технології;
- розроблення інформаційної технологію управління мультипроектами підприємства.

Питання розробки інформаційних технологій досліджуються багатьма науковцями. Серед них можна відзначити наукові праці С. Бушуєва, І. Кононенка, Ю. Теслі, Б. Коско,

Є. Корноушенко, В. Прангішвілі, В. Максимова, О. Кулініча, Р. Аксельрода, В. Силова, а також А. Кофмана, Т. Сааті, Л. Заде, М. Свами, К. Тхуласираман, О. Тімінського та ін.

Поняття «проектний менеджмент» має декілька тлумачень. У широкому сенсі – це підготовка проекту від планування до ухвалення рішення щодо його початку і його реалізації проектною організацією (проектною командою). У широкому розумінні, поняття «проектний менеджмент» використовується для організації великих і самостійних проектів у фазі реалізації.

Прийнято висувати вимоги до проектного менеджменту: знання предмету проекту, економічність дії та особисті якості. Знання предмету об'єкта включає спеціальні знання та системність застосування знань. Економічність дії означає, що всі методи керування та контролю, які використовуються в проекті, ефективні. Особисті якості – комунікабельність, вміння працювати в колективі.

Управління проектами (проектний менеджмент) ділиться на чотири ключові завдання: формування завдань проекту, планування, управління та контроль. Виконуючи ключові завдання, управління проектами проходить декілька етапів:

1. Аналіз ринку, аналіз ризику, аналіз потреб, аналіз проблем, аналіз імовірності успіху проекту.
2. Планування загальних принципів здійснення проекту, визначення вихідних даних для планування проектної діяльності.
3. Планування функцій проекту.
4. Планування і визначення економічності й ефективності проекту.
5. Виконання проекту.
6. Передача результатів замовнику проекту або клієнту, звіт про проект.
7. Підтримка при впровадженні результатів проекту.

Висока конкуренція на ринку вимагає від компаній оперативності виконання проектів, мінімізацію затрат і високого рівня якості. Орієнтація компанії на її стратегічні цілі додає на строки виконання, бюджету ще одне обмеження – відповідність стратегії компанії. Компанія має дві групи цілей: направлені на внутріш-

ній розвиток (підвищення вартості бізнесу й ефективності бізнес-процесів) і на зовнішній розвиток (підвищення продажів, вихід на нові ринки). Необхідно чітко розуміти цілі компанії і підбирати відповідні проекти, які дозволили досягти цих цілей. При досягненні стратегічних цілей виникає необхідність управляти декількома різними проектами, ефективно використовуючи обмежені ресурси.

Розвиток інформаційних технологій управління проектами пройшов декілька етапів. Завдяки збільшенню потужності комп'ютерів збільшилась функціональність систем. Із введенням стандартів обміну даними між системами, розвитком Web-технологій відкрились нові перспективи для розвитку інформаційних систем управління проектами. Варто підкреслити, що паралельно підвищується складність проектів, при цьому виникають додаткові вигоди до інформаційних технологій.

Сучасні тенденції управління проектами передбачає збільшення ролі інформаційних технологій. Інформаційні технології управління проектами покликанні підвищити ефективність управління та зменшити процент незавершеності проектів. Інформаційні технології дають можливість управляти змінами, ресурсами, обмеженнями, комунікацією, робочою командою та іншими факторами, які впливають на проект.

Інформаційні технології управління проектами дозволяють – автоматизувати одну або декілька складових управління проектами: складання календарного плану робіт, управління ресурсами, витратами, ризиками, якістю тощо. Системи автоматизації управління проектами містять такі структурні елементи: засоби для календарно-сітьового планування, засоби розв'язання окремих задач (серед них слід виділити допроектний аналіз, розробка бізнес-планів, аналіз ризиків, управління строками, управління витратами), засоби для організації комунікацій між виконавцями проекту.

Інформаційні технології дозволяють не тільки успішно виконувати завдання управління проектами, а й забезпечувати ефективну комунікацію між членами проекту. Управління комунікацією проекту – процеси, що вклю-

чають створення, збір, розподіл, зберігання та використання інформації проекту.

Інформаційні технології дають змогу успішно управляти проектами, налагоджувати стійку комунікацію між учасниками, виявляти та вчасно реагувати на відхилення, документувати всі етапи проекту, оперативно здійснювати контроль. Також серед завдань, що виконують названі системи, організація дискусійних груп та чат-каналів, віддалене збереження файлів, збереження прийнятих рішень та інформування зацікавлених сторін.

Новітні тенденції свідчать, що досить широкого розповсюдження набувають інформаційні технології спрощеного доступу до інформації проекту та забезпечення ефективних комунікацій між членами команди проекту. Вони не містять власних інструментів для календарно-сітьового планування, а підтримують функцію інтегрування із системами автоматизації управління проектами. Одна група інформаційних технологій надає інструменти для аналізу проектних рішень, OLAP-обробки та Data mining, інша група призначена для спрощеної комунікації між учасниками і пропонує розвинуті інтернет-засоби.

Останнім часом усе більшого розповсюдження набуває одночасне управління декількома проектами. В таких умовах зростає потреба у контролюванні виконання етапів проектів. Інформаційні технології дають можливість реалізувати мультипроектне управління, при якому управління декількома проектами виконуються паралельно, незалежно один від одного, але використовують спільні ресурси. Інформаційні технології в мультипроектному управлінні дозволяють описувати склад і характеристику робіт, ресурсів, прибутків і видатків проектів, створювати розклад виконання робіт із урахуванням проектних обмежень, виявляти критичні операції і резерви часу для виконання інших операцій, розраховувати бюджет проектів, розраховувати розрахунок потреб проектів у матеріалах і ресурсах, розраховувати планове завантаження ресурсів проектів, аналізувати ризики та резерви, розрахувати успішність виконання проектів, вести облік і аналіз виконавців проектів, отримувати необхідну звітність по

проектах. Мультипроектне управління виконує додаткові функції: ведення архіву та документообороту, аналітичні функції сітьового мультипроектного планування, контроль-ревізійні функції.

Упроваджуючи інформаційні системи управління проектами, варто пам'ятати, що використання інформаційних систем вимагає певних змін процесів управління організації. Тому впровадження вимагає системного підходу, що передбачає планування комплексу робіт і контроль за їх здійсненням. Потрібно починати із складання плану впровадження, що містить перелік задач, від формалізації процедур збору, збереження інформації до здійснення змін в організаційній структурі підприємства. Від успіху впровадження залежить ефективність діяльності організації в цілому або окремих її підрозділів. Тому особливого

значення набуває планування і контроль за технічними, людськими аспектами впровадження технології.

Отже, в управлінні проектами необхідні теоретичні дослідження в напрямку впровадження інформаційних технологій для автоматизації ефективного управління декількома проектами та контролю виконання проектів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Литке Хинс Д. Управление проектами / Литке Хинс Д. – 2-е изд. – М. : Омега-Л, 2007. – 436 с.
2. Мазур І. І. Управління проектами. Довідник для професіоналів / І. І. Мазур, В. Д. Шапіро. – К. : Вища школа, 2001 – 875 с.
3. Тарасюк Г. М. Управління проектами : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Г. М. Тарасюк. – 2-е вид. – К. : Каравела, 2006. – 320 с.

УДК 640.41:338.488

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОБҐРУНТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО»

Х. К. Юдіна

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, індустрія туризму є однією з найбільш прибуткових і перспективних напрямів діяльності сфери послуг, яка за темпами зростання доходів випередила нафтовидобувну промисловість та автомобілебудування [1, с. 3].

Готельне господарство є важливою складовою індустрії туризму, постійним джерелом поповнення валютних надходжень у країну та засобом забезпечення зайнятості населення.

На сьогодні існує багато проблем, що гальмують розвиток готельного господарства. Основною їх причиною є недосконалість системи управління готельним господарством. Як показує досвід, для забезпечення ефективного управління готелями менеджерам усіх рівнів необхідна точна, об'єктивна, своєчасна та достовірна інформація, яка може бути отримана за допомогою контролю. Оскільки саме контр-

оль забезпечують прозорість функціонування системи управління готелем. Тому визначення сутності поняття «готельне господарство» та вирішення проблеми недосконалості термінологічного визначення основних категорій і понять у цій сфері як середовище об'єктів контролю необхідно негайно вирішувати.

Окрім теоретичні та прикладні аспекти функціонування готельного бізнесу, а також питання методології, організації та вдосконалення управління підприємствами готельного бізнесу досліджені у працях українських і зарубіжних учених, зокрема російських учених: Л. Агафонової, С. Байліка, Ф. Бастіа, М. Бойко, Р. Браймера, Л. Іванової, В. Карсекіна, С. Король, О. Мельника, Г. Муніна, Л. Нечайлюка, С. Семіколенової, С. Свиди, Х. Роглева, Дж. Р. Уокера, Х.-А. Шреплера та ін.

Проведений аналіз публікацій цих авторів і зарубіжних учених показав, що в науковій літературі відсутній єдиний підхід щодо термінологічного визначення поняття «готельне господарство» через неоднозначне тлумачення його складових і ототожнення з ним близьких понять як у функціональному плані, так і у плані термінологічного апарату.

Метою статті є дослідження існуючих нормативно-правових підходів до формування терміна «готель» і обґрунтування дефініції «готельне господарство».

Аналіз наукової літератури показав, що у більшості робіт чітка дефініція «готельне господарство» відсутня. Не приділяється належна увага внутрішній наповнюваності поняття «готельне господарство».

Звісно, зміст поняття можна розглядати з різних поглядів, використовуючи при цьому різні підходи, але жоден з цих поглядів не буде повним без чіткого розуміння складових досліджуваного поняття. Тому вважаємо за необхідне розглянути складові поняття «готельне господарство»: «готель» і «господарство», як окремі мовні одиниці. Спочатку розглянемо етимологію терміна «готель» та його когнітивне наповнення.

Існує декілька поглядів на виникнення терміна «готель». Згідно з найбільш поширеною науковою версією, поняття «готель» походить від латинського слова «*hospitalis*», що означає гостинний [2, 3]. З іншого погляду, цей термін пов'язується з англійським словом «*hospitality*» (гостинність), що походить від старофранцузького «*hosprice*» і означає «благодійний будинок» [2]. Аналіз існуючої наукової літератури показує наявність різних підходів до визначення терміна «готель». Так, група авторів [5, с. 37], трактуючи поняття «готель», не виокремлюють послуги, що надаються підприємством і не визначають максимальний термін перебування. Готель, на їхню думку, – це «...підприємство будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, складається з номерів, надає готельні послуги, що не обмежується щоденним заправлінням ліжок, прибиранням кімнат і санвузлів». Іншої думки дотримуються науковці [2, 3, 6, 8, 9], зокрема М. П. Мальська, І. Г. Пандяк, П. Р. Пу-

центейло, які вказують на те, що готель – це «...це засіб розміщення, що надає особам, які перебувають поза місцем постійного проживання комплекс послуг, головними серед яких є послуги розміщення та харчування» [3]. О. П. Мельник уточнює, що готель – це «...підприємство, яке призначене для прийому, розміщення на ночівлю або короточасний відпочинок і надання житлово-побутових послуг терміном на 45 діб незалежно від місця постійного проживання» [8]. Таким чином, зазначимо, що вищезгаданими вченими відображено призначення готелю. Проте серед названих послуг є як основні, так і додаткові без визначення обов'язкових. Наприклад, С. В. Семіколенова надає найбільш точне визначення поняття, трактуючи готель як «...найпоширеніший тип готельного підприємства, основною функцією якого є надання приїжджим загальних платних послуг щодо короткотермінового проживання та додаткових послуг, залежно від сертифікаційного типу даного підприємства» [2]. Ми погоджуємося з даним визначенням. Автор чітко виокремлює основні послуги готелю, а саме: надання тимчасового місця проживання та додаткові. Але згадані вище вчені не визначають максимальний термін перебування в готелі. Для визначення останнього звернемося до законодавчої бази України. Аналіз нормативно-правових документів [10, 11] дає підставу дійти висновку про те, немає єдності у визначенні максимального терміну проживання у готелі. Оскільки діяльність готелю спрямована на обслуговування в першу чергу туристів, то термін проживання в готелі повинен узгоджуватися з законодавчо визначеним максимальним терміном перебування туристів за межами постійного місця проживання, тобто дорівнювати шести місяцям [6].

Таким чином, аналіз підходів учених щодо трактування терміна «готель» і визначення останнього у нормативно-правових актах є необхідним для обґрунтування дефініції «готельне господарство», враховуючи складові їх діяльності. Основні фактори, що формують напрями діяльності готелів, дають змогу виділити такі аспекти: характер основної послуги готелів (надання тимчасового місця прожи-

вання); асортимент додаткових послуг, а саме: харчування, послуги автостоянки, пральні, сауни тощо; обмеженість у часі терміну споживання послуг [6].

Узагальнюючи вищезазначене, ми дійшли висновку, що поняття «готель» слід розуміти як найпоширеніший тип готельного підприємства, основною функцією якого є надання приїжджим загальних платних послуг щодо короткотермінового проживання та додаткових послуг, залежно від сертифікаційного типу даного підприємства на термін, визначений законодавством України.

Також слід наголосити на тому, що на сьогодні, як у законодавчо-нормативних актах, так і в науковій літературі [13, с. 129], окрім поняття «готель», зустрічається тотожне «готельні підприємства».

Так, у Статистичному бюлетені Державного комітету статистики України «готелі та інші місця для короткотермінового проживання» розрізняють поняття «готелі» та «готельні підприємства». Готельні підприємства розглядають як «суб'єкти підприємницької діяльності», до яких відносяться такі типи підприємств: готелі, мотелі, готельно-офісні центри, кемпінги, турбази, гуртожитки й інші [2].

Отже, розглянуті підходи до визначення терміна «готель» безпосередньо впливають на зміну сутності поняття «готельне господарство» в контексті урізноманітнення засобів розміщення. Тому наступним кроком дослідження є узагальнення підходів до інтерпретації дефініції «готельне господарство» Аналіз спеціальної літератури показав, що у більшості робіт чітка дефініція готельного господарства відсутня. Існуючі визначення поперше: будуються за таким ж підходами, що і термін «готель», по-друге співвідноситься з господарською діяльністю, що полягає в наданні послуг щодо розміщення [1, 2, 3, 8, 14]. Група авторів Т. Л. Коган, П. Я. Бабуцький, О. П. Мельник вважають, що готельне господарство – це «...галузь або складова сфери послуг, що надає місце тимчасового проживання та різні види послуг, пов'язаних із перебуванням споживачів поза межами їх постійного місця проживання» [8, 14]. М. П. Мальська, І. Г. Пандяк трактують готельне господарство

як «...сукупність готельних підприємств різних типів, що здійснюють приймання і надання послуг з розміщення, харчування, додаткових і суміжних послуг [3, с. 60]. Група авторів [15, с. 14; 16, с. 15] пропонують розглядати готельне господарство у двох аспектах його діяльності, а саме у вузькому та широкому його розумінні. Так, у першому випадку готельне господарство включає тільки розміщення, (тобто ідентифікується з готелем). У другому – дві «основні групи послуг» – розміщення та харчування. Але сьогодні готельне господарство, крім харчування туристів, надає інші додаткові послуги, яких потребує особа під час подорожі за межами постійного місця проживання [6].

С. В. Семіколенова у своїй дисертаційній роботі визначає готельне господарство як основну складову туристичного сервісу, що об'єднує готельні підприємства, які є звітуючи ми одиницями [2]. Ми дотримуємося думки автора та пропонуємо власне визначення дефініції «готельне господарство».

На нашу думку, готельне господарство – це основна складова індустрії туризму, що об'єднує готельні підприємства, які надають приїжджим основні послуги щодо короткотермінового проживання та додаткові послуги, що залежить від сертифікаційного типу підприємства на строк, визначений законодавством.

Дуже часто в науковій і спеціальній літературі поряд із поняттям «готельне господарство» використовуються ряд інших, а саме: «готельний бізнес», «готельна індустрія», «готельна справа», на нашу думку, визначені вище поняття є синонімами, оскільки їх діяльність пов'язана з економічною діяльністю спеціалізованих підприємств, що пропонують на комерційній основі власні послуги, та забезпечують клієнтам, які подорожують, необхідні умови для розміщення та харчування.

Зауважимо, що чинне законодавство України й досі не чітко визначає поняття «готельне господарство» та його належність до сфери туризму, найчастіше його розглядаючи як матеріально-технічну базу туризму [1]. Це призводить до того, що у науковій і спеціальній літературі готельне господарство відносять до

складових термінів, пов'язаних із готельним господарством як у функціональному плані, так і в плані термінологічного апарату. Мова йде про «туристичну індустрію», «індустрію гостинності» та «послуги щодо розміщення». Що стосується «послуг щодо розміщення», то існує ряд закладів розміщення, які не входять до системи готельного господарства. До цієї категорії належать установи лікувально-оздоровчого профілю та відпочинку, у яких розміщення не є основним видом діяльності, а ціни наближені до собівартості послуг [3, с. 60].

Між туристичною індустрією та індустрією гостинності існує різниця, що буде наведено в дослідженні. Так, вітчизняне законодавство визначає туристичну індустрію як «сукупність різноманітних суб'єктів туристичної діяльності (готелів, туристичних комплексів, кемпінгів, мотелів, підприємств місцевого й міжнародного транспорту, установи культури, спорту тощо, які забезпечують прийом, обслуговування, та перевезення туристів». Головними елементами індустрії гостинності є готельний, ресторанний бізнес і служба побуту [16, с. 75].

Саме через це, ми вважаємо, доцільно зупинитись на визначенні терміна «гостинність». Дотримуючись думки вченої І. В. Свида, ми акцентуємо увагу на тому, що гостинність – це «...важлива й прибуткова галузь національної економіки, орієнтована на виявлення та задоволення потреб клієнтів (гостей), в першу чергу шляхом створення для них безпечних і комфортних умов проживання та відпочинку» [1].

Колектив авторів на чолі з Л. Лук'яною визначає, що готельна індустрія – це суть системи гостинності. Наразі індустрія гостинності – це велика система господарства регіону або туристичного центру і важлива складова індустрії туризму. Індустрія гостинності складається з різних засобів колективного й індивідуального розміщення [1].

Таким чином, дотримуючись думки вчених і підсумовуючи вищезазначене, вважаємо, що готельне господарство є суттєвою складовою індустрії гостинності, яке, в свою чергу, є невід'ємною частиною туристичної індустрії. У складі індустрії гостинності готельне господарство виконує ключові функції, оскільки

пропонує відвідувачам комплекс послуг, у формуванні та реалізації яких беруть участь усі сектори та елементи індустрії гостинності.

Основний науковий результат статті полягає у дослідженні етимології терміна «готель», узагальненні різних теоретичних і нормативно-правових підходів до визначення терміна «готель», формуванні дефініції «готельне господарство». Наведене визначення готельного господарства не лише узагальнює існуючі підходи та характеристики, але й збагачує зміст цього поняття, що в подальшому дослідженні дозволить зупинитись на видах основних, додаткових і супутніх послугах, які реалізуються готельними підприємствами і є об'єктами контролю.

ЛІТЕРАТУРА

1. Свида І. В. Регіональні механізми розвитку готельного бізнесу в умовах ринкової економіки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка». – Ужгород, 2008. – С. 23.
2. Семіколенова С. В. Статистичне оцінювання стану та розвитку готельного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.10 «Фінанси, грошовий обіг і кредит». – К., 2008. – 23 с.
3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 472 с.
4. Уокер Дж. С. Введение в гостеприимство : учебник : [пер. с англ.] / Уокер Дж. С. – М. : ЮНИТИ, 1999. – 463 с.
5. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : підручник / М. Г. Бойко, Л. М. Гопкало. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 356 с.
6. Король С. Я. Облік в управлінні основною діяльністю готелю : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.04 «Економіка та управління підприємствами». – К., 2003. – 23 с.
7. Сапрунова В. Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг / В. Б. Сапрунова. – М. : Ось-89, 1997. – 160 с.
8. Мельник О. П. Удосконалення управління готельним господарством : автореф. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.02

- «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / О. П. Мельник. – К., 1998. – 18 с.
9. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
 10. Правила користування готелями та надання готельних послуг в Україні [Електронний ресурс] : Постанова Державного комітету України по туризму від 10.09.1996 р. № 77/44. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. – Назва з титулу екрана.
 11. Державні стандарти України. Туристсько-екскурсійне обслуговування. Вимоги до готелів [Електронний ресурс] : ДСТ 28 681.4-95. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>. – Назва з титулу екрана.
 12. Федорченко В. К. Туристський словник-довідник : навч. посіб. / В. К. Федорченко, І. В. Мініч. – К. : Дніпро, 2000. – 160 с.
 13. Коган Т. Л. Экономика, организация и планирование гостиничного хозяйства : учеб. пособие / Т. Л. Коган, П. Я. Бабуцкий. – К. : Вища школа, 1980. – 232 с.
 14. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Телеш. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 348 с.
 15. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. С. Агафонова. – К., 2002. – 350 с.

УДК 338.5:658.0:65.01

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ТРАНСАКЦІЙНІ ВИТРАТИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Т. Б. Матолич

Роль інститутів і раціональності їх розвитку є важливою для трансформаційної економіки, адже вони або створюють стимули для підприємницької діяльності, насамперед для суб'єктів малого та середнього підприємства, як основи соціально-орієнтованої ринкової економіки, або ж стають перешкодою прозорим підприємницьким відносинам унаслідок значного зростання трансакційних витрат. Тому першочерговим кроком для розуміння економічної поведінки є аналіз ролі й ефективності інститутів у період трансформації одного механізму координації в інший. Адже ефективні інститути знижують трансакційні витрати суб'єктів підприємства за допомогою стабілізаційних факторів в інституційному середовищі забезпечують упевненість під час обміну правами власності та

створення стабільної структури для здійснення трансакцій.

Дослідженню та вивченню трансакційних витрат приділено багато уваги у працях вітчизняних і зарубіжних науковців – А. Амоші, С. Архієреєва, І. Булеєва, О. Вільямсона, В. Геєця, К. Ерроу, Р. Коуза, В. Новицького, Д. Нортона, А. Чухно, О. Шепеленко та ін. Процеси формування і розвитку сектора малого і середнього підприємства знайшли достатньо широке висвітлення у працях В. Апопії, З. Варналія, Т. Васильціва, Л. Воротиної, М. Долішнього, М. Козоріз, О. Кузьміна, Д. Ляпіна, В. Мікловди, А. Мокія, С. Реверчука, В. Рябошлика та ін.

Головне завдання статті полягає в дослідженні інституційного середовища підприємницької діяльності та обґрунтуванні його впливу на трансакційні витрати.

Частково реформовані та новостворені ринкові інститути поступово призвели до формування в Україні інституційного середовища нового типу. Проте реальні процеси перехідного періоду засвідчили, що разом з ліквідацією у короткі терміни старих інститутів, які забезпечували виробничо-фінансову і соціальну стабільність, в Україні не були створені інститути, що могли б гарантувати сталий економічний розвиток, забезпечувати ефективний розвиток суб'єктів господарювання усіх типів і форм власності.

Загалом необхідно наголосити на взаємообумовленості функціонування владної вертикалі та інституційного забезпечення. За таких обставин інститут, який базується на формальних нормах відносин між соціально-економічними агентами забезпечує виконання встановлених правил шляхом через обмеження і визначає права власності і відповідальність у владній вертикалі. Таким чином, інститути, з одного боку, є породженням влади, а з іншого – її підґрунтям. Тому фактично інститути віддзеркалюють якість державних органів управління, а останні – ефективність інституційної структури [5, с. 221–223].

Аналіз загальносвітової практики свідчить, що ефективна діяльність різноманітних інституцій громадянського суспільства (асоціацій, об'єднань, профспілок) знижує вірогідність прийняття несприятливих для підприємницького середовища рішень органами влади [3]. В Україні ж багато законопроектів приймаються в інтересах окремих комерційних структур, що прагнуть здобути окрему статусну ренту.

Як свідчить досвід парламентаризму в Україні, до першочергових інтересів законодавчих органів влади, державних службовців і афільованих комерційних структур відносять лобювання таких законопроектів: про стимулювання окремих галузей промисловості; про особливості приватизації стратегічно важливих для економіки України підприємств (наприклад, «Укррудпром», «Криворіжсталь», «Укртелеком») [4]; про надання різноманітних пільг окремим територіям, підприємствам, комерційним структурам; що стосуються земельних відносин; про надання кредитів; про механізм «покращання інвестиційного клімату» в окремих регіонах; про механізм інвестування та вивозу з країни приватного капіталу [6].

Таким чином, потрібно визнати, що до сьогодні надмірні трансакційні витрати в Україні пояснюються не стільки відсутністю в економічних агентів досвіду функціонування в ринкових умовах, скільки значними регуляторними бар'єрами та принциповою позицією чиновників, що зацікавлені лише у збереженні власної ренти, а не у «прозорому» і стабільному інституційному середовищі. Отже, оцінка ефективності інститутів, приховуючи їх взаємозалежність і взаємообумовленість від влади, повинна включати разом з критерієм мінімізації трансакційних витрат, ще й критерій, пов'язаний з ефективністю діяльності влади щодо розбудови економіки.

Варто визнати, що в цілому вітчизняні реформи не передбачали цілеспрямованих заходів з формування загальноприйнятих у цивілізованій ринковій економіці інститутів, а саме: створення відповідної правової інфраструктури шляхом запровадження необхідних нормативно-розпорядчих і законодавчих актів для забезпечення правопорядку у підприємницькій сфері, чіткого та прозорого визначення прав і обов'язків суб'єктів господарювання і надійного захисту прав власності, правового забезпечення та юридичного супроводження процесу контрактизації, економічного обґрунтування ефективності функціонування фірм (організацій) та в результаті, – створення і запровадження системи відповідних правил поведінки суб'єктів економічної діяльності. Схематично окреслимо взаємозв'язок інститутів у динаміці їх розвитку (рис. 1).

Отже, відповідно до особливостей становлення та функціонування вітчизняних інститутів визначимо такі головні сегменти інституційного аналізу: ринкова конкуренція; інститут приватної власності; підприємництво. Відсутність відповідного інституційного середовища пояснює проблемність такої сфери контрактних угод, як забезпечення ефективних і «прозорих» правил конкурентної боротьби. Основною функцією інституційного середовища, що ґрунтується на принципах класичного лібералізму, є досягнення взаємного співіснування значної кількості економічних агентів під час вирішення контрактних завдань.

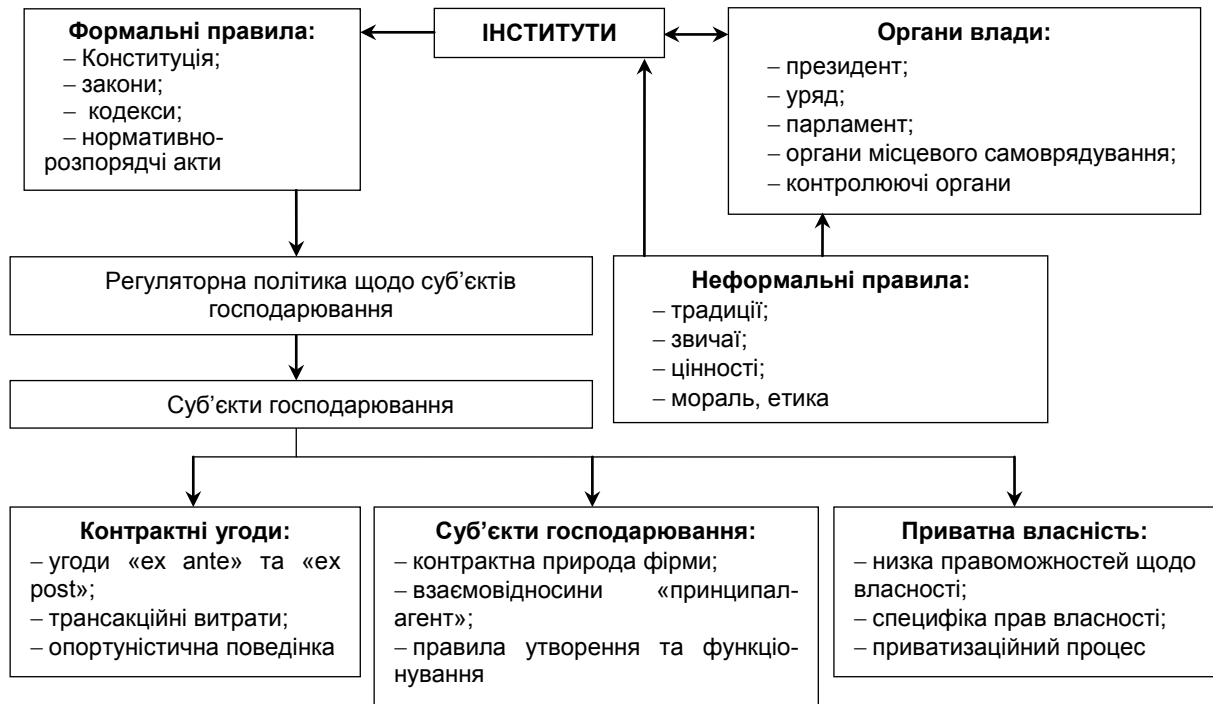


Рис. 1. Взаємозв'язок інститутів влади, суб'єктів економічної діяльності та роль трансакційних витрат у цьому процесі [2, с. 186–191]

Незважаючи на те, що за роки незалежності в Україні сформувалися майже всі ринкові інститути для функціонування економіки ринкового типу, основні механізми, що покликані забезпечувати дотримання формальних законних норм у контрактах і угодах, потребують суттєвого вдосконалення. Однією з головних проблем економіки України є відсутність інституційного соціально-економічного порядку, який залежить від загальної моральної свідомості учасників ринку та формальних правил поведінки.

Наступним ключовим моментом аналізу функціонування інститутів в Україні є інститут приватної власності. За Дж. Хіксом, основною потребою ринкової економіки є потреба у захисті власності, яку потрібно розуміти не стільки як захист власності від насильства, скільки як необхідну компоненту чіткого визначення прав власності у формі інституційної категорії [8, с. 315].

До права власності, яке є одним з базових ринкових інститутів, що знижують рівень невизначеності у взаємовідносинах економічних агентів та елементів ринкової економіки, необхідно віднести: право на володіння ре-

сурсом, яке передбачає доступ до нього інших суб'єктів і дає можливість здійснення виключного контролю; право використання, тобто особисте користування ресурсом; право розпорядження – можливість особистого прийняття рішення щодо напрямів використання ресурсу; право на прибуток від використання ресурсу; право на залишкову вартість, що дозволяє споживати, змінювати або знищувати ресурс; право на передачу всіх повноважень щодо використання ресурсу [9, с. 315].

Отже, однією з ключових причин неефективного розвитку трансформаційних процесів в Україні стало те, що у державі не було створено необхідної законодавчої бази та умов для ефективного функціонування і конкурентного розвитку суб'єктів господарювання усіх форм власності. Не лише специфікація прав власності, але й інструменти її гарантії впливають на ефективність функціонування економічних агентів у господарських системах. Тому видається цілком зрозумілим, що права власності обумовлюють додаткові специфічні інструменти, які включають не лише приватні, а здебільшого державні гарантії. Означені гарантії мають потужний вплив на третій сег-

мент інституційного аналізу – загальну логіку організації фірм і їх підприємницьку функцію.

Суттєвою проблемою для функціонування усієї соціально-економічної системи нашої країни на сучасному етапі є низький рівень якості корпоративного управління.

Незалежно від інституційних особливостей будь-якої ринкової економіки, в основу корпоративних відносин з метою зниження трансакційних витрат і усунення вірогідних корпоративних конфліктів необхідно закласти такі загальноприйняті у світовій практиці норми, що інтенсивно порушуються в Україні, а саме:

1) захист прав і законних інтересів власників за умови рівноправності акціонерів;

2) враховування законних інтересів зацікавлених осіб, заохочення активного співробітництва між громадянами та зацікавленими особами щодо створення робочих місць і покращення фінансового стану підприємства;

3) розкриття інформації та прозорість вирішення усіх важливих питань, що стосуються підприємства, які, зокрема, включають дані про фінансовий стан, результати господарської діяльності, власність і технологію управління;

4) розмежування повноважень органів управління, функцій і обов'язків між загальними зборами, спостережною радою та виконавчим органом;

5) дієвість і незалежність спостережної ради щодо забезпечення стратегічного управління підприємством, ефективності контролю за діяльністю виконавчого органу, а також відповідальності спостережної ради перед акціонерним товариством.

Наведений перелік підтверджує висновок Р. Коуза щодо відносин між ініціативою, підприємництвом і управлінням: ініціатива означає передбачення і реалізується через механізм цін шляхом укладання нових контрактів. Управлінський апарат реагує на зміни цін, перекомплектовуючи фактори виробництва, які він контролює.

Зауважимо, що в останні роки уряду вдалося досягти певних зрушень у реформуванні системи регулювання підприємницької діяльності. Так, реалізація принципу організаційної єдності дозволила встановити відносно про-

зорі процедури видачі дозволів на місцевому рівні, частково сприяла скорочення часових і грошових трансакційних витрат підприємців на проходження дозвільних процедур. Створена система дозвільних центрів дозволила певною мірою скоротити корупційну складову при отриманні дозвільних документів [6].

Незважаючи на певні позитивні зрушення, як показує практика, існуюча система дозвільних центрів є недосконалою. Так, функціонування дозвільних центрів на рівні районів і невеликих міст ускладнює участь у їх роботі територіальних органів центральних органів виконавчої влади, які є обласними представництвами цих інституцій і не мають представництв на нижчому адміністративно-територіальному рівні.

Таким чином, розвиток малого і середнього підприємництва в Україні обмежено надто жорсткою дозвільною системою та надмірними перевірками діяльності підприємств. Відтак, відповідно до даних офіційної статистики, кількість малих і середніх підприємств в Україні істотно менша, порівняно з міжнародними, зокрема європейськими, показниками, що вказує на істотний потенціал для зростання у цій сфері. Така різниця очевидна, навіть беручи до уваги істотні відмінності в інвестиційному кліматі країн (рис. 2). Такі тенденції свідчать, що навіть найнижчий європейський показник – у Болгарії істотно перевищує кількість активно діючих юридичних осіб в Україні. Тому за сприятливих умов цей показник може принаймні подвоїтися, досягнувши 1 млн підприємств проти поточних 450–500 тис.

Ці показники відображають діяльність лише активно діючих підприємств, оскільки зареєстрованих (діючих і недіючих) юридичних та фізичних осіб в Україні набагато більше [7]. Лише половина зареєстрованих приватних підприємців (майже 1 млн осіб) активно здійснюють підприємницьку діяльність. Решта існують лише фіктивно.

Характерною для України проблемою є висока кількість суб'єктів підприємницької діяльності, які працюють неофіційно, без реєстрації (не менше 500 тис., або 25 % тих, хто здійснює підприємницьку діяльність) [7]. Це свідчить, по-перше, про надто жорстке дер-

жовне регулювання підприємництва й ускладненість виконання численних формальних вимог, яке є обтяжливим для підприємців, а

по-друге, незважаючи на це, потенціал розвитку малого й середнього підприємництва в Україні залишається достатньо високим.

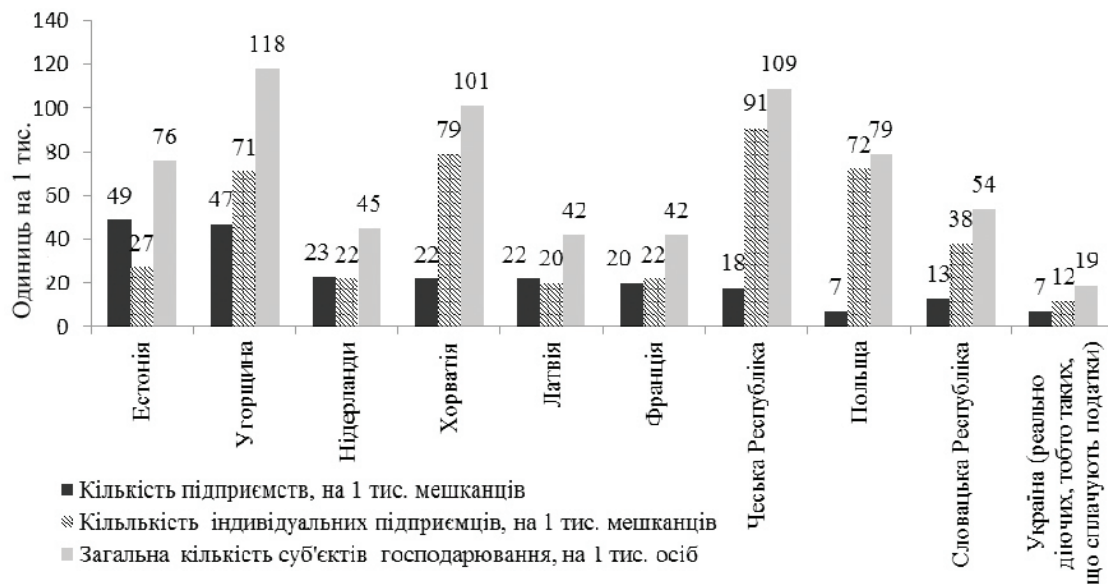


Рис. 2. Кількість діючих підприємств, станом на початок 2010 р. [7]

Незважаючи на певні позитивні поступи у покращенні інституційного середовища підприємницької діяльності, все-таки можна стверджувати, що вони істотно впливають на висхідну динаміку трансакційних витрат підприємств, що стає передумовою сповільнення соціально-економічного розвитку України загалом.

Таким чином, незважаючи на те, що за роки незалежності сформувалися майже всі необхідні складові для функціонування економіки ринкового типу, основні механізми, що повинні забезпечувати дотримання формальних законних норм у контрактах і угодах, потребують суттєвого вдосконалення. Однією з головних проблем економіки України є відсутність інституційного соціально-економічного порядку, який залежить від загальної моральної свідомості учасників ринку та формальних правил поведінки, порушення яких істотно підвищує рівень трансакційних витрат при здійсненні господарської діяльності. Зважаючи на відносно нижчі обсяги фінансових ресурсів, частка трансакційних витрат у структурі собівартості продукції підприємств малого і середнього підприємництва значно вища, що

істотно знижує їх конкурентоспроможність як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках.

Подальші наукові дослідження в аналізованій сфері мають стосуватись удосконалення методики оцінки рівня впливу інституційного середовища підприємницької діяльності на рівень і структуру трансакційних витрат.

ЛІТЕРАТУРА

1. Красильников О. Ю. Импорт институтов экономической власти в современной России / О. Ю. Красильников // Современное общество: человек, власть, экономика : материалы науч. конф. препод. и студ. фак. соц. и гум. наук СГУ. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2005. – Ч. 1. – С. 127–135.
2. Михайловський М. І. Деякі аспекти щодо оцінювання та планування трансакційних витрат виробничо-господарської діяльності підприємства / М. І. Михайловський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.3. – С. 186–191.
3. Самоорганизация в Украине: информационный ресурс Общественного совета по развитию саморегулирования при Государственном комитете Украине по регуляторной политике и

- предпринимательству [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.sro.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=238&Itemid=168. – Названіе с екрана.
4. Сироватка С. Специфіка року. Чечетов ставить на національного інвестора / С. Сироватка // *Контракти*. – 2004. – № 20. – 17 трав.
 5. Ткач А. А. Інституціональна економіка. Нова інституціональна економічна теорія : навч. посіб. / А. А. Ткач. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007. – 304 с.
 6. Офіційний інтернет-ресурс Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/index>. – Назва з титулу екрана.
 7. Офіційний інтернет-ресурс Doingbusiness [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org>. – Назва з титулу екрана.
 8. Hofstede G. *Cultures and Organizations* / G. Hofstede. – Cambridge : Cambridge University Press, 1991. – 251 p.
 9. Hiks J. What is private property? / J. Hiks // *Oxford Journal of Legal Studies*. – 1985. – V. 5, № 3. – P. 315.

УДК 378.112:005.336.1(477)

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО РОЗРАХУНКУ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

І. П. Чайка, кандидат економічних наук

На сучасному етапі розвитку економічних відносин в Україні ми спостерігаємо реформи, що змінюють усі сфери суспільного життя, спонукають шукати нові способи врегулювання взаємовідносин, підвищення ефективності управління різноманітними видами діяльності. Під впливом ринкових трансформацій традиційні соціальні інститути потребують переосмислення їх діяльності. Інститут вищої освіти країни не є винятком. З огляду на зазначене вище можна стверджувати, що ринкові відносини накладають певний відбиток на сталі структури управління ВНЗ, що вимагає від останніх створити адекватні їм системні зв'язки. На нашу думку, для вирішення цього питання необхідно дослідити ефективність функціонування ВНЗ в економічному просторі, що, в свою чергу, вимагає вдосконалення методологічних підходів до вибору інструментарію розрахунку ефективності функціонування ВНЗ.

Аналіз публікацій останніх років показав, що посилилась увага до системи вищої освіти України. Так, питання реформування сфе-

ри знань досліджували багато вітчизняних учених, а саме: Л. Балабанова, І. Брітченко, А. Войчак, І. Ілляшенко, Ю. Корнєв, М. Матвійів, І. Решетнікова і багато інших. Також існує багато праць з питань дослідження ефективності функціонування підприємств та організацій. Однак зазначені дослідження повністю не вирішують питання ефективності функціонування ВНЗ.

Метою статті є вдосконалення методологічних підходів до вибору інструментарію розрахунку ефективності функціонування ВНЗ.

Параметрами оцінки ефективності функціонування ВНЗ мають слугувати показники, які відображають організаційні, економічні, інституціональні та інші аспекти функціонування ВНЗ як елемента системи освіти України і національної економіки. Тому вважаємо, що, крім використання загальноприйнятих методів оцінки ефективності діяльності організацій та підприємств, необхідно оцінювати внутрішню і зовнішню ефективність функціонування ВНЗ за такими параметрами:

1. Внутрішню ефективність:

- за видами послуг (ефективність кожного виду послуг, що пропонує ВНЗ: навчання студентів за освітньо-кваліфікаційними програмами підготовки; робота аспірантури і докторантури; тренінги для суб'єктів підприємницької діяльності; підготовка випускників загальноосвітніх закладів до Загального незалежного оцінювання та ін.);

- за блоками управління (ефективність управління персоналом; ефективність маркетингу; ефективність управління якістю освітніх послуг та ін.);

- за окремими бізнес-процесами (ефективність функціонування наукових шкіл; ефективність функціонування наукових гуртків; ефективність проведення наукових і науково-практичних конференцій; ефективність проведення конкурсів наукових робіт студентів і аспірантів; ефективність проведення науково-дослідних робіт; ефективність зворотного зв'язку зі студентами, їх батьками, колишніми випускниками ВНЗ; ефективність роботи інтернет-сайта ВНЗ та ін.).

2. Зовнішню ефективність:

- рівень освіченості населення в Україні та його структура;

- частка освітніх послуг ВНЗ у загальному обсязі вироблених у країні освітніх послуг;

- вартість освітніх послуг;

- кількість і мережа вищих навчальних закладів;

- ступінь охоплення населення вищою освітою;

- кадровий потенціал освіти;

- рівень оплати праці в освіті та ін.

Зазначені показники необхідно розглядати на різних рівнях: мікрорівні, рівні регіону, макрорівні. Кожен із параметрів внутрішньої і зовнішньої ефективності функціонування ВНЗ має важливе значення у розвитку суспільства в цілому і відповідає за ступінь прояву позитивних ефектів від його життєдіяльності.

Оцінка системної ефективності функціонування ВНЗ повинна враховувати всі обставини і умови зв'язків між елементами даної системи та бути вираженою системою соціально-економічних показників. Така оцінка має базуватися на використанні різноманітних статистичних і економіко-математичних мето-

дів, в основі яких може бути: рейтингове оцінювання, аналіз темпів приросту показників, аналіз співвідношення темпів приросту показників, факторний аналіз та ін. Розробка системи соціально-економічних показників дасть змогу всебічно й адекватно оцінити ефективність функціонування ВНЗ.

У загальному вигляді принципова схема визначення показника ефективності може бути виражена формулою (1) [1, с. 246]:

$$e = E/Z, \quad (1)$$

де e – показник економічної ефективності;

E – величина ефекту (економічного, соціального, духовного);

Z – витрати ресурсів (коштів, засобів виробництва, предметів праці, трудових факторів, часу та ін.) на забезпечення зазначеного економічного ефекту.

Розглянемо методичні підходи до вибору інструментарію розрахунку ефективності функціонування ВНЗ. Показники ефективності функціонування організацій розглядаються для обґрунтування управлінських рішень, тому для вибору оптимальних методів розрахунку ефективності перш за все необхідно провести аналіз рішень, що приймаються. Найбільш значущими моментами, які необхідно враховувати при виборі методів розрахунку ефективності, науковці вважають такі [1, с. 247]:

- характер цільової настанови прийнятих рішень;

- базу порівняння отриманих оцінок ефективності;

- необхідний ступінь деталізації розрахунків;

- місце розглянутого господарського заходу в життєвому циклі продукту;

- місце розглянутих ефектів і витрат стосовно сфери інтересів економічних суб'єктів, що беруть участь у реалізації заходу.

Проаналізуємо запропоновані особливості з урахуванням специфіки оцінки системної ефективності функціонування ВНЗ.

По-перше, характер цільової настанови впливає на вибір критерію оптимізації варіантів, що обираються, і таким чином обумовлює

вибір розрахунку ефективності. Використання системи соціально-економічних показників передбачає послідовне виконання певних стадій оцінки системної ефективності функціонування ВНЗ. Однією зі стадій комплексного опису функціонування ВНЗ (організаційних, економічних, інституціональних та інших аспектів його функціонування) має бути встановлення цільових значень соціально-економічних показників. Тільки після встановлення цільового значення показника можна вважати елемент системи описаним. Система соціально-економічних показників комплексно характеризує системну ефективність функціонування ВНЗ і є найбільш конкретною формою вираження стратегії його розвитку. Від того, які саме цільові значення показників будуть встановлені, залежить напрямок стратегічного розвитку ВНЗ. Вважаємо, що ігнорування встановлення цільових значень соціально-економічних показників може призводити до їх необ'єктивної оцінки й ускладнення прийняття ефективних управлінських рішень.

Необхідно зазначити, що переважна більшість ВНЗ України є підприємствами, для яких отримання прибутку не є метою, і вони отримують фінансування для виконання суспільно необхідних функцій. Такий стан речей існує тому, що функціонування ВНЗ як елемента економічної системи у значній мірі впливає на результативність функціонування соціальної і духовної сфер суспільства (розвиток соціальних умов життя людини, її інтелектуальний і духовний розвиток та ін.). Спираючись на зазначене, можемо говорити про необхідність оптимізації співвідношення витрат і результатів при прийнятті управлінських рішень. Розглянуту ситуацію можна виразити таким алгоритмом (2) [1, с. 248]:

$$E_i / Z_i \rightarrow \max, \quad (2)$$

де i – номер можливого варіанта ухвалених рішень.

Доцільність такої оптимізації пояснюється тим, що варіанти, між якими необхідно обирати, ухвалюючи рішення, значно різняться параметрами як своїх результатних (E), так і

витратних (Z) характеристик. Тобто у даному випадку в процесі обґрунтування рішення критерієм його ухвалення є не величина економічного ефекту ($E \rightarrow \max$), як при цільовій орієнтації інвестиційного характеру, і не величина витрат ($Z \rightarrow \min$), як при цільовій орієнтації ресурсного характеру, а використовується величина економічної ефективності ($E / Z \rightarrow \max$).

По-друге, невід'ємним елементом теорії ефективності є формування бази порівняння показників ефективності, тобто шаблону, з яким можна зіставити отримані при аналізі функціонування конкретного підприємства показники. Науковці вважають, що при формуванні подібної бази можливо використовувати такі показники [1, с. 251]:

- значення кращих із проаналізованих варіантів ухвалення рішень;
- значення кращих вітчизняних і/або зарубіжних варіантів;
- значення існуючого стану;
- значення умовного нормативу, затвердженого в масштабах національної економіки, галузі, регіону або підприємства стандартного показника економічної ефективності. Вибір нормативів порівняння залежить насамперед від конкретних завдань, що стоять перед ВНЗ, його цілей розвитку, стану мікро- і макросередовища та ін.

Прийом порівняння в основах комплексного порівняльного аналізу дозволяє проаналізувати одне явище, зіставивши його з іншим. Таке порівняння, як видно з переліченого вище, може проводитись як у межах самого підприємства, так і поза ним. Всередині підприємства порівнюються показники кращих підрозділів, працівників. У випадку дослідження ефективності функціонування ВНЗ важливого значення набуває економічний аналіз його показників, порівнявши їх із показниками кращих національних ВНЗ, що працюють в однакових напрямках, а також з показниками закордонних ВНЗ. При дослідженні досвіду функціонування закордонних ВНЗ обов'язковим є врахування соціально-економічних відмінностей країн.

По-третє, ступінь деталізації розрахунків ефективності функціонування ВНЗ буде залежати від рівня впливу ефекту, що очікується. Так, якщо розглядається ефективність функціонування ВНЗ на макрорівні (для суб'єктів ринкових відносин міста, області, держави), розрахунки можна проводити на базі усереднених оцінок, тобто за допомогою укрупненого (приблизного) розрахунку показників. Якщо ж розглядається ефективність на макрорівні (на рівні підприємства для його працівників, випускників, ВНЗ як організації),

необхідно проводити детальніші розрахунки з урахуванням їх відповідності управлінським завданням (рис. 1).

По-четверте, необхідно враховувати місце розглянутого господарського заходу в життєвому циклі продукту. Загальновідомим є те, що виробництво будь-якої продукції, в тому числі й послуг, має свій життєвий цикл, що поділяється на певні стадії. Що стосується виробництва освітніх послуг, у загальному вигляді можемо виділити такі основні стадії цього процесу (рис. 2).

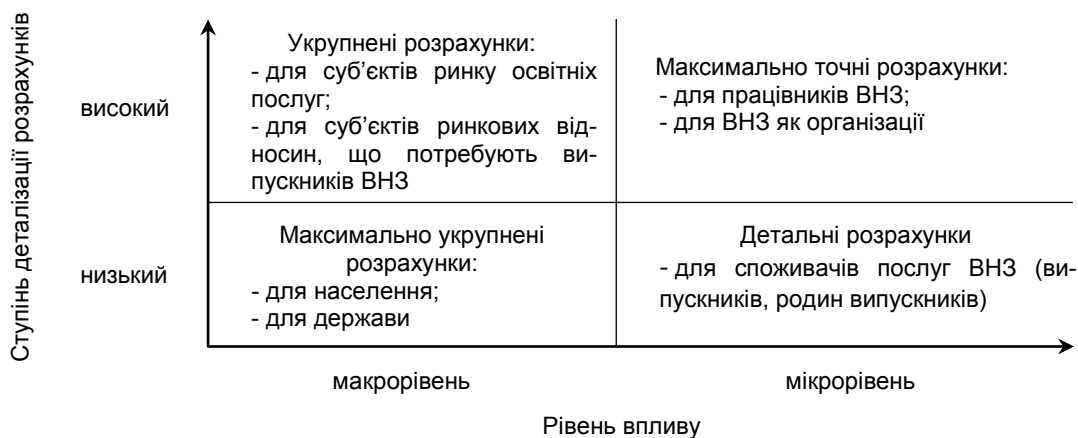


Рис. 1. Деталізація розрахунків економічної ефективності функціонування ВНЗ (розробка автора)

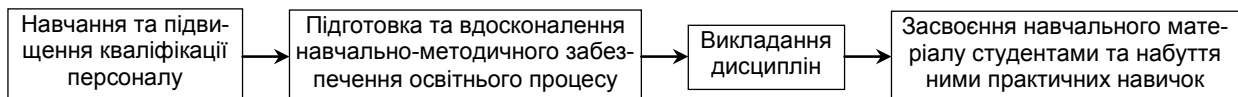


Рис. 2. Стадії життєвого циклу виробництва освітніх послуг (розробка автора)

Господарський захід, спрямований на підвищення ефективності функціонування ВНЗ, може бути здійснений на будь-якій стадії розглянутого процесу та мати цілий комплекс ефектів (економічних, соціальних, духовних). Зазначені ефекти найчастіше отримуються не тільки на тій стадії, де було здійснено захід, але й поширюються на інші етапи життєвого циклу виробництва освітніх послуг – як на наступні, так і на ті, що їй передують. З одного боку, це зумовлено тією обставиною, що для ВНЗ як виробника освітніх послуг життєвий цикл їхнього виробництва є замкнутим процесом. Часто саме випускники ВНЗ стають надалі їх виробниками. З іншого, тільки частина отриманих ефектів може бути сприйнята

економічним суб'єктом, що здійснив той чи інший господарський захід. У просторі реалізації ефектів вигоду або збитки (наприклад, від застосування випускниками ВНЗ отриманих знань і навичок у подальшій трудовій діяльності) можуть або змушені сприймати інші господарські суб'єкти та держава в цілому.

По-п'яте, при виборі методів розрахунку ефективності важливим є врахування місця розглянутих ефектів і витрат стосовно сфери інтересів ВНЗ. В умовах ринкової економіки поняття ефективності функціонування будь-якого економічного суб'єкта має подвійну сутність. З одного боку, він має свої власні, відособлені від інших економічних суб'єктів

інтереси, з іншого – при здійсненні власної господарської діяльності має бути відповідальним як за позитивні, так і за негативні результати такої діяльності, що є необхідною умовою ефективного функціонування економіки в цілому. Дана обставина вимагає переведення максимально можливої кількості спричинених підприємством зовнішніх ефектів (в економічній літературі їх позначають терміном «екстерналії» [1, с. 255]) у його внутрішні показники («інтерналії» [1, с. 255]), тобто такі, що відчуваються підприємством.

Усі ефекти, що спричиняються економічним суб'єктом, умовно диференціюють на такі групи [1, с. 256]:

- внутрішні ефекти підприємства, що сприймаються його системою госпрозрахунку (інтерналії);
- зовнішні ефекти (екстерналії), які підприємство в змозі перетворити у внутрішні за допомогою встановлення ціни на вироблені вироби й надані послуги;
- зовнішні ефекти (екстерналії), які підприємство зацікавлене перетворити у внутрішні, але може це зробити лише за допомогою економічних інструментів держави або суб'єкта території (наприклад, податкових пільг, дотацій);
- зовнішні ефекти (екстерналії), які підприємство не зацікавлене перетворювати у внутрішні (негативні наслідки діяльності, що сприймаються всім суспільством).

На нашу думку, для всебічного розгляду впливу освітньої послуги на інші господарські суб'єкти та державу, необхідно розглянути особливості освітньої послуги як товару. Крім ознак, виділених для всіх видів послуг Ф. Котлером, які необхідно враховувати при розробленні маркетингових програм, а саме: невідчутність, нерозривність виробництва та споживання, мінливість якості, нездатність до зберігання [2, с. 600–602], освітні послуги мають ряд специфічних особливостей. До них можемо віднести:

1. На відміну від процесів, що супроводжують надання більшості послуг, освітні послуги характеризуються тим, що їх споживач повинен володіти певними особистісними характеристиками (наприклад, для отримання

вищої освіти йому необхідно мати певний рівень загальної освіти). Також особливістю є те, що для отримання освіти за державним замовленням не має значення рівень платоспроможності споживача даної послуги, що є для нього принципово важливим.

2. Одночасність надання і споживання освітньої послуги. Така особливість притаманна й іншим видам послуг, але на відміну від них освітня послуга – це завжди тривалий, багатоаспектний процес, що підлягає плануванню, регулюванню, коригуванню і т. ін.

3. Тісні взаємини споживача та виконавця послуги. Процес навчання обов'язково передбачає взаємодію викладача та студента, адже таку послугу як освітня, неможливо якісно надавати без докладання зусиль не тільки з боку ВНЗ, а й студента. Без його активної інтелектуальної участі процес втрачає сенс. Якщо немає зацікавленості споживача в послугі, ресурси, задіяні для її надання, будуть втрачені. Для підвищення системної ефективності функціонування ВНЗ необхідно підвищувати ефективність на стадії «викладання дисциплін» життєвого циклу виробництва освітніх послуг (див. рис. 2) за рахунок підвищення кваліфікації викладачів, постійного вдосконалення їх педагогічної майстерності, впровадження інновацій у процес навчання та т. ін.

4. Держава є активним замовником освітніх послуг. Ринок праці зацікавлений у високоосвічених, професійних випускниках. Тому держава забезпечує контроль за якістю освітніх послуг, визначає їх рівень, висуває певні вимоги до ВНЗ щодо складу професорсько-викладацького складу, матеріально-технічного забезпечення, змісту та якості дисциплін, що викладаються та ін. Контроль здійснюється через відповідні органи державного, громадського та місцевого управління освітою або міжнародними організаціями, залежно від рівня освіти, що надається.

5. Унікальність освітньої послуги як товару. Вища освіта є товаром з унікальними характеристиками, заради отримання якої значна частина споживачів готова докласти додаткові зусилля (переїхати до місця, де можна отримати бажану освіту; погодитись на додаткові витрати часу, матеріальних ресурсів та ін.).

Дана обставина відкриває перед ВНЗ додаткові можливості для підвищення власної конкурентоспроможності на ринку освіти.

6. Великий вплив репутації ВНЗ (так би мовити, торгової марки) на вибір споживачів. Створення позитивного іміджу в очах суспільства є дуже дорогим і тривалим процесом, але його сила – одна з найсерйозніших конкурентних переваг. Тому капіталовкладення в розвиток торгової марки ВНЗ за рахунок підвищення кваліфікації персоналу, розвитку матеріально-технічної бази та іншого дуже важливі.

Враховання цих особливостей освітньої послуги дозволить поглибити та вдосконалити процес підвищення системної ефективності функціонування ВНЗ у процесі задоволення ним потреб у освіті. З огляду на зазначене вище можемо стверджувати, що управління системною ефективністю функціонування ВНЗ виконує такі функції:

- регулює внутрішню господарську діяльність ВНЗ;

- формує відносини між ВНЗ і споживачами його послуг;

- переводить загальноекономічні вигоди від його функціонування у внутрішні інтереси ВНЗ (наприклад, через податкові пільги для підприємств, що працевлаштовують інвалідів);

- допомагає державі та суб'єктам території зменшити або уникнути впливу негативних наслідків порушення ВНЗ загальноекономічного середовища (наприклад, через своєчасне реагування ВНЗ на запити реальної економіки щодо підготовки фахівців певного спрямування).

ЛІТЕРАТУРА

1. Мельник Л. Г. Економіка підприємства : Конспект лекцій : навч. посіб. / Л. Г. Мельник, О. І. Карінцева. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. – 412 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : Ростинтэр, 1996. – 704 с.

УДК 659.126:[005.95:331.5]

БРЕНДИНГ ПІДПРИЄМСТВА-РОБОТОДАВЦЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛ-МАРКЕТИНГОМ

О. В. Сардак, кандидат економічних наук

В умовах ринкової економіки виникає об'єктивна потреба у вивченні механізмів узгодження і досягнення цілей підприємства і персоналу (що передбачається концепцією управління персонал-маркетингом). Це зумовлює необхідність досліджень у сфері формування «образу» ідеального підприємства-роботодавця. У даному контексті застосовуються різноманітні терміни, зокрема «брендинг роботодавця», «бренд-менеджмент», «управління брендом» та ін. Недостатня чіткість формулювання даних понять потребують уточнення їх змісту.

Питання, пов'язані з дослідженням окремих аспектів брендингу підприємства-роботодавця, висвітлювалися у працях таких закордонних і вітчизняних вчених: Берроу С., Мослі Р. («Бренд роботодавця. Краще з бренд-менеджменту – у роботу з кадрами»); Лейні Т. А. («Бренд-менеджмент»); ЛеПла Джозеф Ф., Девіс Сьюзен В., Паркер Лінн М. («Стратегія розвитку бренда: Оригінальний практичний інструментарій для лідерства вашого бренда»); Девіс С., Данн М. («Бренд-білдинг»); ЛеПла Ф., Паркер Л. М. («Інтегрований брендинг»); Ванекен Б. («Бренд допомога»); Годін А. М., Дмитрієв А. А.,

Бабленко І. Б. («Брендинг»); Рожков І. Я., Кисмерешкін В. Г. («От брендинга к бренд-билдингу»), Бруковська О., Осовицька Н. («HR-бренд. 5 кроків до успіху вашої компанії») та ін.

При цьому слід відзначити, що певні аспекти брендингу підприємства-роботодавця все ще залишаються недостатньо дослідженими, зокрема, чітко не визначено різницю між поняттями «брендинг підприємства-роботодавця» і «управління брендом підприємства-роботодавця»; потребує уточнення зміст брендингу підприємства як роботодавця в системі управління персонал-маркетингом.

Актуальність проблеми, її теоретичне і практичне значення обумовили вибір теми дослідження, його мету і зміст.

Метою статті є уточнення сутності і змісту брендингу підприємства-роботодавця в системі управління персонал-маркетингом.

У сучасних умовах брендинг підприємства-роботодавця слід розглядати як комплекс заходів щодо формування позитивного іміджу підприємства на ринку праці, що має ексклюзивні характеристики (тобто діяльність щодо створення бренду підприємства-роботодавця).

Таким чином, брендинг підприємства-роботодавця відображає діяльність щодо формування бренду підприємства-роботодавця.

Проте створити бренд недостатньо, у підприємстві слід забезпечити системну роботу щодо його посилення і розвитку; цю діяльність необхідно планувати, організовувати, мотивувати, контролювати і координувати. Тому доцільним є застосування у науковому обігу категорії «управління брендом підприємства-роботодавця» як системи заходів щодо формування, просування і розвитку бренду підприємства як інноваційного, системоутворюючого роботодавця з метою одержання довгострокових конкурентних переваг підприємства на ринку праці.

У системі управління персонал-маркетингом брендинг підприємства-роботодавця спрямований на залучення уваги до підприємства через формування тих цінностей, що демонструють переваги роботи на підприємстві.

Відповідно до цього брендинг підприємства-роботодавця повинен передбачати такі етапи (рис.):

1. Діагностика іміджу підприємства-роботодавця. Визначення його сильних і слабких сторін.

2. Розробка загальної концепції бренду підприємства-роботодавця.

3. Формування системи цінностей бренду підприємства-роботодавця.

4. Позиціонування бренду підприємства-роботодавця відповідно до його концепції.

5. Розробка окремих концепцій бренду для конкретних цільових аудиторій підприємства-роботодавця.

6. Розробка системи комунікацій для формування бренду підприємства-роботодавця.

На першому етапі брендингу підприємства-роботодавця виникає потреба у визначенні найбільш раціонального методу діагностики іміджу підприємства-роботодавця. В сучасних умовах опитування кандидатів на вакансії можна вважати найбільш репрезентативним методом дослідження «ідеального образу» підприємства-роботодавця. Так, на основі попередньо сформульованих вимог до кандидатів визначається цільова аудиторія, з якої підприємство планує здійснити залучення персоналу. Опитування кандидатів на вакансії, які у найбільшій мірі відповідають вимогам підприємства, дозволить конкретизувати їх вимоги до підприємства-роботодавця. Дане дослідження доцільно доповнити опитуванням найкращих працівників підприємства, формування лояльності яких знаходиться під особливим контролем керівництва і служби управління персоналом, і яких підприємство бажає утримати в першу чергу. За результатами опитувань претендентів на робочі місця і персоналу підприємства виявляються їх очікування відносно підприємства-роботодавця, які доповнюються аналізом реалізації даних очікувань. У такий спосіб оцінюються зовнішній і внутрішній імідж підприємства-роботодавця, які доцільно зіставити (з метою виявлення різниці між ними). До того ж, необхідно визначити сильні та слабкі сторони іміджу, які будуть враховані на наступному етапі брендингу – розробки загальної концепції бренду підприємства-роботодавця.

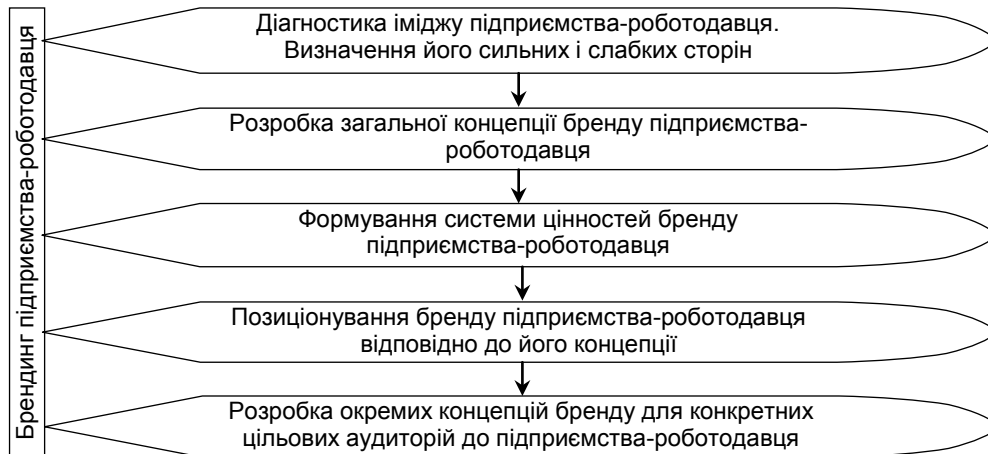


Рис. Схема брендинга підприємства-роботодавця

Під час розробки загальної концепції бренду підприємства-роботодавця слід звернути увагу на те, що вона повинна забезпечувати відповідність між ціннісними очікуваннями наявних і потенційних працівників і цінностями, що пропонуються брендом підприємства-роботодавця.

Відповідальність за формування концепції бренду підприємства-роботодавця, а також розробку системи його цінностей повинна бути покладена на вище керівництво, яке генерує загальну ідею управління брендом, враховуючи при цьому особливості концепції управління персонал-маркетингом.

Формування системи цінностей бренду підприємства-роботодавця передбачає конкретизацію тих переваг, які отримують працівники від підприємства, та які будуть визначати їх ставлення до даного бренду. В першу чергу, слід визначитися із базовими перевагами, які підприємство може запропонувати наявним і потенційним працівникам (система мотивації, умови праці, конкурентоспроможність HR-потенціалу, стабільність діяльності підприємства, якість управління персоналом, виконання зобов'язань перед працівниками). Базові переваги доцільно доповнити соціальними перевагами (соціально-психологічний клімат, рівень згуртованості колективу, корпоративна культура, командний дух) і перевагами розвитку (професійний розвиток, кар'єрні перспективи, гармонійний розвиток).

Наступним етапом брендингу є позиціонування бренду підприємства-роботодавця відповідно до його концепції. Згідно з найбільш розповсюдженою думкою, позиціонуванням у даному контексті слід розуміти «... діяльність щодо створення у свідомості споживачів чіткої позиції бренду у ряду його аналогів – своєрідної ніші, яка займає певне місце в ієрархії цінностей, що сформувалися у споживчому середовищі» [1, с. 67]. Воно здійснюється з метою формування позитивного ставлення суб'єктів ринку праці до підприємства-роботодавця, а також упевненості щодо наявності визначеної системи цінностей бренду лише у даного підприємства (тобто робиться акцент на ексклюзивності бренду підприємства-роботодавця). При цьому доцільно вжити необхідних заходів для того, щоб позиціонування бренду підприємства-роботодавця здійснювалося відповідно до цілей, цінностей і потреб цільових аудиторій, а цінності бренду були актуальними для них.

Позиціонування бренду підприємства-роботодавця може здійснюватися у трьох напрямках:

- формування упевненості цільової аудиторії у перевагах бренду підприємства-роботодавця;
- розробка бренд-іміджу;
- визначення положення бренду підприємства-роботодавця серед підприємств-конкурентів.

Відповідно до цього стратегіями позиціонування бренду підприємства-роботодавця є:

- позиціонування відносно цінностей бренду, що мають ексклюзивні характеристики;
- позиціонування відносно цільової аудиторії (передбачає орієнтацію на певну цільову аудиторію);
- позиціонування відносно конкурентів (спрямоване на демонстрацію конкурентних переваг з метою формування позитивного ставлення суб'єктів ринку праці до підприємства-роботодавця);
- лідерське позиціонування (передбачає вихід за рамки конкурентного середовища і позиціонування підприємства як найкращого серед роботодавців).

На наступному етапі брендингу (розробка окремих концепцій бренду для конкретних цільових аудиторій підприємства-роботодавця) слід акцентувати увагу на тому, що основною цільовою аудиторією підприємства-роботодавця є його персонал, цілі, цінності та потреби якого можуть значно відрізнятись від цілей, цінностей і потреб кандидатів на вакансії. Таким чином, через те, що цільові аудиторії підприємства-роботодавця мають відмінні характеристики, важливим є забезпечення диференціації концепцій його бренду.

У даному контексті доцільно провести аналогію між спрямованістю підприємства на задоволення попиту покупців і його орієнтацією на реалізацію потреб персоналу. Так, неможливо дослідити унікальні потреби кожного окремого споживача, але підприємство повинно будувати асортиментну політику таким чином, щоб кожен покупець мав особисті мотиви щодо купівлі його товарів. Відповідно до цього і різні концепції бренду підприємства-роботодавця повинні бути орієнтовані на задоволення потреб різних цільових аудиторій, що буде формувати образ підприємства, яке піклується про своїх працівників і відповідає їх очікуванням. За допомогою цього підприємство забезпечить необхідні умови для досягнення таких цілей, як: утримання наявного персоналу, підвищення його мотивації та ефективності діяльності, гармонізація від-

носин у колективі, а також залучення нових працівників, в яких підприємство має потребу.

Завершальним етапом брендингу є розробка системи комунікацій для формування бренду підприємства-роботодавця, що включає: HR-брендову рекламу, прямий маркетинг, HR-брендовий PR, пабліситі, стимулювання лояльності персоналу підприємства до HR-бренда, стимулювання лояльності потенційних працівників та інших суб'єктів ринку праці до HR-бренда підприємства.

Отже, підіб'ємо підсумки:

- брендинг підприємства-роботодавця слід розглядати як комплекс заходів щодо формування позитивного іміджу підприємства на ринку праці, що має ексклюзивні характеристики;
- управління брендом підприємства-роботодавця – це система заходів щодо формування, просування і розвитку бренду підприємства як інноваційного, системоутворюючого роботодавця з метою одержання довгострокових конкурентних переваг підприємства на ринку праці;
- у системі управління персонал-маркетингом брендинг підприємства-роботодавця спрямований на залучення уваги до підприємства шляхом формування тих цінностей, що демонструють переваги роботи на підприємстві;
- брендинг підприємства-роботодавця повинен передбачати такі етапи, як діагностика іміджу підприємства-роботодавця, визначення його сильних і слабких сторін; розробка загальної концепції бренду підприємства-роботодавця; формування системи цінностей бренду підприємства-роботодавця; позиціонування бренду підприємства-роботодавця відповідно до його концепції; розробка окремих концепцій бренду для конкретних цільових аудиторій підприємства-роботодавця; розробка системи комунікацій для формування бренду підприємства-роботодавця.

У перспективі дослідження має проводитись у напрямі уточнення змісту управління HR-брендовими комунікаціями в умовах маркетингової орієнтації підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Рожков И. Я. От брендинга к бренд-билдингу / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. – М. : Гелла-принт, 2004. – 320 с.
2. Бруковская О. HR-бренд. 5 шагов к успеху вашей компании / О. Бруковская, Н. Осовицкая. – С.Пб. : Питер, 2011. – 272 с.
3. Стратегия развития бренда: Оригинальный практический инструментарий для лидерства вашего бренда / ЛеПла Джозеф Ф., Дэвис Сьюзен В., Паркер Линн М. и др. – Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2004. – 384 с.
4. Лейни Т. А. Бренд-менеджмент : учеб.-практ. пособие / Т. А. Лейни, Е. А. Семенова, С. А. Шилина. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2010. – 228 с.
5. ЛеПла Ф. Интегрированный брендинг / Ф. ЛеПла, Л. Паркер. – С.Пб. ; М. : Изд. Дом «Нева» ; ОЛМА-ПРЕСС Инвест, 2003. – 320 с.
6. Ванэкен Б. Бренд помощь / Б. Ванэкен. – С.Пб. : Питер, 2005. – 336 с.
7. Годин А. М. Брендинг : учеб. пособие / А. М. Годин, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленко. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2004. – 364 с.
8. Дэвис С. Бренд-билдинг / С. Дэвис, М. Данн ; пер. с англ. под ред. В. Домнина. – С.Пб. : Питер, 2005. – 320 с.

УДК 657.471.1.011.27

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ТРАНСПОРТНО-ЗАГОТІВЕЛЬНИХ ВИТРАТ

**Н. В. Гордополова, кандидат економічних наук;
В. Ю. Гордополов, кандидат економічних наук; І. В. Старосуд**

Основною метою діяльності будь-якого підприємства є одержання прибутку, який залежить від таких чинників, як виручка від реалізації продукції та собівартість її виробництва. Одним з дієвих методів збільшення одержаного прибутку є зменшення витрат на виробництво продукції. У складі собівартості виготовленої продукції значна частка припадає на вартість використаних матеріальних ресурсів. Проте деякі питання методології і організації обліку та контролю за збереженням і ефективним використанням матеріальних ресурсів продовжують залишатися дискусійними і потребують подальшого дослідження. Недостатньо з'ясованими є місце обліку матеріальних ресурсів у загальній системі обліку, його мета і завдання, принципи організації обліку і контролю матеріальних ресурсів, проблеми їх класифікації, проблеми поглиблення аналітичних можливостей обліку і посилення його контрольних функцій тощо. Із окресленого кола проблем зупинимося на останній, тобто на вдосконаленні обліку важливої складової

фактичної собівартості матеріальних ресурсів – транспортно-заготівельних витрат (ТЗВ). У цій галузі й досі існує величезна кількість невирішених питань, пов'язаних із відсутністю затвердженої на законодавчому рівні зразкової змістовної номенклатури ТЗВ. Цей висновок зроблений на основі аналізу української законодавчої бази, в якій згадані ТЗВ [3]. Крім того, Методичні рекомендації, мають тільки рекомендаційний (пояснювальний) характер і не є обов'язковими для виконання, бо не пройшли реєстрацію в Міністерстві юстиції. Невідповідність у чинних нормативних документах і невизначеність щодо обліку запасів і ТЗВ свідчить про те, що дане питання не до кінця вивчене і потребує додаткового дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання вдосконалення обліку матеріальних ресурсів, удосконалення обліку виробничих запасів і транспортно-заготівельних витрат, розвиток теорії і практики обліку та контролю первісної вартості запасів широко висвітлювались у працях вітчизняних учених, зокрема

Ахмедової Ш., Барановської Т., Бутинця Ф., Ганжи С., Житнього П., Колесника Ю., Петрука О., Сиротенка Н., Хліпальської В. Цьому питанню приділяли увагу і зарубіжні вчені – економісти: Велш Г., Мус Г., Ханшман Р. і Шорт Д. Проаналізувавши праці цих учених, можна зробити висновок про те, що транспортно-заготівельні витрати – це витрати підприємства, організації та інших юридичних осіб, незалежно від форми власності, безпосередньо пов'язані з процесом постачання запасів. Важливість проблеми обліку ТЗВ полягає у відсутності детальної розшифровки статей ТЗВ, що не дозволяє відповідно, їх своєчасно і належним чином обліковувати, контролювати і аналізувати.

Метою статті є визначення способів удосконалення обліку та списання транспортно-заготівельних витрат за умови різної частки у складі первісної вартості придбаних виробничих запасів.

Будь-яке підприємство повинне мати у своєму розпорядженні виробничі запаси для здійснення господарської діяльності. Використані виробничі запаси необхідно постійно поновлювати. Крім того, для забезпечення безперервності виробничого процесу певна їх частка має перебувати у вигляді складських запасів. Існує багато чинників, які впливають на розмір складських запасів, зокрема віддаленість постачальників, термін використання запасів, строк поставок, розмір добового споживання. Вартість використаних виробничих запасів відноситься на собівартість виготовленої продукції, значною мірою впливаючи на її розмір. Тому облік виробничих запасів повинен бути точним і достовірним, а також давати змогу своєчасно і належним чином обліковувати, контролювати й аналізувати ці запаси [5].

Основним документом, що регулює порядок надходження, використання та оцінки виробничих запасів, є Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси», відповідно до якого до первісної вартості запасів, крім договірної вартості, що сплачується продавцю, суми ввізного мита та суми непрямих податків (коли це передбачено чинним законодавством), включаються транспортно-заготі-

вельні витрати (витрати на заготівлю запасів, оплата тарифів (фрахту) за вантажно-розвантажувальні роботи і транспортування запасів усіма видами транспорту до місця їх використання, включаючи витрати на страхування ризиків транспортування запасів) та інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням запасів і доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання в запланованих цілях.

Найбільш вичерпним може бути таке визначення ТЗВ: транспортно-заготівельні витрати – це витрати підприємства, організації та інших юридичних осіб, які незалежно від форми власності безпосередньо пов'язані з процесом постачання запасів. З'ясувавши, що являють собою ТЗВ, можна перейти до вирішення проблеми складу зазначених витрат. Її важливість полягає у відсутності докладної розшифровки статей ТЗВ, що не дозволяє за цієї обставини їх своєчасно і належним чином обліковувати, контролювати й аналізувати. Практика діяльності вітчизняних підприємств свідчить про те, що на переважній їх більшості такі витрати не виокремлюються, і тому суб'єкти господарської діяльності не можуть достовірно визначити, скільки ж становлять ТЗВ за місяць, не кажучи вже за дальню перспективу. Ніхто з управлінського апарату підприємств не намагається дослідити подібні витрати. Але навіть якщо питома вага ТЗВ незначна (приблизно 2–5%), їх обов'язково треба обліковувати відокремлено. Такий крок дозволить шукати більш вигідні форми постачання матеріальних ресурсів, відбирати зі складу постачальників найбільш гідних для співпраці та в кінцевому випадку призведе до знаходження способів зниження собівартості продукції, покращення показників фінансової діяльності – все це свідчить про необхідність законодавчого втручання. Встановлений Міністерством фінансів приблизний перелік складу ТЗВ дозволив би йому непрямо втручатися у діяльність транспортних підприємств і підприємств, які надають послуги зі збереження вантажів на залізничних станціях, у портах, пристанях, адже, за статистичними даними, такі витрати досить значні й лягають тягарем на плечі споживачів.

У разі розробки складу витрат для українських підприємств за основу можна взяти статті витрат, наведені у Методичних вказівках, але обов'язково врахувавши вітчизняну законодавчу базу. Однак слід звернути увагу на те, що Методичні вказівки містять у собі ряд недоліків, пов'язаних із недостатнім визначенням таких статей витрат: митні платежі, плата за збереження, нестача і псування матеріалів у дорозі.

Перед тим, як віддати перевагу тому чи іншому варіанту обліку транспортно-заготівельних витрат, необхідно проаналізувати кожен із них з погляду доцільності й ефективності застосування на конкретному підприємстві.

Практика свідчить, що на підприємствах, де частка транспортно-заготівельних витрат у складі придбаних запасів значна, облік цих витрат доцільно вести на окремому субрахунку. Відповідно до прийнятих змін до деяких нормативно-правових актів Міністерства фінансів України з бухгалтерського обліку, затверджених Наказом № 868 від 14.12.2005 р., для обліку транспортно-заготівельних витрат працівникам бухгалтерії пропонується використовувати субрахунок 289 «Транспортно-заготівельні витрати» [3]. Ряд науковців вважають раціональним розмежування загальноприйнятого переліку транспортно-заготівельних витрат на власне транспортно-заготівельні витрати (витрати на заготівлю запасів, на страхування ризиків запасів, на перевезення тощо) та інші витрати, до яких відноситимуться суми мита, непрямих податків, що не підлягають відшкодуванню, вартість консултантських послуг тощо.

Підприємства, купуючи запаси, зазнають незначних транспортно-заготівельних витрат, зазвичай включають їх безпосередньо до первісної вартості придбаних запасів. Проте, як правило, за одним транспортним документом надходять і оприбутковують виробничі запаси різні не тільки за найменуванням, а й за одиницею виміру, купівельною вартістю, вагою, сортом тощо. У такому випадку розподіл транспортно-заготівельних витрат є нераціональним і дуже трудомістким, бо потребує калькуляції кожного виду запасу [1]. В окремих випадках розподіл транспортно-заготі-

вельних витрат унеможлиблюється невчасним надходженням розрахункових транспортних документів тощо. На складність і недоцільність розподілу незначної суми транспортно-заготівельних витрат указує і Американський інститут присяжних бухгалтерів [4]. Учені пропонують у такій ситуації частину понесених витрат у вигляді накладних (витрати на відрядження, маркетингові витрати) відображати не як елементи собівартості придбаних запасів, а як витрати звітного періоду, що дасть змогу вирішити багато проблем обліку на тих підприємствах, де частка таких витрат у складі первісної вартості придбаних запасів незначна.

На підприємствах тих галузей промисловості, де питома вага транспортно-заготівельних витрат відносно велика (наприклад, у машинобудуванні), доцільно вести облік на окремому рахунку, який дозволить здійснювати облік у розрізі облікових груп, а там, де це можливо, – і за видами сировини та матеріалів. При виділенні облікових груп необхідно брати до уваги діюче на даному підприємстві групування матеріалів, а сприяти цьому має правильно побудована класифікація виробничих ресурсів [2].

Для більш детального аналізу причин збільшення первісної вартості ТЗВ необхідно викремити самостійну статтю калькуляції, що дасть можливість складати нормативні, фактичні калькуляції та бізнес-плани на перспективу. Однак оскільки облік транспортно-заготівельних витрат на більшості підприємств ведеться в цілому за всіма матеріальними цінностями, то це не забезпечує обґрунтованого віднесення транспортно-заготівельних витрат на собівартість конкретних видів продукції. З метою посилення контролю за рівнем ТЗВ бухгалтерії доцільно вести облік не в цілому за всіма матеріальними витратами, а за статтями, рекомендованими для деталізації складу транспортно-заготівельних витрат. Це зробить більш прозорими статті калькуляції в частині витрат, пов'язаних із заготівлею і транспортуванням, що позитивно вплине на методіку управлінського обліку. Рекомендовані заходи не дадуть суттєвого росту витрат, пов'язаних із організацією обліку, оскільки в сучасних

умовах бухгалтерський облік на більшості підприємствах автоматизовано із використанням різних програм, які за декілька хвилин дозволяють отримати необхідну інформацію з питань, які цікавлять користувачі.

Питання вдосконалення обліку виробничих запасів, зокрема транспортно-заготівельних витрат, сьогодні досить актуальне. Вдосконалення процесу обліку ТЗВ дасть змогу не лише суттєво полегшити контроль цих витрат, а й шляхом їх ретельного аналізу дозволить обирати щонайкращі способи постачання та партнерів для транспортування і, таким чином, дозволить зменшити собівартість продукції. Для покращення контролю за рівнем ТЗВ доцільно вести облік не в цілому за всіма матеріальними витратами, як це робиться на більшості підприємств, а за статтями, рекомендованими для деталізації складу транспортно-заготівельних витрат, що зробить більш прозорими статті калькуляції в частині витрат, пов'язаних із заготівлею й транспортуванням і позитивно вплине на методику управлінського обліку. Викладені підходи щодо вдосконалення обліку витрат, пов'язаних із рухом виробничих запасів, не суперечать чинним нормативним документам і дають можливість удосконалити та

значно полегшити облік транспортно-заготівельних витрат, а також здійснювати контроль за станом, складом і зміною їх розміру для прийняття необхідних управлінських рішень. Наведені рекомендації дадуть змогу вдосконалити облік ТЗВ на законодавчому рівні.

ЛІТЕРАТУРА

1. Житній П. Принципи формування облікової політики / П. Житній // Бухгалтерський облік і аудит. – 2007. – № 4. – С. 25–28.
2. Петрук О. М. Гармонізація національної системи бухгалтерського обліку / О. М. Петрук. – Житомир, 2006. – 420 с.
3. Запаси : П(С)БО 9, загв. Наказом Міністерства фінансів України від 20.10.1999 р. № 246. – К., 1999.
4. Ларіков В. Ю. Деякі аспекти організації обліку транспортних витрат на перевезення вантажів / В. Ю. Ларіков // Галицький економічний вісник. – 2009. – № 2. – С. 163–168.
5. Рехачева А. М. Удосконалення обліку транспортно-заготівельних витрат торговельного підприємства / А. М. Рехачева // Економіка і підприємництво: стан та перспективи : зб. наук. пр. – К. : КНТЕУ, 2004. – С. 252–259.

УДК 339.138:640.432

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ УПРАВЛІННЯ СПОЖИВАЧАМИ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

В. М. Трайно

У ринкових умовах для закладів ресторанного господарства важливим є протистояння негативним тенденціям і забезпечення безперервності розвитку. Сучасні тенденції ринку послуг ресторанного господарства вимагають зміни підходів до діяльності закладів цього ринку. Наслідки економічної кризи, що зумовлюють недостатній рівень попиту, значна кількість закладів, посилення конкуренції

ведуть до погіршення фінансового стану закладів і вимагають здатності приваблювати і утримувати споживачів за рахунок повнішого задоволення їх потреб. А отже, перед закладами ресторанного господарства постає необхідність активізації маркетингових зусиль і формування ефективних стратегій, адекватних складності та мінливості послуг у сфері ресторанного господарства. Визначення стра-

тегій включає в себе прийняття рішень щодо напрямків діяльності певного закладу, певних послуг, які вони надають.

Значний вклад у розвиток теорії і практики стратегій підприємств мають наукові розробки І. Ансоффа, Л. В. Балабанової, О. В. Березіна, Р. М. Гранта, П. Друкера, Г. І. Кіндрацької, Ф. Котлера, Д. Кревенса, Н. В. Куденко, Ж. Ж. Ламбена, Є. В. Майдебури, М. Х. Мескона, В. В. Пастухової, В. І. Перебийніса,

Н. О. П'ятницької, М. Портера, Д. В. Райко, Р. А. Фатхутдінова, Л. І. Федулової та ін. [1–9].

Метою даної статті є розробка стратегій закладів ресторанного господарства; визначення та розробка моделі формування маркетингової стратегії управління споживачами послуг ресторанного господарства.

Розробка стратегії розпочинається з визначення місії та цілей закладу (рис. 1).

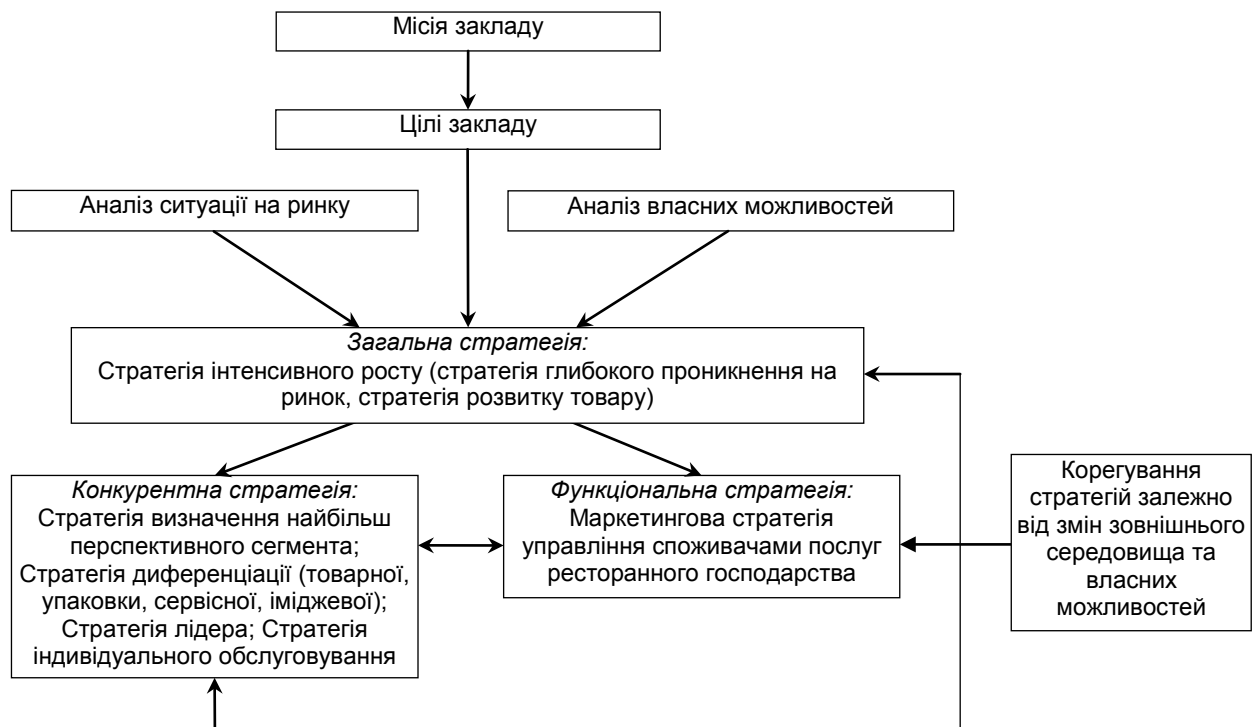


Рис. 1. Схема розробки стратегій закладів ресторанного господарства (власна розробка)

Місія закладів ресторанного господарства, на наш погляд, – надання послуг ресторанного господарства, а саме: смачних і високоякісних продуктів і напоїв, які відповідають найвищим стандартам якості; якісного, швидкого та відмінного обслуговування в дружній і ввічливій манері; безперервної турботи та забезпечення якнайбільшого затишку і комфорту кожному гостю; різноманіття додаткових послуг, що дарують людям радість спілкування, роблять їх життя яскравішим і цікавішим, щоб кожен клієнт з радістю повертався знову.

Перед закладами ресторанного господарства стоїть низка цілей. Пропонуємо розглянути їх ієрархію (рис. 2).

Маємо сказати, що діяльність закладів буде ефективною лише у випадку досягнення цілей, починаючи з нижчого рівня.

Після визначення цілей варто зупинитися на формуванні ефективних, на нашу думку, стратегій для розглянутих закладів ресторанного господарства.

Стратегії закладів ресторанного господарства вимагають постійного корегування залежно від навколишніх змін і власних можливостей. Зупинимось на деяких стратегіях, які можуть бути використані зазначеними закладами ресторанного господарства.

Сутність обраної загальної (корпоративної стратегії) – стратегії інтенсивного росту (глибокого проникнення на ринок і розвитку това-

ру) – полягає в інтенсифікації маркетингових зусиль і впровадженні нових продуктів, послуг і покращенні існуючих. Вона допомагає підвищувати рівень показників, поставлених перед закладом цілей. При використанні цих стратегій доцільно, на нашу думку, орієнтува-

тися на цінності своїх споживачів та позиціонувати власні переваги як такі, що мають цінність для споживача і які мають представлені нами заклади. Між ними має бути ефективний взаємозв'язок (рис. 3).

Зростання прибутку		
Збільшення частки ринку	Збільшення обсягів продажу	Збільшення доходу з клієнта
Утримання існуючих клієнтів, завоювання нових споживачів, розширення кола лояльних споживачів		Підвищення іміджу, зміцнення репутації
Задоволення потреб споживачів		

Рис. 2. Ієрархія цілей, які стоять перед закладами ресторанного господарства (власна розробка)

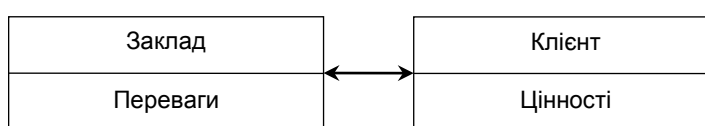


Рис. 3. Бажаний взаємозв'язок між перевагами закладу ресторанного господарства та цінностями клієнтів (власна розробка)

Серед конкурентних стратегій для всіх розглянутих закладів ми пропонуємо зосередитися на таких стратегіях:

- стратегія визначення найбільш перспективного сегмента, тобто найбільш привабливих для закладу клієнтів;
- стратегія диференціації передбачає вирішення якихось аспектів закладу серед закладів конкурентів, зокрема за товаром, обслуговуванням, упаковкою, іміджем.

Для ресторанного комплексу «Каштанова алея» (м. Полтава) доцільними є ще й такі стратегії:

- стратегія лідера – концентрація на залученні нових клієнтів, збільшенні кількості візитів і обсягів замовлень існуючих, подальшому зростанні ринкової частки закладу;
- стратегія індивідуального обслуговування – зосередження уваги на потребах кожного важливого для закладу клієнта.

Серед функціональних стратегій варто зупинитися на маркетинговій стратегії управління споживачами послуг ресторанного господарства. Сутність зазначеної стратегії полягає в орієнтації діяльності закладу на потреби споживачів, здійсненні гнучкого регулювання, своєчасних змін, у відповідь на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища,

що дозволяє досягати конкурентних переваг, веде до успішного функціонування закладів і дозволяє досягати поставлених цілей у довгостроковій перспективі.

Маркетингова стратегія управління споживачами послуг ресторанного господарства:

- це розробка і впровадження набору запланованих рішень і дій, які можуть корегуватися залежно від змін у власних можливостях і зовнішньому середовищі, щодо залучення нових і утримання вже існуючих клієнтів для досягнення максимального прибутку в довгостроковій перспективі;

- засіб досягнення більш повного задоволення власних інтересів і потреб споживачів;

- сукупність погоджених між собою заходів щодо споживачів послуг ресторанного господарства, що відображають сутність діяльності закладу, забезпечують унікальну і вигідну позицію (завоювання її чи підкріплення), довгострокові конкурентні переваги, високу конкурентоспроможність.

Зазначена стратегія включає в себе комплекс більш деталізованих стратегій (рис. 4).

Заклади ресторанного господарства в сучасних умовах діють під впливом різноманітних факторів і елементів як зовнішнього, так

і внутрішнього маркетингового середовища. Для зовнішнього середовища характерною є невизначеність, тому заклад повинен мати здатність виявляти зміни середовища та ефективно реагувати на них, пристосовуватися до цих змін задля виживання та розвитку. Самі заклади також є джерелами, які привносять зміни для оточуючих.

Ринок послуг ресторанного господарства складається з різноманітних сегментів, які мають значні відмінності в потребах і поведінці. Стратегії, запропоновані для певних закладів ресторанного господарства, не можуть урахувати всіх особливостей споживачів. На наш погляд, заклади ресторанного господарства повинні зосереджуватися не на всіх сегментах власних клієнтів, а в першу чергу на найбільш привабливих, тобто тих, що приносять найбільший прибуток, а знання їх потреб,

звичок, вимог, характеристик дасть змогу розробити більш ефективну стратегію. Варто орієнтуватися в своїх діях на існуючих привабливих клієнтів, а також на споживачів, які можуть бути цікавими для закладу відповідно до його можливостей та інтересів, і які могли б зацікавитися ним. Тобто для досягнення цілей закладами ресторанного господарства між закладом і споживачами повинна бути обопільно привабливими.

Усі внутрішні процеси закладу повинні бути орієнтовані на потреби споживачів. Ресторатору необхідно знати свого клієнта для того, щоб правильно побудувати роботу з ним. Необхідно знати саме ті якості, які для нього важливі, і на які, можливо, раніше заклад не звертав уваги; а ті, що властиві закладу, ймовірно для споживача і не є суттєвими.

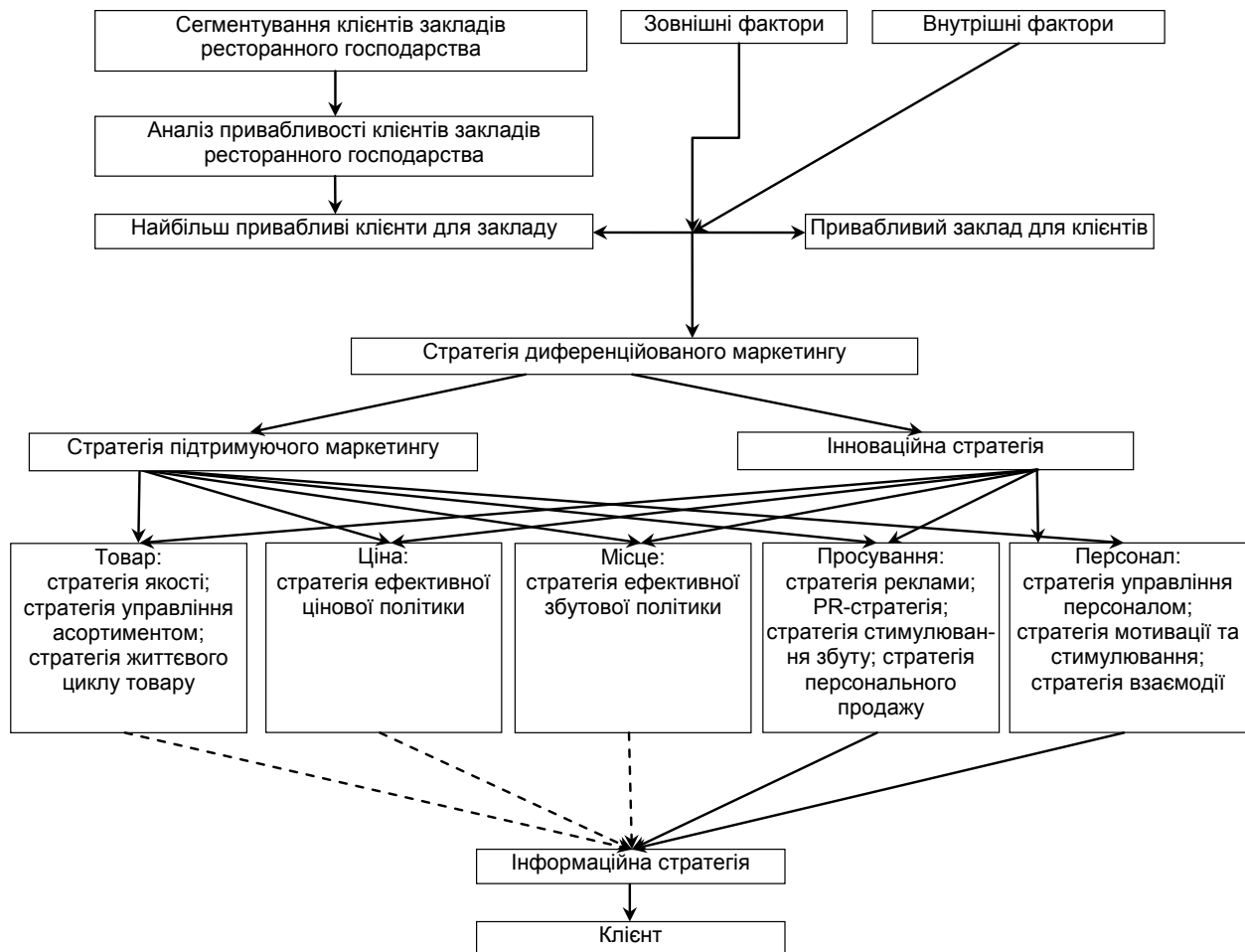


Рис. 4. Модель формування маркетингової стратегії управління споживачами послуг ресторанного господарства (власна розробка)

Зважаючи на зазначене, доцільно в рамках маркетингової стратегії управління споживачами послуг ресторанного господарства в першу чергу використовувати стратегію диференційованого маркетингу, тобто заклад у своїй діяльності повинен орієнтуватися на кілька найбільш привабливих сегментів.

Незважаючи на економічну кризу, діяльність ресторанного комплексу «Каштанова алея» та барів «Енеїда», «Стадіон» (м. Полтава) є досить успішною, стан попиту на їх послуги є задовільним. Але в умовах високої конкуренції, можливої зміни смаків клієнтів доцільно використання інноваційної стратегії та стратегії підтримуючого маркетингу. Інноваційна стратегія полягає у введенні інновацій в асортименті, обслуговуванні, просуванні і т. ін. Стратегія підтримуючого маркетингу націлена на збереження існуючого рівня попиту. Це можливо завдяки використанню елементів комплексу маркетингу.

Комплекс маркетингу, з огляду на специфічні особливості послуг закладів ресторанного господарства, варто розглядати у такому складі: товар, ціна, місце, просування, персонал. Для того щоб заклад краще сприймався споживачами, він повинен обов'язково мати якусь особливість – «родзинку».

Тому з елементів комплексу маркетингу як товар слід скористатися стратегіями якості, управління асортиментом, стратегією життєвого циклу товару.

Стосовно ціни як елементу комплексу маркетингу, варто використовувати стратегію ефективної цінової політики, яка полягає у виборі методу ціноутворення, цінової стратегії, встановленні знижок і надбавок.

Місце чи розподіл передбачає використання стратегії ефективної збутової політики, що означає концентрацію на комфортності для клієнтів, створенні затишної атмосфери закладу, зручності режиму роботи, виборі форм обслуговування та ін.

Щодо просування доцільно використовувати стратегію реклами, PR-стратегію, стратегію стимулювання збуту та персонального продажу.

У комплексі маркетингу як самостійний елемент слід виділити персонал закладів рес-

торанного господарства. Стосовно персоналу варто використовувати стратегії управління персоналом, мотивації та стимулювання, взаємодії з клієнтами.

Наступною стратегією в комплексі маркетингової стратегії управління споживачами послуг ресторанного господарства є інформаційна стратегія, яка забезпечує доставку найважливішого стратегічного ресурсу – інформації – до існуючих і потенційних клієнтів закладів ресторанного господарства. Вона орієнтована на підвищення рівня обізнаності населення: про нові, існуючі товари та послуги, про переваги пропонованих послуг, їх властивості, якість, ціни, дизайн, комфортність, місцезнаходження закладів і т. ін.. Цього можливо досягти, використовуючи більш широку рекламу, спеціальну підготовку обслуговуючого персоналу і т. ін. Дієве джерело інформації – поради друзів, колег, знайомих.

Таким чином, успішне функціонування закладів ресторанного господарства в сучасних умовах можливе за умов формування і реалізації стратегій закладів ресторанного господарства, маркетингової стратегії управління споживачами послуг ресторанного господарства, які надають перспективні напрями розвитку цих закладів. Їх використання буде сприяти не тільки успішному функціонуванню в короткостроковій перспективі, але й забезпечить стійкість розвитку та конкурентоздатність у подальшому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф И. Стратегическое управление : монография : [сокр. пер. с англ.] / И. Ансофф. – М. : Экономика, 1989. – 519 с.
2. Грант Р. М. Современный анализ / Роберт М. Грант ; [пер. с англ. под ред. В. Н. Фунтова]. – С.Пб. : Питер, 2008. – 560 с. – (Серия «Классика МВА»).
3. Друкер Питер Ф. Эффективное управление предприятием : [пер. с англ.] / Питер Ф. Друкер. – М. : ООО «И. Д. Вильямс», 2008. – 224 с.
4. Кревенс Д. В. Стратегический маркетинг / Дэвид В. Кревенс ; [пер. с англ. под ред. А. Г. Гришко]. – М. : Изд. дом «Вильямс»,

2003. – 752 с.
5. Мескон М. Х. Основы менеджмента : [пер. с англ.] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 2000. – 704 с.
 6. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
 7. Портер Майкл Э. Конкуренция : учеб. пособие : [пер. с англ.] / Майкл Э. Портер ; – М. : Изд. дом «Вильямс», 2000. – 495 с.
 8. П'ятницька Н. Стратегічні чинники впливу на збутову діяльність закладів ресторанного господарства / Н. П'ятницька, Т. Амброзович // Вісник КНТЕУ. – 2007. – № 6. – С. 46–54.
 9. Райко Д. В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація : монографія / Д. В. Райко. – Х. : ВД «ІНЖЕКТ», 2008. – 632 с.

УДК 339.37(477)

ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

О. М. Зінченко

Торгівля є однією з небагатьох галузей економіки, зайнятих безпосередньо обслуговуванням населення. Тому її ефективний розвиток багато в чому визначає соціальний клімат у суспільстві. Період переходу до ринкових відносин поставив її у досить несприятливе економічне становище. Торгівля безпосередньо відчуває на собі всю гостроту кризи: різке падіння обсягів виробництва, лібералізацію цін, зниження грошових доходів населення тощо. Перехід до системи вільного переміщення товарів не привів поки що до формування повноцінного споживчого ринку. Споживчий ринок сьогодні – це ринок деформованої структури попиту через неплатоспроможність населення, ринок товарів низької якості, ринок «човників» і перекупників, де масові порушення з боку суб'єктів господарської діяльності стали дуже поширеними. Значно погіршилась якість торговельного обслуговування, звузився асортимент товарів вітчизняного виробництва та супутніх послуг, посилились тенденції до необґрунтованого завищення цін, недобросовісної конкуренції.

Типового характеру набули такі процеси в розвитку внутрішньої торгівлі України:

- не досягли ефективного рівня ринковий механізм взаємодії окремих ланок єдиного циклу «дослідження – виробництво – ре-

лізація – споживання». Особливо слабким виявився взаємозв'язок торгівлі та вітчизняного виробництва;

- на внутрішньому ринку триває процес зникнення багатьох асортиментних груп товарів вітчизняного виробництва, чому значною мірою сприяє витіснення їх імпортними товарами;

- серйозні негативні процеси супроводжують розвиток малого бізнесу в торговельній сфері;

- технологічна політика більшості суб'єктів господарювання зорієнтована на формування інтер'єрів приміщень. Тоді як основні фонди торгівлі спрацьовані на 60–70 %, практично згорнуті прогресивні форми і методи торгівлі;

- незадовільною є інвестиційна ситуація в торгівлі. Капіталовкладення переважно спрямовані в об'єкти з невеликою капіталомісткістю (лотки, кіоски). Практично не здійснюються капіталовкладення в будівництво спеціалізованих і універсальних підприємств торгівлі з продажу товарів першої необхідності та масового попиту.

Тому наразі актуальним є завдання ґрунтовного вивчення проблем і наукового аналізу нових тенденцій розвитку роздрібною торгівлі.

Теоретичні та практичні основи функціонування роздрібної торгівлі у багатьох аспектах розглядали радянські вчені М. Байдаков, І. Барчук, В. Бурмістров, П. Гончаров, П. Гетьман, Б. Гоголь, В. Іваницький, та інші, але з позицій планово-функціонуючої, монополістичної торгівлі. Сучасні вітчизняні дослідження В. Андрійчука, В. Апопія, Р. Абдуліна, І. Бланка, Я. Гончарука, Г. Губерної, Н. Кондратьєва, І. Королькова, А. Левіна, В. Марцина, В. Матусевича, А. Орлова, Б. Соловйова, Н. Ушакової присвячені, головним чином, структурним трансформаціям торгівлі, соціально-економічним і методологічним проблемам формування і розвитку продовольчого та непродовольчого ринків.

Мета дослідження полягає у оцінці стану розвитку роздрібної торгівлі України. Реалізація поставленої мети зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- вивчити стан і виявити тенденції розвитку роздрібної торгівлі;
- дослідити особливості та проблеми розвитку роздрібної торгівлі України;

- аналізувати стан і організацію діяльності роздрібної торгівлі в сучасних умовах господарювання.

Проблема забезпеченості населення торговельною мережею залишається гострою і невирішеною. Загальна економічна криза, відсутність координації розвитку торговельної мережі з боку органів державної влади, не виправдане в багатьох випадках скорочення торговельної мережі, негативні тенденції розвитку роздрібного товарообороту суттєво вплинули на динаміку роздрібної торговельної мережі. Незважаючи на сприятливі умови розвитку торгівлі, зумовлені ринковими трансформаціями, роздрібна торговельна мережа зберігає стійку тенденцію до скорочення (табл. 1). За 2002–2009 рр. кількість підприємств роздрібної торгівлі в Україні скоротилася на 26,9 %, що відбулося за рахунок зачинення діючих магазинів на 28,7 % і зменшення чисельності дрібнороздрібної торговельної мережі на 21,3 %.

Таблиця 1

Роздрібна торговельна мережа України за 2002–2009 рр.*

Показник	Рік								2009 р. у відсотках до:	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2002 р.	2008 р.
Усього підприємств, тис. од.	89,3	83,8	78,5	75,2	73,6	71,9	69,2	65,3	73,1	94,4
Магазини, тис. од., у тому числі	66,8	62,3	58,3	55,8	54,6	52,3	50,5	47,6	71,3	94,3
- дрібнороздрібні торговельні підприємства, од.	22,5	21,5	20,2	19,4	19	19,6	18,7	17,7	78,7	94,7
- торговельна площа магазинів, тис. м ²	6054	5896	5976	6359	6847	7493	8089	8015	132,4	99,1
- торговельна площа на 1 магазин, м ²	90,6	94,6	102,5	114,0	125,4	143,3	160,2	168,4	185,9	105,1

Примітка. * Складено за даними «Статистичного щорічника України за 2002–2009 рр.» [3–10].

Разом з тим спостерігається збільшення торговельної площі магазинів порівняно з 2002 р. на 32,4 %, а порівняно з 2008 р. – її незначне зменшення на 0,9 %, що свідчить про укрупнення роздрібних торговельних підприємств. Як результат, торговельна площа в розрахунку на 1 магазин у цілому по Україні

збільшилася з 90,6 м² у 2002 р. до 168,4 м² у 2009 р. (на 85,9 %).

Набагато швидшими темпами, ніж у містах, за роки аналізованого періоду відбувалося скорочення чисельності підприємств у сільській місцевості, що призвело до суттєвого погіршення торговельного обслуговування сільського населення (рис. 1). Гострого харак-

теру набула глибока диференціація розвитку роздрібною торгівлі у територіальному розрізі, тобто у міській і сільській місцевості.

За період 2002–2009 рр. кількість магазинів у містах скоротилася з 42,1 тис. од.

до 33,7 тис. од., а на селі з 24,7 тис. од. до 13,9 тис. од. Небезпека полягає у тому, що випереджувальні темпи скорочення роздрібною торговельною мережі на селі зберігаються (рис. 1).

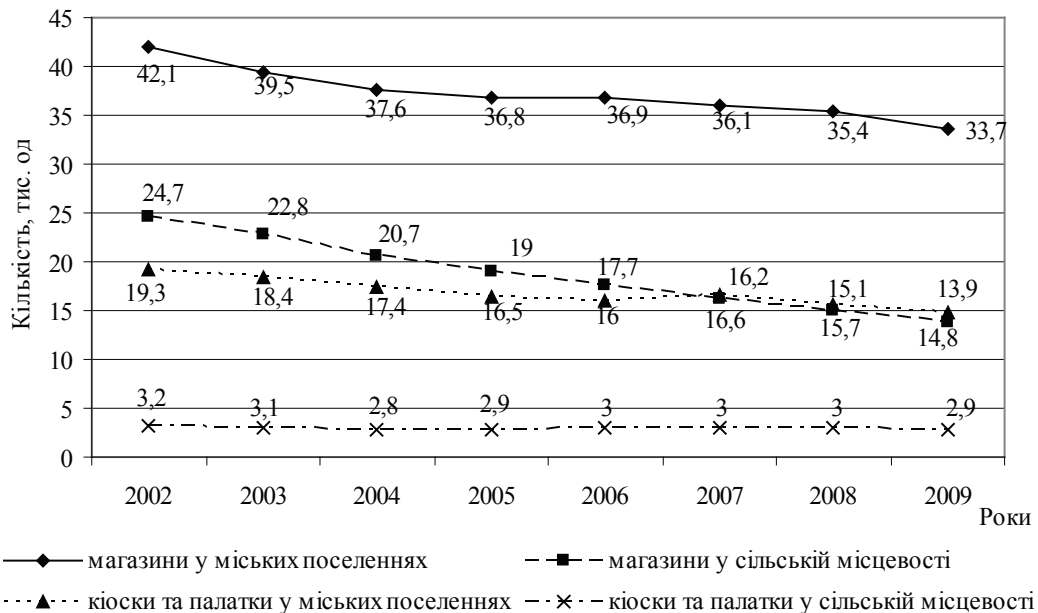


Рис. 1. Мережа роздрібною торгівлі України у міських поселеннях та сільській місцевості у 2002–2009 рр.

Оскільки роздрібний товарооборот є основним показником розвитку торгівлі доцільно детальніше зупинитися на розгляді основних тенденцій розвитку роздрібного товарообороту, оскільки саме вони найтіснішим чином пов'язані із провідними тенденціями розвитку торговельної мережі (табл. 2).

Таким чином, протягом 2002–2009 рр. сукупний роздрібний товарооборот України у діючих цінах збільшився у 5,8 рази, основний його приріст за ці роки був досягнутий переважно за рахунок зростання роздрібного товарообороту торговельної мережі – у 6 разів. Особливої уваги заслуговує той факт, що темпи зростання роздрібного товарообороту у сільській місцевості вищі за темпи його зростання у містах, що призвело до збільшення частки товарообороту у сільській місцевості у роздрібному товарообороті торговельної мережі України на 0,8 %.

Вказані причини призвели до збільшення розриву в роздрібному товарообороті торговельної мережі, розрахованому на душу місь-

ких і сільських мешканців. У 2002 р. товарооборот на душу населення у містах був більший від аналогічного показника у сільській місцевості у 3,8 рази, то у 2009 р. цей розрив склав уже 5,2 рази. Ця негативна тенденція спричинена тим, що доходи сільського населення значно нижчі, ніж міського, крім того, значну частину продуктів харчування сільське населення вирощує у підсобних господарствах.

Варто зазначити, що у сучасних умовах у зв'язку із загальною кризою економіки в Україні спостерігаються деякі викривлення у розвитку асортиментної структури товарообороту. Прискорені темпи зuboжіння населення України на початку 90-х рр., спричинені потужними темпами інфляції, призвели до значного зростання в товарообороті частки продовольчих товарів: у 2002 р. вона становила 48 %. Певна стабілізація економічної ситуації сприяла збільшенню у товарообороті частки непродовольчих товарів, яка у 2009 р. уже досягла 60 % (рис. 2).

Таблиця 2

Динаміка роздрібного товарообороту України у 2002–2009 рр.*

Показник	Рік										2009 р. у відсотках до	
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2002 р.	2008 р.		
Загальний обсяг роздрібного товарообороту, млн грн	39691	49994	67556	94332	129952	178233	246903	230955	5,8 р.	93,5		
Роздрібний товарооборот торговельної мережі, млн грн	36920	46992	64032	90005	124747	171682	238523	222849	6,0 р.	93,4		
Частка обороту торгової мережі, %	93	94	94,8	95,4	96	96,3	96,6	96,5	×	×		
Роздрібний товарооборот торговельної мережі у міських поселеннях, млн грн	32771	42021	58027	82912	114631	158578	221128	204705	6,2 р.	92,6		
Роздрібний товарооборот торговельної мережі у сільській місцевості, млн грн	4149	4971	6005	7093	10116	13700	17395	18144	4,4 р.	104,3		
Частка роздрібного товарообороту у сільській місцевості у роздрібному товарообороті торговельної мережі, %	11,2	10,6	9,4	7,9	8,1	7,7	7,3	8,1	×	×		
Роздрібний товарооборот торговельної мережі на 1 особу у містах, грн.	1013,7	1307,2	1812,8	2600,9	3607,3	5007,4	7234	6722	6,6 р.	92,9		
Роздрібний товарооборот торговельної мережі на 1 особу у селах, грн	264,7	321,2	393,2	471,2	680,4	931,7	1238	1299	4,9 р.	104,9		
Співвідношення роздрібного товарообороту торговельної мережі на 1 особу	3,8	4,1	4,6	5,5	5,3	5,4	5,8	5,2	136,2	88,6		

Примітка. * Складено за даними «Статистичного щорічника України за 2002–2009 рр.» [3–10].

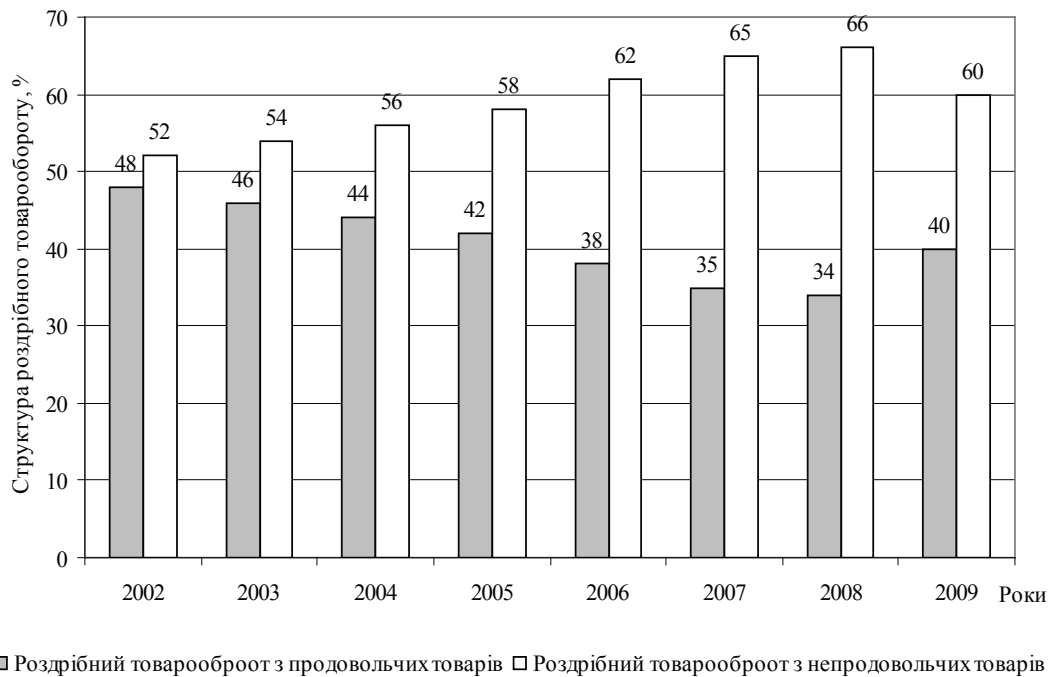


Рис. 2. Товарна структура роздрібногo товарообороту України у 2002–2009 рр.

Доречно сказати, що в розвинутих країнах частка непродовольчих товарів становить 80 % від загального обсягу товарообороту [2]. Тобто можна стверджувати, що такі зміни в структурі товарообороту свідчать про збільшення рівня грошових доходів населення, яке в останні роки скеровує все більшу частину своїх доходів на придбання непродовольчих товарів.

Отже, можна зробити висновок, що проблеми розвитку торгівлі в Україні значно загострились з переходом ринкових відносин. Різкий спад виробництва товарів народного споживання, зниження реальних грошових доходів населення, розвиток інфляційних процесів призводять до значного загострення кризового стану в Україні. Тому від чіткої організації роздрібногo торгівлі, раціональної побудови і розміщення роздрібногo торговельногo мережі у значній мірі буде залежати зниження соціально-економічної напруги в суспільстві.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії : монографія / В. В. Апопій. – Л. : Вид-во Львівської комерційної академії, 2007. – 368 с.
2. Мазаракі А. А. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку : монографія / А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2006. – 359 с.
3. Статистичний щорічник України за 2002 р. – К. : Техніка, 2003. – 598 с.
4. Статистичний щорічник України за 2003 р. – К. : Консультант, 2004. – 593 с.
5. Статистичний щорічник України за 2004 р. – К. : Консультант, 2005. – 596 с.
6. Статистичний щорічник України за 2005 р. – К. : Консультант, 2006. – 599 с.
7. Статистичний щорічник України за 2006 р. – К. : Консультант, 2007. – 602 с.
8. Статистичний щорічник України за 2007 р. – К. : Консультант, 2008. – 610 с.
9. Статистичний щорічник України за 2008 р. – К. : Консультант, 2009. – 630 с.
10. Статистичний щорічник України за 2009 р. – К. : Консультант, 2010. – 652 с.

ВПЛИВ ІНФЛЯЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРА

А. Ю. Семенов

У контексті дослідження механізму забезпечення економічного зростання країни провідне місце відводять розвинутому фінансовому сектору і фінансовим установам. Завдяки здатності до акумуляції і трансформації вільних заощаджень суб'єктів народного господарства в інвестиційні ресурси фінансові посередники виступають основою для розвитку інших секторів економіки. Водночас позитивний зв'язок між фінансовим розвитком і економічним зростанням, як показує аналіз динаміки розвитку світового господарства, стримує таке негативне економічне явище як інфляція. Зростання темпів рівня цін спонукає інвесторів змінювати політику управління активами у напрямі заміщення грошей відсотковими активами чи іноземною валютою. Усе це призводить до волатильності на фінансовому ринку та формування негативних очікувань і невизначеності. Фінансові установи, мінімізуючи ризики втрати капіталу, зменшують підтримку реального сектора, що призводить до сповільнення економічного зростання. Отже, зростає потреба дослідити вплив інфляції на ефективність фінансового сектора економіки під поглядом забезпечення національної економіки фінансовими ресурсами.

Здатність інфляції знижувати економічну активність і впливати на фінансовий сектор розкривається переважно у працях зарубіжних дослідників (М. Барнса, Дж. Бойда, П. Вочтела, Р. Лівайна, С. Пономаренка, П. Руссо, Б. Сміта та ін.). Частково означена проблема розглядається також у контексті аналізу структури фінансового сектора України (С. Міщенко [6]), інвестиційного потенціалу банківської системи України (С. Леонов [5]), фінансової глибини у перехідних країнах (А. Кулик [14]), особливостей інфляції (Л. Томашик [5]), процентних ставок у перехідних країнах та в Україні (В. Зимовець [4]). Водночас подаль-

шого дослідження потребують питання визначення характеру впливу інфляції на ефективність фінансового сектора для забезпечення економічного зростання.

Мета статті охарактеризувати вплив інфляції на ефективність фінансового сектора: здійснимо порівняльний аналіз показників фінансового розвитку та інфляції в зарубіжних країнах й Україні, з'ясуємо характер впливу інфляції на розвиток фінансового сектора України.

Передумовами формування інтересу до проблеми впливу інфляції на фінансовий сектор є результати економічних досліджень як щодо залежності темпів економічного зростання від темпів інфляції (Р. Барро) [7], так і впливу рівня розвитку фінансового сектора на економічне зростання (Р. Лівайн [10]). Таким чином, було помічено існування позитивного причинно-наслідкового зв'язку між розвитком фінансових установ і реальним сектором країни. Було також встановлено, що найбільші темпи зростання економіки забезпечуються при мінімальних значеннях інфляції.

Згідно з зарубіжними дослідженнями [7–14], навіть передбачуваний темп зростання інфляції може суттєво впливати на здатність фінансового сектора ефективно акумулювати фінансові ресурси через збільшення інформаційної асиметрії на кредитному ринку. Зростання інфляції зменшує реальну ставку доходності не тільки грошей, а й усіх фінансових активів. Це призводить до скорочення обсягів надання кредитів, яке за темпами є більшим, аніж зростання інфляції. Результатом є зменшення накопичення та інвестицій до реального сектора економіки.

Разом з тим аналіз наукових джерел [8–10] засвідчує, що інформаційна асиметрія виявляє свою негативну дію лише за умов досягнення

певних «критичних» значень показника інфляції.

Відомі вчені-економісти Дж. Бойд, Р. Лівайн та Б. Сміт [9, 10], проаналізувавши лінійні та нелінійні залежності між показниками фінансового розвитку (ідеться, зокрема, про кредити, надані фінансовим сектором приватному, якість банківських пасивів, ліквідність фондового ринку) та рівнем інфляції у 119 країнах за період 1960–1989 рр., встановили, що фінансовий сектор майже не реагує на помірно невисокі ставки інфляції. Однак, як тільки інфляція досягає певного середнього критичного значення, спостерігається пряме скорочення активності банківського сектора та фондового ринку. Подальше зростання інфляції вже не створює відповідного падіння фінансової активності.

Досліджуючи нелінійну модель взаємозалежності фінансового розвитку, економічного зростання та інфляції, Дж. Бойд, С. Чої та Б. Сміт [8] дійшли висновку, що інфляція знижує реальну доходність заощаджень, натомість підвищує інформаційну асиметрію на кредитному ринку. Це призводить до раціоналізації (rationing) кредитування, наслідком якого є скорочення активності банківського сектора, зменшення інвестицій і темпів економічного зростання.

Результатом досліджень науковців є виділення трьох порогових точок інфляції:

- перша – інфляція низька, кредитний ринок стабільний;
- друга – відбуваються зміни на кредитному ринку і раціоналізація надання кредитів, спостерігається висока кореляційна залежність між інфляцією і доходом за активами;
- третя – інфляційні очікування суб'єктами економіки спровокували своєрідне звикання до постійно високих темпів зростання цін; подальше зростання інфляції не завдає додаткової шкоди фінансовому сектору чи економічному зростанню.

Наступні емпіричні дослідження підтвердили нелінійність зв'язку між діяльністю фінансового сектора та інфляцією. При зростанні інфляції, її граничний вплив на показники банківського сектора (банківське кредитування, банківські пасиви) та фондового ринку (капіталізація, ліквідність) зменшується. Роз-

рахунки підтверджують, що у країнах зі щорічними темпами інфляції більше 15 % розвиток фінансового сектора є набагато нижчим від потенційного [10].

Представивши фінансову глибину (fd) у вигляді агрегатних індексів (fd_1 – частка домашнього кредиту у ВВП; fd_2 – сума fd_1 та частка ринкової капіталізації у ВВП; fd_3 – сума fd_2 і частка приватних і державних облігацій у ВВП країни), М. Кан, А. Сенаджи та Б. Сміт [12] довели, що зростання інфляції за низького початкового рівня формує позитивний ефект для банківського сектора та фондового ринку. Однак, навіть за умови первісно високої інфляції ефект – негативний. Причому в обох випадках зміна рівня інфляції більшою мірою впливає на ефективність банківського сектора. На думку авторів, порогові значення інфляції знаходяться в межах 3–6 % на рік залежно від ступеня фінансової глибини країни. Однак, згідно з моделлю, побудованою А. Куликом [13] на основі даних про інфляцію та монетизацію економіки, 16 перехідних країн пострадянського простору за 1994–2000 рр. порогове значення інфляції для розвитку фінансового сектора для даних країн становить 9,9–10,5 %.

Аналіз теоретичних і емпіричних досліджень підтверджує: зростання інфляції зменшує реальну ставку доходності кредиторів, водночас збільшує плату за кредит боржниками. Через зростання асиметричної інформації банки починають нормування та більший контроль за видачею кредитів, перекладаючи зростаючі витрати на «якісних» боржників [10] (highqualityborrowers). Це призводить до відтоку фінансових ресурсів із фінансової системи. Отже, відбувається зменшення фінансової глибини.

Однак при невисоких темпах інфляції не виникає проблеми відбору боржників на кредитному ринку та нормування кредитування. Адже через високу реальну ставку доходності певна частина боржників вирішує скористатися перевагами високих ставок і не інвестують у реальні проекти. У цьому випадку невелике зростання інфляції може стимулювати власників капіталу робити інвестиції у фізичний або людський капітал [13].

Таким чином, згідно з підходами західних учених інфляція може по-різному впливати

на фінансову глибину, залежно від початкової точки її зростання. При чому існує певне умовне порогове значення інфляції, до якого вона стимулює фінансовий розвиток, а при перевищенні негативно впливає. Трансмісійний механізм даного процесу може бути представленим у такій формі:

$$\begin{cases} \pi \uparrow \Rightarrow r_{\text{nom}} \uparrow \Rightarrow r_{\text{real}} \downarrow \Rightarrow C \uparrow \Rightarrow \text{FD} \uparrow \Rightarrow I \uparrow \Rightarrow G \uparrow, \\ \pi \uparrow \Rightarrow r_{\text{nom}} \uparrow \Rightarrow r_{\text{real}} \downarrow \Rightarrow \text{AS} \uparrow \Rightarrow \text{CR} \uparrow \Rightarrow \\ C \downarrow \Rightarrow \text{FD} \downarrow \Rightarrow I \downarrow \Rightarrow G \downarrow, \end{cases}$$

де π – інфляція;

π^* – порогове значення інфляції;

r_{nom} – номінальна відсоткова ставка;

r_{real} – номінальна відсоткова ставка;

C – кредити;

AS – асиметрична інформація;

CR – нормування кредитів;

FD – фінансова глибина;

I – інвестиції;

G – економічне зростання.

З'ясовуючи вплив інфляції на ефективність фінансового сектора, проведемо порівняльний аналіз показників фінансової глибини та річної інфляції у країнах-членах ОЕСР за період 1971–2009 рр. Оскільки до організації ОЕСР входять 34 країни, які є різними за рівнями економічного і фінансового розвитку, такий аналіз дозволяє виокремити характерні особливості взаємозв'язку показників. З рис. 1 видно, що протягом аналізованого періоду спостерігалася обернена залежність між темпами інфляції та приростом фінансової глибини.



Джерело: складено автором на основі [16].

Рис. 1. Порівняння річних темпів інфляції і темпів зростання фінансової глибини у країнах-членах ОЕСР за 1971–2009 рр.

Як видно з рис. 1, ступінь (сила) залежності відрізняється в різні часові періоди. Упродовж 1971–1984 рр., коли діапазон інфляції становив 7–16 %, спостерігалася синхронна зміна темпу фінансової глибини, пік падіння якої досяг 4 % у 1973 р. при найвищій інфляції у 16 %.

У 1985–1993 рр. також спостерігалася синхронна залежність показників, однак ступінь реакції фінансової глибини на одиницю зміни інфляції суттєво зріс. Якщо попередньо від'ємний приріст фінансової складової спостерігався при інфляції понад 10 %, то в цьому періоді – близько 7 %. Водночас у 1986 та 1993 рр. при інфляції 5 та 4 % спостерігалася

найбільше зростання фінансової глибини (6,5 та 7,5 %). Подальше зниження інфляції на рівень 2–3 % у 1994–2009 рр. (див. рис. 1, призвело до зростання ступеня зв'язку та чутливості фінансового сектора навіть до невеликих змін інфляції.

Отже, розвиток фінансового сектора, істотною мірою залежить від рівня інфляції. Ефективний розвиток фінансового сектора відбувається при середніх невеликих значеннях інфляції (4–5 %).

У межах дослідження означеної проблеми, вважаємо, що необхідно провести кореляційно-регресійний аналіз залежності показників фінансового розвитку (фінансової глибини;

частки внутрішніх кредитів, наданих приватному сектору у ВВП; частки банківських кредитів у ВВП) та інфляції у країнах ОЕСР та в Україні (табл. 1).

Таблиця 1

Кореляційно-регресійний аналіз залежності показників фінансового розвитку та інфляції в країнах ОЕСР (1971–2009) та в Україні (1996–2009)

Показник	Рівняння	Характеристика залежності
Країни ОЕСР		
Фінансова глибина, відсотків від ВВП	$y = 0,3056x^2 - 8,0719x + 131,28$ ($R^2 = 0,86$; $R = -0,88$)	Ступінь кореляції високий, характер залежності обернений
Внутрішні кредити, надані приватному сектору, відсотків від ВВП	$y = 0,7363x^2 - 17,635x + 182,83$ ($R^2 = 0,87$; $R = -0,93$)	Те саме
Внутрішні кредити, надані банківським сектором, відсотків від ВВП	$y = 0,7821x^2 - 19,827x + 223,45$ ($R^2 = 0,899$; $R = -0,94$)	» »
Внутрішні заощадження, відсотків від ВВП	$y = -0,0417x^2 + 0,9741x + 18,034$ ($R^2 = 0,5909$; $R = -0,77$)	» »
Україна		
Фінансова глибина, відсотків від ВВП	$R^2 = 0,14$; $R = -0,24$	Ступінь кореляції низький, характер залежності обернений
Внутрішні кредити, надані приватному сектору, відсотків від ВВП	$R^2 = 0,14$; $R = -0,15$	Те саме
Внутрішні кредити, надані банківським сектором, відсотків від ВВП	$R^2 = 0,13$; $R = -0,14$	» »
Внутрішні заощадження, відсотків від ВВП	$R^2 = 0,17$; $R = -0,19$	» »

Джерело: складено автором.

Аналіз даних, представлених у табл. 2, дає можливість припускати, що у країнах ОЕСР спостерігається високий рівень залежності показників фінансового сектора від рівня інфляції. Натомість для України така тенденція не характерна. Вважаємо, що це є результатом щорічно високих темпів інфляції в нашій державі, що значно перевищують порогові зна-

чення та високий рівень пристосованості вітчизняних фінансових установ.

Для оцінювання рівня фінансового розвитку країн світу відносно рівня інфляції застосуємо матричний метод. З урахуванням цього методу здійснимо групування країн відповідно до алгоритму, представленого в табл. 2.

Таблиця 2

Методика оцінювання рівня розвитку фінансового сектора країни відносно величини середньорічної інфляції

Група країн	Показник фінансової глибини, відсотків від ВВП	Середньорічна інфляція за 2000–2009 рр.	Квадрант матриці
Світові лідери	> 160	< 10	I
	> 160	від 10 до 20	II
	від 80 до 160	< 10	III
Країни середнього розвитку	< 80	< 10	IV
	від 80 до 160	від 10 до 20	V
	> 160	> 20	VI
Відстаючі країни	< 80	від 10 до 20	VII
	від 80 до 160	> 20	VIII
	< 80	> 20	IX

Джерело: складено автором.

У якості критеріїв використано показники фінансової глибини та середньорічної інфляції за 2000–2009 рр. Критерії групування за цими показниками визначено на основі емпіричних даних з урахуванням фінансово-економічних параметрів розвитку країн за даними Світового банку. Відповідно до запропонованої методики, країни, що віднесені до світових лідерів, знаходяться у I, II і III квадрантах матриці.

Країни середнього розвитку відображені у IV, V і VI квадрантах, а відстаючі країни посідають позиції у VII, VIII і IX квадрантах.

У результаті побудови відповідної матриці (рис. 2) встановлено, що лідерами за показниками фінансового розвитку і наявністю найменшої інфляції виступають Ірландія, Нідерланди, Австрія, Іспанія, Німеччина та Португалія.



Рис. 2. Залежність фінансової глибини та середнього рівня інфляції у країнах світу складено автором на основі даних Світового банку [16]

Також до групи світових лідерів слід віднести країни із середнім рівнем фінансового розвитку, однак з низькою інфляцією (2–5 %): Швейцарія, Франція, Італія, Бельгія, Італія, Фінляндія, Греція, Ізраїль, Австрія, Чилі, США. Визначальним є те, що середньосвітовий рівень знаходиться у цьому ж квадранті.

Група середнього розвитку представлена країнами лише у IV квадранті. Для них характерний низький фінансовий розвиток і низька інфляція. Переважно це країни трансформаційної економіки (Польща, Чехія, Словенія, Латвія, Угорщина), країни, що розвиваються (ПАР, Бразилія, Перу, Колумбія) та країни пострадянського простору (Вірменія, Азербайджан).

Аутсайдерами нашого дослідження є група країн, які розмістилися у VII (Молдова, Монголія, Пакистан, Казахстан, Аргентина, Росія,

Румунія та Туреччина) та IX (Венесуела, Таджикистан, Сербія, Гана) квадрантах. Ці країни характеризуються низькими значеннями фінансової глибини та високими ставками інфляції.

Аналіз наведеної вище матриці засвідчує існування певного закону розподілу країн відносно інфляції та фінансового розвитку. Країни з низьким рівнем інфляції характеризуються різним рівнем фінансового розвитку, натомість країни з вищою інфляцією показують слабкі результати фінансового розвитку. Граничним рівнем інфляції, на нашу думку, є рівень 8–10 %. Таким чином, якщо інфляція вища за цей рівень, країна не може досягти вищих результатів фінансового розвитку, якщо ж навпаки, нижча, рівень інфляції вже не має визначального значення для фінансового роз-

витку країни, а виступає лише одним із низки необхідних факторів.

Отже, аналіз досліджень науковців засвідчує існування зв'язку між інфляцією та показниками фінансового сектора. Однак залежно від початкового рівня інфляції, напрямок і ступінь її впливу на фінансовий розвиток суттєво відрізняються. Початковий низький рівень інфляції та очікуване несуттєве зростання стимулює розвиток фінансового посередництва, сприяючи депозитно-кредитним операціям та інвестиціям у реальний сектор економіки. Первісно висока інфляція, зростання її рівня істотно не впливає на погіршення ефективності фінансового сектора, проте й не створює можливостей для швидкого зростання через негативний вплив на реальний сектор економіки. Найбільш негативний ефект від інфляції виявляється при її середніх значеннях за умов невизначеності. Таким чином, існують певні порогові значення інфляції, перетин яких змінює характер і ступінь впливу інфляції на фінансовий сектор.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зимовець В. В. Процентна ставка та інфляція у перехідній економіці України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.04.01 / В. В. Зимовець. – К., 1998. – 19 с.
2. Леонов С. В. Інвестиційний потенціал банківської системи України : монографія / С. В. Леонов. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 375 с.
3. Міщенко С. В. Формування ефективної структури фінансового сектора України : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08 / С. В. Міщенко. – К., 2009. – 246 с.
4. Пономаренко С. Финансовый сектор и издержки инфляции в странах с переходной экономикой / С. Пономаренко. – М. : ИЭПП, 2004. – С. 82.
5. Томашик, Л. С. Інфляція у перехідних економічних системах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.01.01 «Економічна теорія» / Л. С. Томашик. – Л., 2000. – 19 с.
6. Barnes M. Threshold relationships among inflation, financial market development and growth [Електронний ресурс] / M. Barnes. – Режим доступу : <http://www.economics.adelaide.edu.au/mbarnes/tpg-294.pdf>. – 25.04.2011. – Назва з екрана.
7. Barro R. J. Inflation and growth [Електронний ресурс] / R. J. Barro // Review Federal reserve bank of St. Louis. – 1996. – Vol. 78 (3). – Режим доступу : <http://research.stlouisfed.org/publications/review/96/05/9605rb2.pdf>. – 01.12.2010. – Назва з екрана.
8. Boyd J. H. Inflation, financial markets, and capital formation [Електронний ресурс] / J. H. Boyd, S. Choi, B. D. Smith // Federal Bank of St. Louis Review. – 1996. – Vol. 11. – Режим доступу : <http://research.stlouisfed.org/publications/review/96/05/9605sc1.pdf>. – 01.12.2010. – Назва з екрана.
9. Boyd J. H. Inflation and financial market performance [Електронний ресурс] / J. H. Boyd, R. Levine, B. D. Smith. – Federal Reserve Bank of Minneapolis, 1995. – Режим доступу : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.31>. – 01.12.2010. – Назва з екрана.
10. Boyd J. H. The impact of inflation on financial sector Performance [Електронний ресурс] / J. H. Boyd, R. Levine, B. D. Smith // Journal of monetary economics. – 2001. – № 47. – P. 221–248. – Режим доступу : <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0304393201000496>. – 01.12.2010. – Назва з екрана.
11. English W. Inflation and Financial Sector Size / W. English // Journal of Monetary Economics. – 1999. – Vol. 44. – P. 379–400.
12. Khan M. Inflation and Financial Depth [Електронний ресурс] / M. Khan, A. Senhadji, B. Smith // IMF Working Paper. – 2001. – № 01/44. – Режим доступу : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2001/wp0144.pdf>. – 25.04.2011. – Назва з екрана.
13. Kulyk A. Inflation and Financial Depth in Transition Economies [Електронний ресурс] / A. Kulyk. – К. : National University of Kyiv-Mohyla Academy, 2002. – Режим доступу : <http://kse.org.ua/uploads/file/library/2002/Kulyk.pdf>. – 25.04.2011. – Назва з екрана.
14. Rousseau P. L. Inflation, financial development and growth [Електронний ресурс] / P. L. Rousseau, P. Wachtel. – Режим доступу : <http://www.stern.nyu.edu/eco/wkpapers/>

workingpapers00/00-10Wachtel.pdf. –

01.12.2010. – Назва з екрана.

15. The world bank opendata [Електронний ресурс].

– Режим доступу :

<http://www.data.worldbank.org>. – 01.12.2010. –

Назва з екрана.

УДК 338.312:339.1

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

О. О. Селезньова

Підвищення економічної ефективності діяльності підприємств роздрібною торгівлі У значній мірі визначається їх грамотною оцінкою, яка створює передумови правильного визначення положення господарюючих суб'єктів на ринку та відповідних дій до посилення своєї конкурентоспроможності. Тому дослідження методичних підходів оцінки маркетингової діяльності торговельних підприємств У сучасних умовах є важливим і актуальним завданням прикладної економічної науки.

Теоретичні та методологічні основи цього питання в різних секторах економіки розробляли: М. Абрютіна, С. Афоніна, В. Берестів, А. Грачов, О. Єфімова, О. Кассандрова, Л. Кочурова, О. Сторожук, В. Суднік та інші вітчизняні та зарубіжні вчені. Проте особливості оцінки маркетингової діяльності торговельних підприємств, які є невід'ємною складовою економіки країни, і значною мірою сприяють задоволенню потреб споживачів, недостатньо віддзеркалені в наукових дослідженнях, зумовлюючи таким чином мету і завдання статті.

Метою даної статті є підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств за допомогою розробки методичних підходів до оцінки їх маркетингової діяльності.

Маркетингова діяльність торговельного підприємства може оцінюватися як кількісними показниками – розрахунок рентабельності інвестицій, прибутку, облік інфляції, ризику, так і якісними – імідж і репутація фірми, рівень пізнаваності торговельної марки, культури персоналу підприємства.

За визначенням автора статті методика оцінки маркетингової діяльності торговельного підприємства – набір прийомів, за допомогою яких можна порівняти маркетингову діяльність на різних етапах розвитку суб'єкта господарювання та зробити відповідні висновки за заданими параметрами проведеної оцінки.

Для оцінки ефективності маркетингової діяльності торговельного підприємства необхідно розробити методику аналізу ринкового стану підприємства як при наявності всіх необхідних даних, так і при обмеженому наданні інформації; максимально використовувати різні методи збору, обробки, формування ринкової інформації; залучати фахівців-аналітиків для реалізації даної методики за аналізом ринкового стану підприємства [1, с. 17].

Рішення перерахованих вище завдань дозволить ефективно оцінити поточне положення маркетингової діяльності підприємства й виділити найбільш складні в ній проблеми й, отже, мінімізувати зусилля щодо приведення господарюючого суб'єкта у відповідність з потребами й можливостями сформованого ринку.

Основними завданнями під час аналізу маркетингової діяльності торговельного підприємства є оцінка динаміки росту продажів у цілому на ринку, росту продажів фірми, частки ринку, ступеня утримання клієнтів, частки нових клієнтів, незадоволених клієнтів, відносної якості товарів, відносної якості послуг, росту продажів нових товарів. На практиці існує система оцінки діяльності торговельного підприємства за допомогою матриці оцінки маркетингу (табл.) [3].

Матриця оцінки маркетингу на підприємстві

Підхід менеджерів	Поточна оцінка	Оцінка за кінцевими результатами
Внутрішня оцінка (на підприємстві)	Дефекти товарів; випадки запізнення при поставках; помилки в оформленні рахунків; дебіторська заборгованість; оборот запасів	Рентабельність продажів; виграш на одиницю товару; рентабельність активів; оборотність активів
Зовнішня оцінка (на ринку)	Задоволеність клієнтів; відносна якість товарів; відносна якість послуг; готовність клієнтів до покупки; розуміння товарів фірми покупцями	Частка ринку; ступінь утримання клієнтів; ріст продажів нових товарів; дохід на один клієнта; темп росту ринку

Оцінка маркетингової діяльності торговельного підприємства базується на виявленні, аналізі й прогнозуванні факторів, що впливають на динаміку ступеня його ринкової стабільності. Ті самі фактори залежно від стадії життєвого циклу будуть мати різну значимість впливу. З огляду на організаційно-економічні особливості стадій життєвого циклу виявлено і класифіковано основні внутрішні фактори, що впливають на стан стабільності підприємства на тій або іншій стадії: на стадії зародження – обсяг продажів, ціна одиниці продукції, собівартість одиниці продукції; на стадії росту – співвідношення позикових і власних коштів, постійні й змінні витрати; на стадії зрілості – обсяг продажів, собівартість одиниці продукції, ціна одиниці продукції, розмір і структура оборотних та необоротних активів; стадія спаду, по своїй суті, не може бути економічно стабільною.

Для реалізації завдань аналізу маркетингової діяльності торговельних суб'єктів господарювання використовуються різні методи аналізу.

Аналіз абсолютних показників – це вивчення даних, представлених у маркетинговій звітності: інвентаризації майна підприємства, структури фінансових вкладень, джерел формування власного капіталу, розміру позикових коштів, розміру виручки від реалізації, розміру прибутку й ін.

Горизонтальний (тимчасовий) аналіз – це порівняння кожної позиції звітності за ряд років із попереднім періодом, що дозволяє вия-

вити тенденції зміни статей балансу або їхніх груп.

Вертикальний (структурний) аналіз проводять із метою визначення структури підсумкових фінансових показників, тобто виявлення питомої ваги окремих статей звітності в загальному підсумковому показнику (виявлення впливу кожної позиції звітності на результат у цілому).

Трендовий (динамічний) аналіз заснований на порівнянні кожної позиції звітності за ряд років і визначенні тренда, тобто основної тенденції динаміки показника без обліку випадкових впливів і індивідуальних особливостей окремих періодів. За допомогою тренда проводять перспективний, прогнозний аналіз [1, с. 76].

Одним з основних методів аналізу стану маркетингової діяльності є розрахунок аналітичних коефіцієнтів, необхідний різним групам користувачів: керівництву, аналітикам, менеджерам з маркетингу та ін. Інформаційною базою для проведення аналізу служить як річна бухгалтерська, так і збутова, маркетингова звітності.

Основні принципи, на яких базується технологія оцінки маркетингової діяльності торговельного підприємства:

1. Оцінка маркетингової діяльності підприємства повинна проводитися тільки за достовірними джерелами інформації, тому що від цього залежить обґрунтованість і правильність прийнятих управлінських рішень.

2. Набір показників для оцінки маркетингової діяльності підприємства не повинен міс-

тити в собі коефіцієнти, що дублюють один одного.

3. Охоплення економічних параметрів повинно бути достатнім для реального відбиття стану маркетингової діяльності підприємства, а так само для розробки управлінських рішень про стабілізацію ринкової позиції підприємства.

4. Аналіз маркетингової діяльності повинен бути оперативним, тому що запобігти кризовому явищу легше, ніж вивести підприємство з кризи.

5. Необхідний обмежений вибір найбільш важливих економічних параметрів, на які варто впливати з метою підтримки маркетингової діяльності підприємства, що забезпечить найбільшу оперативність і ефективність засобів щодо стабілізації ринкового положення підприємства [1, с. 26].

До економічних критеріїв, за сукупність яких можна оцінити маркетингову діяльність торговельного підприємства, у першу чергу відносять обсяг товарообігу, середній розмір товарних запасів, витрати обігу. Додатково для одержання більш точної оцінки використовуються ще два показники: широта асортименту товарів і коефіцієнт задоволення купівельного попиту або зворотний йому коефіцієнт осідання товарів у запасах [5]. Прискорення обігу товарів варто розглядати як результат поліпшення маркетингової діяльності. Складність використання показника «оборотність» у тому, що без автоматизованого обліку руху товарної маси в асортименті неможливо обчислити, скільки товарів з уповільненою оборотністю осіло в запасах. Тому потрібна безперервна інформація про стан обігу товарів по підприємству й по кожному асортиментному різновиду.

Інформаційні технології дозволять із точністю визначити коефіцієнт попиту. Для цього спочатку необхідно обчислити обсяг товарів з уповільненою оборотністю. До них варто віднести й скласти вартість тих асортиментних різновидів, які не продані за середній цикл обігу товарів. Потім суму запасів з уповільненою оборотністю розділити на загальний обсяг запасів підприємства на кінець звітного (або аналізованого) періоду. Одержимо коефіцієнт осідання товарів з уповільненою оборотністю

(До). Він покаже їхню частку в загальному обсязі запасів підприємства, а величина $(1 - \text{До})$ – буде коефіцієнтом задоволення купівельного попиту або коефіцієнтом попиту. Чим менше осяде в запасах товарів з уповільненою оборотністю, тим вище буде коефіцієнт попиту й навпаки.

Зустрічається також аналіз ефективності маркетингової діяльності на підприємстві із заснуванням на розрахунку динаміки показників, що характеризують прибутковість комерційної діяльності господарюючого суб'єкта і його конкурентоспроможність: частка прибутку від комерційної діяльності підприємства; обсяг відвантаженої або реалізованої продукції; обсяг попиту на продукцію підприємства (місткість ринку); збитки служби маркетингу; коефіцієнт конкурентоспроможності підприємства [4].

Частка прибутку підприємства від комерційної діяльності є визначальним показником при оцінці якості організації, функціонування та управління маркетинговою системою, тому що ціль будь-якого комерційного підприємства укладається в максимізації одержуваного ним прибутку.

Показники попиту на продукцію торговельного підприємства й величини її фактичного відвантаження протягом певного періоду часу дозволяють визначити здатність суб'єкта господарювання повністю задовольнити попит споживачів, що в умовах ринку також стає однією з основних цілей. Аналіз збитків служби маркетингу необхідно зіставляти з вищезгаданими показниками для оцінки адекватності коштів, що витрачаються, фінансовим результатам комерційної діяльності. Оцінку прибутковості комерційної діяльності торговельного підприємства доцільно проводити на основі визначення коефіцієнта конкурентоспроможності.

Зустрічається аналіз і оцінка стану маркетингової діяльності на підприємстві, здійснювані з позицій її активності й ефективності [2]. У свою чергу, кожна з цих позицій повинна оцінюватися за основними напрямками маркетингової діяльності підприємства: товарної, цінової, збутової та комунікаційної політики. У цей час існує велика кількість показників, що дозволяють оцінити стан і тенденції роз-

витку маркетингу на підприємстві. Для цілей оперативного аналізу досить виділити два – три найбільш значимі показники, які могли б найбільше повно відображати кожен із напрямів маркетингової діяльності торговельного підприємства.

Активність маркетингової діяльності торговельного підприємства можна оцінювати за такими показниками:

1) товарну політику – за показниками, що характеризують ступінь і динаміку новизни продукції та її якостей;

2) цінову політику – за показниками, що характеризують рівень та динаміку цін на продукцію, а також рівень використовуваних знижок;

3) збутову політику – за показниками, що характеризують рівень і динаміку виконання зобов'язань перед споживачами, ступінь і динаміку після продажного обслуговування;

4) комунікаційну політику – за коефіцієнтами, що характеризують долю нових покупців, долю складених договорів за різними видами продукції, долю витрат на рекламу продукції.

Ефективність маркетингової діяльності дозволяє оцінити її кінцеві результати. Найбільш повно ефективність маркетингової діяльності підприємства відображають показники, що характеризують співвідношення результату й витрат на заходи в рамках товарної, цінової, збутової й комунікаційної політики. У рамках окремих напрямів маркетингової діяльності можна виділити такі показники економічної ефективності:

1) економічна ефективність реалізації нової продукції, підвищення якості продукції (товарна політика);

2) економічна ефективність від продажу продукції зі знижками (цінова політика);

3) економічна ефективність від своєчасного виконання зобов'язань перед покупцями, від підвищення рівня післяпродажного обслуговування (збутова політика);

4) економічна ефективність від рекламних заходів (комунікаційна політика).

Завершальним етапом оцінки маркетингової діяльності торговельного підприємства є виявлення складних тенденцій і розробка заходів, що дозволяють підвищити його ефек-

тивність і результативність функціонування служби маркетингу.

З огляду на взаємозв'язок розглянутих показників, необхідно проводити аналіз їхньої динаміки з позицій системного підходу, основними принципами якого є комплексність, безперервність, цілеспрямованість. Крім того, дотримання цих принципів дозволить найбільш повно й об'єктивно охарактеризувати поточний стан маркетингової діяльності й визначити напрями його подальшого розвитку.

Безумовно, активність і ефективність різних напрямів маркетингової діяльності торговельного підприємства залежить від раціональності організації служби маркетингу й ефективності роботи його персоналу. Оцінка маркетингової діяльності торговельного підприємства припускає порівняння отриманих результатів аналізу із прогнозованими значеннями відповідних показників, з показниками конкурентів і з результатами минулих періодів.

Таким чином, методичні підходи оцінки маркетингової діяльності торговельних підприємств потребують уваги й подальшої розробки науковими діячами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрютіна М. С. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємств : учеб.-метод. посібник / М. С. Абрютіна, А. В. Грачев. – 3 изд., испр. – М. : Дело и сервис, 2001. – 256 с.
2. Аналіз и оценка маркетинговой деятельности промышленного предприятия [Електронний ресурс] / В. Л. Берестов, С. А. Афонина // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 1 (25) – Режим доступу : <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=23489>. – Назва з екрана.
3. Матриця маркетингових показників для оцінки діяльності компанії [Електронний ресурс] / О. Сторожук. – Режим доступу : <http://b2blogger.com/blog/?p=327>. – Назва з екрана.
4. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия [Електронний ресурс] / В. Судник // Справочник экономиста. – 2004. – № 8. – Режим доступу : http://www.profiz.ru/se/8_2004/oeffindpp. – Название с титула экрана.

5. Оценка экономического аспекта маркетинговой деятельности предприятия [Электронный ресурс] / Л. И. Кочурова // Практический мар-

кетинг. – 2002. – № 9. – Режим доступа : <http://www.cfin.ru/press/practical/2002-09/03.shtml>.

УДК 347.71:334.012.64(477.75)

КОМЕРЦІЙНО-СОЦІАЛЬНА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ МАЛОГО БІЗНЕСУ АР КРИМ

І. А. Маркіна, доктор економічних наук; С. О. Єжов-Маряєв

Займаючись бізнесом, працівники будь-якого підприємства малого бізнесу стикаються з суспільним оточенням, зокрема з різними фінансовими інститутами, місцевими органами влади, ринковими партнерами, численними покупцями.

При такому складному різноманітті взаємодії різних ділових кіл формується і новий зміст управління маркетингом. Маркетинг набуває соціально-етичної форми, враховуючи багатопланову взаємодію підприємства, що працює на ринку на основі формування соціальної відповідальності перед суспільством.

Відбувається визнання соціальної відповідальності менеджменту й бізнесу як перед суспільством, так і перед окремими людьми, що працюють в організації. Тому значущість підприємств малого бізнесу на ринку визначається не лише кінцевим комерційним результатом, але й соціальною спрямованістю їх діяльності. Іншими словами, прагнучи вижити, зберегти і зміцнити завойовані на ринку позиції, малий бізнес повинен приділяти увагу вирішенню таких проблем, як соціально-корпоративна відповідальність (СКВ), культура організації (КО), сервісний потенціал підприємства (СПП), участь у соціально значущих акціях (СЗА).

Визначальним критерієм вирішення поставленої проблеми є, на наш погляд, ефективно функціонування малого підприємства в цілому, що можливо лише за умови досягнен-

ня високої якості обслуговування споживачів при створенні безпечного виробництва і споживання. У свою чергу, принциповою умовою реальності досягнення комерційно-соціальної значущості підприємством є максимальна участь останнього в діловому житті АР Крим з обов'язковим сервісним супроводом товару або послуги, участю в соціально-значущих акціях, формуванні соціально-корпоративної відповідальності та культури організації.

Соціально-етичний маркетинг є новою концепцією підприємства, для якого суспільні інтереси набувають вирішального значення при оцінці комерційно-соціального успіху.

Наразі не існує єдиного погляду на природу, сутність і практичне значення комерційно-соціальної активності підприємства.

За результатами дослідження визначено, що комерційно-соціальна активність підприємства (КСА) – це сукупні заходи, спрямовані на ефективне здійснення виробничих процесів, актів купівлі-продажу учасниками комерційного обороту, сервісного обслуговування з метою найбільш повного задоволення ринкового попиту для максимально можливого соціального захисту суспільства.

Незважаючи на негативне ставлення деяких підприємців до забезпечення соціальної активності бізнесу, зважаючи на порушення принципу максимізації прибутку, зростання витрат на соціальну відповідальність, недостатній рівень звітності перед громадські-

ттю, – прогресивно мислячі підприємці в соціальній активності вбачають сприятливі для підприємства довгострокові перспективи за рахунок зобов'язання поводитися соціально відповідально і наявність ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем.

Доведено, що зростання реалізованого соціального потенціалу означає зростання соціально-корпоративної відповідальності, культури організації, забезпечення безпечного

виробництва і споживання. Економічне зростання малого підприємства зумовлено також професіоналізмом персоналу, розвиненістю маркетингу, СКВ, КО, БТ. Наявність позитивного зворотного зв'язку в системі управління підприємством дозволяє запропонувати схему взаємозв'язку зростання соціального потенціалу з економічним зростанням підприємства (рис.).

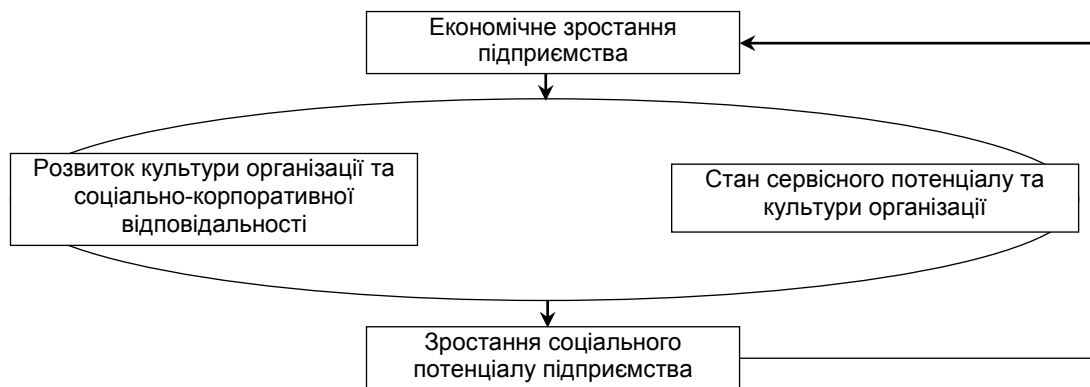


Рис. Взаємозв'язок зростання соціального потенціалу від рівня економічного зростання підприємства

Комерційно-соціальна активність залежить від економічного зростання підприємства малого бізнесу, оскільки можливості інвестицій у соціальну сферу в успішній фірмі більші. Оцінка діяльності малого бізнесу з урахуванням його соціальності означає порівняння результату досягнення рівня розвитку соціальних дій підприємства, що забезпечує економічне зростання підприємства і витрати на його досягнення.

Обґрунтовано, що головними чинниками комерційно-соціальної активності в діяльності малих підприємств є оцінка ринкового потенціалу його бізнесу, визначення і оцінка впливу сервісного потенціалу на соціальну значущість малого підприємства, визначення рівня розвитку комерційно-соціальної відповідальності та культури організації, забезпечення безпечної життєдіяльності та високої якості обслуговування. Завдання оцінювання КСА вирішується за допомогою порівняльного аналізу витрат і вигоди як у масштабах підприємства, так і крупніших об'єктів (регіон, галузь і ін.). У процесі оцінки КСА доцільно

проводити аналіз соціальних, економічних і екологічних наслідків бізнесу.

Постановка завдання оцінки комерційно-соціальної активності підприємства припускає, що попереднє витрачання ресурсів у напрямках використання засобів уже проведено, але надалі воно може уточнюватися за результатами оцінки реалізації окремих робіт і заходів.

Результати ринкової оцінки бізнесу, якщо вони позитивні, повинні визначати чіткі орієнтири фінансової стратегії з урахуванням політики використання власних і позикових засобів, кредитоспроможності, формування фінансової привабливості для інвесторів. Також виникає можливість провести розрахунок індексу ринкової ефективності завдяки проведенню кожної бізнес-операції окремо, що дозволяє отримати максимально реальний комерційний успіх з урахуванням імовірних ринкових втрат.

Аналіз засвідчив, що результати процесів діяльності малого підприємства пізнаються головним чином за допомогою системи показників. Проте в показниках віддзеркалюються,

головним чином, кількісні результати перетворення ресурсів. Якісна ж сторона результатів комерції пізнається лише на основі визначення характеру зв'язків між елементами комерційної діяльності, процесами та функціями управління. Зміст процесу аналізу є логічно обґрунтованою послідовністю прийомів перетворення інформації, що характеризує зв'язки і стосунки елементів в аналізованому об'єкті з метою поглибленого пізнання його суті.

До цього часу потенціал підприємства визначали за станом його основних фондів, чисельності працівників, їх кваліфікації та ін. Проте успіх підприємству забезпечується не кількістю працівників або станом його матеріально-технічної бази, а значною мірою готовністю і здатністю колективу підприємства вирішувати життєво важливі завдання в ринкових умовах господарювання.

Співвідношення об'єктивних і суб'єктивних засад у формуванні та використанні потенціалу, визначення його структури та функцій досліджені явно недостатньо. Тим часом в умовах ринкової економіки роль суб'єктивних чинників у діяльності підприємства зростатиме.

Потенціал підприємства має складну структуру, компоненти якого взаємозв'язані та взаємодіють один з одним. Аналіз показує, що з позицій вирішення стратегічних і тактичних завдань функціонування і розвитку потенціал може бути представлений матеріально-технічною базою, а також сукупністю організаційного, інформаційного, кадрового компонент. Але не варто забувати, що в умовах сучасної економіки успіх підприємству забезпечуватиме ефективно використовуваний сервісний потенціал.

Сервісний потенціал підприємства (СПП) – невід'ємна частина потенціалу підприємства, яка є його сукупною здатністю забезпечувати постійну конкурентоспроможність, комерційно-соціальну кон'юнктуру його товару або послуги на ринку завдяки наданню сервісних комерційних послуг.

Сервісний потенціал повинен створювати передумови для досягнення підприємством того або іншого рівня конкурентної переваги, певного стилю та іміджу, формування корпо-

ративної соціальної відповідальності та культури організації, забезпечення безпечного виробництва та споживання.

З визначення СПП стає очевидно, що сервісний потенціал підприємства є однією із головних складових комерційно-соціальної активності малого підприємства. Осмислення СПП як нерозривної складової в організації маркетингової діяльності, що забезпечує вихід підприємства на перспективніші ринки, є важливою умовою становлення сервісної економіки в нашій країні.

З розвитком комерції послуг у створюваній ринковій економіці України вона все більш набуває сервісного характеру, поступово перетворюючись з економіки виробників в економіку якнайповнішого задоволення специфічного попиту споживачів.

Поява нових послуг і галузей веде до розвитку сервісності виробництва.

За результатами дослідження варто відзначити, що сервісність (походить від англ. слова – service – послуга) – процес активного інвестування в інфраструктурні галузі, який обумовлений зростанням доходів, розширенням потреби в кредитних ресурсах, прискоренням темпів НТП і пошуком ресурсозберігаючих технологій у сфері виробництва та реалізації продукту.

Сервісна економіка характеризується такими основними чинниками:

- поняття корисності товарів ототожнюється не лише з матеріальною якістю, але і з розвитком супутніх послуг і процесів, що забезпечують ефективність бізнесу;
- у поняття «якість» додається здатність підприємства взаємодіяти зі споживачем;
- змінюється стиль і методи управління: з'являється гнучкість, адаптивність, швидкість прийняття рішень, активізуються маркетингова та логістична компоненти управління;
- виробнича система більш відкрита, споживач має тісний зв'язок із виробником;
- конкуренція спрямована на співробітництво і взаємодію для більш повного задоволення потреб клієнтів;
- підприємства спрямовують свою діяльність на більш повне задоволення потреб клієнтів.

Розвиток сучасного професійного бізнесу нерозривно пов'язаний зі станом сервісності виробництва, розподілу, обміну, споживання товарів і послуг. Сервісність підприємства (СП) – один із важливих елементів сучасного цивілізованого ринкового механізму, безпосередньо пов'язаного з максимізацією споживчої задоволеності та підвищенням на цій основі ефективності виробництва і комерції, що активно розвиваються.

За рахунок успішної реалізації СП підприємства виходять на соціальну арену для отримання максимально можливих результатів комерційної діяльності. СП залежить від рівня розвиненості маркетингу послуг на підприємстві, наявності підготовлених фахівців у цій галузі, ефективності управління маркетингом, від розробленості маркетингового інструментарію і використання його для вирішення завдань, які визначаються головною метою функціонування підприємства, рівнем розвиненості комунікацій та ін.

Сервісна економіка супроводжується різноманітними процесами, спрямованими на підвищення якості послуги. Якість набуває вирішального значення. Згідно зі стандартами ISO, якість послуг визначається як сукупність властивостей і характеристик послуги, які надають їй здатність задовольняти обумовлені та передбачувані потреби, тобто якість послуги – рівень її споживчих властивостей, який проявляється на ринку послуг.

Матеріальне вираження якості послуги відображене в різних стандартах обслуговування клієнтів з урахуванням вимог міжнародних стандартів в області виконання попередніх і поточних замовлень з використанням сучасних засобів електроніки й автоматизації.

Сучасний досвід свідчить, що комерційно-соціальна активність бізнесу характерна для підприємств, у яких на високому рівні розвинені принципи соціально-корпоративної відповідальності. Практика роботи провідних підприємств АР Крим неодноразово показувала майстерність і здатність заздалегідь передбачати і швидко вирішувати непорозуміння всередині трудового колективу.

Основними правилами соціально-корпоративної відповідальності є: повага до індивідуалізму; орієнтація на людину, його творчі можливості; виховання гордості за виконану роботу; розвиток корпоративної культури з її традиціями, етичними цінностями; відповідальність за охорону навколишнього середовища. На основі вищевикладеного можна відзначити, що результатом реалізації комерційно-соціальної активності підприємства обов'язково буде привернута увага споживачів, що позитивно вплине на економічну ефективність його діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Синяева И. М. Основы коммерческой деятельности / И. М. Синяева. – М. : ЮНИТИ, 2000. – 287 с.
2. Синяева И. Коммерция и риск. Модель комплексной оценки рыночного потенциала торгово-посреднических структур / И. Синяева, А. Якоби // РИСК. – 1998. – № 1. – С. 25–30.
3. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии / Ф. Котлер. – М. : Москва, 2000. – 271 с.
4. Крылов И. В. Маркетинг. Социология маркетинговых коммуникаций / И. В. Крылов. – М. : Центр, 1998 – 192 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Интел-Синтез, 2000. – 640 с.

III. ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ

УДК 330.101

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

І. Г. Брітченко, доктор економічних наук

На сучасному етапі розвитку економіка України формується на ринкових засадах, відбувається її активна інтеграція до європейських і світових ринків. Важливою складовою ефективного функціонування вітчизняної економіки в ринкових умовах є здатність інфраструктури регіонів адекватно реагувати на відповідні потреби її споживачів: суб'єктів господарювання та населення. Якщо розглядати інфраструктуру в загальноприйнятому сенсі як сукупність галузей народного господарства, які обслуговують промисловість і сільське господарство, особливе місце посідає саме фінансове обслуговування, важливість якого проявилася особливо актуально під час світової кризи. У межах даної статті ми маємо можливість зупинитися лише на фінансових аспектах регіональної інфраструктури та її банківської компоненти. Доведено, що в системі фінансової інфраструктури центральне місце посідає банківська система. Значимість банківської системи для розвитку регіонів України, як і держави в цілому, визначається і тим, що вона завершила етапи формування національної кредитно-розрахункової системи та ринку банківських продуктів.

Тому на даному етапі розвитку актуальним є пошук нових науково-обґрунтованих інструментів підвищення конкурентоспроможності як комерційних банків, так і всієї системи,

що, в свою чергу, забезпечить розвиток і конкурентоспроможність регіональних економік. Вирішити зазначене завдання можливо при комплексному підході до стратегічного управління регіональним розвитком, що буде включати як компоненти виробничого наповнення, так і інфраструктурного.

Метою статті є обґрунтування ролі саме фінансової складової інфраструктури як умови ефективного стратегічного управління регіональним розвитком.

Основою стратегічного управління регіональним розвитком є стратегічний портфель, який містить комплекс стратегій, реалізація яких спрямована на досягнення регіональної довгострокової конкурентоспроможності. Місце стратегії інфраструктури в стратегічному портфелі регіону показано на рис.

На сучасному етапі розвитку економіка України формується на ринкових засадах, відбувається її активна інтеграція до європейських та світових ринків. Важливою складовою ефективного функціонування вітчизняної економіки в ринкових умовах є здатність банківської системи адекватно реагувати на відповідні потреби споживачів: суб'єктів господарювання та населення. Банківська система України завершила етапи формування національної кредитно-розрахункової системи та ринку банківських продуктів.

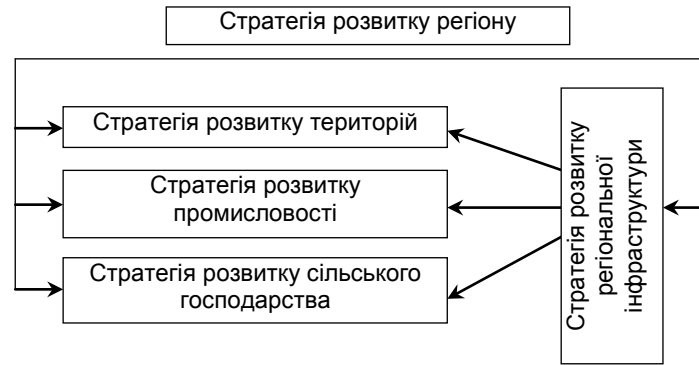


Рис. Місце стратегії розвитку інфраструктури у стратегічному портфелі регіону

Тому на даному етапі розвитку актуальним є пошук нових науково обґрунтованих інструментів підвищення конкурентоспроможності як комерційних банків, так і всієї системи. Вирішити зазначене завдання можливо таким чином: за рахунок підвищення ефективності регулюючої функції Національного банку України (адміністративні методи або регулювання «зверху») та шляхом покращення банківських продуктів відповідно до потреб споживачів (ринковий метод або механізм саморегуляції «знизу»). Саме механізми саморегуляції будь-якої системи є набагато ефективнішими й особливо актуальними для суб'єктів господарювання в ринкових умовах. Саме такий напрям саморегуляції наукових досліджень повністю збігається з принципами організації та функціонування підприємств споживчої кооперації. Тому запропоновані інноваційні інтегровані банківські послуги є доцільними для використання кооперативними банками при формуванні маркетингової стратегії просування банківських послуг.

У сучасних економічних умовах подальшого розвитку та поглиблення ринкових відносин в Україні, її інтеграції до світових та європейських економічних процесів усе більш актуальним стає питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної банківської системи та створення сприятливих умов для інноваційного розвитку банківських продуктів. Світові процеси поглиблення розподілення ринків і капіталу підвищують актуальність цього питання. Б. І. Суховірський зазначає, що «необхідна розробка теоретичних і прикладних проблем у рамках нового наукового

напрямку – геоекономіки, що розвинулась у світовій економічній науці в умовах посилення процесів глобалізації і регіоналізації. У рамках геоекономіки України особливо актуальним є поєднання внутрішніх особливостей із впливом світового ринку. Таким чином, геоекономіка висуває підвищені вимоги до економічних досліджень, що повинні поєднувати знання про особливості світової економіки та міжнародних відносин із професіоналізмом стосовно даного регіону» [1].

Аналіз національних банківських механізмів, заснований на специфіці формування залучених ресурсів, показує особливу роль таких факторів, які найбільш суттєво впливають на конкурентоздатність національної банківської системи:

1. розмір капіталу вітчизняних банків;
2. наявність і рівень розвитку мережі закордонних філій вітчизняних комерційних банків;
3. асортимент і якість національних банківських продуктів.

При порівнянні статутного, залученого або іншого капіталу українських банків можна переконатися, що їх капітал вимірюється десятками або сотнями мільйонів доларів, тоді як капітали європейських, американських або японських банків вимірюються як мінімум десятками або сотнями мільярдів євро і більше. Наприклад, один із багатьох комерційних банків Греції «Альфабанк», банківська система якого слабо розвинутою відносно інших членів Євросоюзу, володіє активами понад 40 млрд євро. Статутний капітал Національного банку України становить 10 млн грн [2].

Загальновідомо, що навіть дуже швидкі темпи росту національної економіки України та адекватні темпи збільшення розміру банківського капіталу не дозволяють суттєво скоротити існуюче відставання. Сумарний розмір залучених банківських депозитів десяти найбільших банків США у 2007 р. становить 3 207 млрд дол. [3]. Розмір залучених депозитів у 150 найбільших банків США зображено у додатку А [3]. Загальна сума депозитів всіх українських банків приблизно у 62 тис. разів менше за сукупні депозити десяти найбільших банків США. Порівняння розміру власного або статутного капіталу вітчизняних і іноземних банків також підтверджує неконкурентоспроможність українських банків на світовому ринку.

Аналіз наявності та рівня розвитку мережі закордонних філій українських банків свідчить про те, що така мережа майже відсутня. Україна має за кордоном лише філію Приватбанку в м. Нікосія (Кіпр) і частку 13 % (департамент) Національного банку України в Чорноморському банку торгівлі і розвитку м. Салонікі (Греція) [2, 5]. Але українські закордонні філії є дуже малими і ніякого суттєвого впливу на міжнародні розрахунки та мультиплікаційні процеси не мають і мати не можуть. У той же час доведено, що відсутність закордонних філій національної банківської системи призводить до постійного перерозподілу частки національного валового продукту до банківських систем інших країн. Очевидним є також і той факт, що українська банківська система не володіє достатньою кількістю фінансових ресурсів навіть для створення мережі закордонних філій по всьому світу, не говорячи про підтримку такої мережі.

У той же час перегляд сайтів провідних світових банків, таких як Bank of America, Citicorp, JP Morgan Chase, Wells Fargo, Bank of New York, Royal Bank of Scotland, Merrill Lynch and Company, Toronto-Dominion Bank, Harris Financial Corp., Morgan Stanley, Deutsche Bank, Royal Bank of Canada, American Express Co., Bank of Hawaii, Wilmington Trust, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A., First Niagara Financial, Boston Private Financial Holdings, Inc. Golden 1 Credit Union тощо свідчить про наявність у

них розгалуженої мережі філій і регіональних представництв у десятках і сотнях країн світу.

Українська банківська система навряд чи здатна конкурувати з іноземними банками не тільки на світових ринках, а і в межах національного економічного простору. Науковці, банкіри, політики, клієнти банків та пересічні громадяни повністю усвідомлюють факт сенсації конкурентоспроможності вітчизняної банківської системи без її підтримки з боку держави. Водночас подальше просування та інтеграція України до світових економічних процесів і інтеграція до світових економічних організацій формують потребу в необхідності відмови від державної підтримки вітчизняних банків або її суттєвого зменшення, створення рівних умов для вітчизняних та іноземних банків на внутрішньому ринку банківських продуктів України. Це є важливим чинником виникнення реальної небезпеки та загрози вітчизняному ринку банківських продуктів і економіці України в цілому.

Навіть загальний аналіз асортименту та якості вітчизняних банківських продуктів показує, що вартість вітчизняних банківських продуктів для клієнта є вищою за вартість продуктів на світових ринках. Для підтвердження цього достатньо порівняти відсотки від кредитів і депозитів на ринках банківських продуктів різних країн.

Таким чином, теоретично можливі такі способи підвищення конкурентоспроможності національної банківської системи України:

1. Упровадження серйозних реформ банківської системи України, спрямованих на її зміцнення. До таких перетворень можна віднести політику Національного банку, спрямовану на підвищення власного капіталу банків, заохочення створення банківських філій за кордоном, інтенсифікацію моніторингу банків, розширення асортименту банківських продуктів, оптимізацію золотовалютного запасу країни, вдосконалення системи розрахунків клієнтів банків при здійсненні міжнародних операцій тощо. Зазначене реформування банківської системи України повинно здійснюватись за рахунок інтенсифікації реформування інших галузей економіки при одночасному об-

меженні державою доступу іноземних банків до українського ринку банківських продуктів.

2. Отримання від світової спільноти певного перехідного періоду для завершення системних реформ в Україні та зміцнення власної банківської системи. Зазвичай, цей термін становить 5–7 років, тобто вважається, що цього терміну буде цілком достатньо для підвищення конкурентоспроможності українських банків до безпечного рівня. Якщо такий термін буде замалий, то допускається можливість його продовження на кілька років.

3. Повна лібералізація українського банківського ринку з метою припливу до країни потужного іноземного капіталу для розвитку процесів суспільного відтворення. Це призведе до банкрутства біля третини вітчизняних банків і часткової втрати незалежності банківської системи України. При цьому ті українські банки, що залишаться на вітчизняному ринку, суттєво зменшать власну частку. Таким чином, для національного капіталу існує реальна загроза втрати понад половини банківського ринку. Це розглядається як плата за розвиток галузей виробництва вітчизняного ВВП, тобто частина українського банківського капіталу має бути принесена в жертву заради розвитку капіталу у виробничому секторі.

4. Відмова від інтеграції банківської системи України до світової, створення власної системи, не схожої на закордонні аналоги, тобто свій особистий шлях (по аналогії з Китаєм та окремими арабськими країнами) або навіть створення абсолютно не схожої ні на кого власної банківської системи, що забезпечить ефективне функціонування національної економіки при адекватності взаємостосунків із міжнародними банківськими та платіжними системами, світовими фінансовими установами.

На нашу думку, жодна із зазначених моделей розвитку банківської системи України не відповідає вимогам сьогодення. Перший варіант розвитку має ряд недоліків. По-перше, масштабні реформи банківської системи в умовах існуючої політичної нестабільності та загострення боротьби між різними гілками влади можуть призвести до втрати довіри певного значного кола вкладників і втрати систе-

мою суттєвого обсягу ресурсів, тоді як реформи потрібні для збільшення капіталу банків, відкриттю закордонних філій тощо. По-друге, у банківській системі навіть без втрати національного капіталу не вистачає ресурсів для здійснення масштабного реформування та створення конкурентоздатної закордонної мережі філій. Навіть за дуже високих темпів розвитку українських банків вони не зможуть досягти конкурентоздатності навіть у середньостроковій перспективі. По-третє, зазначене реформування на певний термін (особливо на початку масштабних реформ) дещо послабить вітчизняні банки, що потребує створення в країні більш сприятливих умов для вітчизняних банків і, безумовно, викличе незадоволення міжнародної банківської, фінансової та політичної спільноти.

Отримання для банківської системи перехідного періоду, з одного боку, не реальне, а з іншого, як свідчить практика реформування інших галузей, не призведе до суттєвих позитивних наслідків, тому що всі зазначені недоліки у попередній моделі розвитку все одно залишаються. Крім того, для отримання певного терміну для перехідного періоду треба чітко усвідомлювати послідовність виконання дій та якою має бути мета перетворень, а в Україні не існує ні моделі, ні плану дій, ні усвідомлення завдань і реальних механізмів їх здійснення.

Повна лібералізація ринку банківських послуг є найбільш реальним сценарієм розвитку, але вона має дуже суттєвий недолік, який полягає у тому, що це призведе до переходу банківського капіталу України у вигляді механізмів формування, функціонування і перерозподілу фінансових ресурсів до іноземних установ та організацій, що неминуче призведе до негативних наслідків у середньостроковій перспективі. До таких наслідків можна віднести переміщення податкової бази банківської системи до країн походження іноземних банків в Україні, можливу монополізацію ринку банківських продуктів України іноземними банками, кредитну та фінансову залежність від приватного іноземного капіталу підприємств, що виробляють національний продукт, послаблення курсу національної валюти тощо.

Четвертий варіант може існувати лише теоретично, тому що він упроваджує в банківську систему України певні неринкові елементи та відносини. Взагалі вірогідність наявності будь-якого «особливого» шляху в економіці існує лише теоретично. Певна специфіка «китайської моделі» неприйнятна до України внаслідок величезної різниці у ресурсній базі та багатьох інших чинників. Україна не має настільки потужну економіку, щоб дозволити собі черговий економічний експеримент, особливо з такою важливою її складовою як банківська система.

Українська банківська система опинилася в умовах, коли, з одного боку, вітчизняний банківський капітал знаходиться у небезпеці, що загрожує і іншим економічним процесам та явищам в Україні, а з іншого – відсутні традиційні та очевидні способи вирішення проблеми. В таких умовах доцільно застосовувати дещо незвичайні (але не надзвичайні) заходи, які, з одного боку, є достатньо надійними й ефективними, а з іншого – опрацьованими та перевіреними.

На наше тверде переконання, вирішити проблему можливо, впровадивши інноваційні інтегровані банківські послуги, здатні суттєво підвищити якість вітчизняних банківських продуктів і підвищити ефективність використання обмеженої кількості фінансових ресурсів вітчизняної банківської системи, тобто в сучасних економічних умовах підвищення конкуренції на ринку банківських продуктів як у межах національного ринку банківських продуктів, так і на міжнародному ринку банківського капіталу актуальним є інноваційний підхід до впровадження та просування банківських продуктів на основі банківського маркетингу. Основні напрями інноваційного розвитку банківського маркетингу збігаються з основними напрямками наукових досліджень ринку банківських продуктів, а саме:

- упровадження інноваційних банківських послуг;
- розширення асортименту банківських продуктів при одночасному вдосконаленні існуючих;
- інтеграція банківської системи України у світову та європейську банківську систему;

- передумови та напрями підвищення капіталу та конкурентоспроможності українських комерційних банків;

- механізми вдосконалення керованості банківської системи України з боку Національного банку.

Дослідження асортименту банківських продуктів показує, що основним резервом упровадження та розвитку маркетингових інновацій є такі види банківських продуктів:

1. Банківські послуги, насамперед послуги з розрахунково-касового обслуговування клієнтів.

2. Інтернет-продукти комерційних банків, які найбільшою мірою потребують інноваційних підходів для подальшого розвитку. Такі продукти можна умовно класифікувати таким чином:

- інтернет-банкінг щодо організації віддаленого доступу клієнта до поточного рахунка у банку;

- інтернет-рахунки або інтернет-послуги щодо здійснення розрахунків (обмінних операцій, накопичення тощо) в межах самої мережі Інтернет. Цей напрям є найбільш інноваційним для клієнтів Українських банків;

- мобільний банкінг, який поєднує переваги інтернет-послуг і можливості операторів стільникового зв'язку.

3. Продукти, пов'язані з розширенням можливостей електронних платіжних карток, а також упровадженням нових карток на чіповій основі.

4. Продукти споживчого кредитування, пов'язані з удосконаленням заставних та інших механізмів забезпечення зворотності споживчих кредитів, та зменшенням відсоткового навантаження на позичальника.

5. Банківські кредитні продукти суб'єктам підприємницької діяльності, які забезпечуються векселями або іншими цінними паперами. Інновації цього сектора повинні стосуватися перш за все механізму використання переказних векселів як платіжного інструменту та як механізму забезпечення боргових зобов'язань.

6. Банківські продукти стимулювання малого бізнесу в Україні.

Наступним актуальним напрямом, що потребує інноваційного підходу для проблем

банківської системи України, є діяльність закордонних комерційних банків на ринку банківських продуктів України. Посилення присутності закордонних банків в Україні, з одного боку, робить більш наочним неспроможність переважної більшості вітчизняних банків конкурувати із закордонними. З іншого боку, навіть теоретичне припущення впровадження будь-яких обмежень діяльності іноземних банків в Україні дає можливість стверджувати, що Україна відмовляється від принципів ринкової економіки та вільної конкуренції, а також не призводить до підвищення якості національних банківських продуктів.

Разом з тим, головний акцент у ході впровадження інноваційних підходів у сучасну банківську діяльність доцільно спрямувати у розробку та впровадження інтегрованих банківських послуг, які спроможні докорінно змінити ефективність функціонування банківської системи України.

Посилення конкурентної боротьби на ринку банківських продуктів як в Україні, так і за кордоном призводить до того, що науковці все більше схиляються до необхідності поглибленого дослідження інноваційних банківських продуктів комерційних банків, таких як інтегровані банківські послуги. Як відомо, підприємства виникли внаслідок розділення праці, що зумовило розвиток науково-технічного прогресу та суттєві соціальні трансформації. Комерційний банк є підприємством, котре веде господарську діяльність в ринкових умовах для отримання прибутку. Банк, як і будь-яке підприємство, реалізує банківські продукти за однаковими для всіх ринків маркетинговими законами. Особливістю банківської діяльності є той факт, що внаслідок специфічного механізму формування та використання ресурсів банк не може збанкрутувати за об'єктивних причин. Негативний результат діяльності комерційного банку може бути отриманий виключно внаслідок недбалості, непрофесійності або зловживаннями керівництва банківської установи.

Науковими дослідженнями вітчизняних учених доведено, що гарантована прибутковість банку та банківської системи полягає у механізмі формування дешевих ресурсів за

рахунок використання залишків на поточних рахунках клієнтів і багаторазовому їх збільшенню внаслідок механізму мультиплікації в процесі кредитування. Джерелом додаткових (звичайних з погляду прибутковості порівняно з іншими підприємствами небанківського сектора) є банківські послуги та залучення депозитів. При цьому логіка просування банківських послуг аналогічна логіці просування будь-яких послуг на будь-якому ринку. Логіка просування депозитних продуктів банку являє особливий інтерес для подальшого розвитку банківського сектора економіки.

Суть залучення депозитів до банку полягає в тому, що клієнти не можуть одночасно тримати гроші у нагромадженні та обігу, що зумовлює наявність вибору у відкритті поточного або депозитного рахунку. При цьому обидві категорії грошових ресурсів (залишки на поточних і депозитних рахунках) формують ресурси комерційного банку, тобто обидві групи грошей залучаються до кредитних операцій і беруть участь у мультиплікаційних процесах банківської системи. Принциповою відмінністю цих видів банківських ресурсів є розмір доходу, який вони приносять банку та банківській системі. Незаперечним є той факт, що залишки на поточних рахунках є джерелом безкоштовних або дуже дешевих ресурсів банку [8, 9]. Депозити коштують банку певних витрат у вигляді відсотків на рівні, що дозволяє отримати банківську маржу.

Наявність в Україні ринку банківських продуктів обумовлює необхідність маркетингового дослідження механізмів їх просування. Для цього потрібно чітко усвідомлювати той факт, що просування банківських послуг і інших банківських продуктів суттєво відрізняються. Всі банківські продукти умовно можна поділити на продукти, пов'язані з ринком капіталу: кредитні та депозитні продукти, гарантії, заставні операції тощо та банківські послуги. З огляду на специфіку банківських механізмів формування, функціонування та розподілення капіталу, визначальними для отримання банком прибутку, безумовно, є кредитні операції комерційних банків, котрі детально описані в наукових працях багатьох вітчизняних учених. Саме кредитні операції на ринку капіталу

дозволяють банку використовувати залишки на поточних рахунках клієнтів як безоплатні ресурси для формування кредитного портфеля, котрий багаторазово збільшується внаслідок наявності мультиплікаційного ефекту в процесі кредитування.

При цьому фахівці, які досліджували ці питання, недостатньо уваги приділили банківським послугам. Саме послуги банку, перш за все, послуги по розрахунково-касовому обслуговуванню, задовольняючи відповідну потребу клієнтів, дозволяють банку використовувати переваги специфічних механізмів формування та функціонування банківського капіталу. Якість банківських послуг дозволяють не тільки залучити до банку ресурси клієнтів, що знаходяться у розрахунках, вони дають можливість утримати клієнта та сформувати певні конкурентні переваги одного комерційного банку над іншим. Підхід до банківських послуг як до інструменту залучення ресурсів клієнтів і формування конкурентних переваг банку дозволяє застосування інноваційної стратегії у наданні послуг банками.

Застосування інноваційної стратегії при просуванні банківських послуг може полягати у використанні традиційних прийомів підвищення ефективності просування банківських послуг, таких як:

- розширення асортименту банківських послуг;
- підвищення якості за рахунок максимального урахування потреб і побажань споживачів;
- зниження вартості послуг;
- рекламна підтримка та паблік релейшнз.

Специфічними прийомами підвищення ефективності просування банківських послуг можуть бути такі:

- стандартизація банківських послуг;
- інтегровані банківські послуги.

Інтегровані банківські послуги слід розуміти як інноваційні послуги, що дозволяють поєднати в одному банківському продукту ознаки послуги та депозитної (капіталізованої) операції. Яскравим прикладом такої операції може бути розрахунково-касове обслуговування поточних рахунків клієнтів із одночасним нарахуванням відсотків на ресурси клієнта у

розмірі, що частково компенсує втрати від виведення ресурсів із нагромадження.

Як відомо, суб'єкти підприємницької діяльності в переважній більшості випадків при відкритті рахунку у банку знаходяться перед вибором спрямування фінансових ресурсів на нагромадження або у розрахункові операції. Єдиним винятком є оформлення суб'єктом підприємницької діяльності простого або переказного векселя, котрий поєднує в собі розрахункові та накопичувальні механізми. В інших випадках клієнт повинен вибирати: витратити гроші або нагромаджувати. Окремі банки для заохочення клієнтів відкривати поточних рахунків саме у власному банку використовують практику нарахування невеличких відсотків по залишках клієнта на поточних рахунках. Розмір таких нарахувань коливаються у межах 0,5–1,5 %. Ці відсотки не можуть суттєво компенсувати втрати клієнтів від вилучення його ресурсів із мультиплікаційних процесів. Одночасно ці нарахування дозволяють створити конкурентні переваги певного комерційного банку над іншими.

Просування інноваційних інтегрованих банківських послуг являє собою посилення конкурентних переваг банку, який впроваджує якісно нові принципи у розрахунковому обслуговуванні. Зазначені конкурентні переваги полягають у тому, що банк встановлює відсоткову ставку по залишках на поточному рахунку, яка не просто заохочує, а й частково компенсує суттєву долю (приблизно 50 %) наявних або потенційних втрат клієнтів від вилучення його ресурсів із мультиплікаційного процесу. Розмір відсоткової компенсації у такому випадку доцільно прив'язувати не до процентної політики окремого комерційного банку, а відображати у відсотках від облікової ставки НБУ. Це наочно та переконливо порівнює відсоткову політику окремого банку по відношенню до макроекономічних тенденцій і дозволяє неупереджено аналізувати її з відсотковою політикою інших банків.

Наприклад, можливість отримання клієнтом банку 50 % компенсації від розміщення ресурсів на поточному рахунку комерційного банку, з одного боку, дає суттєві переваги окремому банку при залученні клієнтів на роз-

рахунково-касове обслуговування до певного банку, а з іншого – значно полегшує вибір клієнта при визначенні розміщення ресурсів у накопиченні або здійсненні поточних платежів.

Отже, стратегічне управління регіональним розвитком в умовах високого ступеня турбулентності регіонального та глобального середовища залежить головним чином не від ресурсної бази, а від інфраструктури, яка забезпечує раціональну організацію стратегічного управління. Дослідження показало, що інфраструктура регіону повинна мати власну стратегію, яка безпосередньо пов'язана з галузевими та територіальними регіональними стратегіями. В складі стратегії інфраструктури особливе місце відведено банківській системі, її розвиненості, ефективності та інноваційності, що в комплексі формує базис для забезпечення регіональної конкурентоспроможності.

У подальшому заплановано розробити математичну модель впливу банківської системи на рівень регіонального розвитку. При цьому ефективність математичної моделі відповідних розрахунків буде визначати ефективність функціонування комерційних банків і банківської системи.

ЛІТЕРАТУРИ

1. Суховірський Б. І. Регіональна стратегія економічного розвитку України / Б. І. Суховірський. – К. : [б. в.], 2000. – 154 с.
2. Сайт ВАТ «Укресімбанк» : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eximb.com>. – Заголовок з титулу екрана.
3. Сайт банку «Правексбанк» : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pravex.com>. – Заголовок з титулу екрана.
4. Офіційний веб-сайт «Імпортёрів і експортёрів України» : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eximbase.com>. – Заголовок з титулу екрана.
5. Інформація, отримана з офіційного веб-сайта Державного комітету статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Заголовок з титулу екрана.
6. Банкротство: стратегия и тактика выживания. Ч. 1. Как избежать банкротства / под ред. Г. П. Иванова, В. А. Кашина. – М. : [б. в.], 1993. – 293 с.
7. Бритченко И. Г. Системность банковского дела и реальный капитал / И. Г. Бритченко. – Донецк : ИЭПИ НАН Украины, 1998. – 134 с.
8. Бритченко И. Г. Реальный капитал в современных условиях / И. Г. Бритченко, В. А. Товстик // Схід. – 1999. – № 3 (27). – С. 17–24.
9. Бритченко И. Г. Подальше удосконалення банківського механізму на сучасному етапі / И. Г. Бритченко, О. М. Момот // Господарський механізм: сутність, структура, подальше удосконалення на сучасному етапі : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 17–19 квітня 2008 р. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – С. 79–81.

УДК 657

ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМНОГО КОМПЛЕКСУ «ПАРУС» ДЛЯ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ БЮДЖЕТНИМИ УСТАНОВАМИ ОРГАНАМИ СТАТИСТИКИ: ФУНКЦІОНАЛЬНІ МОЖЛИВОСТІ ТА НЕДОЛІКИ

Т. Я. Тищенко

Останнім часом активно впроваджуються новітні технології і результати науково-технічного прогресу в усі сфери життя, бухгал-

терський облік стає обліком комп'ютерним. Нині важко уявити сучасну бухгалтерію без комп'ютера, а професійного бухгалтера без

знання бухгалтерської комп'ютерної програми. Адже використання персональних комп'ютерів і програмних продуктів, призначених для ведення бухгалтерського обліку, полегшують працю бухгалтера, а тому комп'ютерна форма ведення обліку стає найбільш поширеною та популярною.

На сучасному ринку представлено досить широкий асортимент програмних продуктів, призначених для ведення бухгалтерського обліку. Це дає змогу обирати продукт, який буде відповідати всім вимогам конкретного підприємства або цілої галузі. На рівні Державного комітету статистики було обрано комп'ютерну програму «Парус», яку використовують усі регіональні представництва органів статистики для автоматизації бухгалтерського обліку.

Даний програмний комплекс відомий не лише на ринку подібних послуг, а й у процесі ведення бухгалтерського обліку бюджетних установ країн пострадянського простору. Він має свої недоліки та переваги, які ми і пропонуємо розглянути.

Питання автоматизації та комп'ютеризації обліку в цілому цікавить багатьох учених, які займаються дослідженнями в галузі бухгалтерського обліку, проте лише деякі вивчають особливості застосування комп'ютерних програм для ведення бухгалтерського обліку бюджетними установами, а саме: Ф. Ф. Бутинець, С. В. Івахненко, М. Р. Лучко, Ж. А. Прокопчук, С. В. Сисюк, Н. М. Хорунжак, Л. О. Терещенко та ін. За останні роки було видано чимало навчальної літератури, яка розкриває сутність інформаційних систем для обліку, їх значення, проте деякі автори [2, 3, 4, 6, 13] навіть не надають характеристики основним бухгалтерським комп'ютерним програмам. Це може бути зумовлено стрімким розвитком програмних продуктів для обліку, їх постійним удосконаленням, появою нових можливостей або застарілою інформацією, яка використовувалась для видання. Вважаємо, що навчальна література з даного питання повинна містити не лише основні положення кожної із найпоширеніших комп'ютерних програм, а ще й рекомендації для застосування тієї чи іншої програми в різних галузях економіки.

Тема використання програмного комплексу «Парус» в обліку бюджетними установами

є досить актуальною в сучасних умовах. По-перше, недостатня висвітленість у навчальній літературі загальних характеристик і особливостей практичного застосування, по-друге, популярність даної програми серед бюджетних установ нашої країни спонукає досліджувати це питання глибше та підтверджує актуальність даної проблеми.

Окрім того, затвердження Стратегії розвитку державної статистики передбачає модернізацію та вдосконалення програмно-технічної інфраструктури інформаційної системи й організаційної структури органів державної статистики [9].

Метою публікації є дослідження основних функціональних можливостей програмного комплексу «Парус» при застосуванні в обліку бюджетними установами органами статистики, а також його недоліки.

Форму бухгалтерського обліку деякі вчені [1, 10] розуміють як сукупність облікових реєстрів, які використовуються в певній послідовності та взаємодії для ведення обліку із застосуванням принципу подвійного запису. Інші [7] форму розуміють як усе те, що лежить між первинними носіями облікової інформації і бухгалтерським звітом. Деякі [12] зазначають, що форма бухгалтерського обліку має відображати відповідну технологію облікового процесу. Всі вчені, які дають визначення формі бухгалтерського обліку, підходять до цього питання з різнобічно, а тому й визначення різні.

Проте, коли дають визначення комп'ютерній формі обліку, всі однакові, що це форма ведення бухгалтерського обліку при якій використовується комп'ютерна техніка. А оскільки законодавчо регламентованого терміна «комп'ютерна форма обліку» сьогодні немає, то кожен автор сам визначає, яку саме роль у ній посяде комп'ютерна техніка. З цього приводу слушно зауважив Л. К. Сук [10], який вважає, що при використанні комп'ютерів у процесі ведення обліку поняття форми бухгалтерського обліку переходить у поняття комп'ютерної системи бухгалтерського обліку, яка забезпечує автоматизацію обробки та систематизацію інформації для потреб управління. В. І. Лемішовський [5] взагалі вважає, що окремо виділяти автоматизовану форму

обліку недоцільно, оскільки це лише спосіб ведення бухгалтерського обліку, який ґрунтується на використанні принципів меморіально-ордерної або журнальної форми. Однак, погоджуємося з думкою Івахненкова С. В. [4] в тому, що основною особливістю та відмінністю комп'ютерної форми обліку є те, що вона не може існувати без конкретної комп'ютерної програми для бухгалтерського обліку.

На нашу думку, доцільно доповнити визначення автоматизованої форми бухгалтерсько-

го обліку та додати, що комп'ютерна форма обліку базується на використанні саме програмного забезпечення для ведення обліку (ведення бухгалтерського обліку бюджетними установами органами статистики здійснюється за допомогою програми «Парус»). Вибір саме програмного комплексу «Парус» для автоматизації бухгалтерського обліку бюджетних установ органів статистики може бути зумовлений його перевагами, наведеними на рис.

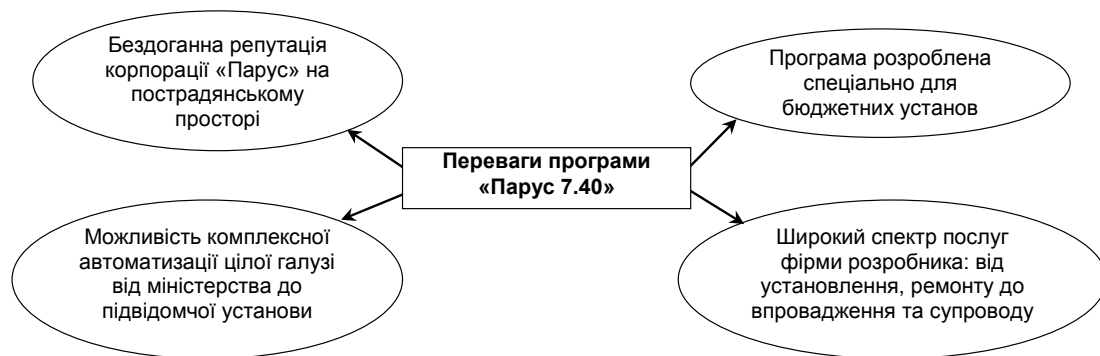


Рис. Переваги програмного продукту «Парус» для використання у бюджетній сфері

Окрім наведених переваг, програмний продукт «Парус» має ще й інші, зокрема: він функціонує в системі Windows, яка характеризується багатовіконним принципом роботи, графічним інтерфейсом, навігацією за даними, можливістю загального зв'язку й обміну між даними. Ще однією значною перевагою є наявність могутнього інструментарію для складання звітів будь-якої форми і змісту завдяки інтеграції системи з додатками MS Office (MS Word і MS Excel) і Seagate Crystal Reports.

Наявні переваги програмного комплексу «Парус», який використовується для обліку у бюджетних установах органах статистики, характеризують його лише позитивно. Зокрема, у процесі розробки даної програми були враховані основні законодавчі акти, які регулюють ведення бухгалтерського бюджетного обліку. Всі рішення програми є комплексними і дозволяють автоматизувати всі ділянки обліку в рамках єдиного інформаційного простору, загальної системи класифікацій і довідкової інформації, яка не потребує додаткової синхронізації.

Досить цікавою є структура програмних комплексів «Парус». Існує декілька видів інформаційних систем фірми розробника: «Парус-Бюджет», «Парус-Корпорація», «Парус-Підприємство», кожна з яких призначена для автоматизації обліку окремих за своєю суттю підприємств. Окрім того, однією з особливостей програми є її модульна побудова. Кожен з модулів може працювати окремо, але лише при використанні в якості єдиного програмного комплексу із загальною базою даних всі модулі розкривають свої функції у повній мірі. Система налічує такі модулі у своєму складі:

- Парус-Адміністратор;
- Парус-Бухгалтерія;
- Парус-Реалізація й склад;
- Парус-Консолідація;
- Парус-Заробітна плата;
- Парус-Персонал;
- Парус-Ресторан;
- Парус-Менеджмент і маркетинг;
- Парус-Готель;
- Парус-Лікувальна установа;
- Парус-Канцелярія;
- Парус-Тендери;

- Парус-Продукти харчування;
- Парус-Фінансування.

Кожен модуль виконує певні облікові функції та відповідає за відповідні ділянки обліку. Наведений перелік постійно розширюється та поновлюється новими модулями.

Базовий склад системи узагальнює «Парус-адміністратор», «Парус-бухгалтерію», «Парус-Реалізацію та склад». Звичайно, маючи базовий склад модулів можна забезпечити автоматизацію ведення обліку, проте лише на-

явність додаткових модулів розширює можливості програми.

Регіональні представництва органів статистики по Україні для автоматизації свого бухгалтерського обліку застосовують такі модулі програмного комплексу як: «Парус-адміністратор», «Парус-Бухгалтерія», «Парус-Заробітна плата», «Парус-Реалізація і склад», «Парус-менеджмент і маркетинг». Наведемо основні функціональні можливості кожного з модулів.

Таблиця

Функціональні можливості модулів, які використовують бюджетні установи органи статистики для бухгалтерського обліку

Модуль	Функціональні можливості
Парус-Адміністратор	Керуючий модуль, за допомогою якого генеруються бази даних, заводяться користувачі й призначаються права доступу, а також здійснюється певний сервіс системи (обов'язкова й безкоштовна поставка в комплексі)
Парус-Бухгалтерія	<ul style="list-style-type: none"> • Реєстрація та обробка первинних банківських і касових документів; • реєстр платіжних документів і реєстр розподілу коштів держбюджету; • облік операцій за розрахунковим, реєстраційним казначейським та іншими рахунками; • облік касових і фактичних витрат; • облік касових операцій, формування касової книги, вкладного листка до неї (постанова НБУ від 19.02.2001 р. № 72); • облік розрахунків із дебіторами, кредиторами, покупцями, замовниками та підзвітними особами; • облік кошторису витрат установи у розрізі кодів КПКВ і документів
Парус-Заробітна плата	<ul style="list-style-type: none"> • Розрахунок зарплати за основними посадами, що суміщаються та заміщаються; • розрахунок грошового забезпечення; • розрахунок податків і утримань, оформлення повернення сум, перерахунок зарплати; • розрахунок виплат за лікарняними листками, відпускних і допомоги на дітей; • формування таблиця робочого часу, меморіального ордера № 5, звітів до податкової інспекції (ф. № 1ДФ) і до Пенсійного фонду (персоніфікований облік); • облік наказів щодо кадрів та оплати праці; • друкування розрахунково-платіжних і архівних відомостей, розрахункових листків, відомостей за видами і розмірами заробітної плати
Парус-Реалізація і склад	<ul style="list-style-type: none"> • Облік МЦ із точністю до модифікацій, партій (відключається), упаковок, строків придатності; • формування більше 15 видів товарних звітів (кожний за декількома параметрами); • автоматичний розрахунок податків і розрахунок ціни списання; • облік вихідних податкових накладних; зв'язок з ЕККА • Контроль оплати товарів/послуг і ведення взаєморозрахунків постачальниками й покупцями; • підтримка багатьох видів прайс-аркушів і цін реалізації, що діляться за тарифами, видами оплати, видами відвантаження
Парус-Менеджмент і маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> • Вести в структурованому виді інформацію з контрагентів; • вести облік роботи контрагентів (партнеру, замовнику, конкуренту) у розрізі видів діяльності (його або ваших); • вести облік звернень контрагентів (партнерів, замовників, конкурентів), адресно розподіляючи їх по структурних підрозділах і фахівцям вашого підприємства, з автоматичним записом у хроніку взаємних контактів; • фіксувати вихідні документи-підстави (договори, рахунки й т. п.) і їхню оплату з реалізації власних товарів і послуг

Як видно з табл., модулі, які використовуються для автоматизації бухгалтерського обліку органами статистики мають досить широкі можливості. З їх допомогою можна автоматизувати основну частину обліку бюджетних установ органів статистики.

Програмний продукт «Парус» для бюджетних установ передбачає суцільне ведення бухгалтерського обліку всіх ділянок обліку для бюджетних установ різних галузей і різних спрямувань. Проте таке стовідсоткове пристосування до конкретної установи може бути лише за наявності штатного програміста з відмінним володінням можливостей даного програмного продукту. Програміст або адміністратор програми може налаштувати параметри, необхідні для роботи конкретного підприємства, встановити шаблони документів, які мають використовуватися. За відсутності такого спеціаліста на підприємстві таке обслуговування має або може здійснювати співробітник фірми-розробника «Парус». Налаштування окремих галузевих параметрів, крім передбаченого у договорі супроводу, коштує досить дорого. А ціна для бюджетної установи має неабияке значення. Адже виклик програміста з корпорації «Парус» на 1 годину роботи коштує близько 200 гривень. Зрозуміло, що для налаштування додаткових параметрів і шаблонів документів необхідно набагато більше часу. Тому важливе значення має правильне налаштування параметрів програми не тільки на початковому етапі, але й у процесі діяльності.

Однак навіть у разі повного налагодження програмний продукт «Парус», який використовується в обліку бюджетних установ органів статистики, не завжди враховує особливості обліку деяких ділянок облікового процесу. Мова йде про особливий об'єкт обліку статистичних управлінь – доходи, які надходять на спеціальний рахунок установи у вигляді плати за послуги, що надаються платно.

Для обліку саме таких коштів необхідно виконувати ряд операцій, характерних для обліку у комерційних організаціях і відсутніх у бюджетних установах, наприклад, калькуляція собівартості. Модулі програми передбачають введення в ручному режимі готових цін

на продукцію з врахуванням дати проведення калькуляції на продукцію власного виробництва, проте сам процес визначення ціни не автоматизовано. Слушно зауважили Н. М. Хорунжако та С. В. Сисюк [11] про необхідність удосконалення автоматизованих систем бухгалтерського обліку для бюджетних установ у частині формування калькуляції з визначення собівартості платних послуг. Автори пропонують побудувати аналітичний облік таким чином, щоб можна було отримувати інформацію про собівартість послуг з виділенням груп прямих і непрямих витрат за відповідними кодами економічної класифікації видатків, підрахунком загальної суми витрат. Окрім того, доцільно було б налаштувати аналітику таким чином, щоб отримувати інформацію про стан виконання плану щодо платних послуг бюджетних установ органів статистики, про стан розрахунків за надані послуги, зокрема за продукцію та послуги, що надаються платно.

Окрім того, програма не передбачає отримання бюджетною установою доходів у вигляді оренди, та відповідно, операції, які супроводжують даний процес. Більшість територіальних органів статистики значну частину обліку орендних платежів ведуть не за допомогою програми «Парус», а використовуючи програми MS Office (MS Word і MS Excel). Мова йде про аналітичні таблиці та внутрішню звітність для управлінського обліку. Звичайно, облік орендних платежів можна вести, використовуючи модуль «Менеджмент і маркетинг», однак аналітику стосовно платників, і стану оплати оренди і комунальних послуг програма не надає.

Таким чином, проаналізувавши функціональні можливості комп'ютерної програми «Парус», ми виявили, що даний програмний комплекс відповідає всім вимогам, які висуваються до ведення бухгалтерського обліку у бюджетних установах, забезпечуючи автоматизацію всіх ділянок обліку. Комп'ютерна програма, яка використовується бюджетними установами органами статистики в процесі практичного використання має деякі недоліки, спричинені впровадженням в облік таких процедур, які не були характерні для бюджетного обліку раніше. Усунення недоліків сприятиме

раціональнішому використанню власних коштів органів статистики та надаватиме більш повну інформацію для прийняття управлінських рішень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутинець Ф. Ф. Інформаційні системи бухгалтерського обліку : підруч. для студ. вищ. навч. закл. – 2-ге вид, перероб. і допов. / Ф. Ф. Бутинець, С. В. Івахненко, Т. В. Давидюк, Т. В. Шахрайчук ; за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : ПП «Рута», 2002. – 544 с.
2. Завгородній В. П. Автоматизація бухгалтерського обліку, контролю, аналізу та аудиту / В. П. Завгородній. – К. : А.С.К., 1998. – 768 с.
3. Іванюта П. В. Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті : навч. посіб. / П. В. Іванюта. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 180 с.
4. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту : навч. посіб. / С. В. Івахненко. – 3-тє вид., випр. і допов. / С. В. Івахненко. – К. : Знання, 2006. – 350 с.
5. Лемішовський В. І. Бюджетні установи: бухгалтерський облік та оподаткування : навч. посіб. / В. І. Лемішовський ; за ред. В. І. Лемішовського. – Л. : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2007. – 1104 с.
6. Скопень М. М. Інформаційні системи і технології бухгалтерського обліку в туризмі : навч. посіб. / М. М. Скопень. – К. : Вища школа, 2003. – 275 с.
7. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней : учеб. пособие для вузов / Я. В. Соколов. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 638 с.
8. Стратегія модернізації системи бухгалтерського обліку в державному секторі на 2007–2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua>. – Назва з титулу екрана.
9. Стратегія розвитку державної статистики до 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua>. – Назва з титулу екрана.
10. Сук Л. К. Бухгалтерський облік : навч. посіб. / Сук Л. К., Сук П. Л. – К. : Знання, 2005. – 471 с.
11. Хорунжак Н. М. Проблеми та перспективи комп'ютеризації обліку в бюджетних установах / Н. М. Хорунжак, С. В. Сисюк. // Економіка і регіон. – 2009. – № 1. – С. 27.
12. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку : підручник / В. Г. Швець. – К. : Знання, 2004. – 447 с.
13. Шквір В. Д. Інформаційні системи і технології в обліку : навч. посіб. / В. Д. Шквір, А. Г. Загородній, О. С. Височан. – Л. : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2003. – 268 с.

IV. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ

УДК 657.6

ВИКОРИСТАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ДЕБІТОРАМИ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

**М. О. Виноградова, кандидат економічних наук;
М. О. Марюхніч**

У сучасних економічних умовах вітчизняні суб'єкти господарювання вимушені оцінювати виробничий і економічний потенціал, перспективи розвитку та фінансові можливості не тільки власного підприємства, а й фінансову надійність своїх контрагентів.

Фінансовою надійністю називається такий стан, коли підприємство протягом тривалого часу реалізує конкурентоспроможну продукцію, отримує прибуток, достатній для виробничого та соціального розвитку, є ліквідним і кредитоспроможним, а його фінансові відносини з іншими суб'єктами господарювання гарантують стабільність і фінансово-комерційний успіх.

У розробку питань теорії та методології аудиту дебіторської заборгованості та використання його даних для управління підприємством суттєвий внесок зробили такі вітчизняні дослідники: Л. Гнилицька, О. Кияшко, Т. Рибченко, Г. Роганова та ін.

Відаючи належне дослідженням учених, слід зазначити, що в питаннях використання результатів аудиту дебіторської заборгованості залишається чимало невирішених проблем, які потребують детального розгляду та виникає нагальна необхідність у розробленні пропозицій для практичного застосування.

Важливість цих питань і зумовлює актуальність теми, обраної для дослідження.

Метою статті є розроблення рекомендацій і пропозицій щодо вдосконалення аналітичних підходів, прийомів і процедур з використання результатів аудиту розрахунків з дебіторами, що надасть можливість підвищити рівень контрольної роботи на підприємстві та приймати більш дієві та ефективні управлінські рішення.

Відповідно до поставленої мети у статті визначено ряд завдань, які спрямовані на її досягнення:

- провести відповідні розрахунки для подальшого здійснення аналітичних процедур у процесі аудиторської перевірки дебіторської заборгованості;
- визначити частковий інтегральний показник оцінки впливу окремої групи фінансових показників на стан фінансової надійності контрагента;
- розрахувати інтегральний показник (критерій) комплексної оцінки фінансової надійності контрагента;
- надати рекомендації клієнту щодо подальшої співпраці з досліджуваним контрагентом.

Основною метою діагностики фінансової надійності контрагентів, що співпрацюють з

підприємством, є зниження (мінімізація) ризику його діяльності при здійсненні окремих операцій з цими контрагентами.

Досліджуваний суб'єкт господарювання є підприємством, яке працює з більш ніж п'ятьмастами покупцями та замовниками, тому діагностика фінансової надійності контрагентів є дуже актуальним питанням. Після проведення аудиту на підприємстві була розроблена спеціальна методика діагностики контрагентів, яка, ґрунтуючись на методичному підході до діагностики фінансового стану підприємства, найточніше відповідає вимогам, що висувуються до неї службою економічної безпеки та найвищим управлінським персоналом.

Для застосування даної методики необхідно встановити поріг суттєвості. Для цього було опрацьовано інформацію щодо оборотів дебіторської заборгованості, що наведена у Оборотно-сальдовій відомості за рахунком 36 «Розрахунки з покупцями та замовниками» за 20XX рік. Враховуючи витрати часу на проведення діагностики контрагента та типові обороти дебіторської заборгованості, у розрізі контрагентів був встановлений поріг суттєвості 5000 грн. Для розрахунку інтегрального показника оцінки фінансової надійності контрагента було обрано замовника послуг ТОВ «АБВ», з огляду на те, що обороти за цим контрагентом є найбільшими та за 20XX рік, вони становлять 37034 грн.

В основу рекомендованої моделі діагностики фінансової надійності контрагента покладено алгоритм дій, виконання яких дасть змогу визначити інтегральний показник комплексної оцінки фінансової надійності:

1. Спочатку здійснюється аналіз вихідної інформації, зібраної в окремих формах фінансової звітності контрагента, з метою визначення стану та структури його активів і зобов'язань, фінансових результатів і грошових потоків. Це дає можливість встановити напрями проведення діагностики окремих складових його фінансового стану та зазначити перелік показників, що характеризують певний напрям. Для відстеження динаміки окремих фінансових показників звітність має бути наданою за кілька періодів.

Визначена методика діагностики фінансової надійності контрагента потребує здійснення аналізу його фінансового стану за такими напрямками: платоспроможність, фінансова незалежність, рентабельність активів і капіталу, ділова активність тощо.

2. Перевіряється достовірність інформації, наданої у фінансовій звітності, з метою недопущення деструктивних дій з боку контрагента, пов'язаних із уведенням в оману при прийнятті певного рішення стосовно фінансових відносин з ним. При цьому інформації присвоюється коефіцієнт достовірності (К). Коефіцієнт достовірності може приймати значення від 0 до 1 залежно від повноти наданої інформації та її відповідності чинному законодавству (підписи керівника підприємства, головного бухгалтера, печатка тощо). Згідно з дослідженнями коефіцієнт достовірності контрагента ТОВ «АБВ» дорівнює 1.

3. Формується перелік основних коефіцієнтів, що визначають фінансовий стан контрагента. З огляду на це було визначено такі критерії відбору фінансових показників (індикаторів):

- по-перше, ці показники повинні давати комплексну оцінку різних сторін фінансового стану контрагента;
- по-друге, загальна кількість індикаторів має бути оптимальною з погляду забезпечення точності аналізу та прогнозування;
- по-третє, перелік індикаторів не повинен містити показників, які втрачають свій економічний сенс у вітчизняних умовах господарювання;
- по-четверте, можна розрахувати показники за даними основних форм відкритої фінансової звітності контрагентів.

Перелік фінансових показників, використаних у цій методиці, надано в табл. 1. Залежно від ступеня деталізації проведення діагностики фінансової надійності підприємства цей перелік показників може бути зміненим.

Таблиця 1

Вагові значення впливу окремих коефіцієнтів на фінансовий результат досліджуваного суб'єкта господарювання

Показник	Вагове значення
I Показники, що характеризують платоспроможність контрагента	
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,10
2. Коефіцієнт термінової ліквідності	0,28
3. Коефіцієнт загальної ліквідності	0,15
4. Коефіцієнт мобільності активів	0,08
5. Відношення активів	0,35
Усього	1,0
II Показники, що характеризують фінансову стійкість контрагента	
1. Коефіцієнт економічної незалежності (автономії, концентрації власного капіталу)	0,10
2. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,20
3. Коефіцієнт фінансової залежності	0,30
4. Коефіцієнт фінансування	0,10
5. Коефіцієнт заборгованості (співвідношення позикового і власного капіталу, фінансового ризику)	0,20
6. Коефіцієнт маневреності	0,10
Усього	1,0
III Показники, що характеризують ефективність діяльності контрагента	
1. Рентабельність власного капіталу	0,35
2. Рентабельність чистих активів	0,35
3. Рентабельність продажу	0,30
Усього	1,0
IV Показники, що характеризують оборотність окремих чинників діяльності контрагента	
1. Коефіцієнт загальної оборотності активів (коефіцієнт ділової активності)	0,30
2. Фондовіддача (коефіцієнт оборотності виробничих основних фондів)	0,10
3. Коефіцієнт оборотності запасів	0,20
4. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,20
5. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	0,20
Усього	1,0

4. Встановлюються вагові значення впливу окремих груп фінансових коефіцієнтів під час прийняття відповідних управлінських рішень щодо співпраці з контрагентом так, щоб сумарне значення часток становило 1, що представлено у формулі (1):

$$\sum X_j = 1, j = 1, \dots, n, \quad (1)$$

де X_j – частка окремої групи фінансових коефіцієнтів;

j – відповідна група фінансових коефіцієнтів;

n – кількість груп фінансових коефіцієнтів.

Під час визначення впливу окремих груп коефіцієнтів на певне управлінське рішення

зазвичай керуються такими правилами (див. табл. 1):

- якщо йдеться про роботу з покупцями чи іншими дебіторами, перевагу слід віддати коефіцієнтам платоспроможності та фінансової стійкості, які характеризують поточну та перспективну платоспроможність контрагента, адже саме ці коефіцієнти повинні мати найбільший вплив при визначенні його фінансової надійності;

- якщо йдеться про інвестування грошових коштів у діяльність контрагента, перевагу слід віддати коефіцієнтам рентабельності та ділової активності, які характеризують ефективність і результативність його діяльності, а отже, ці коефіцієнти повинні мати найбільший

вплив при визначенні його фінансової надійності.

З огляду на зазначене вище, було запропоновано такі вагові значення впливу окремих груп фінансових коефіцієнтів:

I. Показники, що характеризують платоспроможність контрагента – 0,40.

II. Показники, що характеризують фінансову стійкість контрагента – 0,30.

III. Показники, що характеризують ефективність діяльності контрагента – 0,25.

IV. Показники, що характеризують оборотність окремих чинників діяльності контрагента – 0,05.

5. Здійснюється обґрунтування системи еталонних показників, що будуть використані для діагностики фінансової надійності контрагента. Еталонними значеннями було обрано нормативні значення кожного з коефіцієнтів. Також формування еталонних показників можна здійснювати на основі:

- середньостатистичних (середньогалузевих) даних за підприємствами окремих видів діяльності, до яких належать досліджувані контрагенти;

- середніх чи оптимальних даних за групою однорідних підприємств, що потребують одного й того ж управлінського рішення при співпраці з ними (групи покупців, групи постачальників, групи конкурентів);

- даних на початок періоду, що аналізується, якщо йдеться про нових контрагентів.

6. Визначається відповідність фактичних показників їх еталонним значенням. Для цього фактично досягнуте значення відповідного фінансового показника ділять на його еталонне значення формула (2):

$$y_{ij} = \frac{q_{ij}}{q'_{ij}}, i = 1, \dots, n, \quad (2)$$

де y_{ij} – співвідношення фактичного й еталонного значення відповідного фінансового показника;

q_{ij} – фактичне значення i -го показника j -ї групи;

q'_{ij} – еталонне значення i -го показника j -ї групи;

n – кількість показників, що входять до групи.

Якщо фактичне й еталонне значення показника збігаються, то їх співвідношення буде дорівнювати 1, якщо фактичне значення показника перевищує еталонне, співвідношення між ними буде перевищувати 1, а в разі перевищення еталонного значення над фактично досягнутим співвідношення між ними буде менше за 1. Це означає, що всі показники, за якими має відстежуватися зростання в динаміці та які не досягли еталонного значення, негативно впливають на загальний фінансовий результат контрагента, а отже, знижують його фінансову надійність.

Для показників, зростання яких характеризується негативно, розрахунок співвідношення здійснюється за зворотною формулою (3), тобто:

$$y_{ij} = \frac{q'_{ij}}{q_{ij}}. \quad (3)$$

У цьому разі значення показника менше за 1, що свідчить про позитивний вплив відповідного фінансового коефіцієнта на стан фінансової надійності контрагента.

Розрахунок співвідношення фактичного та еталонного значення відповідного фінансового показника здійснено на прикладі контрагента ТОВ «АБВ» та представлено в табл. 2.

7. Встановлюються вагові значення впливу окремих фінансових коефіцієнтів на результат фінансово-господарської діяльності контрагента відповідно до його галузевої специфіки.

Для встановлення впливу окремого фінансового коефіцієнта на загальний фінансовий результат використовують статистичні дані за окремими групами підприємств, що характеризують певний вид діяльності та правила кореляційного аналізу. За допомогою коефіцієнта кореляції визначають інтенсивність зв'язку ряду динаміки результатів діяльності підприємства з рядами динаміки його основних показників.

Таблиця 2

Співвідношення фактичного та еталонного значення фінансових показників ТОВ «АБВ»

Показник	q_{ij}	q'_{ij}	u_{ij}
I Показники, що характеризують платоспроможність контрагента			
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,016	0,25	0,064
2. Коефіцієнт термінової ліквідності	0,150	0,7	0,214
3. Коефіцієнт загальної ліквідності	1,753	2,0	0,877
4. Коефіцієнт мобільності активів	0,473	0,5	0,946
5. Відношення активів	1,844	1,0	1,844
II Показники, що характеризують фінансову стійкість контрагента			
1. Коефіцієнт економічної незалежності (автономії, концентрації власного капіталу)	0,730	0,5	1,46
2. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,270	0,5	0,54
3. Коефіцієнт фінансової залежності	1,369	2,0	0,685
4. Коефіцієнт фінансування	2,707	1,0	2,707
5. Коефіцієнт заборгованості (співвідношення позикового і власного капіталу, фінансового ризику)	0,369	1,0	0,369
6. Коефіцієнт маневреності	0,278	0,5	0,556
III Показники, що характеризують ефективність діяльності контрагента			
1. Рентабельність власного капіталу	0,42	0,2	2,1
2. Рентабельність чистих активів	0,003	0,14	0,02
3. Рентабельність продажу	0,5	0,3	1,67
IV Показники, що характеризують оборотність окремих чинників діяльності контрагента			
1. Коефіцієнт загальної оборотності активів (коефіцієнт ділової активності)	2,69	Збільшення (умовно 1,08)	2,49
2. Фондовіддача (коефіцієнт оборотності виробничих основних фондів)	5,6	умовно 11,1	0,5
3. Коефіцієнт оборотності запасів	6,08	Збільшення (умовно 69)	0,1
4. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	22,01	Збільшення (умовно 2,8)	7,8
5. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	62,0	Збільшення (умовно 2,9)	21,3

Отримані коефіцієнти кореляції ділять на суму їх значень за окремою групою так, щоб зберігалася відповідність формула (4):

$$\sum w_{ij} = 1, \quad (4)$$

де w_{ij} – частка i -го коефіцієнта у складі j -ї групи.

Отже, отримані величини є ваговими значеннями впливу окремих коефіцієнтів на фінансовий результат підприємства.

Проведений дискримінантний аналіз впливу окремих коефіцієнтів на фінансовий результат досліджуваного суб'єкта господарювання дав можливість виявити їх вагові значення, що було наведено в табл. 1.

8. Визначається частковий інтегральний показник оцінки впливу окремої групи фінансових показників на стан фінансової надійності контрагента G_j як середньозважену суму добутоків співвідношення фактичного та еталонного значень відповідного фінансового показника u_{ij} на частку його впливу w_{ij} у складі відповідної групи фінансових коефіцієнтів. При цьому використовують формулу (5):

$$G_j = \sum u_{ij} \cdot w_{ij}. \quad (5)$$

Розрахунок часткового інтегрального показника оцінки впливу окремої групи фінансових показників на стан фінансової надійності контрагента ТОВ «АБВ» із застосуванням формули 5 представлено в табл. 3.

Таблиця 3

Розрахунок часткового інтегрального показника оцінки впливу окремої групи фінансових показників на стан фінансової надійності ТОВ «АБВ»

Показник	y_{ij}	w_{ij}	G_j
I Показники, що характеризують платоспроможність контрагента			
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,064	0,10	0,0064
2. Коефіцієнт термінової ліквідності	0,214	0,28	0,056
3. Коефіцієнт загальної ліквідності	0,877	0,15	0,132
4. Коефіцієнт мобільності активів	0,946	0,08	0,075
5. Відношення активів	1,844	0,35	0,645
Усього	–	–	0,9144
II Показники, що характеризують фінансову стійкість контрагента			
1. Коефіцієнт економічної незалежності (автономії, концентрації власного капіталу)	1,46	0,10	0,146
2. Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,54	0,20	0,108
3. Коефіцієнт фінансової залежності	0,685	0,30	0,206
4. Коефіцієнт фінансування	2,707	0,10	0,271
5. Коефіцієнт заборгованості (співвідношення позикового і власного капіталу, фінансового ризику)	0,369	0,20	0,074
6. Коефіцієнт маневреності	0,556	0,10	0,056
Усього	–	–	0,861
III Показники, що характеризують ефективність діяльності контрагента			
1. Рентабельність власного капіталу	2,1	0,35	0,735
2. Рентабельність чистих активів	0,02	0,35	0,007
3. Рентабельність продажу	1,67	0,30	0,501
Усього	–	–	1,243
IV Показники, що характеризують оборотність окремих чинників діяльності контрагента			
1. Коефіцієнт загальної оборотності активів (коефіцієнт ділової активності)	2,49	0,30	0,747
2. Фондовіддача (коефіцієнт оборотності виробничих основних фондів)	0,5	0,10	0,05
3. Коефіцієнт оборотності запасів	0,1	0,20	0,02
4. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	7,8	0,20	1,56
5. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	21,3	0,20	4,26
Усього	–	–	6,637

9. Визначається загальний інтегральний показник (критерій) оцінки фінансової надійності контрагента I та його коригування на коефіцієнт достовірності фінансової інформації.

Інтегральний показник розраховується як сума добутоків часткових інтегральних показників за кожною групою G_j на частку значущості цієї групи фінансових коефіцієнтів при прийнятті відповідних управлінських рішень щодо співпраці з контрагентом X_j .

З метою перевірки достовірності фінансових даних здійснюється коригування цього показника на коефіцієнт достовірності наданої контрагентом інформації. При цьому використовується формула (6):

$$I = (\sum G_j \cdot X_j) \cdot K. \quad (6)$$

На основі даних табл. 3 та формули 6 був розрахований інтегральний показник (критерій) оцінки фінансової надійності контрагента ТОВ «АБВ»:

$$I = (0,9144 \cdot 0,4 + 0,861 \cdot 0,3 + 1,243 \cdot 1,243 + 6,637 \cdot 6,637) \cdot 1 = 1,267.$$

Отже, інтегральний показник комплексної оцінки фінансової надійності контрагента, з одного боку, дає можливість оцінити вплив окремих фінансових індикаторів на загальний фінансовий результат, а з іншого – визначає достовірність цієї оцінки.

Важливе значення для практичної інтерпретації отриманих результатів має правильно побудована «шкала інтерпретації». Зрозуміло, що якщо всі фактично досягнуті показники діяльності контрагента дорівнюють еталонним, інтегрований показник оцінки його економічної надійності дорівнює 1. Тому стан фінансової надійності спостерігатиметься на підприємствах, показник I яких перевищує або дорівнює 1, якщо ж він нижчий за 1, спостерігається стан економічної ненадійності у відносинах з контрагентом.

Разом із тим, описаний у статті алгоритм тлумачення показника I є дещо спрощеною, тому пропонується рекомендований порядок інтерпретації цього показника за такою шкалою:

- якщо значення I перевищує 1,5, то контрагент має високий рівень фінансової надійності;
- якщо значення I знаходиться в межах від 1 до 1,5; то контрагент має середній рівень фінансової надійності;
- якщо значення I знаходиться в межах від 0,5 до 1, то рівень фінансової надійності контрагента низький;
- якщо значення I нижче від 0,5, то фінансовий стан контрагента фінансово ненадійний.

Після практичної інтерпретації інтегрального показника комплексної оцінки фінансової надійності контрагента ТОВ «АБВ» можна зробити висновок, що значення I знаходиться в межах від 1 до 1,5, а саме 1,267; цей контрагент має середній рівень фінансової надійності. Тобто для досліджуваного суб'єкта господарювання буде доцільним співпрацювати з замовником ТОВ «АБВ».

Проведені розрахунки дають можливість виявити переваги запропонованої моделі оцінки фінансової надійності контрагента порівняно з іншими методиками діагностики, а саме:

- простота та зручність розрахунків на основі обраної об'єктно-орієнтованої системи індикаторів;
- можливість формування динамічного показника інтегрованої оцінки фінансової надійності;
- використання за базу порівняння еталонних показників, сформованих на рівні середньогалузевих значень;
- можливість збільшення (зменшення) кількості індикаторів і зміни періоду діагностування.

На думку авторів така модель буде більш придатною для вирішення конкретних завдань економічної безпеки вітчизняних підприємств і буде сприяти більш дієвому контролю за дебіторською заборгованістю задля прийняття більш ефективних і дієвих управлінських рішень.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гнилицька Л. Дослідження методичних підходів до діагностики фінансової надійності контрагентів підприємства у системі його безпеки / Л. Гнилицька // Бухгалтерський облік та аудит. – 2011. – Випуск 4. – С. 21–25.
2. Кияшко О. М. Необхідність облікового забезпечення управління дебіторською заборгованістю підприємства / О. М. Кияшко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 3. – С. 190–196.
3. Рибченко Т. Методи та процедури аудиту зобов'язань та розрахунків / Т. Рибченко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 4. – С. 81–86.
4. Роганова Г. О. Актуальні проблеми управління дебіторською заборгованістю підприємств / Г. О. Роганова. // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського. – 2009. – № 3. – С. 247–258. – (Серія «Економічні науки»).

ТЕОРЕТИЧНІ УЗАГАЛЬНЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ АУДИТОРСЬКИХ ПРОЦЕДУР

Н. М. Проскуріна, кандидат економічних наук

Аудит в Україні з моменту виникнення і дотепер привертає увагу вчених, практиків і користувачів аудиторських висновків. Масштаби й динамізм його розвитку, роль в економічному житті суспільства природно зумовлюють постійне знаходження в центрі уваги науковців нашої країни питань теорії та методології, організації та регулювання аудиту, подальшого вдосконалювання методики його проведення. В умовах невизначеності та ризику аудит як проста сукупність аудиторських процедур не дозволяє повною мірою сформулювати незалежну професійну думку про достовірність фінансової звітності. Застосування комплексного підходу до виконання всіх робіт у процесі аудиту, з їх підпорядкуванням принципам взаємозв'язку та взаємозумовленості, забезпечить надійність і реальність формування професійного судження аудитора. Одночасно назріла необхідність ретельного наукового дослідження питань, пов'язаних із застосуванням на всіх етапах перевірки аудиторських процедур, що відповідають сучасним вимогам і широко апробовані у закордонній практиці.

Ефективність проведення аудиту значною мірою залежить від правильності визначення цілей аудиту, що досягається через вибір комплексу аудиторських процедур. Різноманітність підходів до класифікації аудиторських процедур за різними критеріями викликає деякі труднощі під час його практичного здійснення, тому особливої актуальності набуває необхідність їх узагальнення.

Питаннями дослідження різноманітності підходів до класифікації аудиторських процедур за різними критеріями займалися: В. Д. Андреев, А. Арнс, М. П. Баришніков, М. Т. Білуха, Дж. Лоббек, Я. В. Петраков, А. Ж. Пшенична, В. В. Рядська, О. Ю. Редько, В. С. Рудницький, В. П. Суйц, А. Д. Шеремет.

Мета статті полягає в уточненні класифікації аудиторських процедур через розгляд теоретичних підходів різних авторів і здійснення їх критичного аналізу.

Кількість і види аудиторських процедур, які повинні бути виконані, визначаються аудитором самостійно з урахуванням специфіки суб'єкта господарювання. Класифікація аудиторських процедур, на погляд автора, має не тільки теоретичне, але й практичне значення як на етапі планування, так і в загальному аудиторському процесі.

Як свого часу відмітив З. П. Евзлін (1905 р.), правильна класифікація будь-якої сукупності має таке ж важливе значення, як лікарський діагноз для кожного окремого органа або хвороби всього організму [1, с. 78–81].

Доречна послідовність застосування аудиторських процедур під час проведення аудиту дозволить забезпечити ефективність і якість аудиторської перевірки [2, с. 106–109].

У зарубіжній економічній літературі аудиторські процедури поділяють залежно від виду перевірок – на процедури досягнення розуміння структури внутрішнього контролю клієнта; тести контрольних моментів; перевірки операцій за змістом; аналітичні процедури; перевірки окремих елементів сальдо [3, с. 308–309].

При цьому Е. А. Арнс і Дж. К. Лоббек вважають, що «процедури ознайомлення з системою внутрішньогосподарського контролю клієнта, тести контрольних моментів і перевірки операцій за змістом мають відношення тільки до документації, спостереження, опитування і арифметичної точності» [3, с. 309]. На думку автора, даний перелік необхідно продовжити, на вимогу МСА, аналітичними процедурами. В МСА аудиторські процедури класифіковано за змістом і цілями виконуваних робіт (рис. 1).

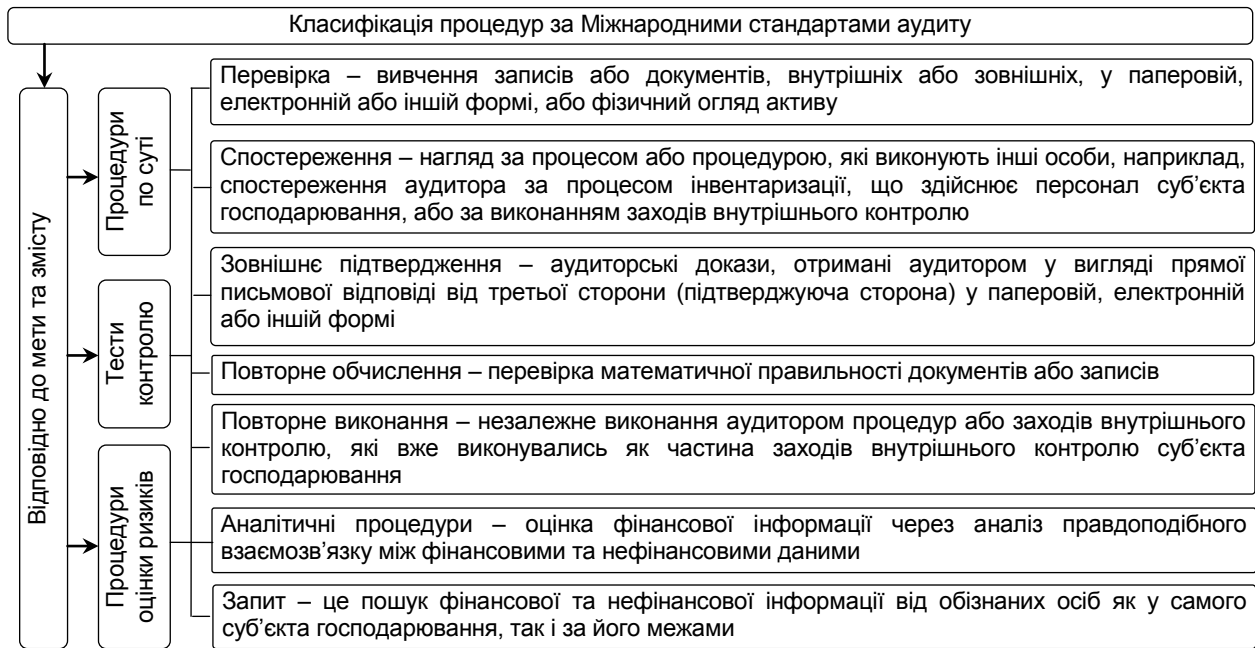


Рис. 1. Класифікація процедур аудиту [4, с. 404–407]

Додержуючись класифікації за МСА [4, с. 405–407], В. В. Рядська [5, с. 158] та А. Ж. Пшенична [6, с. 112] загальну сукупність аудиторських процедур, які проводяться

на різних етапах процесу аудиту, за характером виконання теж поділяють на три великих групи: процедури оцінки ризиків, тести контролю та процедури по суті (рис. 2).



Рис. 2. Класифікація процедур за характером виконання [5, 6]

Процедури оцінки ризиків призначені для отримання розуміння про суб'єкт господарювання та його середовище, включаючи систему внутрішнього контролю та оцінки ризиків суттєвого викривлення на рівні фінансових звітів і тверджень.

Тести контролю (іноді називають «тести на відповідність») застосовуються для проведення перевірки з метою виявлення відповідності процедур внутрішнього контролю встановленим нормам, призначені для перевірки операційної ефективності процедур контролю в запобіганні або виявленні та виправленні суттєвих викривлень на рівні тверджень.

Процедури по суті (іноді називають «незалежні тести») застосовуються для виявлення суттєвих викривлень на рівні тверджень, призначені для перевірки операцій і залишків, а

також здійснення інших процедур з метою одержання відомостей про повноту, правильність і законність операцій, які містяться в бухгалтерських записках і фінансової звітності. Вони складаються з перевірки докладної інформації про класи операцій, залишки на рахунках і розкриття інформації та аналітичних процедур по суті.

В. Д. Андрієв абсолютно всі аудиторські тести класифікує відповідно до процедури їх здійснення (рис. 3).

Професор М. Т. Білуха класифікує аудиторські процедури за призначенням у застосуванні прийомів аудиту (рис. 4).

Систематизація видів процедур за визначеними ознаками, їх зміст і приклади застосування наведено в табл. 1.

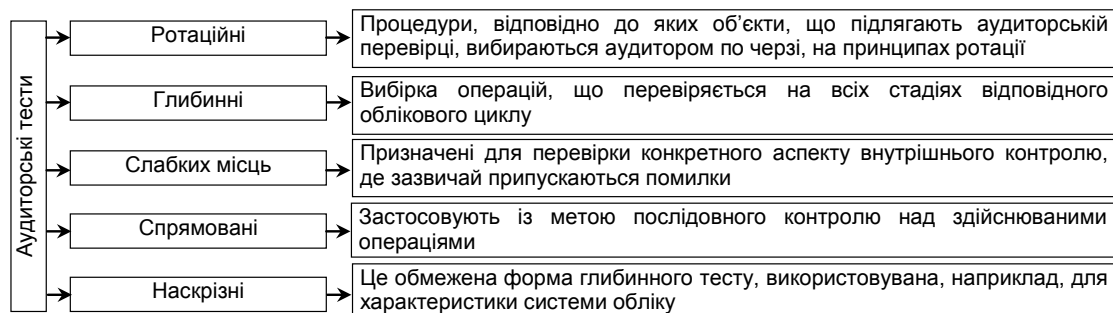


Рис. 3 Класифікація аудиторських тестів [за джерелом 7, с. 72]

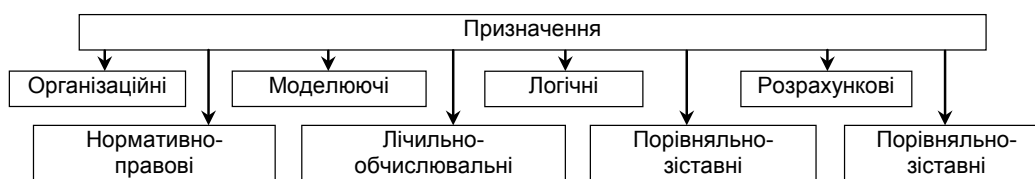


Рис. 4. Класифікація процедур за призначенням [8, с. 41–42]

Таблиця 1

Види процедур і їх застосування [31, с. 41–42]

Ознака	Зміст	Приклад застосування
Організаційні	Підбір фахівців для виконання контрольних функцій, оформлення організаційно-розпорядчої документації встановлення об'єктів і вибір методики контролю	–
Моделюючі	За допомогою організаційних та інформаційних моделей об'єктів контролю дають можливість оптимізувати проведення аудиту за часом і якісними характеристиками із застосуванням обчислювальної техніки	Встановлюють нормативно-правову і фактографічну інформацію, що стосується об'єкта контролю, створюють інформаційний образ
Нормативно-правові	Перевірка відповідності функціонування об'єкта контролю правилам, передбаченим нормативно-правовими актами	Дотримання трудового законодавства, проведення інвентаризації цінностей і дотримання нормативних положень інвентаризації основних активів і зобов'язань
Аналітичні	Розчленовування об'єкта контролю на складові елементи і дослідження їх із застосуванням спеціальних методик	Проведення технологічного і хіміко-лабораторного контролю якості виробів і т. п.
Розрахункові	Перевірка достовірності кількісних і вартісних вимірників господарських операцій, розрахунків узагальнюючих показників, які характеризують об'єкт контролю	Розраховуються продуктивність праці, виконання договорів реалізації продукції і т. п.)
Рахунково-обчислювальні	Перевірка кількісної характеристики об'єктів контролю	Визначення вартості товарів відповідно до ринкових цін, правильності нарахування заробітної плати робітникам, розрахункових стосунків і т. п. Використовують при інвентаризації, дослідженні документів, економічному аналізі, статистичних розрахунках, економіко-математичних методах, інших методичних прийому контролю
Логічні	Ґрунтуються на застосуванні прийомів логіки в процесі контролю. Використовуються в поєднанні з іншими аудиторськими процедурами	Перевірка документів, при економіко-математичних розрахунках, економічному аналізі
Порівняно-порівняльні	Передбачають порівняння і зіставлення об'єкта з його аналогом, затвердженими зразками, нормативно-правовими актами тощо	–

З даною класифікацією повністю погоджується К. О. Утенкова. Проте, з погляду В. С. Рудницького: «наведена класифікація не є повною, вона нагадує певну систематизацію» [9, с. 43].

На думку В. П. Пантелєєва аудиторські процедури реалізують методичні прийоми контролю і аудиту, тому їх характеризують за тими функціями, які вони виконують у контрольно-аудиторському процесі. У зв'язку з цим в основу класифікації контрольно-аудиторських процедур автором покладено ме-

тодичні прийоми контролю і аудиту (рис. 5). Ми не підтримуємо наведену класифікацію, по-перше, тому що вона вносить певну плутанину у визначення як процедур, так і методичних прийомів аудиту. Можливо, дана класифікація доречна для інших форм контролю, наприклад, ревізії. По-друге, певні дії взагалі не застосовні в процесі аудиту, зокрема, прийняття рішень за результатами інвентаризації, організація службового розслідування, видання наказів, розпоряджень, службових листів тощо.

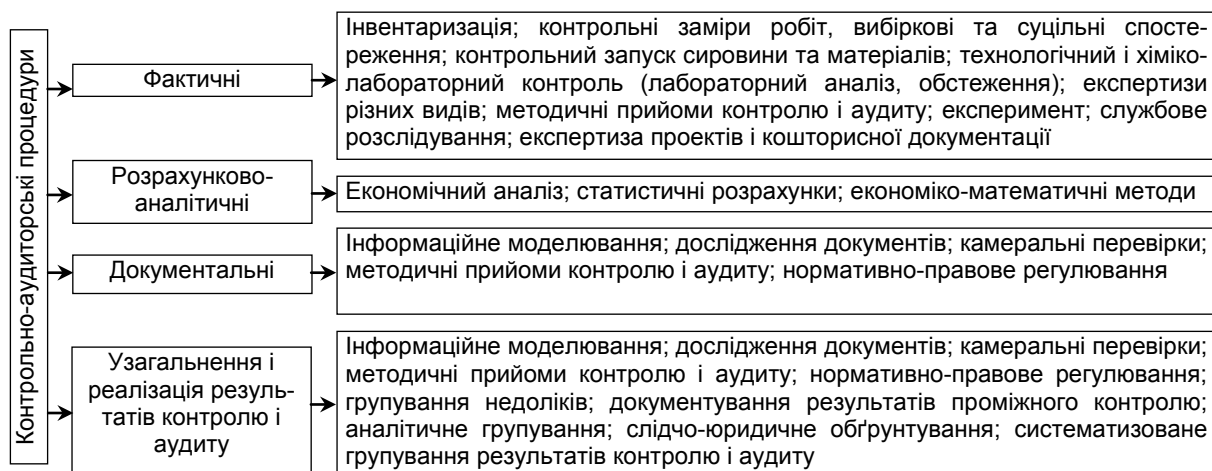


Рис. 5. Класифікація контрольно-аудиторських процедур [10, с. 116–118]

Доречно зазначити, що окремі дослідники розглядають аудиторські процедури, виключно з практичного погляду і вважають, що їх класифікація має насамперед базуватися на

практичному підґрунті, тому що процедури – це дії аудиторів, спрямовані на отримання доказів на конкретній ділянці аудиту (табл. 2).

Таблиця 2

Класифікація аудиторських процедур [11, с. 98]

Класифікаційна група	Зміст
Аудиторські процедури за суттю:	Відносяться до перевірки ведення бухгалтерського обліку та достовірності фінансової звітності
детальні	пов'язані з детальною перевіркою достовірності відображення в бухгалтерському обліку оборотів та сальдо по рахункам
аналітичні	включають аналіз і оцінку отриманої аудиторами інформації, дослідження важливих фінансових і економічних показників суб'єкта господарювання, а також встановлення причин їх змін
Контрольні аудиторські процедури	Тобто те, що в аудиті прийнято вважати тестами засобів контролю, що полягають у перевірці працездатності та надійності конкретних засобів внутрішнього контролю економічного суб'єкта, який аудіюється
Аудиторські процедури погодження	Притаманні супутнім аудиторським послугам. Склад і обсяг процедур визначається за домовленістю сторін і можуть відрізнятися від тих аудиторських процедур, які характерні для аудиту фінансової звітності

Автор вважає, що найбільш змістовна класифікація аудиторських процедур за багатьма критеріями запропонована В. С. Рудницьким [9, с. 43–44]. Заслугує на увагу різноманітність і суто фахова направленість даної класифікації. Проте ми не погоджуємось з деякими критеріями класифікації. Наприклад, види аудиторського контролю. З позиції внутрішнього та зовнішнього аудиту «методи можуть бути однаковими при вирішенні однакових завдань (наприклад, оцінка достовірності інформації). Є відмінності в ступені точності та детальності» [12, с. 18]. Розвиваючи цю думку, на наш погляд, у таких випадках будуть однакові не тільки методи, але й процедури перевірки. Тому як зовнішні, так і внутрішні

аудитори застосовують однакові процедури для досягнення однакових цілей. Тобто критерієм є цілі аудиторських процедур. Також недоречною, на нашу думку, є класифікація процедур за господарськими процесами. Незалежно від процесу (купівлі, реалізації тощо) вибір процедури визначається твердженням керівництва, яке підлягає перевірці. За пріоритетом використання, ми вважаємо, доцільно розподілити процедури на основні та додаткові, а не допоміжні.

Вивчивши думку вітчизняних і зарубіжних фахівців щодо класифікації аудиторських процедур і їх переліку, автор узагальнив, систематизував і адаптував класифікацію аудиторських процедур, яка наведена в табл. 3.

Таблиця 3

Класифікація аудиторських процедур*

Ознаки класифікації	Види аудиторських процедур
За відношенням до суб'єкта аудиту	Погоджені, незалежні
Об'єкти аудиту	Основні, додаткові
Мета здійснення процедур	Оцінка внутрішнього контролю, тестування контрольних моментів, перевірки господарських операцій за змістом, аналітичні процедури, перевірки окремих елементів сальдо
Стадії виконання завдання з аудиту	Попередні, операційні (ситуаційні), ретроспективні
За діапазоном покриття	Одичні, комплексні
Період здійснення аудиту	До складання фінансової звітності, після складання річної звітності
За відношенням до використання методичних прийомів	Однорідні, комплексні
За змістом процесу аудиту	Організаційного забезпечення, планування, предметні, контролю якості, підсумкові
Використання електронної обробки даних	Комп'ютеризовані, ручні
За місцем виконання	Виїзні, офісні
За рівнем диференціації	Стандартизовані, визначені самостійно
За рівнем ефективності	Високоефективні, малоефективні

Примітка. * Узагальнено, систематизовано та адаптовано автором.

Маємо зазначити, що стосовно процедур науковці не мають спільної думки ані з приводу визначення, ані відносно застосування.

Навіть процедури, визначені МСА, згадуються не всіма авторами. Наприклад, перевірка присутня в переліку сімох з дванадцяти авторів, запит – шістьох, підтвердження та аналітичні процедури – десяти, а повторне виконання – тільки двох з них.

Отже, класифікація аудиторських процедур має не тільки теоретичне, а й практичне

значення як на етапах планування і складання робочої програми, так і в загальному аудиторському процесі. З метою підвищення ефективності та якості виконання завдання з аудиту особливого значення набуває розгляд і узагальнення основних підходів до класифікації аудиторських процедур, оскільки аудиторські процедури є елементами методики аудиту. За їх допомогою практично втілюються методи, способи та прийоми аудиту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ластовецький В. Класифікація витрат виробництва / В. Ластовицький // Економіка України. – 1999. – № 3. – С. 78–81.
2. Проскуріна Н. М. Класифікаційні ознаки аудиторських процедур / Н. М. Проскуріна // Забезпечення сталого розвитку економіки на макро- та мікрорівнях : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 12–13 лют. 2011 р.). – О. : ГО «Центр економічних досліджень та розвитку», 2011. – С. 106–109.
3. Аренс А. Аудит : [пер. с англ.] / А. Аренс, Дж. Лоббек ; гл. ред. сериї проф. Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 1995. – 560 с.
4. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг : пер. з англ. О. Л. Ольховікова, О. В. Селезньов, О. О. Зеніна, О. В. Гик, С. Г. Бендер. – К. : Міжнародна федерація бухгалтерів ; Аудиторська палата України, 2010. – Ч. 1. – 846 с.
5. Рядська В. В. Аудит : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. В. Рядська, Я. В. Петраков. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 416 с.
6. Пшенична А. Ж. Аудит : навч. посіб. / А. Ж. Пшенична. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.
7. Андреев В. Д. Практический аудит: справочное пособие / В. Д. Андреев. – М. : Экономика, 1994. – 366 с.
8. Білуха М. Т. Аудит у бізнесі : посіб. для бізнесменів / М. Т. Білуха. – Д. : Фірма «Преском», 1994. – 236 с.
9. Рудницький В. С. Методологія і організація аудиту / В. С. Рудницький. – Т. : Економічна думка, 1998. – 192 с.
10. Проскуріна Н. М. Внутрішньофірмові стандарти аудиту: значення та принципи побудови / Н. М. Проскуріна // Соціально-економічний розвиток України і регіонів : тези доповідей з І міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 19–20 листоп. 2009 р.). – Запоріжжя : КПУ, 2009. – С. 138–139.
11. Барышников Н. П. Организация и методика проведения общего аудита / Н. П. Барышников. – М. : Филинь, 1998. – 486 с.
12. Шеремет А. Д. Аудит : учебник / А. Д. Шеремет, В. П. Суйц. – [2-е изд., доп. і перераб.]. – М. : Инфра-М, 2002. – 352 с.

УДК 658.155.2:330.123.3

ОБГРУНТУВАННЯ ФОНДУ ДИВІДЕНДНИХ ВИПЛАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ У ПОТОЧНОМУ ПЕРІОДІ ТА ДОВГОСТРОКОВІЙ ПЕРСПЕКТИВІ

В. В. Віннікова

У загальному процесі формування дивідендної політики підприємства важливим кроком є вибір певного підходу до її розробки та обґрунтування величини дивідендних виплат. Змістовно це різні етапи, проте вони тісно пов'язані. За інших умов величина фонду дивідендних виплат залежить від обраного методу розрахунку, в основі якого дотримання відповідного підходу (консервативного, поміркованого чи агресивного) до формування дивідендної політики. Разом з тим, низка характеристик щодо величини фонду дивідендних виплат безпосередньо та показників еко-

номічного розвитку господарюючого суб'єкта, що пов'язані з дивідендними виплатами зокрема, слугують критерієм прийняття рішення щодо дотримання відповідного підходу у формуванні дивідендної політики підприємства.

Питання формування дивідендної політики відображені в працях М. Міллера та Ф. Модильяні, М. Гордона, М. Бейкера, Р. Шіллера, Дж. Лінтнера, С. Росса та ін. Серед розробок вітчизняних науковців відомим є праці І. О. Бланка, О. О. Терещенка, Н. В. Харченка, Л. О. Лігоненко, Н. Г. Пігуль, А. Б. Педько та ін. Незважаючи на актуальність досліджень, у

даному напрямку та численність праць необхідно зазначити, що окремі положення формування та реалізації дивідендної політики на підприємстві недостатньо розроблені та висвітлені в економічній літературі. Зокрема це стосується питання вибору відповідного типу дивідендної політики та прийняття рішення щодо формування величини фонду дивідендних виплат.

За результатами дослідження проблематики обґрунтування величини фонду дивідендних виплат на підприємстві ми дійшли висновку, що універсальної методики узгодження інтересів власників і підприємства не існує. Методичні підходи, що подані у літературі [8–15], вирізняються акцентуванням на різних аспектах (юридичних, організаційних, економічних) проблеми розподілу чистого прибутку. В основі розробок, що пропонуються, дотримання різних критеріїв у прийнятті управлінських рішень, урахування етапу життєвого циклу підприємства, використання аналогового методу та методу альтернативних доходів під час визначення фонду дивідендних виплат та ін.

Різноманітність пропозицій щодо обґрунтування оптимальної дивідендної політики підприємства зумовлена широтою, різноспрямованістю та дискусійністю теоретичних розробок з даної проблеми. Як базові при цьому виділяють теорію незалежності ціни компанії від сплачених дивідендів М. Міллера та Ф. Модильяні, теорію значущості дивідендів М. Гордона, теорію мінімізації дивідендів, сигнальну теорію дивідендів, «арбітражну теорію» С. Росса, теорію задоволення вподобань інвесторів М. Бейкера та ін. [1–6].

Теоретичні підходи до обґрунтування дивідендної політики слугують підґрунтям численних методів визначення фонду дивідендів, про що свідчать розробки, подані у працях [7–9, 11]. Зокрема, у роботах [9, 11] наведено покрокову процедуру визначення величини дивідендів за дотримання агресивного, поміркованого та консервативного підходів до вибору дивідендної політики. А саме представлено послідовність розрахунку дивідендів за методами вільного залишку чистого прибутку звітного періоду; загальної суми вільного за-

лишку чистого прибутку звітного періоду та нерозподіленого прибутку минулих років; постійного розміру дивідендів; стійкого приросту дивідендів у абсолютній величині; стійкого приросту дивідендів на відповідний процент; постійного коефіцієнта виплат; постійної та змінної частини дивідендів при формуванні змінної частини дивідендів за приростом абсолютної величини; постійної та змінної частини дивідендів при формуванні змінної частини дивідендів за приростом на відповідний відсоток [9, с. 149–156; 11, с. 255–259]. Якщо у вищевказаних працях увагу акцентовано на процедурі визначення величини фонду дивідендних виплат за допомогою різних методів, то у розробках [8, 10, 13–15] звернуто увагу на критерії та передумови реалізації відповідної дивідендної політики. Зокрема, у праці [8] відзначено, що критерієм вибору на користь визначеної дивідендної політики є показник ринкового курсу корпоративних прав [8, с. 231]. В основі прийняття рішень щодо дотримання визначеної дивідендної політики абсолютний розмір і динаміка величини корпоративних прав. За інших рівних умов прийнятною для власників буде той порядок розподілу чистого прибутку, що забезпечуватиме більш високий курс корпоративних прав. Поданий підхід має низку переваг, а саме: а) ґрунтується на показникові ринкової вартості акцій, що є узагальнюючою характеристикою для оцінки ефективності будь-яких дій на підприємстві, у тому числі й порядку розподілу прибутку; б) пов'язує інтереси власника та підприємства через використання показників дивіденду та рентабельності власного капіталу; в) враховує чинники формування дивідендної політики, а саме рентабельність вкладень в альтернативні інвестиції. Попри переваг поданий підхід не є уніфікованим. Як наголошено у роботі [8], класична залежність курсу акцій від дивіденду та ставки за альтернативними вкладеннями, що використано при формалізації величини корпоративних прав, не завжди реалізується на практиці [8, с. 232]. У праці [14] подано пропозиції щодо формування «раціональної дивідендної політики» з урахуванням стадії життєвого циклу підприємства та його цілей розвитку, факторів, що впливають на

дивідендну політику, а також формалізованого критерію, за який обрано максимізацію доходів власників [14, с. 7–10]. Інший підхід до формування дивідендної політики представлено у праці [13]. Для підприємств із несталою структурою акціонерної власності автором подано механізм розподілу прибутку за критерію максимального темпу зростання активів корпорації [13, с. 13–15]. У праці [15] для обґрунтування розміру дивідендних виплат застосовано метод багатокритеріальної оптимізації. Зокрема автор розробив модель прийняття рішення про необхідність і розмір виплати дивідендів, в основі якої лежать критерії максимізації обсягу інвестованого у розвиток підприємства капіталу та мінімізації витрат на його обслуговування [15, с. 13–14]. Практичною спрямованістю вирізняються пропозиції щодо формування фонду дивідендних виплат, подані у розробках [10, с. 45–49]. Для обґрунтування розміру дивідендних виплат автори пропонують до використання залишковий і аналоговий методи, а також акцентують увагу на альтернативному використанні вкладеного капіталу та наслідках прийнятої політики про виплату дивідендів на подальші перспективи розвитку підприємства.

Погоджуючись у цілому із загальними підходами з формування дивідендної політики, що викладені вище, звернемо увагу на питання, яке належним чином не висвітлено в літературі, а саме: урахування періоду прийняття рішень з формування фонду дивідендних виплат, адже за інших умов чинники, що впливають на розмір дивідендів і критерії, які є визначальними у прийнятті рішення щодо величини дивідендів, є різними. Виділення у загальному процесі розробки дивідендної політики підприємства двох рівнів (тактичного та стратегічного, що відповідає прийняттю рішень за результатами поточного року та у прогнозованому періоді) дозволяє конкретизувати цільові настанови та критерії дивідендної політики, а також покроково визначити послідовність вибору визначеного фонду дивідендних виплат. З огляду літератури [7–13] цільова настанова формування дивідендної політики для рішень поточному періоді та на прогнозний період ми сформулюємо таким чином: для поточного

періоду – задоволення інтересів акціонерів за умов забезпечення достатнього рівня фінансової стійкості господарюючого суб'єкта; для прогнозного періоду – забезпечення зростання ринкової вартості підприємства. Конкретизація цільових настанов дозволила визначити критерії вибору фонду дивідендних виплат. Для поточного періоду – максимізація доходів акціонерів та максимізація рівня фінансової стійкості, для прогнозного періоду – максимізація вартості підприємства. Відповідно критеріям обрано показники, що пропонується для використання під час обґрунтування та вибору фонду дивідендних виплат, зокрема рівень дивідендних виплат і рівень покриття власними коштами оборотних активів, а також вартість підприємства.

В основі пропозицій щодо визначення рівня дивідендів у поточному періоді – зв'язок величини дивідендних виплат зі зміною складу пасивів і величини грошових коштів на кінець періоду. Сплачуючи дивіденди, підприємство (за інших рівних умов) зменшує приріст власного капіталу, що відображається на структурі джерел покриття оборотних активів, і впливає таким чином на показник фінансової стійкості господарюючого суб'єкта. Щодо даного положення, відзначимо також, що виплата дивідендів у поточному періоді є чинником збільшення загальної величини відтоку грошових коштів, що зменшує їх залишок на кінець року та зумовлює, таким чином, зниження показника платоспроможності господарюючого суб'єкта. З огляду на зазначене, під час обґрунтування величини фонду дивідендних виплат і запропоновано виходити з рівня дивідендних виплат і рівня фінансової стійкості, що відобразатимуть відповідно інтереси власників і підприємства у поточному періоді. Для обґрунтування рішення щодо величини дивідендів у поточному періоді необхідні дані про обсяги діяльності, витрат, дані прогнозного балансу по підприємству у звітному періоді. З метою оптимізації розрахунків вважаємо за доцільне використання даних моніторингу щодо рівня дивідендних виплат у попередні періоди по підприємству та по підприємствах-аналогах. Розрахунки з визначення величини

дивідендних виплат у поточному періоді рекомендовано здійснювати у такій послідовності.

1. Визначити доходи підприємства.
2. Визначити витрати підприємства.
3. Визначити чистий прибуток підприємства.
4. Визначити обсяг відрахувань до резервного фонду та інші відрахування, що передбачені чинним законодавством і статутом підприємства від загальної суми чистого прибутку.

5. Визначити суму чистого прибутку, в межах якого реалізується відповідний тип дивідендної політики.

6. За даними моніторингу визначити максимальний, мінімальний і середній рівні дивідендних виплат на підприємстві та на підприємствах-аналогах.

7. На підставі даних моніторингу про рівні дивідендних виплат визначити величину дивідендів підприємства за окремими варіантами формування дивідендної політики.

8. Оцінити фінансові можливості підприємства щодо формування фонду дивідендних виплат за окремими варіантами.

9. Визначити розмір капіталізованого прибутку за окремими варіантами формування фонду дивідендних виплат.

10. За використання даних прогнозного балансу та розрахованих величин капіталізованого прибутку визначити ступінь покриття оборотних активів власними коштами.

11. Порівняти розраховані коефіцієнти покриття оборотних активів власними коштами за варіантами та з фактичними даними по підприємству у попередній період.

12. До практичної реалізації прийняти той варіант формування фонду дивідендних виплат, який відповідає фінансовим можливостям підприємства, максимізує доходи акціонера та забезпечує максимальний рівень фінансової стійкості господарюючого суб'єкта.

Прийняття рішень щодо виплати дивідендів є важливим і з огляду розвитку підприємства у перспективі. Як зазначено вище, критерієм оцінки визначеного порядку формування фонду дивідендних виплат при цьому є вартість підприємства. Враховуючи існуючі методичні

підходи до визначення ринкової вартості підприємства доцільність реалізації відповідної дивідендної політики пропонується оцінювати на основі доходного підходу, зокрема методу дисконтованих грошових потоків на власний капітал. На користь використання даного методу свідчить таке: на відміну від методу капіталізації прибутку, який рекомендовано для визначення вартості невеликих підприємств, з вузьким асортиментом і стабільним ринком реалізації, метод дисконтованих грошових потоків у цілому та метод дисконтованих грошових потоків для власного капіталу зокрема не має обмежень для реалізації та може бути застосований для будь-якого підприємства, що функціонує та має історію господарської діяльності. Щодо вибору між методами дисконтованих грошових потоків на власний капітал чи на весь інвестований капітал, практики відзначають, що у разі коректного використання даних результати розрахунків збігаються, що говорить про можливість використання у розрахунках як одного так і іншого методу без особливих застережень [16].

Доцільність використання методу дисконтованих грошових потоків на власний капітал під час формування відповідного фонду дивідендних виплат у перспективі ґрунтується на ряді суджень. У загальному виді поточна вартість майбутнього грошового потоку залежить від абсолютної його величини по періодах часу та ставки дисконту, що враховує усі ризики, пов'язані з капіталом. З огляду на порядок формування грошового потоку на власний капітал під час його визначення, необхідно врахувати величину чистого прибутку, амортизацію основних фондів і нематеріальних активів, капітальних інвестицій, потребу у власному оборотному капіталі, а також, виплати основної суми боргу та приросту залученого позикового капіталу, якщо підприємство залує позикові кошти. Дотримання різних варіантів розподілу прибутку на фонд споживання та фонд розвитку впливає як на величину грошових потоків по періодах часу, так і на ставку дисконту. Ігнорування інтересів власників призводить до зменшення величини грошового потоку на власний капітал по періодах часу в цілому та вартості підприємства зокрема.

Разом з тим, уповільнення темпів нарощення власного капіталу, значна питома вага позикового капіталу у валюті балансу та частки довгострокової заборгованості у загальній величині пасивів збільшує величину ризику за чинником фінансової структури, що призводить до зростання ставки дисконту, а також знижує поточну вартість майбутніх грошових потоків. Таким чином, максимізація вартості підприємства можлива за визначеної величини грошового потоку та відповідної ставки дисконту, що залежить від порядку розподілу чистого прибутку та визначеної величини фонду дивідендних виплат.

Отже, в основі вибору на користь визначеної політики формування фонду дивідендних виплат – максимальна величина вартості підприємства, що розраховується за допомогою різних варіантів формування фонду дивідендних виплат. Для обґрунтування рішення про формування фонду дивідендних виплат у перспективі необхідно визначити прогнозні значення доходів і витрат підприємства, здійснити прогнозні розрахунки щодо руху основних фондів, визначити зміни власного оборотного капіталу й обґрунтувати ставку дисконту з огляду окремих видів ризику. Під час визначення варіантів формування фонду дивідендних виплат доцільно також урахувати дані моніторингу про максимальні та середні рівні дивідендних виплат по підприємству, що досліджується, та по підприємствах-аналогах, а також урахувати фінансові можливості підприємства щодо формування дивідендів визначеного розміру. Обґрунтування рішення про формування фонду дивідендних виплат визначеної величини у прогнозному періоді на основі дисконтованих грошових потоків здійснюється у такій послідовності:

1. Визначити тривалість прогнозного періоду.
2. Здійснити аналіз і прогнозування доходів підприємства.
3. Здійснити аналіз і прогнозування витрат підприємства.
4. Визначити прогнозну величину чистого прибутку.
5. За даними моніторингу визначити максимальний, мінімальний і середній рівні дивідендних виплат по підприємству та по підприємствах-аналогах.

дендних виплат по підприємству та по підприємствах-аналогах.

6. Оцінити фінансові можливості підприємства щодо формування фонду дивідендних виплат.

7. Здійснити прогнозні розрахунки щодо зміни власного оборотного капіталу.

8. Здійснити прогнозні розрахунки щодо руху основних засобів і нематеріальних активів.

9. Здійснити прогнозні розрахунки щодо амортизаційних відрахувань за основними засобами та нематеріальними активами.

10. Здійснити прогнозні розрахунки щодо зміни довгострокової заборгованості.

11. Визначити ставку дисконту з урахуванням окремих видів ризику.

12. Визначити поточну вартість грошових потоків за варіантами формування фонду дивідендних виплат.

13. До практичної реалізації прийняти той варіант формування фонду дивідендних виплат, який відповідає максимальній вартості підприємства.

Подані пропозиції з вибору величини фонду дивідендних виплат хоча й ґрунтуються на узагальненні існуючих підходів до вирішення даної проблеми, проте відрізняються від відомих розробок низкою характеристик, зокрема таких: а) розмежуванням порядку визначення фонду дивідендних виплат з огляду періоду прийняття рішення; б) багатоваріантними розрахунками за прийняття рішень про величину фонду дивідендних виплат як у поточному періоді так і у перспективі, в основі яких – дані моніторингу щодо максимального, середнього та мінімального рівнів дивідендних виплат по окремому підприємству та по підприємствах-аналогах; в) дотриманням визначених критеріїв під час обґрунтування фонду дивідендних виплат, а саме фінансової стійкості у поточному періоді та зростання вартості підприємства – у перспективі.

Таким чином, за результатами дослідження існуючих розробок щодо визначення рівня та величини дивідендів, поданих у літературі, обґрунтовано пропозиції щодо формування фонду дивідендних виплат на підприємстві. Зокрема представлено методичні підходи до

визначення дивідендів у поточному періоді та у довгостроковій перспективі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Miller M. H. Dividend Policy, Growth and the Valuation Shares / M. H. Miller, F. Modigliani // *Journal of Business*. – 1961. – № 34. – P. 411–433.
2. Gordon M. G. Dividends, Earnings, and Stock Prices / M. G. Gordon // *Review of Economics and Statistics*. – 1959. – № 41. – P. 99–105.
3. Baker M. Catering Theory of Dividends / M. Baker, J. Wurgler // *Journal of Finance*. – 2004. – Vol. 59, № 1. – P. 1–32.
4. Shiller R. Irrational Exuberance / R. Shiller. – NY. : Princeton University Press, 2000. – 296 p.
5. Lintner John. The Valuation of Risk Assets and the Selection of Risky Investments in Stock Portfolios and Capital Budgets / John Lintner // *Review of Economics and Statistics*. – 1965. – February. – P. 13–37.
6. Ross Stephen. A. Corporate Finance / Ross Stephen. A., Westerfield Randolph, Jeffrey Jaffe. – 7-th edition. – New York NY : McGraw-Hill Irwin, 2005. – P. 45.
7. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 752 с.
8. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання / О. О. Терещенко // Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посіб. – К. : КНЕУ, 2003. – 554 с.
9. Харченко Н. В. Дивідендна політика акціонерних товариств / Н. В. Харченко // Дивідендна політика акціонерних товариств : монографія – Полтава : РВВ Полтавської державної аграрної академії, 2009. – 224 с.
10. Лігоненко Л. О. Дивідендна політика підприємства / Л. О. Лігоненко, Л. В. Клоченок, Н. В. Юрчук – К. : Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2000. – 67 с.
11. Цал-Цалко С. Ю. Фінансова звітність підприємства та її аналіз : навч. посіб. / С. Ю. Цал-Цалко. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : ЦУЛ, 2002. – 360 с.
12. Педько А. Б. Власність, контроль і конфлікт інтересів в акціонерних товариствах : монографія / А. Б. Педько. – К. : ВД. Києво-Могилянська академія, 2008. – 315.
13. Пігуль Н. Г. Дивідендна політика як складова сучасної моделі корпоративного розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. / Н. Г. Пігуль. – Суми, 2002. – 20 с.
14. Селіверстова Л. С. Вдосконалення системи корпоративного управління (на прикладі підприємств легкої промисловості) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. / Л. С. Селіверстова. – К., 2005. – 20 с.
15. Федотова К. О. Формування ДП акціонерного товариства на прикладі автотранспортних підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н. / К. О. Федотова. – К., 2008. – 19 с.
16. Момот Т. В. Оценка стоимости бизнеса: современные технологии / Т. В. Момот. – Х. : Фактор, 2007. – 224 с.

V. ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

УДК 334

КООПЕРАТИВНІ ВИДАННЯ ЯК ЗАСІБ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗШИРЕННЯ РЕСУРСНОЇ БАЗИ ТА ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕЛЯНСЬКИХ І ПОМІЩИЦЬКИХ ГОСПОДАСТВ ЛІВОБЕРЕЖНОЇ УКРАЇНИ (кінець ХІХ – початок ХХ ст.)

О. П. Панченко

Аграрний сектор сучасної України упродовж тривалого часу знаходиться у процесі реформування. Проте, як свідчить багаторічний досвід реформ, змін у відносинах власності на землю та трансформації традиційних для радянської економіки форм господарювання на нові, ринкові, виявилось недостатньо для його модернізації. Однією з основних причин такої ситуації є неготовність переважної більшості безпосередніх учасників реформаційних процесів – дрібних сільгоспвиробників успішно діяти у нових умовах. Адже поряд із фінансовими проблемами гостро стоїть проблема ефективного використання наявних ресурсів і потенціалу приватного господарства. При цьому брак спеціальних знань і необхідної інформації у селян-товаровиробників і фермерів унеможливає економічно грамотне ведення сільськогосподарського виробництва і вигідний збут вирощеної продукції.

Вплинути на процес вирішення названих проблем і прискорити модернізацію дрібногосподарства, можна завдяки активній пропаганді кращого вітчизняного та зару-

біжного досвіду за допомогою засобів масової інформації, передусім спеціалізованих періодичних видань і літератури науково-методичного характеру. Переконливим свідченням ефективності названих інформаційних засобів щодо поширення знань про переваги кооперативних організацій, а також прогресивні форми й методи організації і ведення сільського господарства може бути узагальнений вітчизняний досвід кінця ХІХ – початку ХХ ст.

Оцінюючи ступінь відображення у сучасній історико-економічній літературі ролі кооперативних видань кінця ХІХ – початку ХХ ст. як універсального й ефективного джерела інформації господарського характеру, слід зазначити, що в опублікованих працях вітчизняних дослідників дано лише загальну позитивну оцінку названих видань. Такий акцент зроблено у працях М. В. Алімана, О. П. Анікіної, В. А. Вергунова, Т. С. Гринівського, А. О. Пантелеймоненка, Г. Я. Рудого та інших [2, 3, 5, 17, 18, 25]. Сьогодні у історико-економічній літературі не існує узагальнюючих праць, присвячених становленню вітчизня-

них кооперативних видань кінця XIX – початку XX ст. і їхньої ролі у процесі модернізації аграрного сектору України. Ця обставина й обумовлює необхідність подальших наукових досліджень названої проблеми.

Метою статті є відображення ролі кооперативних видань кінця XIX – початку XX ст. як засобу інформаційного забезпечення процесу розширення ресурсної бази й ефективної організації селянських і поміщицьких господарств Лівобережної України.

Основними методами цього дослідження стали ретроспективний аналіз досвіду і синтез

інформації опублікованих у вітчизняних кооперативних виданнях дорадянського періоду.

Серед широкого спектра «потрібних знань», якими забезпечували своїх читачів кооперативні періодичні видання кінця XIX – початку XX ст., була і найрізноманітніша інформація, спрямована на підвищення ефективності організації «приватновласницьких господарств сільського населення» – підприємливих поміщиків і селян різного рівня заможності [1, с. 63]. Вивчення широкого спектра такої інформації, опублікованої у кооперативній періодиці, дає підстави виділити п'ять основних тематичних напрямів (рис. 1).



Рис. 1. Основні напрями інформації щодо ефективної організації господарств сільськогосподарських товаровиробників, характерні для вітчизняних кооперативних періодичних видань кінця XIX – початку XX ст.

Вказані напрями опублікованої «важливої інформації» щодо забезпечення ефективної організації приватних селянських і поміщицьких господарств яскраво свідчать про комплексний підхід редакцій кооперативних періодичних видань до інформаційної підтримки. Адже для будь-якого ринково-орієнтованого господарства аграрного сектора, незалежно

від його розмірів або періоду існування, є життєво важливим вирішення основного кола питань, що стоять у цілком закономірному ланцюгу (рис. 2). При цьому слід зауважити, що кооперативна періодика кінця XIX – початку XX ст. подавала інформацію, актуальну для сільськогосподарських товаровиробників усіх категорій.

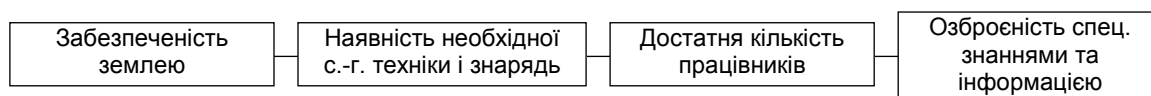


Рис. 2. «Ланцюг» основного кола питань, обов'язкових для вирішення для ефективного функціонування господарств сільськогосподарських товаровиробників

Розглянемо детальніше основні підходи вітчизняних кооперативних видань щодо інформаційної підтримки процесу формування ресурсної бази та ефективної організації ві-

тчизняних селянських і поміщицьких господарств кінця XIX – початку XX ст. Як свідчить проведений аналіз, питання розвитку окремого господарства були актуальними

для тогочасних читачів. Тому саме їм видавці кооперативної періодики надавали особливого значення.

Очевидно, що першочерговим для будь-якого сільськогосподарського товаровиробника орна земля відігравала особливе значення, а для більшості селян чи не єдиним засобом отримання доходу. З цього приводу співробітник Полтавського губернського земства М. О. Обер-Таллер зазначав: «Все життя селянина-хлібороба пов'язане з землею. У землі його благополуччя... Хліборобство його головне заняття, головне джерело його існування, і тому вся його увага зосереджена на землі...» [10, с. 5]. Саме тому більшість селян прагнула розширити розмір свого землеволодіння за рахунок придбання чи хоча б оренди «зайвої десятини». Враховуючи цю обставину, кооперативні періодичні видання вміщували чимало інформації «земельного характеру» – від лаконічних об'яв про продаж орної землі та бліцконсультацій щодо успадкування до детального опису процесу її придбання, у тому числі й через банківські установи, зокрема селянський поземельний банк. При цьому слід згадати і консультаційну допомогу при вирішенні земельних спорів.

Надаючи місце для розміщення оголошень про продаж землі, кооперативні періодичні видання таким чином сприяли розширенню земельної площі ринково-орієнтованих сільських хазяїв різного достатку. Так, у газетах і журналах кооперативних організацій можна було прочитати таку, або аналогічне оголошення: «Продаю орну землю, 160 дес. у Роменському повіті Засульської волості. На 14 версті від м. Ромни, по великій дорозі до м. Гадяча. Звертатися: м. Полтава, Фон-Вітте» [13, с. 374]. При цьому слід зауважити, що окремі поміщицькі землеволодіння продавалися частинами і були орієнтованими на селян.

Проте відсутність необхідної суми унеможлилювала купівлю землі без залучення позикових коштів, а самостійний пошук інформації про кредитні пропозиції потребував часу. Враховуючи, що названа проблема була надзвичайно актуальною для членів кооперативних організацій, кооперативні періодичні видання надавали у цьому питанні широку

підтримку. Видавці кооперативної періодики традиційно публікували інформацію про кредитну діяльність різноманітних фінансових установ, зокрема, дворянського та селянського земельних банків. Зі сторінок названих видань можна було дізнатись про умови, розміри, особливості кредитів сільськогосподарського призначення [6, с. 103].

З метою більш широкого інформування дрібних і середніх товаровиробників про кредитні можливості селянського банку, редакція журналу «Хуторянин» навіть підготувала спеціальний додаток у формі брошури під назвою «Крестьянский банк» (1910 р.). Ця брошура давала вичерпну відповідь на питання: «Які документи необхідно мати для придбання чи застави землі при сприянні селянського і які папери потрібно для цього складати» [8, с. 6]. Оперуючи такою вичерпною інформацією, селяни не тільки мали можливість скористатися, а й активно користувалися кредитами, передусім, селянського поземельного банку.

Крім цього, важливо згадати рубрику «Запитання і відповіді», традиційну для дорадянських кооперативних періодичних видань. Зауважимо, що вона була однією з найефективніших форм надання інформації на земельну тематику. Глибоке ознайомлення зі змістом, уміщених у кооперативних періодичних виданнях кінця XIX – початку XX ст. запитань і відповідей на них, дозволяє виділити окремі, найпопулярніші теми. Це, як зазначалося вище, прямі та побічні запитання щодо набуття права власності на землю сільськогосподарського призначення.

Так, нами встановлено, що у рубриці «Запитання і відповіді» журналу «Хуторянин» за 1898 р. було опубліковано широкий спектр питань «земельного характеру», наприклад: «продаж селянського наділу», «продаж окремими членами товариства землі, отриманої товариством за дарчим написом», «ліквідація черзполосиці», «захоплення землі за межею», «сплата боргу не викупленою землею», «спір про володіння не викупленою землею» тощо [27, с. 22].

Враховуючи той факт, що для модернізації господарств як дрібних, так і великих сільськогосподарських товаровиробників була

необхідна не тільки земля, але і якісна техніка та спеціальні механізми, періодичні видання кооперативних організацій Лівобережної України, передусім «Хуторянин» і «Южнорусская сельскохозяйственная газета» широко інформували своїх читачів про організації, де її можна було придбати [15, с. 9; 23, с. 16].

Велике значення для селян-товаровиробників мала роз'яснювальна робота кооперативних періодичних видань значення і переваг земських складів, орієнтованих на пропозицію якісної сільськогосподарської техніки і реманенту, як правило, за нижчими, ніж у торговельних фірм і приватних осіб цінами. Також значно вигіднішими були й умови розстрочки, пропоновані земськими складами. Такі склади, як правило, задовольняли потреби середнього, а особливо дрібного сільськогосподарського виробництва. Підтвердженням цьому є одна з невеликих заміток «Хуторянина» під назвою «Кому служат земские склады?» зазначалося: «Знаючи, наскільки тяжким ярмом лягають на дохід від землі необхідні знаряддя сільськогосподарського виробництва для бідніших селян, у порівнянні з більш багатими, ... земство встановлює для цих (необхідної техніки) знарядь більш пільгові умови розстрочки, щоб полегшити їх придбання для тієї частини виробників, яка умовами самого виробництва поставлена у менш вигідне становище» [7, с. 689].

Про прозорість діяльності місцевих земств у справі постачання через власні склади сільськогосподарської техніки свідчать факти про проведення її випробувань з метою підтвердження технічних характеристик задекларованих заводами-виробниками. А роль кооперативної періодики полягала в оприлюдненні результатів таких випробувань. Ілюстрацію такої роботи можуть бути замітки «Конкурс плугів» (1902 р.) та «Испытание рядовых селянок крестьянского типа» (1906 р.), опубліковані в «Южнорусской сельскохозяйственной газете». Важливим підсумком названих випробувань стала публікація отриманих результатів у названих кооперативних періодичних виданнях.

Розглядаючи питання інформаційної підтримки сільськогосподарських товаровироб-

ників у процесі придбання необхідної для їх господарств техніки та знарядь виробництва, не можна обминути ще один важливий аспект, а саме про надання кооперативними виданнями детальної інформації про її утримання, зберігання та ремонт. Ця проблема добре проілюстрована у статті «Об уходе и хранении сельскохозяйственных машин и орудий», яка була опублікована у «Календарі «Хуторянин» в 1915 р. [9, с. 42–45].

Поряд із необхідністю мати достатню кількість землі й технічних засобів виробництва актуальною для господарств сільськогосподарських товаровиробників різного рівня заможності була потреба у кваліфікованих «трудовах ресурсах». Тому кооперативні періодичні видання надавали допомогу поміщикам у пошуку знаючих працівників, а селянам – у підвищенні власних агроекономічних знань. Так, україною необхідною інформацією для підтримки ефективного розвитку поміщицьких «економій» стали традиційні блоки об'яви про пошук досвідченого керуючого, агронома чи іншого працівника [14, с. 149]. При цьому зауважимо, що кооперативні періодичні видання, як правило безкоштовно, публікували об'яви тих фахівців, хто шукав роботу у поміщицьких господарствах. Кооперативні газети й журнали були ефективним комунікаційним каналом у цьому питанні [15, с. 9]. Не був винятком і «Хуторянин». Його інформаційними послугами користувалися навіть вельможні особи. Так, за допомогою цього широковідомого у Російській імперії журналу князь В. С. Кочубей здійснював пошук керуючого для свого Аннівського маєтку [11, с. 555].

Проте далеко не всі сільськогосподарські виробники мали достатні фінансові можливості взяти на роботу висококваліфікованих працівників з відповідним досвідом практичної діяльності. Мабуть саме на хазяїв «середньої руки» було розраховане таке повідомлення: «Полтавська школа садівництва й городництва 1-го розряду пропонує панам-землевласникам... учнів, що закінчили у 1905 р. курс школи як практиканти» [12, с. 80]. Таким чином сільськогосподарські товаровиробники могли за невисоку плату на певний період часу, отримати спеціаліста з базовими

знаннями. А у разі бажання запропонувати йому постійну роботу.

Якщо більш заможні хазяїни мали фінансові можливості для залучення необхідних працівників, то селяни могли покладатися лише на свої власні сили і знання. Останніх, як правило, і не вистачало. Тому надзвичайно важливою для дрібних і середніх товаровиробників, які бажали організувати свої господарства найбільш ефективно, була інформація про проведення різноманітних «сільськогосподарських курсів для дорослого населення». З огляду на це, редактори кооперативних періодичних видань охоче розміщували на їх сторінках згадану вище інформацію. І таких прикладів можна навести безліч. Так, популярний кооперативний журнал «Селянин» Чернігівської сільськогосподарської асоціації («сельскохозяйственного общества») опублікував матеріал земського агронома Т. Л. Романенка про проведені у с. Бобруйках Остерської волості Чернігівської губ. курсів, що тривали з 20 до 31 січня 1913 р. За оцінками учасників, названі сільськогосподарські курси мали для них «неабияке значення» [24, с. 633]. При цьому зауважимо, що ознайомлення інших селян з подібною інформацією було підставою для звернення до місцевих земств або кооперативних організацій з клопотанням про проведення і у їх регіонах цінного для розвитку господарств навчання.

Кооперативна періодика відіграла важливу роль і щодо інформування своїх читачів про найновіші законодавчі акти й урядові нормативно-правові документи господарського характеру: циркуляри, розпорядження тощо. Так, неодноразово згадане харківське кооперативне видання «Южнорусская сельскохозяйственная газета» мало постійно діючу спеціальну рубрику «Урядові розпорядження і повідомлення», чернігівське «Селянин» – «Урядові розпорядження» [20, с. 3; 16, с. 1]. Така інформація суттєво допомагала сільським господарям вчасно реагувати на зміни у законодавстві та враховувати їх у своїй господарській діяльності [19, с. 51]. Крім цього, кооперативні періодичні видання традиційно публікували на своїх сторінках численні запитання юридичного характеру, щодо успад-

кування власності [22, с. 21], врегулювання господарських спорів тощо [4, с. 70].

Окремо слід зауважити, що кооперативні періодичні видання поряд із різноплановою інформацією, необхідною для ефективної організації одноосібного господарства, що вже була в центрі уваги селян-товаровиробників, висвітлюють додаткову, так би мовити, «важливу і перспективну». Таким чином, редактори кооперативних газет і журналів прагнули активізувати їх ринкову активність і бажання розвинути свої господарства, що було неможливим без аналізу результатів господарської діяльності і її планування на майбутній період.

Якщо для більшості прогресивних поміщицьких господарств на початку ХХ ст. облік і планування функціонування маєтку були вже, як правило, традиційними, то більшість селян, передусім дрібних, про переваги планування господарської діяльності не мали жодного уявлення. Враховуючи цю обставину, кооперативні організації, зокрема сільськогосподарські асоціації, докладали чимало зусиль, щоб змінити ситуацію на краще. При цьому перевіреним і ефективним інформаційно-просвітницьким каналом черговий раз стали кооперативні видання.

Передусім зауважимо, що окремі періодичні видання для цього мали навіть спеціальні постійно діючі рубрики. Наприклад, «Агрономический журнал», що видавався Харківською сільськогосподарською асоціацією («сельскохозяйственным обществом»), містив рубрику під назвою «Сільськогосподарська економія і організація дрібного господарства» [26, с. 152]. А редакція журналу «Хуторянин» у серії книг «Библиотека «Хуторянина»» та «Приложения к «Хуторянину»» видала дві роботи методичного характеру щодо підготовки бюджету селянського господарства та ведення обліку. Це книги «5 бюджетов крестьянских хозяйств с. Демяновки Полтавской губ., Хорольского уезда» (1903; р. автор – Л. В. Падалка) і «Счетоводство для мелких (крестьянских) хозяйств юга России» (1914 р.; автор – статистик Полтавського губернського земства М. О. Обер-Таллер). Обидві книги вважають доступністю викладу інформації та професійністю їх авторів.

Кооперативні періодичні видання не забували і про вміщення інформації щодо морального та матеріального стимулювання кращих сільськогосподарських товаровиробників. Особливо це було характерним у період реалізації століпінської аграрної реформи. Так, журнали «Хуторянин», «Селянин», «Южно-русская сельскохозяйственная газета» та інші періодично інформували своїх читачів з числа успішних сільських хазяїв всіх категорій – дрібних, середніх і великих сільськогосподарських товаровиробників про можливість отримання грошових нагород у формі «почесних премій» від Імператорської сільськогосподарської ради та інших державних установ, громадських і кооперативних організацій. При цьому слід зауважити, що у окремих випадках для дрібних товаровиробників із високим рівнем організації господарств встановлювалася преміальна сума не менша, ніж 300 крб. [21, с. 26]. Очевидно, що з її допомогою «відзначений» селянин міг суттєво підвищити рівень свого господарства.

Здійснений аналіз публікацій кооперативних видань кінця XIX – початку XX ст. дає підстави зробити висновок про те, що їх видавці докладали чимало зусиль, щоб досягти максимально ефекту щодо забезпечення сільськогосподарських товаровиробників всією необхідною інформацією для формування ними необхідної ресурсної бази й ефективної організації ведення господарської діяльності. При цьому слід зауважити, що така інформаційна підтримка стимулювала розвиток реформ у сільському господарстві, а в цілому – загальну модернізацію аграрного сектора України.

ЛІТЕРАТУРА

- Алексеев А. Производительная кооперация на Западе и в России / А. Алексеев. – Х. : Типография т-ва потр. О-в Юга России, 1919. – 63 с.
- Аліман М. В. В. Доманицький і становлення споживчої кооперації на Київщині / М. В. Аліман // Вісті. – 2007. – 13 квіт. – С. 1–16.
- Анікіна О. П. Періодичні видання як джерело з історії агрономії в Україні 20–30-х рр. XX ст. : автореф. дис. канд. іст. наук : 07.00.07 / О. П. Анікіна ; УААН. Держ. наук. с.-г. б-ка. – К., 2004. – 21 с.
- Вопросы и ответы // Хуторянин. – 1897. – № 4. – С. 70.
- Гринівський Т. С. Українська преса періоду революції 1917–1920 років (на матеріалі часопису «Книгарь») [Електронний ресурс] / Т. С. Гринівський. – Режим доступу : <http://www.journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1526>. – Заголовок з екрана.
- Из отчета Полтавского земельного банка за 1896 г. // Хуторянин. – 1897. – № 8. – С. 103.
- Кому служат земские склады? // Хуторянин. – 1898. – № 45. – С. 689.
- Крестьянский банк / Библиотека «Хуторянина». – Вып. 4. – Изд. 2-е. – Полтава : Электротип ; Д. Н. Подземского, 1910. – 48 с.
- Об уходе и хранении сельскохозяйственных машин и орудий // Календарь «Хуторянин» (Седьмой сборник сельскохозяйственных статей). – Полтава : Электро-Типография Д. Н. Подземского, 1915. – С. 42–45.
- Обер-Таллер М. О. Счетоводство для мелких (крестьянских) хозяйств юга России / М. О. Обер-Таллер ; Библиотека «Хуторянина». – Полтава : Изд-во ж-ла «Хуторянин» ПОСХ, 1914. – 92 с.
- Объявление // Хуторянин. – 1898. – № 35. – С. 555.
- Объявление // Хуторянин. – 1906. – № 5. – С. 80.
- Объявление: Продаю землю // Хуторянин. – 1897. – № 27. – С. 374.
- Объявление: Работа // Хуторянин. – 1898. – № 8. – С. 149.
- Объявления // Хуторянин. – 1897. – № 1. – С. 9.
- Оглавление статей, помещенных в журнале «Селянин» в 1911 году // Селянин. – 1911. – № 24 (Приложение). – С. 1–17.
- Пантелеймоненко А. О. Становлення кооперації в українському селі: історико-економічні аспекти : монографія / А. О. Пантелеймоненко. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2006. – 227 с.
- Періодичні та продовжувані видання на Полтавщині (XIX–XX ст.) / уклад. : В. А. Вергунов, О. П. Анікіна. [наук. ред. В. А. Вергунов]. – К. : УААН ; ЦНСГБ, 2002. – 46 с.
- Правительственное распоряжение // Хуторянин. – 1897. – № 5. – С. 51.
- Правительственные распоряжения и известия // Южно-русская сельскохозяйственная газета. – 1902. – № 2. – С. 3.
- Разъяснение решения Императорского сель-

- скохозйственнного совета // Селянин. – 1912. – № 1. – С. 26.
22. Расширение наследственных прав женщин // Селянин. – 1913. – № 1. – С. 21.
23. Реклама // Южнорусская сельскохозяйственная газета. – 1906. – № 5. – С. 16.
24. Романенко Т. Л. О сельскохозяйственных курсах для взрослого населения / Т. Л. Романенко // Селянин. – 1913. – № 22. – С. 633.
25. Рудий Г. Периодика України 1917–1940 рр. як історичне джерело / Г. Рудий // Бібліотечний вісник. – 2008. – № 1. – С. 29–35.
26. Справочная книга для сельских товариществ / [под ред. Мацевича К. А.]. – Х. : Печатное искусство, 1913. – 152 с.
27. Юридические вопросы в «Хуторянин» за 1898 г. // Хуторянин. – 1899. – № 2. – С. 22.

УДК 332.834.6:334.73(470)

РОЗВИТОК ЖИТЛОВОЇ КООПЕРАЦІЇ У РОСІЙСЬКІЙ ІМПЕРІЇ (КІНЕЦЬ XIX – ПОЧАТОК XX ст.)

О. Ю. Литвин

Сьогодні в Україні існує гостра потреба у поєднанні зусиль держави і громадян з метою забезпечення реалізації конституційного права на житло та гідні умови проживання. Різні моделі залучення коштів у житлове будівництво вже намагалися запровадити в Україні, а саме: продаж населенню іменних облігацій, які погашаються збудованим житлом, залучення коштів через фонди фінансування будівництва, використання кредитних ресурсів фінансових установ, виділення бюджетних коштів [1, с. 243]. Проте це не принесло очікуваного результату. Адже житлові проблеми пов'язані не тільки з соціально-економічним розвитком України, але і з її національною безпекою. Наявність житла, продуктів, одягу є однією із обов'язкових умов нормального життя людини. Від того, в яких умовах вона проводить більшу частину свого часу, залежить рівень її освіти, наявність сім'ї, гарної роботи, а в цілому – демографічна ситуація в країні. Зростання населення є важливим фактором економічного розвитку суспільства, умовою збільшення виробництва матеріальних благ і послуг. Бо найважливішим чинником розвитку суспільства в умовах інформаційно-технологічної революції стає людський капітал, утілений у знаннях, навичках, кваліфікації

та досвіді трудових ресурсів. Роль і значення людського капіталу в Україні особливо зростає через системну демографічну кризу та процес депопуляції, який прискорюється. Впродовж 1991–2008 рр. загальна чисельність населення у країні скоротилася на 5,9 млн осіб, або на 11,3 %. При цьому випереджуючими темпами зменшується кількість населення економічно активного віку, тобто 20–64 років [2, с. 30]. Одним із можливих способів вирішення житлової проблеми є використання міжнародного досвіду житлової кооперації. Це й визначає актуальність даної статті. Метою дослідження є аналіз і узагальнення досвіду житлової кооперації Російської імперії в кінці XIX – на початку XX ст., порівняння розвитку житлової кооперації в Західній Європі і Російській імперії, обґрунтування важливості використання позитивного досвіду в українській практиці.

Серед найбільш відомих досліджень, присвячених названій темі, необхідно відзначити праці Д. Полупанова [3], К. Вебб [4], С. Бородаєвського [5], О. Вязової [6], К. Вахітова [7]. У ході дослідження використовувався історичний метод, а також методи аналізу різних джерел інформації, порівняння та синтезу.

Як зазначає Д. Полупанов у праці «Квартирно-владельческая кооперация», яка була опу-

блікована в 1915 р. : «Різні кола міського населення об'єднувалися для житлової боротьби і принцип взаємної допомоги здійснювався в найрізноманітніших формах. Квартировласницькі товариства і стали одним із видів житлової самопомоги» [8, с. 51]. Вони склалися у Німеччині, а на початку ХХ ст. розповсюдились у Російській імперії і завоювали популярність серед жителів міст. В умовах суспільного будівництва необхідна для початку будівництва сума формувалася із внесків учасників товариства, причому її розмір завжди знаходився в нерозривному зв'язку з умовами іпотечного кредиту. Зазвичай сума внесків дорівнювала недоплаченій кредитним закладом частині майбутньої вартості будинку. А оскільки іпотечні установи видавали 50–60 %, загальна сума не повинна була бути меншою, ніж 40–50 % вартості будинку. Отже, кожен учасник кооперативного житлового товариства повинен був оплатити 40–50 % (у Петрограді – 50 %) вартості майбутньої квартири.

Коли членами кооперативу був зібраний необхідний мінімум, і куплено земельну ділянку, розпочиналося будівництво будинку. Всі будівельні роботи, як правило, віддавали підрядникам, остаточний розрахунок з якими проводився після оформлення процедури застави будинку. Борг, товариства в розмірі половини вартості будівництва, розподілявся серед учасників товариства пропорційно площі обраної квартири. Тобто на кожен квартиру припадав борг у розмірі половини її вартості. Виплата суми боргу, зазвичай, здійснювалася протягом 36 років з виплатою 6 % річних [8, с. 53].

Житлові товариства тогочасної Російської імперії були стурбовані постійним збільшенням вартості квартир і їх поганим благоустроєм, ставили за мету будівництво зручних квартир для своїх членів. Та й самі будинки квартирновласницьких товариств вигідно відрізнялись від приватновласницьких благоустроєм і затишком. У цих будинках майже завжди застосовувалися новітні елементи благоустрою – ліфти поблизу парадних і задніх східців, пральні і сушилки були обладнані найкращим устаткуванням, централізоване опа-

лення з вентиляцією, гаражі, вестибюлі тощо [8, с. 53]. Аналізуючи весь перелік, слід брати до уваги, що дослідження Д. Полупанова було зроблено наприкінці 1914 р. Тим більше, вищезазначені елементи благоустрою будинку відсутні, навіть, зараз у деяких міських новобудовах, що позиціонуються будівельниками як «елітні» будинки. На основі вищесказаного, можна зробити висновок про те, що на початку ХХ ст. у Російській імперії було досягнуто достатньо високого рівня житлового будівництва. І ще одна цікава деталь, – в оригіналі тексту після слова «вестибюлі» далі зазначено «і таке інше», тобто перелік елементів благоустрою кооперативного будинку, поданий Д. Полупановим, на жаль, є далеко не повним. Вражаючими у порівнянні з сучасними є і 6 % річних за користування «квартирними» кредитами, що можна було сплачувати протягом 36 років (в 2010 р. банки м. Полтави видавали кредити на купівлю житла під 25–28 % річних, терміном на 5–10 років – (прим. автора)).

Щодо благоустрою кооперативних квартир, характерного для Російської імперії початку ХХ ст., то вони відрізнялись у кращий бік порівняно зі «старим» житловим фондом. Квартири в багатьох тогочасних приватних будинках мали велику площу і коштували дорого. Квартири більш пізньої забудови – з довгими коридорами і «комірчинами» були не досить зручними. В будинках, де кооперація відбувалася з початку до кінця, коли перші кроки – придбання земельної ділянки, розробка проекту зроблені сформованим товариством – квартири були прилаштовані до потреб і побажань майбутніх власників.

Але головна перевага власників кооперативного житла полягала в тому, що маючи досить благоустроєну квартиру і постійно сплачуючи за неї, за умови оплати половини її вартості власники були гарантовані від неприємних «сюрпризів», наприклад щорічне збільшення платежів.

Але при цьому у кооператорів існувала і велика проблема – це відносно високі ціни на квартири. Вартість кооперативних квартир у Петрограді залежно від розміру, поверху, фасаду – від 10 до 50 тис крб, причому квартири вартістю 10–15 тис. становили приблизно 20 %

усіх квартир, переважна більшість коштувала більше 15 тис. [8, с. 55]. Отже, умови придбання квартир були досить важкими. Так, квартири «Третього товариства» (що належали до категорії середніх) мали площу 51 кв. сажень і коштували 22400 крб. (1 сажень – російська лінійна міра довжини, дорівнював 213,36 см [9, с. 416]). Тобто квартира мала площу близько 109 м², тобто була досить великою, навіть за нинішніми мірками (прим. автора). За таку квартиру, відповідно до умов, необхідно було внести одразу 50 % вартості тобто 11200 крб. У такому випадку вся сума щорічних платежів за користування квартирою, включаючи платежі за погашення боргу, становила 1419 крб. Як правило, квартирна плата інтелігентної, середнього статку родини становила від третини – до чверті річного бюджету. Таким чином щорічний бюджет такої сім'ї повинен скласти 4200–6000 крб. Тобто, крім заощаджень у 11200 крб для першого внеску, необхідно було мати ще й досить солідний річний дохід. Ці умови були «не підйомними» не тільки для середнього прошарку жителів міст, але і для значної кількості заможних людей [8, с. 55].

Правда, були квартири і меншої площі – приблизно 31 квадратний сажень (приблизно 66 м²), що коштували 10–12 тис. крб, але вони становлять тільки кілька відсотків від усіх квартир.

Д. Полупанов вважав, що будівельна кооперація в Європі значно розвинулась завдяки житловому законодавству і дешевому кредиту. Джерела таких кредитів були різними. В одних країнах – в розпорядження урядів надавали певні суми для видачі авансів тим установам, що кредитували житлове будівництво. В інших – держава сама здійснювала кредитування, якщо виплати були гарантовані місцевими комунами (громадянами). У деяких країнах законодавство залучало до цього ощадні каси, фонди страхування від інвалідності та інші установи, крім того допомагала кредитами влада європейських міст. У країнах західної Європи кредити видавали у розмірі 70–80 % вартості нерухомості під 3,5–4 % річних. Тільки при наявності таких умов могли бути в Російській імперії успіхи в процесі житлової кооперації, вважав Д. Полупанов [8, с. 56].

Ще одним фактором, який стримував розвиток кооперативів, були не вигідні умови, закладені в контрактах учасників з будівельним товариством. Усі статuti товариства передбачали випадки розриву контракту. Але, якщо учасник товариства не заплатив у визначений термін обумовлених контрактом платежів, він повинен був залишити квартиру, що переходила у власність товариства, яке могло її продати знову чи здати в оренду. А суму, яку повинен був отримати колишній учасник кооперативного товариства, він отримував тільки після продажу своєї колишньої квартири. У найгіршому випадку, коли квартира залишалась товариству, колишній власник отримував квартирну ренту, що не завжди могло задовольнити людину, особливо в момент фінансових труднощів у сім'ї. Це суттєво звужувало сферу розповсюдження кооперативів. Справа в тому, що лави кооперативів у Росії поповнювались головним чином представниками «інтелігентних» професій – інженерами, адвокатами, чиновниками. Саме вони намагались розмістити сім'ю у власній зручній квартирі, проте матеріальний добробут цих родин часто був нестабільним, особливо у випадку смерті голови сім'ї. Проте навіть у такому сумному випадку, при невиплаті у встановлений термін платежів, сім'я виселялася з квартири.

Європейська практика вирішувала такі питання на користь членів кооперативів. Для того, щоб гарантувати виплату боргу кредитній установі чи кооперативу і не залишити сім'ю без квартири у випадку смерті платника, на Заході поєднували кредитні та страхові операції: будь-яка особа, яка купувала за допомогою кредитних установ нерухомість, повинна була оформити страховий поліс на випадок смерті на суму і термін розстрочки [8, с. 57]. У країнах Західної Європи ситуацію із достроковим розторгненням контракту зазвичай вирішували таким чином: пай колишнього учасника викупувався товариством. Кооператори передбачали випадки розторгнення договору з товариством і тому майже завжди створювали резервний фонд, із якого і здійснювали такі виплати.

Рівень розвитку житлової кооперації в Російській імперії (в тому числі в українських гу-

берніях) дослідник оцінюють по-різному. Так, у дослідженні Товариства Споживчих товариств півдня Росії, присвяченому кооперації, опублікованому в 1918 р. у Харкові, зазначалося: «будівельні (рос. – «домостроительные») кооперативи малопоширений вид кооперації. Товариства такого роду мають за мету зробити свого члена власником будинку, ... зробити пролетаря власником» [10, с. 16]. Близька до попередньої і оцінка рівня житлової кооперації відомого дослідника Н. П. Гібнера, зроблена ним в 1911 р. у праці «Система кооперації»: «До споживчих товариств... ми відносимо і будівельні союзи. Цей вид кооперативної діяльності у нас ще не прижився, якщо не рахувати кількох несміливих спроб. Необхідність будівельних товариств відчувається при швидкому розвитку міського населення і мало відчувається в сільській місцевості, де будуються не ділянки, а будують будинки на значній відстані один від іншого. У селах потребу в будівельному капіталі, при невеликій вартості будівель, легко покриває кредитна кооперація і, крім кількох великих міст, будівельна кооперація навряд чи швидко знайде у нас потрібне для себе підґрунтя» [11, с. 112]

Не можна повністю погодитись із вищезазначеними оцінками. Тому спробуємо, використовуючи тільки факти, довести нашу позицію. Про гостроту питання і спроби розповсюдження досвіду житлової кооперації у Російській імперії може свідчити навіть перелік і теми наукових праць, що були опубліковані протягом 1910–1917 рр. у наукових журналах Росії Бакурцев «Новий досвід житлової кооперації в Росії» 1913 р.; М. Брайдо «Будівельна кооперація на Заході» 1913 р.; Л. Бренстед «Завдання міської кооперації» 1917 р.; Г. Вівіан «Будівельний кооперативний рух в Англії»; А. Глебов «Будівельні товариства і житлове питання» 1911 р.; А. Глебов «Організація кредита для будівельних товариств» 1911 р.; Гуард, Ебінезер «Міста майбутнього»; В. Додонов «Соціалізм без політики. Міста – сади майбутнього в теперішньому»; Д'яконов «Житлове питання і спроба його вирішення»; М. Диканський «Квартирне питання і соціальні дослідження його вирішення»; М. Диканський «Житлова потреба і будівельні товариства.

Будівельні товариства в Москві»; Б. Куліков «Товариство для побудови житлових будинків на кооперативних умовах»; Меркулов «Житлова кооперація в Росії» 1910 р.; К. Пожитнов «Житлова кооперація на Заході» 1910 р.; М. Туган-Барановський «Соціальні основи кооперації»; В. Тотоміанц «Кооперативний рух на Заході» 1911 р.; «Статут Долгоруковського товариства для облаштування квартир в Москві»; Цубербілер «Житлове питання» [10, с. 94–95].

На жаль, багато із перерахованих праць з різних причин було втрачено. Дуже цікаво було б ознайомитись із поглядами згаданих дослідників на розвиток житлової кооперації. Але навіть, порівнюючи кількість тогочасних публікацій із дуже обмеженою кількістю наукових праць про житлову кооперацію, які були опубліковані у наукових журналах за останні 20 років і, аналізуючи теми публікацій початку ХХ ст., можна зробити ряд висновків.

1. Тема житлової кооперації на початку ХХ ст. у Російській імперії була надзвичайно актуальною, підтвердження тому – десятки наукових публікацій.

2. Російська імперія за рівнем і темпами розвитку житлової кооперації, відставала від країн Західної Європи (передусім, від Англії, Німеччини і Франції), але активно переймала кращий закордонний досвід.

3. Житлово-будівельна кооперація в Російській імперії отримала пріоритетний розвиток у великих містах (в першу чергу в Москві, Петербурзі, Києві, Одесі, Варшаві), бо саме у містах житлова проблема відзначалась своєю гостротою, а з іншого – населення міст мало кошти, необхідні для будівництва.

4. У сільській місцевості житлово-будівельні кооперативи поширювались не через відсутність гострих житлових проблем у мешканців сіл, відносно дешевизну будівництва в сільській місцевості, відсутність проблем із земельними ділянками для будівництва, зважаючи на обсяг земельних просторів Російської імперії, відсутність потрібного досвіду, знань про житлову кооперацію.

5. Русійною силою житлово-будівельних кооперативів у Російській імперії були представники верхівки «середнього класу» – чи-

новники, інженери, юристи, лікарі з високим рівнем доходу.

6. Головна перепона в розвитку будівельної кооперації – високі ціни на квартири (як це актуально звучить для теперішньої ситуації в Україні!).

7. Основна причина високих цін на кооперативні квартири – відсутність дешевих кредитів і державної підтримки (такої, наприклад, як у тогочасній Франції).

Досить цікавою є оцінка російської житлової кооперації Д. Полупановим, який зазначив, що «якщо підходити з погляду тих скромних завдань, які вона віршує, то вона задовільно справляється зі своїми завдання. Квартировласницькі будинки достатньо забезпечені світлом і повітрям, квартири просторі і з усіма необхідними службами, облаштовані сходи, ліфти. Проте вимоги, які висуваються до будівництва будинків взагалі, то благоустрою буде недостатньо, тому що від загальнокорисного будівництва вимагається не тільки благоустрій, але й можлива економія... В нашому суспільному будівництві немає того вдалого поєднання естетики, гігієни, благоустрою та економії, які характерні для такого будівництва на Заході... Наша кооперація – справа небагатьох, а не для всього середнього прошарку населення. Тому в подальшому... повинно бути поставлене питання про реформу кооперативного житлового будівництва, – прилаштування його до бюджету і потреб середнього жителя міста. Однак, незважаючи на несприятливі умови, ідея кооперативного будівництва стає все більш популярною. Якщо раніше місцем квартирновласництва були столиці, то тепер квартирновласницькі товариства є не тільки в таких великих містах, як Київ, Одеса, Варшава, але і в менших губернських містах. Рух... захоплює все ширші кола. Маємо надію, що звичайні для нової справи перепони будуть подолані...» [8, с. 59].

Ці рядки актуально звучать у контексті сучасних житлових проблем!

ЛІТЕРАТУРА

1. Карп'як Я. С. Організаційно-економічні аспекти функціонування житлово-будівельного кооперативу у процесі створення житла за кошти громадян / Я. С. Карп'як, В. І. Воськало, П. М. Сороковий // Збірник науково-технічних праць Національного лісотехнічного університету. – 2008. – № 18. – С. 242–248.
2. Єщенко П. С. Досвід фінансування житлового будівництва у зарубіжних країнах / П. С. Єщенко, Л. П. Чубук // Фінанси України. – 2009. – № 7. – С. 30–38.
3. Полупанов Д. Кооперативное движение на Западе (Французская строительная кооперация) / Д. Полупанов // Весник кооперации. – 1915. – № 2. – С. 43–51.
4. Вебб Е. Мирный переворот в экономической жизни. Кооперация в Великобритании. Обзор истории, теории и практики кооперативного движения в Англии, Шотландии и Ирландии / Е. Вебб. – М. : Типо-литография товарищества И. Н. Кушнеров и К, 1910. – 230 с.
5. Бородаевский С. В. Кооперации среди славян / С. В. Бородаевский. – С.Пб. : Типография редакции Периодических изданий Министерства Финансов, 1912. – 80 с.
6. Вязова О. Из истории развития жилищной кооперации [Электронный ресурс] / О. Вязова. – Режим доступа : <http://gnk-standart.narod.ru/press/p.1.htm>. – Название с экрана.
7. Вахитов К. И. Кооперация. Теория, история, практика: Избранные изречения, факты, материалы, комментарии / К. И. Рахитов. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2004. – 557 с.
8. Полупанов Д. Квартировладельческая кооперация / Д. Полупанов // Весник кооперации. – 1915. – № 5. – С. 51–59.
9. Лазарович М. В. Економічна історія : навч. посіб. / М. В. Лазарович. – К. : Знання, 2008. – 431 с.
10. Гибнер Н. П. Система кооперации / Н. П. Гибнер. – М. : Типография А. Л. Будо, 1911. – 147 с.

АНОТАЦІЇ

І. ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Левченко Олександр Миколайович, доктор економічних наук, доцент, декан факультету економіки та менеджменту Кіровоградського національного технічного університету. **Рябоволик Тетяна Федорівна**, аспірантка, асистентка кафедри міжнародної економіки Кіровоградського національного технічного університету. **Напрями забезпечення інноваційної зайнятості на регіональному рівні.** У статті розглянуто напрями забезпечення інноваційної зайнятості на регіональному рівні. Показано взаємозв'язок зайнятості з інноваційною діяльністю регіону.

Ключові слова: інновації, зайнятість, інноваційна зайнятість, інноваційна діяльність, регіональні інноваційні центри.

Шевченко Анатолій Федорович, доктор економічних наук, професор, кафедри управління персоналом та економіки праці Полтавського університету економіки та торгівлі. **Шевченко Олена Миколаївна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії та регіональної економіки Полтавського національного технічного університету імені Ю. Кондратюка. **Виникнення, становлення та розвиток вексельного ринку в Україні.** У статті розглядаються питання, пов'язані зі становленням і функціонуванням вексельного ринку на різних етапах розвитку економіки України; аналізується стан і напрями подальшого розвитку вексельного обігу.

Ключові слова: вексель, вексельний ринок, вексельні операції, вексельна конвенція.

Балабан Петро Юрійович, кандидат економічних наук, професор, завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва

Полтавського університету економіки та торгівлі. **Курлейко Богдан Анатолійович**, аспірант кафедри комерційної діяльності та підприємництва Полтавського університету економіки та торгівлі. **Глобалізація світової економіки і споживча кооперація: проблеми та перспективи подальшого розвитку.** У статті розглянуто розвиток торговельної галузі споживчої кооперації з позицій мережної структури, визначено шляхи адаптації системи до умов глобальної економіки.

Ключові слова: глобалізація, мережні структури, споживча кооперація, оптова і роздрібна торгівля, трансформаційні процеси.

Башта Олександр Іванович, кандидат економічних наук, доцент, директор Кримського наукового центру НАНУ і МОНУ (м. Сімферополь). Принципи і методи енергозбереження у господарському комплексі АР Крим. У статті розглянуто особливості енергозбереження в окремих галузях господарства АР Крим. Проведено аналіз принципів і методів енергозбереження в умовах економіки Криму.

Ключові слова: АР Крим, економіка, регіон, енергозбереження, галузь.

Краус Наталія Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Полтавського університету економіки та торгівлі. **Механізм соціально-економічної взаємодії держави і суб'єктів господарювання в напрямі детінізації економіки.** У статті розглядається механізм соціально-економічної взаємодії держави і суб'єктів господарювання в Україні. Досліджується тенденція ієрархічного структурування владних угруповань, діяльність яких спрямована на тіньовий перерозподіл підконтрольного їм економічного потенціалу країни. Запропоновано згрупувати основні заходи в єдиний механізм соціально-

економічної взаємодії держави та суб'єктів господарювання, що спрямований на легалізацію тіньового сектора.

Ключові слова: соціально-економічний механізм, тінізація економіки, лобіювання, владні угруповання.

Цьохла Світлана Юрївна, доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри менеджменту підприємницької діяльності Тавричного національного університету ім. В. І. Вернадського. **Пріоритети і напрями реформування соціальної системи держави.** У статті виділені основні пріоритети сучасної соціальної політики держави. Визначені напрями реформування соціальної системи України з врахуванням взаємодії економічної і соціальної ефективності.

Ключові слова: соціальна політика, держава, соціальна система, реформування, соціальне забезпечення.

Безрукова Наталія Валеріївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Полтавського університету економіки і торгівлі. **Малишко Ганна Миколаївна**, студентка Полтавського університету економіки і торгівлі. **Техноглобалізм: основні форми прояву в сучасній світовій економічній системі.** У статті проаналізовано особливості конкурентної боротьби в умовах глобальної економіки. Виділено основні форми прояву технологічної асиметрії та виявлено причини її зростання. Доведено, що асиметрія розвитку країн світу, як наслідок глобалізації, є не тільки джерелом подальшого їх розвитку, але й призводить до певних негативних наслідків.

Ключові слова: глобалізація, техноглобалізм, транснаціональні корпорації, технологічна асиметрія.

Березіна Людмила Михайлівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства Полтавського університету економіки і торгівлі. **Аграрна політика уряду: її місце і роль у розвитку відносин підприємств АПК.** У статті розглянуто вплив аграрної політики уряду на розвиток організаційно-економічних відносин підприємств АПК.

Ключові слова: аграрна політика уряду, відносини підприємств АПК, господарський механізм АПК, імпорт продовольства.

Шевця Мирослава Юрївна, старший викладач кафедри менеджменту Карпатського інституту підприємництва, здобувач кафедри економіки, менеджменту та маркетингу Ужгородського національного університету. **Сучасні парадигми потенціалу регіону.** У статті розглянуті питання потенціалу, наведені основні парадигми потенціалу, які панують у сучасній науковій думці. Обґрунтовано застосування системного підходу, який дозволяє визначити компоненти потенціалу регіону, управління якими дозволяє досягти синергетичного ефекту.

Ключові слова: потенціал, регіон, розвиток, науковий ресурсний підхід, цільовий підхід, системний підхід, синергія.

Скляр Георгій Павлович, кандидат економічних наук, професор кафедри фінансів Полтавського університету економіки і торгівлі. **Яріш Олена Валентинівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Полтавського університету економіки і торгівлі. **Інвестиційно-страхова діяльність домогосподарств в умовах перехідної економіки.** У статті наводяться результати аналізу взаємопов'язаних видів діяльності домогосподарств з інвестування і страхування їх (домогосподарств) капіталу.

Ключові слова: домогосподарство, інвестиційно-страхова діяльність, накопичувальна пенсійна система, пенсійна реформа.

Зінченко Наталія Володимирівна, кандидат економічних наук, докторант кафедри економіки та управління трудовими ресурсами Луганського національного аграрного університету. **Соціально-економічна сутність і основні принципи інтеграційних процесів в АПК.** У статті розглянута соціально-економічна сутність розвитку інтеграційних процесів в АПК. Виявлена концепція створення агропромислових формувань за допомогою застосування основних принципів.

Ключові слова: інтеграційні процеси, агропромислові формування, сільськогосподарське виробництво, агропромислова інтеграція.

Клімова Олена Ігорівна, аспірантка Донецького державного університету управління. **Податковий механізм державного регулювання інтегрованих корпоративних систем.** У статті розглянуто сучасні питання податкового регулювання інтегрованих корпоративних систем (ІКС). Визначено основні недоліки державної податкової політики щодо регулювання ІКС. Запропоновано способи усунення цих недоліків, основним з яких є внесення відповідних змін у чинний Податковий кодекс України.

Ключові слова: державне регулювання, податковий механізм, інтегровані корпоративні системи.

Колмикова Євгенія Василівна, аспірантка кафедри міжнародної економіки Донецького національного університету. **Досвід регулювання міграційних процесів за рубежем і можливості його використання в Україні.** У статті розглянуті особливості регулювання міжнародних міграційних процесів у національному ринку праці, тенденції залежності вітчизняного ринку праці від зовнішньої міграції населення. Викладений закордонний досвід розвитку трудової міграції та його можливості використання в Україні.

Ключові слова: міжнародна міграція населення, імміграційна політика, ринок праці, дефіцит трудових ресурсів.

Кобзєв Ігор Сергійович, здобувач ННЦ «Інститут аграрної економіки» УААН. **Концептуальні засади економічного відтворення природно-ресурсного потенціалу АПК України.** У статті обґрунтовано створення власної економіко-організаційної системи екологічного регулювання для кожної екосистеми.

Ключові слова: економічне відтворення, природно-ресурсний потенціал АПК, ресурси, продуктивні сили, земельний фонд, власність, екосистема, споживання.

II. ЕКОНОМІКА, ОРГАНІЗАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Макаренко М. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління морським транспортом Азовського морського інституту. **Гончаров Е. В.**, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля. **Мотивація інноваційної діяльності підприємств України та процеси світової інтеграції.** У статті розглянуто мотиваційні заходи щодо інноваційної діяльності підприємств України в умовах інтеграційних процесів; запропоновано модель здійснення організаційних змін, яка відображає узгодженість дій вищого керівництва, спрямованих на вирішення проблем, обумовлених змінами у зовнішньому середовищі.

Ключові слова: інноваційна діяльність, мотивація, експорт, імпорт, механізм

Шталь Тетяна Валеріївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Харківського державного університету харчування і торгівлі. **Тищенко О. О.**, магістр кафедри міжнародної економіки Харківського державного університету харчування і торгівлі. **Аналіз тенденцій розвитку ринку ресторанних послуг Харківського регіону.** У статті проаналізовано стан ринку ресторанного господарства і визначено основні тенденції його розвитку по Харківському регіону в сучасних умовах нестабільності економіки.

Ключові слова: ринок ресторанного господарства, структура ринку, об'єкти ресторанного господарства, динаміка товарообігу.

Лісіца Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Полтавського університету економіки і торгівлі. **Еволюція теоретичних поглядів на розвиток сітьових відносин і їх прояв у роздрібній торгівлі.** У статті наведений ретроспективний аналіз теоретичних поглядів на розвиток сітьових відносин і їх прояв у роздрібній торгівлі, аналізуються розбіжності, які існують у трактуванні

поняття «сітьова форма організації» у працях різних авторів, подається авторське тлумачення поняття «сітьова організаційна форма в роздрібній торгівлі».

Ключові слова: сітьові організаційні форми, роздрібна торгівля, мережі, види інтеграції, міжфірмова мережа, конкурентні переваги, трансакційні витрати.

Педченко Наталія Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів Полтавського університету економіки і торгівлі. **Застосування економіко-математичних методів при стратегічному управлінні потенціалом розвитку підприємства.** У статті розглянуто можливість застосування економіко-математичних методів при стратегічному управлінні потенціалом розвитку підприємства на основі їх переваг.

Ключові слова: метод районування, експертний аналіз, метод аналогій, кластерний аналіз, комплексний показник, аналіз чутливості, принцип толерантності, методи імітаційного моделювання.

Карпенко Юрій Вікторович, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємств Полтавського університету економіки і торгівлі. **Формування цінової політики торговельних підприємств, що використовують інтернет-торгівлю.** У статті запропоновано механізм встановлення ціни на товар, який дасть змогу забезпечити зростання обсягів реалізації товарів і прибутку, стабільний фінансовий стан торговельних підприємств, що використовують інтернет-торгівлю.

Ключові слова: цінова політика, інтернет-торгівля, потенціал підприємства.

Шевчук Людмила Петрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. **Облік і контроль використання ресурсів підприємств ресторанного бізнесу за допомогою системи R-Keeper.** У статті розглянуто ведення обліку та показано переваги здійснення контролю за використанням ресурсів підприємств ресторанного бізнесу за допомогою системи R-Keeper.

Ключові слова: ресторанний бізнес, мінімізація витрат, контроль за ресурсами, система R-Keeper.

Юрко Ігор Вікторович, кандидат економічних наук, доцент кафедри комерційної діяльності та підприємництва Полтавського університету економіки і торгівлі. **Краус Катерина Миколаївна**, аспірантка кафедри комерційної діяльності та підприємництва Полтавського університету економіки та торгівлі. **Сутність і еволюція поняття «управління маркетингом» як економічної категорії.** У статті розглядаються теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємств. Досліджуються особливості трактування поняття «маркетингове управління» вітчизняними та зарубіжними науковцями. Запропоновано власне визначення терміна «управління маркетингом».

Ключові слова: маркетинг, менеджмент, ринок, підприємство, управління маркетингом, маркетингове середовище.

Дробиш Людмила Володимирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки підприємства Полтавського університету економіки та торгівлі. **Фактори регіонального формування попиту та пропозиції праці фахівців.** У статті досліджено фактори формування попиту й пропозиції праці фахівців за професійними сегментами та визначено групи факторів, що визначають попит на фахівців економічного профілю та їх пропозицію на регіональному ринку праці.

Ключові слова: попит на працю, пропозиція праці, професійний сегмент ринку праці.

Філіна Світлана Володимирівна, аспірант кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету економіки і менеджменту. **Корпоративні інформаційні системи: проблеми впровадження та аналіз ефективності у процесі управління.** У статті проаналізовано стан і проблеми формування та розвитку корпоративних інформаційних систем у системі споживчої кооперації України. Зроблено пропозиції щодо впровадження даних систем у ді-

яльність підприємств і організацій сфери торгівлі системи споживчої кооперації України.

Ключові слова: інформаційні системи, корпорація, споживча кооперація, ефективність, упровадження.

Джерелейко Світлана Олексіївна, аспірантка кафедри фінансів та банківської справи Хмельницького національного університету. **Системний підхід до визначення поняття «організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств».** У статті досліджено та систематизовано підходи до трактування поняття «організаційно-економічний механізм». Запропоновано визначення поняття «організаційно-економічний механізм забезпечення бюджетування діяльності промислових підприємств», упровадження якого у подальшому сприятиме поліпшенню ефективності управління та зростанню організаційно-економічного потенціалу суб'єкту господарювання.

Ключові слова: механізм, бюджетування, процес управління, системний підхід, організаційно-економічний механізм, система елементів забезпечення.

Яровий Антон Володимирович, аспірант кафедри фінансів Полтавського університету економіки та торгівлі. **Концептуальні основи організаційно-економічного механізму управління активами вітчизняних страхових компаній.** У статті розглянуто теоретичні основи організаційно-економічного механізму управління активами страхових компаній як чинника стимулювання інвестиційних процесів у вітчизняній економіці.

Ключові слова: активи страхових компаній, дозволені активи, загальні активи, страхові резерви, організаційно-економічний механізм.

Капустіна Юлія Володимирівна, аспірантка кафедри фінансового аналізу і контролю Київського національного торговельно-економічного університету. **Особливості аудиту маркетингової діяльності підприємств.** У статті розглянуто особливості проведення аудиту маркетингової діяльності. Визначено основні проблеми, які можуть

бути вирішені за допомогою аудиту. Зазначено основні етапи проведення перевірки на підприємстві для того, щоб маркетингова діяльність була більш ефективною і прибутковою.

Ключові слова: аудит маркетингової діяльності, проблеми маркетингової діяльності та етапи проведення аудиту маркетингової діяльності.

Капліна Анна Сергіївна, аспірантка кафедри менеджменту Полтавського університету економіки та торгівлі. **Основні проблеми розвитку підприємств готельного господарства в Україні.** У статті розглянуті основні проблеми розвитку готельного господарства України, розкрита сутність економічних умов і законодавчої бази для формування підприємств готельного господарства. Проаналізовано проблеми використання іноземних інвестицій і висвітлена невідповідність готельних господарств світовим стандартам.

Ключові слова: розвиток, проблема, готельне господарство, обслуговування.

Гетьманський Володимир Олександрович, аспірант Львівської комерційної академії. **Вимір і наслідки інтенсифікації діяльності підприємства в умовах економічного розвитку.** У статті визначена важливість поняття інтенсифікації для підприємства. Запропоновано власну методіку визначення інтенсифікації та пов'язану з нею можливість економії ресурсів підприємства.

Ключові слова: ефективність, інтенсивні й екстенсивні фактори розвитку, економічне зростання, інтенсифікація діяльності, абсолютна та відносна економія ресурсів.

Авраменко Марина Сергіївна, аспірантка кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі. **Методи формування кадрового потенціалу системи споживчої кооперації України як спосіб впливу на його рівень.** У статті розглянуто й удосконалено основні методи формування кадрового потенціалу системи споживчої кооперації України.

Ключові слова: кадровий потенціал, методи формування кадрового потенціалу.

Василевська Антоніна Олександрівна, аспірантка кафедри економічної кібернетики та інформаційних систем Київського національного торговельно-економічного університету. **Роль інформаційних технологій в управлінні проектами.** У статті розглянуто та проаналізовано особливості управління проектами з допомогою інформаційних технологій.

Ключові слова: інформаційні технології, управління проектами, проект.

Юдіна Христина Костянтинівна, аспірантка Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. **Методологічні аспекти обґрунтування дефініції «готельне господарство».** У статті на основі сутнісного аналізу етимології терміна «готель» і узагальнення різноманітних теоретичних і нормативно-правових підходів до формування терміна обґрунтовано зміст дефініції «готельне господарство».

Ключові слова: готель, готельне господарство, індустрія гостинності, дефініція.

Маголич Тарас Богданович, аспірант Львівської комерційної академії. **Інституційне середовище підприємницької діяльності в Україні та його вплив на трансакційні витрати суб'єктів підприємництва.** У статті досліджено інституційне середовище підприємницької діяльності в Україні та обґрунтовано його вплив на трансакційні витрати. Виявлено ключові причини неефективного розвитку трансформаційних процесів в умовах ринкової економіки.

Ключові слова: трансакційні витрати, інституційне середовище, підприємництво.

Чайка Інна Петрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу Полтавського університету економіки і торгівлі. **Методичні підходи до розрахунку ефективності функціонування вищого навчального закладу.** У статті досліджено методологічні підходи до вибору інструментарію розрахунку ефективності функціонування вищого навчального закладу (ВНЗ).

Ключові слова: ефект, ефективність, внутрішня ефективність, зовнішня ефективність, системна ефективність функціонування вищого навчального закладу.

Сардак Олена Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингового менеджменту Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. **Брендинг підприємства-роботодавця у системі управління персоналом-маркетингом.** У статті уточнено дефініції у сфері брендингу підприємства-роботодавця. Представлено авторський підхід до визначення змісту і особливостей брендингу підприємства-роботодавця в системі управління персоналом-маркетингом.

Ключові слова: імідж підприємства, ринок праці, маркетингова орієнтація, брендинг підприємства-роботодавця, система управління персоналом-маркетингом.

Гордополова Наталія Василівна, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Вінницького інституту економіки Тернопільського національного економічного університету. **Гордополов Володимир Юрійович**, кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансового аналізу і контролю Київського національного торговельно-економічного університету. **Старосуд Інна Віталіївна**, студентка 3-го курсу спеціальності облік та аудит Вінницького інституту економіки Тернопільського національного економічного університету. **Напрями вдосконалення обліку транспортно-заготівельних витрат.** У статті висвітлюються питання обліку ТЗВ, пов'язані з невідповідністю регламентів у чинних нормативних документах. Для покращення контролю транспортно-заготівельних витрат доцільно вести облік не в цілому за матеріальними витратами, а за статтями, які деталізують їх склад. Це сприятиме підвищенню прозорості даної статті калькуляції та покращить методику обліку.

Ключові слова: транспортно-заготівельні витрати, первісна вартість, калькуляція, статті, план рахунків.

Трайно Вікторія Миколаївна, асистентка кафедри маркетингу Полтавського університету економіки та торгівлі. **Формування маркетингових стратегій управління споживачами послуг ресторанного господарства.** У статті обґрунтовано стратегії закладів ресторанного господарства, модель формування маркетингової стратегії управління споживачами послуг ресторанного господарства.

Ключові слова: стратегія, управління, послуги, ресторанне господарство, споживач.

Зінченко Олена Миколаївна, асистентка кафедри економіки підприємства Полтавського університету економіки і торгівлі. **Дослідження стану розвитку роздрібної торгівлі України.** Стаття присвячена дослідженню сучасного стану роздрібної торгівлі України з метою виявлення основних проблем її розвитку.

Ключові слова: роздрібна торгівля, роздрібна торговельна мережа, роздрібний товарооборот.

Семенов Андрій Юрійович, аспірант кафедри фінансів Української академії банківської справи НБУ. **Вплив інфляції на ефективність фінансового сектора.** У статті на основі аналізу зарубіжних і вітчизняних наукових джерел узагальнено економічні погляди стосовно особливостей впливу інфляції на фінансовий сектор і економічне зростання. Доведено існування тісної залежності показників розвитку фінансового сектора від рівня та специфіки інфляції. За допомогою матричного методу здійснено групування країн світу за показниками фінансової глибини та інфляції.

Ключові слова: фінансовий сектор, інфляція, фінансова глибина, економічне зростання, фінансовий посередник, фінансова установа.

Селезньова Ольга Олександрівна, старший викладач кафедри маркетингу Одеської державної академії будівництва та архітектури. **Методичні підходи до оцінки маркетингової діяльності торговельних підприємств.** У статті освітлюються методичні підходи до оцінки маркетингової діяльності торговельних підприємств. Описуються різні методи економічного аналізу, основні принципи, на

яких він базується, наводяться економічні критерії оцінки. Пропонується використання системи показників, що включають коефіцієнт маркетингової діяльності, критерії оцінки конкурентоздатності, показники активності й ефективності маркетингової діяльності торговельного підприємства.

Ключові слова: оцінка, метод, принцип, показник, критерій, ефективність, конкурентоздатність, маркетинг, торговельне підприємство.

Маркіна Ірина Анатоліївна, доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту організацій та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі. **Єжов-Маряєв Святослав Олегович**, старший викладач кафедри менеджменту Кримського інституту бізнесу. **Комерційно-соціальна активність підприємства в сучасних умовах господарювання підприємств малого бізнесу АР Крим.** У статті розглядаються питання впливу комерційно-соціальної активності підприємства на ефективність його діяльності. Визначено основні чинники та складові комерційно-соціальної активності підприємства та необхідність її використання.

Ключові слова: комерційно-соціальна активність підприємства, механізм оцінки комерційно-соціальної активності підприємства, соціально-корпоративна відповідальність, культура організації, сервісний потенціал підприємства, участь в соціально-значущих акціях.

III. ФІНАНСИ ТА КРЕДИТ

Брітченко Ігор Геннадійович, доктор економічних наук, директор Міжгалузевого інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів Полтавського університету економіки і торгівлі. **Стратегічне управління банківською інфраструктурою в контексті розвитку економіки регіону.** Стаття присвячена питанням розвитку регіональної економіки, складовим компонентам стратегічного управління регіоном. Визначено місце і роль банків у забезпеченні регіональної конкурентоспроможності. Обґрунтовані способи вдо-

сконалення банківської системи та запропоновані механізми їх реалізації.

Ключові слова: регіон, розвиток, конкурентоспроможність, інфраструктура, фінансова складова, стратегічне управління.

Тищенко Тетяна Яківна, аспірантка кафедри обліку та аудиту Національної академії статистики. **Використання програмного комплексу «Парус» для ведення обліку бюджетними установами органами статистики: функціональні можливості та недоліки.** У статті розглянуто функціональні можливості та недоліки комп'ютерної програми «Парус».

Ключові слова: автоматизація обліку, комп'ютерна програма, програмні модулі, галузеві параметри.

IV. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК І АУДИТ

Виноградова Марина Олексіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Полтавського університету економіки і торгівлі. **Марюхніч Марина Олегівна**, магістр з обліку і аудиту Полтавського університету економіки і торгівлі. **Використання результатів аудиту розрахунків з дебіторами в управлінні підприємством.** У статті запропоновано напрями використання результатів аудиту розрахунків з дебіторами, що дасть можливість підвищити рівень контрольної роботи на підприємстві, а саме: вдосконалено та проаналізовано на фактичних даних методику діагностики фінансової надійності контрагентів, яка може бути придатною для вирішення конкретних завдань економічної безпеки вітчизняних суб'єктів господарювання та буде сприяти більш дієвому контролю за дебіторською заборгованістю для прийняття ефективних управлінських рішень.

Ключові слова: аудит, дебіторська заборгованість, контрагент, діагностика, фінансова надійність, економічна безпека, коефіцієнт, еталонне значення, кореляція, частковий інтегральний показник, загальний інтегральний показник.

Проскуріна Неля Миколаївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку і аудиту Запорізького національного університету. **Теоретичні узагальнення класифікації аудиторських процедур.** У статті здійснено теоретичні узагальнення класифікації аудиторських процедур за допомогою критичного аналізу основних підходів щодо їх класифікації.

Ключові слова: аудиторські процедури, класифікація аудиторських процедур.

Віннікова Вікторія Вікторівна, аспірантка кафедри економіки підприємств торгівлі і харчування Харківського державного університету харчування та торгівлі. **Обґрунтування фонду дивідендних виплат на підприємстві у поточному періоді та довгостроковій перспективі.** У статті розглянуто існуючі розробки щодо визначення рівня та величини дивідендів, представлено методичні підходи до визначення дивідендів у поточному періоді та у довгостроковій перспективі.

Ключові слова: дивіденди, власник, ефективність, дивідендна політика, поточний період, довгострокова перспектива.

V. ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ

Панченко Оксана Петрівна, здобувач кафедри грошового обліку і кредиту Полтавського університету економіки і торгівлі. **Кооперативні видання як засіб інформаційного забезпечення процесу розширення ресурсної бази та ефективної організації селянських та поміщицьких господарств Лівобережної України (кінець XIX – початок XX ст.).** У статті відображено роль кооперативних видань кінця XIX – початку XX ст. як засобу інформаційного забезпечення процесу розширення ресурсної бази й ефективної організації селянських і поміщицьких господарств Лівобережної України. Зокрема, виділено п'ять тематичних напрямів інформації, що сприяла цьому процесу. Акцентовано на важливості рекомендацій щодо розробки річного бюджету господарства та ведення обліку у ході його діяльності.

Ключові слова: кооперативні видання, ресурсна база аграрних господарств, річний бюджет, ведення обліку.

Литвин Олександр Юрійович, старший викладач кафедри економічної теорії та економічних досліджень Полтавської державної аграрної академії. **Розвиток житлової кооперації у Російській Імперії (кінець XIX – початок XX ст.).** У статті розглядаються осно-

вні тенденції розвитку житлової кооперації в Російській імперії наприкінці XIX – на початку XX століття. Здійснено аналіз розвитку житлової кооперації країн Західної Європи та Російської імперії. Акцентовано увагу на перспективності використання позитивного досвіду у сучасній українській практиці.

Ключові слова: житлова кооперація, кооператив, квартира, житло, житлове будівництво, житлові умови.



АННОТАЦИИ

I. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Левченко Александр Николаевич, доктор экономических наук, доцент, декан кафедры международной экономики Кировоградского национального технического университета. **Рябоволык Татьяна Федоровна**, аспирант, ассистент кафедры международной экономики Кировоградского национального технического университета. **Направления обеспечения инновационной занятости на региональном уровне.** В статье рассмотрены направления обеспечения инновационной занятости на региональном уровне. Показана взаимосвязь занятости с инновационной деятельностью региона.

Ключевые слова: инновации, занятость, инновационная занятость, инновационная деятельность, региональные инновационные центры.

Шевченко Анатолий Федорович, доктор экономических наук, профессор кафедры управления персоналом и экономики труда Полтавского университета экономики и торговли. **Шевченко Елена Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории и региональной экономики. **Возникновение, становление и развитие вексельного рынка в Украине.** В статье рассматриваются вопросы, связанные со становлением и функционированием вексельного рынка на разных этапах развития экономики Украины; анализируется состояние и направления дальнейшего развития вексельного обращения.

Ключевые слова: вексель, вексельный рынок, вексельные операции, вексельная конвенция.

Балабан Петр Юрьевич, кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедрой коммерческой деятельности и предпринимательства Полтавского университета экономики и торговли. **Курлейко Богдан Анатолиевич**, аспирант кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства Полтавского университета экономики и торговли. **Глобализация мировой экономики и потребительская кооперация: проблемы и перспективы последующего развития.** В статье рассмотрено развитие торговой отрасли потребительской кооперации с позиций сетевой структуры, определены пути адаптации системы к условиям глобальной экономики.

Ключевые слова: глобализация, сетевые структуры, потребительская кооперация, оптовая и розничная торговля, трансформационные процессы.

Башта Александр Иванович, кандидат экономических наук, доцент, директор Крымского научного центра НАНУ И МОНУ (г. Симферополь). **Принципы и методы энергосбережения в хозяйственном комплексе АР Крым.** В статье рассмотрены особенности энергосбережения в отдельных отраслях хозяйства АР Крым. Проведен анализ принципов и методов энергосбережения в условиях экономики Крыма.

Ключевые слова: АР Крым, экономика, регион, энергосбережение, отрасль.

Краус Наталья Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов Полтавского университета экономики и торговли. **Механизм социально-экономического взаимодействия государства и субъектов хозяйствования в направлении детинизации экономики.** В статье рассматривается механизм социально-экономического взаимодействия государства и субъектов хозяй-

ствования в Украине. Исследуется тенденция иерархического структурирования властных групп, деятельность которых направлена на теневое перераспределение подконтрольного им экономического потенциала страны. Предложено сгруппировать основные мероприятия в единый механизм социально-экономического взаимодействия государства и субъектов хозяйствования, что направлено на легализацию теневого сектора.

Ключевые слова: социально-экономический механизм, тенезация экономики, лоббирование.

Цёхла Светлана Юрьевна, доктор экономических наук, доцент, заведующая кафедрой менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. **Приоритеты и направления реформирования социальной системы государства.** В статье выделены основные приоритеты современной социальной политики государства. Определены направления реформирования социальной системы Украины с учетом взаимодействия экономической и социальной эффективности.

Ключевые слова: социальная политика, государство, социальная система, реформирование, социальное обеспечение.

Безрукова Наталия Валериевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики Полтавского университета экономики и торговли. **Малышко Анна Николаевна**, студентка Полтавского университета экономики и торговли. **Техноглобализм: основные формы проявления в современной мировой экономической системе.** В статье проанализированы особенности конкурентной борьбы в условиях глобальной экономики. Выделены основные формы проявления технологической асимметрии и причины ее роста. Доказано, что асимметрия развития стран мира, как следствие глобализации, есть не только источником их дальнейшего развития, но и приводит к ряду негативных последствий.

Ключевые слова: глобализация, техноглобализм, транснациональные корпорации, технологическая асимметрия.

Березина Людмила Михайловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия Полтавского университета экономики и торговли. **Аграрная политика правительства: её место и роль в развитии отношений предприятий АПК.** В статье рассмотрено влияние аграрной политики правительства на развитие организационно-экономических отношений предприятий АПК.

Ключевые слова: аграрная политика правительства, импорт продовольствия, отношения предприятий АПК, хозяйственный механизм АПК.

Шевря Мирослава Юрьевна, старший преподаватель кафедры менеджмента Карпатского института предпринимательства, соискатель кафедры экономики, менеджмента и маркетинга Ужгородского национального университета. **Современные парадигмы потенциала региона.** В статье рассмотрены проблемы потенциала, освещены основные парадигмы потенциала, которые преобладают в современной научной мысли. Обосновано применение системного подхода, который позволяет вычленировать компоненты регионального потенциала, управление которыми обеспечивает действие синергетического эффекта.

Ключевые слова: потенциал, регион, развитие, ресурсный подход, целевой подход, системный подход, синергия.

Скляр Георгий Павлович, кандидат экономических наук, профессор кафедры финансов Полтавского университета экономики и торговли. **Яриш Елена Валентиновна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов Полтавского университета экономики и торговли. **Инвестиционно-страховая деятельность домохозяйств в условиях переходной экономики.** В статье представлены результаты анализа взаимосвязанных видов деятельности домохозяйств по инвестированию и страхованию их (домохозяйств) капитала.

Ключевые слова: домохозяйство, инвестиционно-страховая деятельность, накопительная пенсионная система, пенсионная реформа.

Зинченко Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, докторант кафедры экономики и управления трудовыми ресурсами Луганского национального аграрного университета. **Социально-экономическая суть и основные принципы интеграционных процессов в АПК.** В статье рассмотрена социально-экономическая сущность развития интеграционных процессов в АПК. Выявлена концепция создания агропромышленных формирований с помощью применения основных принципов.

Ключевые слова: интеграционные процессы, агропромышленные формирования, сельскохозяйственное производство, агропромышленная интеграция.

Климова Елена Игоревна, аспирант Донецкого государственного университета управления. **Налоговый механизм государственного регулирования интегрированных корпоративных систем.** В статье рассмотрены современные вопросы налогового регулирования интегрированных корпоративных систем (ИКС). Определены основные недостатки государственной налоговой политики по регулированию ИКС. Предложены способы устранения этих недостатков, основным из которых является внесение соответствующих изменений в действующий Налоговый кодекс Украины.

Ключевые слова: государственное регулирование, налоговый механизм, интегрированные корпоративные системы.

Колмыкова Евгения Васильевна, аспирант кафедры международной экономики Донецкого национального университета. **Опыт регулирования миграционных процессов за рубежом и возможности его использования в Украине.** В статье рассмотрены особенности регулирования международных миграционных процессов на национальном рынке труда, тенденции зависимости отечественного рынка труда от внешней миграции населения. Изложен зарубежный опыт развития трудовой

миграции и его возможности использования в Украине.

Ключевые слова: международная миграция населения, иммиграционная политика, рынок труда, дефицит трудовых ресурсов.

Кобзев Игорь Сергеевич, соискатель ННЦ «Институт аграрной экономики» УААН. **Концептуальные основы экономического воспроизводства природно-ресурсного потенциала АПК.** В статье комплексно обоснованы концептуальные основы экономического воспроизводства природно-ресурсного потенциала АПК Украины. Обосновано образование собственной экономико-организационной системы экологического регулирования для каждой экосистемы.

Ключевые слова: экономическое воспроизводство, природно-ресурсный потенциал АПК, ресурсы, производительные силы, земельный фонд, собственность, экосистема, потребление.

II. ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Макаренко М. В., кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления морским транспортом Азовского морского института. **Гончаров Е. В.**, кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики Восточноукраинского национального университета имени Владимира Даля. **Мотивация инновационной деятельности предприятий Украины в процессе мировой интеграции.** В статье рассмотрены мотивационные мероприятия относительно инновационной деятельности предприятий Украины в условиях интеграционных процессов; предложена модель осуществления организационных изменений, которая отображает взаимосвязанность действий высшего руководства, направленные на решение проблем, обусловленных изменениями во внешней среде.

Ключевые слова: инновационная деятельность, мотивация, экспорт, импорт, механизм.

Шталь Татьяна Валериевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики Харьковского государственного университета питания и торговли. **Тищенко О. О.**, магистр кафедры международной экономики Харьковского государственного университета питания и торговли. **Анализ тенденций развития рынка ресторанных услуг Харьковского региона.** В статье проанализировано состояние рынка ресторанного хозяйства и определены основные тенденции его развития по Харьковскому региону в современных условиях нестабильности экономики.

Ключевые слова: рынок ресторанного хозяйства, структура рынка, объекты ресторанного хозяйства, динамика товарооборота.

Лисица Виктория Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства Полтавского университета экономики и торговли. **Эволюция теоретических взглядов на развитие сетевых отношений и их проявление в розничной торговле.** В статье представлен ретроспективный анализ теоретических взглядов на развитие сетевых отношений и их проявление в розничной торговле, анализируются отличия, существующие в трактовке понятия сетевой формы организации в работах различных авторов, предлагается авторская трактовка понятия «сетевая форма организации в розничной торговле».

Ключевые слова: сетевые организационные формы, розничная торговля, сети, виды интеграции, межфирменная сеть, конкурентные преимущества, трансакционные издержки.

Педченко Наталья Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов Полтавского университета экономики и торговли. **Применение экономико-математических методов при стратегическом управлении потенциалом развития предприятия.** В статье рассмотрена возможность применения экономико-математических методов при стратегическом управлении потенци-

алом развития предприятия на основе их преимуществ.

Ключевые слова: метод районирования, экспертный анализ, метод аналогий, кластерный анализ, комплексный показатель, анализ чувствительности, принцип толерантности, методы имитационного моделирования.

Карпенко Юрий Викторович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий Полтавского университета экономики и торговли. **Формирование ценовой политики торговых предприятий, которые используют интернет-торговлю.** В статье предложен механизм установления цены на товар, который даст возможность обеспечить рост объемов реализации товаров и прибыли, стабильное финансовое состояние торговых предприятий, которые используют интернет-торговлю.

Ключевые слова: ценовая политика, интернет-торговля, потенциал предприятия.

Шевчук Людмила Петровна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета Винницкого торгово-экономического института КНТЕУ. **Учет и контроль использования ресурсов предприятий ресторанного бизнеса с помощью системы R-Keeper.** В статье рассмотрено ведение учета и показаны преимущества осуществления контроля за использованием ресурсов предприятий ресторанного бизнеса с помощью системы R-Keeper.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, минимизация затрат, контроль за ресурсами, система R-Keeper.

Юрко Игорь Викторович, кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства Полтавского университета экономики и торговли. **Краус Екатерина Николаевна**, аспирант кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства Полтавского университета экономики и торговли. **Сущность и эволюция понятия «управление маркетингом» как экономической категории.** В статье рассматриваются теоретические аспекты управления маркетинговой деятельностью

предприятий. Исследуются особенности трактовки понятия «маркетинговое управление» отечественными и зарубежными учеными. Предложено собственное определение термина «управление маркетингом».

Ключевые слова: маркетинг, менеджмент, рынок, предприятие, управление маркетингом, маркетинговая среда.

Дробыш Людмила Владимировна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия Полтавского университета экономики и торговли. **Факторы регионального формирования спроса и предложения труда специалистов.** В статье исследованы факторы формирования спроса и предложения труда специалистов по профессиональным сегментам и выявлены группы факторов, которые определяют спрос на специалистов экономического профиля и их предложение на региональном рынке труда.

Ключевые слова: спрос на труд, предложение труда, профессиональный сегмент рынка труда.

Филина Светлана Владимировна, аспирант кафедры менеджмента и внешнеэкономической деятельности Полтавского университета экономики и торговли. **Корпоративные информационные системы: проблемы внедрения и анализ эффективности в процессе управления.** В статье проводится анализ состояния и проблем формирования и развития корпоративных информационных систем в системы потребительской кооперации Украины. Разработаны предложения относительно внедрения данных систем в деятельность предприятий и организаций сферы торговли системы потребительской кооперации Украины.

Ключевые слова: информационные системы, корпорация, потребительская кооперация, эффективность, внедрение.

Джерелейко Светлана Алексеевна, аспирант кафедры финансов и банковского дела Хмельницкого национального университета. **Системный подход к определению понятия «организационно-экономический механизм обеспечения бюджетирования деятельности промышленных предприятий».**

В статье исследованы и систематизированы подходы к трактовке понятия «организационно-экономический механизм». Предложено определение понятия «организационно-экономический механизм обеспечения бюджетирования деятельности промышленных предприятий», внедрение которого в дальнейшем будет способствовать улучшению эффективности управления и роста организационно-экономического потенциала хозяйствующего субъекта.

Ключевые слова: механизм, бюджетирование, процесс управления, системный подход, организационно-экономический механизм, система элементов обеспечения.

Яровой Антон Владимирович, аспирант кафедры финансов Полтавского университета экономики и торговли. **Концептуальные основы организационно-экономического механизма управления активами отечественных страховых компаний.** В статье рассмотрены теоретические основы организационно-экономического механизма управления активами страховых компаний как фактора стимулирования инвестиционных процессов, происходящих в отечественной экономике.

Ключевые слова: активы страховых компаний, разрешённые активы, обобщённые активы, страховые резервы, организационно-экономический механизм.

Капустина Юлия Владимировна, аспирантка кафедры финансового анализа и контроля Киевского национального торгово-экономического университета. **Особенности аудита маркетинговой деятельности предприятий.** В статье рассмотрены особенности проведения аудита маркетинговой деятельности. Определены основные проблемы, которые могут быть решены с помощью аудита. Указаны основные этапы проведения проверки на предприятии для того, чтобы маркетинговая деятельность была более эффективной и прибыльной.

Ключевые слова: аудит маркетинговой деятельности, этапы проведения аудита маркетинговой деятельности.

Каплина Анна Сергеевна, аспирант кафедры менеджмента Полтавского университета экономики и торговли. **Основные проблемы развития предприятий отельного хозяйства в Украине.** В статье рассмотрены основные проблемы развития отельного хозяйства Украины, раскрыта суть экономических условий и законодательной базы для формирования отельной индустрии. Проанализированы проблемы использования иностранных инвестиций и раскрыто несоответствие отельных предприятий мировым стандартам.

Ключевые слова: развитие, проблема, отельное хозяйство, обслуживание.

Гетьманский Владимир Александрович, аспирант Львовской коммерческой академии. **Измерения и последствия интенсификации деятельности предприятия в условиях экономического развития.** В статье определена важность и понятие интенсификации для предприятия. Предложена собственная методика определения интенсификации и связанной с ней экономии ресурсов предприятия.

Ключевые слова: эффективность, интенсивные и экстенсивные факторы развития, экономический рост, интенсификация деятельности, абсолютная и относительная экономия ресурсов.

Авраменко Марина Сергеевна, аспирантка кафедры менеджмента организаций и внешнеэкономической деятельности Полтавского университета экономики и торговли. **Методы формирования кадрового потенциала системы потребительской кооперации Украины как способ влияния на его уровень.** В статье рассмотрены и усовершенствованы основные методы формирования кадрового потенциала системы потребительской кооперации Украины.

Ключевые слова: кадровый потенциал, методы формирования кадрового потенциала.

Василевская Антонина Александровна, аспирантка кафедры экономической кибернетики и информационных систем Киевского национального торгово-экономического университета. **Роль информационных технологий в управлении проектами.** В статье автором

рассмотрены и проанализированы особенности управления проектами с помощью информационных технологий.

Ключевые слова: информационные технологии, управление проектами, проект.

Юдина Кристина Константиновна, аспирант Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. **Методологические аспекты обоснования дефиниции «отельное хозяйство».** В статье на основе сущностного анализа этимологии термина «гостиница» и обобщения разнообразных теоретических и нормативно-правовых подходов к формированию термина обосновано содержание дефиниции гостиничное хозяйство.

Ключевые слова: гостиница, отельное хозяйство, индустрия гостеприимства, дефиниция.

Матолит Тарас Богданович, аспирант Львовской коммерческой академии. **Институциональная среда предпринимательской деятельности в Украине и ее влияние на трансакционные расходы субъектов предпринимательства.** В статье исследована институциональная среда предпринимательской деятельности в Украине и обосновано ее влияние на трансакционные расходы. Обнаружены ключевые причины неэффективного развития трансформационных процессов в условиях рыночной экономики.

Ключевые слова: трансакционные расходы, институциональная среда, предпринимательство.

Чайка Инна Петровна, кандидат экономических наук Полтавского университета экономики и торговли. **Методологические подходы к расчету эффективности функционирования высшего учебного заведения.** В статье исследованы методологические подходы к выбору инструментария расчета эффективности функционирования высшего учебного заведения.

Ключевые слова: эффект, эффективность, внутренняя эффективность, внешняя эффективность, системная эффективность функционирования высшего учебного заведения.

Сардак Елена Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетингового менеджмента Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. **Брендинг предприятия-работодателя в системе управления персонал-маркетингом.** В статье уточнены дефиниции в сфере брендинга предприятия-работодателя. Представлен авторский подход к определению содержания и особенностей брендинга предприятия-работодателя в системе управления персонал-маркетингом.

Ключевые слова: имидж предприятия, рынков труда, маркетинговая ориентация, брендинг предприятия-работодателя, система управления персонал-маркетингом.

Гордополова Наталья Васильевна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой бухгалтерского учета и аудита Винницкого института экономики Тернопольского национального экономического университета. **Гордополов Владимир Юрьевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового анализа и контроля Киевского национального торгово-экономического университета. **Старосуд Инна Витальевна**, студентка 3-го курса специальности учет и аудит Винницкого института экономики Тернопольского национального экономического университета. **Направления совершенствования учета транспортно-заготовительных расходов.** Освещаются вопросы учета ТЗР, связанные с несоответствием регламентов в действующих нормативных документах. Для улучшения контроля транспортно-заготовительных расходов целесообразно вести учет не в целом по материальным затратам, а по статьям, которые детализируют их состав. Это будет способствовать повышению прозрачности данной статьи калькуляции и улучшить методику учета.

Ключевые слова: транспортно-заготовительные расходы, первоначальная стоимость, калькуляция, статьи, план счетов.

Трайно Виктория Николаевна, ассистент кафедры маркетинга Полтавского универси-

тета экономики и торговли. **Формирование маркетинговых стратегий управления потребителями услуг ресторанного хозяйства.** В статье обосновано стратегии заведений ресторанного хозяйства, модель формирования маркетинговой стратегии управления потребителями услуг ресторанного хозяйства.

Ключевые слова: стратегия, управление, услуги, ресторанное хозяйство, потребитель.

Зинченко Елена Николаевна, ассистент кафедры экономики предприятия Полтавского университета экономики и торговли. **Исследование состояния развития розничной торговли Украины.** Статья посвящена исследованию современного состояния розничной торговли Украины с целью выявления основных проблем ее развития. В статье обоснованы теоретические аспекты и выявлены проблемы и основные направления развития розничной торговли Украины в современных условиях ведения хозяйства.

Ключевые слова: розничная торговля, розничная торговая сеть, розничный товарооборот.

Семенов Андрей Юрьевич, аспирант кафедры финансов Украинской академии банковского дела НБУ. **Влияние инфляции на эффективность финансового сектора.** В статье на основе анализа зарубежных и отечественных научных источников обобщено экономические взгляды относительно особенностей влияния инфляции на финансовый сектор и экономический рост. Доказано существование тесной зависимости показателей развития финансового сектора от уровня и специфики инфляции. С помощью матричного метода представлена группировка стран мира за показателями финансовой глубины и инфляции.

Ключевые слова: финансовый сектор, инфляция, финансовая глубина, экономический рост, финансовый посредник, финансовое учреждение.

Селезнева Ольга Александровна, старший преподаватель кафедры маркетинга Одесской государственной академии строительства и архитектуры. **Методические подходы к оценке маркетинговой деятель-**

ности торговых предприятий. В статье раскрываются методические подходы к оценке маркетинговой деятельности торговых предприятий. Описываются различные методы экономического анализа, основные принципы, на которых он базируется, наводятся экономические критерии оценки. Предлагается использование системы показателей, которые включают коэффициент маркетинговой деятельности, критерии оценки конкурентоспособности, показатели активности и эффективности маркетинговой деятельности торгового предприятия.

Ключевые слова: оценка, метод, принцип, показатель, критерий, эффективность, конкурентоспособность, маркетинг, торговое предприятие.

Маркина Ирина Анатольевна, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента организаций и внешнеэкономической деятельности Полтавского университета экономики и торговли. **Ежов-Маряев Станислав Олегович**, старший преподаватель кафедры менеджмента Крымского института бизнеса. **Коммерческо-социальная активность предприятия в современных условиях хозяйствования предприятий малого бизнеса АР Крым.** В статье рассматриваются вопросы влияния коммерческо-социальной активности предприятия на эффективность его деятельности. Определены основные факторы и составляющие коммерческо-социальной активности предприятия и необходимость ее использования.

Ключевые слова: коммерческо-социальная активность предприятия, механизм оценки коммерческо-социальной активности предприятия, социально-корпоративная ответственность, культура организации, сервисный потенциал предприятия, участие в социально-значимых акциях.

III. ФИНАНСЫ И КРЕДИТ

Бритченко Игорь Геннадиевич, доктор экономических наук, директор Межотраслевого института повышения квалификации и переподготовки специалистов Полтавского университета экономики и торговли. **Стра-**

тегическое управление банковской инфраструктурой в контексте развития экономики региона. Статья посвящена актуальным проблемам развития региональной экономики, стратегическому управлению банковской инфраструктуры региона. Определены место и роль банков в обеспечении региональной конкурентоспособности. Обоснованы пути совершенствования региональной конкурентоспособности и механизмы их реализации.

Ключевые слова: регион, развитие, конкурентоспособность, инфраструктура, финансовая составляющая, стратегическое управление.

Тищенко Татьяна Яковлевна, аспирантка кафедры статистики, учета и аудита Национальной академии. **Использование программного комплекса «Парус» для ведения учета бюджетными учреждениями органами статистики: функциональные возможности и недостатки.** В статье рассмотрены функциональные возможности и недостатки программы «Парус».

Ключевые слова: автоматизация учета, компьютерная программа, программные модули, отраслевые параметры.

IV. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И АУДИТ

Виноградова Марина Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита Полтавского университета экономики и торговли. **Марюхнич Марина Алексеевна**, магистр по учету и аудиту Полтавского университета экономики и торговли. **Использование результатов аудита расчетов с дебиторами в управлении предприятием.** В статье предложено направления использования результатов аудита расчетов с дебиторами, что даст возможность повысить уровень контрольной работы на предприятии, а именно: усовершенствовано и проанализировано на фактических данных методику диагностики финансовой надежности контрагентов, которая может быть использована для решения конкретных заданий экономической безопасности отечественных субъектов хозяйствования и будет способствовать более действенному контролю за дебиторской

задолженностью для принятия эффективных управленческих решений.

Ключевые слова: аудит, дебиторская задолженность, контрагент, диагностика, финансовая надежность, экономическая безопасность, коэффициент, эталонное значение, корреляция, частичный интегральный показатель, общий интегральный показатель.

Проскурина Неля Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры учета и аудита Запорожского национального университета. **Теоретическое обобщение классификации аудиторских процедур.** В статье проведено теоретическое обобщение классификации аудиторских процедур путем критического анализа основных подходов относительно их классификации.

Ключевые слова: аудиторские процедуры, классификация аудиторских процедур.

Винникова Виктория Викторовна, аспирант кафедры экономики предприятий торговли и питания Харьковского государственного университета питания и торговли. **Обоснование фонда дивидендных выплат на предприятии в текущем периоде и долгосрочной перспективе.** В статье рассмотрены существующие разработки по определению уровня и величины дивидендов, представлены методические подходы к определению дивидендов в текущем периоде и в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: дивиденды, владелец, эффективность, дивидендная политика, текущий период, долгосрочная перспектива.

V. ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ

Панченко Оксана Петровна, соискатель кафедры денежного оборота и кредита Пол-

тавского университета экономики и торговли. **Кооперативные издания как средство информационного обеспечения процесса расширения ресурсной базы и эффективной организации крестьянских и помещичьих хозяйств Левобережной Украины (конец XIX – начало XX в.).** В статье отражена роль кооперативных изданий конца XIX – начала XX в. как средства информационного обеспечения процесса расширения ресурсной базы и эффективной организации крестьянских и помещичьих хозяйств Левобережной Украины. В частности, выделено пять тематических направлений информации, что способствовала этому процессу. Акцентируется внимание на важности рекомендаций по разработке годового бюджета хозяйства и ведению учета в ходе его деятельности.

Ключевые слова: кооперативные издания, ресурсная база аграрных хозяйств, годовой бюджет, ведение учета.

Литвин Александр Юрьевич, старший преподаватель кафедры экономической теории и экономических исследований Полтавской государственной аграрной академии. **Развитие жилищной кооперации в Российской империи (конец XIX – начало XX ст.).** В статье рассматриваются основные тенденции развития жилищной кооперации в Российской империи в конце XIX – начале XX столетия. Сделан анализ развития жилищной кооперации стран Западной Европы и Российской империи. Акцентируется внимание на перспективности использования позитивного опыта в современной украинской практике.

Ключевые слова: жилищная кооперация, кооператив, квартира, жилье, жилищное строительство, жилищные условия.

SUMMARIES

I. PERFORMANCE OF ECONOMIC SYSTEM

Levchenko O. M., Dc. Econ. Sci., Professor.
Ryabovolik T. F. Directions provide innovative employment at the regional level. Directions of providing of innovative employment are considered at regional level. Intercommunication of employment is rotined with innovative activity of region.

Key words: innovations, employment, innovative employment, innovative activity, regional innovative centers.

Shevchenko A. F., Dc. Econ. Sci., Professor.
Shevchenko O. N., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Origin, formation and development bill market in Ukraine.** In the article addresses issues related to the establishment and operation of the bill market at different stages of economic development of Ukraine; examines the state and directions for further development of bill circulation.

Key words: bill, bill market, bill transactions, bill Convention.

Balaban P. Yu., Cand. Econ. Sci., associate professor.
Kurleiko B. A. Globalization of the world economy and consumer cooperation: problems and perspectives. The development of the trade of the consumer cooperation from the point of network structure is described in the article. The ways off system adaptation wider conditions of global economy are defined.

Key words: globalization, network structure, consumer cooperation, wholesaling and retailing, transformation processes.

Bashta O. I., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Principles and methods of energy conservation in economic complex of Crimea.** The features of energy conservation in individual sectors of the economy AR Crimea, the analysis of

the principles and techniques of energy saving in the economy of the Crimea. are discribed.

Key words: Crimea, the economy, the region, energy, industry.

Kraus N. M., Cand. Econ. Sci., associate professor. **The mechanism of socio-economic interaction between government and business entities in the direction of removal of the shadow economy.** The article deals with socio-economic mechanism of interaction between government and business entities in Ukraine. We study the trend of the hierarchical structuring of power groups whose activities are directed at the shadow peraspredelenie they control the economic potential of the country. Proposed major activities grouped into a single mechanism of social and economic interaction between government and business entities, which are aimed at the legalization of the informal sector.

Key words: socio-economic mechanism, shadowing economic lobbying.

Tsohla S. Yu., Dc. Econ. Sci., Professor. **Priorities and directions of the states social system reforming.** The basic priorities of the states modern social policy are allocated. Reforming Directions of Ukraines social system taking into account interaction of economic and social efficiency are defined.

Key words: social policy, the state, social system, reforming, social support.

Bezrukova N. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Malishko A. N. Technoglobalizm: main forms of manifestation in modern world economic system.** Special features of competition in in global economy are analysed. Main forms of technological asymmetry and reasons of its growth are determined and investigated. It's proved that asymmetry in countries' development is not only source of future their development but has a lot of negative consequences.

Key words: globalization, technoglobalizm, transnational corporations, technological asymmetry.

Berezina L. M., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Government agricultural policy: its place and role in the development of agro-industrial complex enterprises relationships.** It is examined the government agricultural policy influence on the development of organizational-economic relationships of agro-industrial complex enterprises.

Key words: government agricultural policy, relationships of agro-industrial complex enterprises, economic mechanism of agro-industrial complex, food import.

Sheverja M. Yu. **Modern paradigm of the regional potential.** The article deals with potential, the basic paradigm of capacity that prevail in modern scientific thought. The application of systematic approach, which allows components to determine potential of the region managed to achieve a synergistic effect.

Key words: potential, the region, development, scientific resource approach, targeted approach, system approach, synergy.

Sklyar G. P., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Yarish O. V.**, Cand. Econ. Sci., associate professor. **Investment and insurance activity of households in conditions of transition economy.** The article presents the results of analysis of interrelated types of household activity in the sphere of households' investments and capital insurance. Special attention is paid to rural households' functioning providing, pension system reforming and households' members' life insurance.

Key words: households, investment and insurance activity, pension reform.

Zinchenko N. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Socio-economic essence and basic principles of integration processes in the agricultural sector.** In the article socio-economic essence of development of integration processes is considered in APK. Conception of creation is exposed agroindustrial formings by application of basic principles.

Key words: integration processes, formation of agribusiness, agriculture, agro-industrial integration.

Klimova O. I. **Tax mechanism of the state regulation of integrated corporate systems.** Up-to-date problems of the tax regulation of integrated corporate systems (ICS) are considered. Main drawbacks of the tax state policy for the regulation of ICS are defined. The ways of eliminating these drawbacks are proposed, the main of which is making appropriate changes to the current Ukrainian Tax Code.

Key words: state regulation, tax mechanism, integrated corporate systems.

Kolmiykova E. V. **Experience of regulation of migratory processes abroad and possibilities of its use in Ukraine.** Article is devoted to specialties of international migration processes on national labor and trends of domestic labor market dependence from internal migration research. Foreign experience of labor migration is disclosed and possibilities of its implementation in Ukraine are defiance.

Key words: international migration, immigration policy, labor market, labor shortages.

Kobzev I. S. **The conceptual basis for economic reconstruction of the natural resource potential of agribusiness.** Conceptual principles of economic recreation are complex grounded naturally resource to potential of APK of Ukraine. Grounded creation of own economic organizational systems of the ecological adjusting for every ecosystem.

Key words: economic recreation, naturally resource potential of APK, resources, productive forces, landed fund, property, ecosystem, consumption.

II. ECONOMY, THE ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF ENTERPRISE

Makarenko M. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Goncharov E. V.**, Cand. Econ. Sci., associate professor. **Motivating innovation in enterprises of Ukraine in the process of global integration.** The article deals with motivational activities concerning innovation in enterprises of

Ukraine in the integration process, a model of organizational change, which shows the interconnectedness of actions of senior management to address the challenges posed by changes in the environment.

Key words: innovation, motivation, exports, imports, mechanism

Shtal T. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Tyshchenko O. O. The analysis of tendencies of development of the market of restaurant services of the Kharkov region.** In article the condition of the market of a restaurant economy is analysed and the basic tendencies of its development on the Kharkov region in modern conditions of instability of economy are defined.

Key words: restaurant economy, market structure, objects of a restaurant economy, dynamics of goods turnover.

Licitsa V. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Evolution of theoretical views on the development of network relationships and their manifestation in the retail trade.** The retrospective analysis of the theoretical views on the development of network relations and their realization in retail trading, the analysis of the differences existing in the meanings of network forms of organization in the works of different authors and the variant of the author's one interpretation of network forms of organization in retail trading are considered in this article.

Key words: network organizations, retail trading, networks, forms of integrations, inter-firm network, competitive advantage, transaction cost.

Pedchenko N. S., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Application of economic-mathematical methods in strategic management of the potential of enterprise development.** The author investigated the possibility of using economic and mathematical methods in strategic management of the potential of enterprise development on the basis of their benefits.

Key words: The method of zoning, expert analysis, analogy method, cluster analysis, a comprehensive index, the sensitivity analysis, the principle of tolerance, methods of simulation.

Karpenko Yu. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Forming of price policy of trade enterprises which use the internet trade.** The mechanism of establishment of price is offered on a commodity, which will give an opportunity to provide the increase of volumes of realization of commodities and income, stable financial state of trade enterprises which use internet trade.

Key words: price policy, internet trade, potential of enterprises.

Shevchuk L. P., Cand. Econ. Sci., associate professor. **An account and control of the use of resources of enterprises of restaurant business is for help of system r-keeper.** The conduct of account is considered and advantages of realization of control are rotated after the use of resources of enterprises of restaurant business by the system of r-keeper.

Key words: restaurant business, cost saving, control of resources, the system R-Keeper.

Yurko I. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Kraus K. M. Description and evolution of the concept of «marketing management» as an economic category.** The theoretical aspects of the marketing activities of enterprises are observed in article. The notion of «marketing management» is investigated by domestic and foreign scholars. A definition of «marketing management» is suggested.

Key words: marketing, management, market, enterprise, marketing management, marketing environment.

Drobysh L. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **The factors of regional formation of a supply and demand of work of the experts.** In clause the factors of formation of a supply and demand of work of the experts on professional segments are investigated and the groups of the factors are revealed which determine demand for the experts of an economic structure and their offer in the regional market of work.

Key words: demand for work, offer of work, professional segment of the market of work.

Filina S. V. Corporate information systems: issues of implementation and analysis of the effectiveness of the management process. The ar-

article analyzes the status and problems of forming and developing enterprise information systems in the system of consumer cooperatives in Ukraine. The proposals concerning the introduction of danyah systems in enterprises and organizations of the sphere of trade of Consumer Cooperatives in Ukraine.

Key words: information systems, corporation, consumer cooperative, efficiency, implementation.

Djereleyko C. A. Systems approach to determination of concept is «organizationally-economic mechanism of providing of budgeting of activity of industrial enterprises». The approaches to interpretation of concept «organizationally-economic mechanism» is explored and systematized. Determination of concept the «organizationally-economic mechanism of providing of budgeting of activity of industrial enterprises», introduction of which in future will be instrumental in the improvement of efficiency of management and growth of organizationally-economic potential to managing subject is offered.

Key words: mechanism, budgeting, management process, systems approach, organizationally-economic mechanism, system of elements of providing.

Yaroviy A. V. Conceptual foundations of organizational-economic mechanism of the assets of domestic insurance companies. The article reviews the theoretical foundations of organizational-economic mechanism of the assets of insurance companies as a factor stimulating investment processes in the domestic economy.

Key words: assets of insurance companies are permitted assets, total assets, insurance reserves, organizational-economic mechanism.

Kapustina J. V. Audit features of marketing companies. The features of the audit marketing. The main problems can be resolved by the audit. Marked the main stages of the audit in the enterprise, to marketing activity was more effective and profitable.

Key words: audit of marketing activities, marketing problems and stages of the marketing audit.

Kaplina A. S. The main problems of enterprise development, hotel management in Ukraine. This article considers the main problems of the hotel industry development in Ukraine. There are reflected the nature of economic conditions and legislative foundation when forming the hotel industry. Also there are analyzed the problems of the foreign investments usage and hotels mismatches to the world standards.

Key words: development, problem, hotel industry, service.

Hetmanskyy V. O. Measurements and effects of the intensification of the company in terms of economic development. In the article author determinates the importance of and concept of intensification for an enterprise. Also the own method of intensification determination and resources economy calculation is offered.

Key words: efficiency, intensive and extensive development factors, economic growth, intensification of activity, the absolute and relative economy of resources.

Avramenko M. S. Methods of the staff potential formation of the consumer cooperatives system in ukraineanas method of influence on his level. The basic methods of the staff potential formation of the consumer cooperatives system in Ukraine are considered and improved.

Key words: staff potential, of the staff potential formation.

Vasilevskaya A. O. A role of information technologies in a project management. In the article key statements and principles of the theoretical basis for project's management with the help of information technologies.

Key words: information technology, project management, project.

Yudina K. K. Methodological aspects of the study definition of «hospitality industry». Based on the analysis of the essential etymology of the term «hotel» and synthesis of theoretical and legal approaches to the formation of the term is justified definition content «hospitality».

Key words: hotel, hospitality, hospitality industry, definition.

Matoluch T. B. Institutional environment of entrepreneurship and its influence on level and structure of transactional charges. Institutional environment of entrepreneurship and its influence on a level and structure of transactional charges are grounded. Found out key reasons of ineffective development of transformation processes in the conditions of market economy.

Key words: transakciyni charges, instituciyni environment, entrepreneurial enterprise.

Chaika I. P., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Methodical Approaches to Calculating Effectiveness of Functioning in High Educational Establishment.** Methodological approaches to calculation tooling of high educational establishment's effective functioning are investigated in this article.

Key words: effect, efficiency, internal effectiveness, external effectiveness system operational efficiency of high education establishment.

Sardak O. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Branding of enterprise-employer in the management system of personnel marketing.** In the article definitions in the field of branding by enterprise-employer are specified. Author going near determination of maintenance and features of the branding by enterprise-employer in the management system of personnel marketing are exposed.

Key words: image of enterprise, labour-market, marketing orientation, branding of enterprise-employer, management system of personnel marketing.

Gordopolova N. V., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Gordopolov V. Yu.,** Cand. Econ. Sci., associate professor. **Starosud I. V. Directions for the improvement of transportation procurement cost accounting.** This article deals about question of accounting transport – harvesting costs connected with discrepancy of orders in valid normative documents. To improve the control of transport – harvesting costs but for items, which are working out in detail the composition of transport – harvesting costs. This will increase the transparency of calculation items and improve the accounting methods.

Key words: transport – harvesting costs, account, primary value, calculation, item.

Trayno V. M. Restaurant business marketing strategies of consumers management forming. Concluded strategies of restaurant businesses, the model of restaurant business marketing strategies of consumers management forming.

Key words: strategy, management, services, restaurant household, consumer.

Zinchenko O. M. Research of retail trade development in Ukraine. The article is aimed at research the modern state of the retail trade in Ukraine with the purpose of observing basic problems of its development. In the article is grounded theoretical aspects and found out the problems and basic directions of retail trade development in Ukraine in the modern terms of manage.

Key words: retail trade, retail trade network, retail commodity turnover.

Semenog A. Yu. The influence of inflation on the efficiency of financial sector. In the article on the basis of analysis of foreign and domestic scientific sources of economic views are generalized in relation to the features of influence of inflation on the financial sector and economic increase. Existence of close dependence of indexes of development of financial sector from the level and specific of inflation is well-proven. It was made world country's grouping according to the indexes of financial depth and inflation with matrix method.

Key words: financial sector, inflation, financial depth, economic increase, financial mediator, financial institution.

Selezneva O. O. Methodical approaches to evaluation of marketing in trade firms. Methodical approaches to evaluation of marketing in trade firms are presented in the article. Different methods of economic analyses, main principles it is based on, economic evaluation criteria are described here. Using system of parameters that includes marketing coefficient, competition evaluation criteria, marketing activity and efficiency indicators in the trade firm are proposed in the article.

Key words: evaluation, method, principle, parameter, criteria, efficiency, competition ability, marketing, trade firm.

Markina I. A., Dc. Econ. Sci., professor. **Yezhov-Marijaev S. O. Commercial and social activity of the enterprise in modern conditions of managing small businesses Crimea.** In this paper, the influence of commercial and social activity of the enterprise to its effectiveness. Identified key factors and components of commercial and social activity of the enterprise and the need to use it.

Key words: commercial and social activity of the enterprise, a mechanism to evaluate commercial and social activity of the enterprise, corporate social responsibility, culture of the organization, the service potential of the company, participation in socially significant actions.

III. FINANS AND CREDIT

Britchrnko I. G., Dc. Econ. Sci., Professor. **Infrastructure as a component of strategic regional management.** This article is devoted to development of regional economy, the integral components of the strategic regional management. The place and role of banks in regional competitiveness are covered. The ways of improving the banking system and the proposed mechanisms for their implementation are proposed.

Key words: region, development, competitiveness, infrastructure, the financial component, the strategic management.

Tischenko T. Y. The uses of the computer program «sail» in budgetary establishments of organs of statistics are the features and drawbacks. The features and drawbacks of computer program «Sail», which is used in budgetary establishments of organs of statistics are considered in the article.

Key words: automation of accounting, computer program, programmatic modules, branch parameters.

IV. ACCOUNTING AND AUDIT

Vynogradova M. O., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Maryhnych M. O. Usage of settlements with debtors audit results in management of an enterprise.** Authors offered directions of usage of settlements with debtors audit results for raise a level of a control work at the enterprise, notably were improved and analyzed the methods of diagnostics of financial reliability contractors with used actual data. These researches give ways for solving of economic safety tasks at the domestic enterprises and will promote more effective control under debtor's indebtedness for approval effective managerial decisions.

Key words: auditing, debtor's indebtedness, contractor, diagnostics, financial reliability, economic safety, coefficient, reference value, correlation, partial integral index, general integral index.

Proskurina N. M., Cand. Econ. Sci., associate professor. **Lization of the audit procedures classification.** Theoretical generalization of the audit procedures classification was conducted by the critical analysis of the main approaches regarding their classification.

Key words: audit procedures, audit procedures classification

Vinnikova V. V. Justification fund dividend payments to the company in the current period and the long term. The article deals with the existing development to determine the level and size of dividends, provided the methodological approaches to the definition of dividends in the current period and in the long run.

Key words: dividends, the owner, efficiency, dividend policy, the current period, long-term perspective.

V. HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT

Panchenko O. P. Reflects the role of cooperative publications late XIX – early XX century as a means of information support the process of expanding the resource base and the efficient organization of the peasant and landlord households Left Bank Ukraine. In particular,

five thematic areas of information that contributed to this process. Emphasize the importance of recommendations for the development of annual budget management and accountability in its activities.

Key words: cooperative publication, the resource base of agricultural enterprises, the annual budget, accounting.

Litvin O. Yu. Development of housing cooperatives in the Russian Empire (late XIX – ear-

ly XX cent.). The article analyses the principal tendency of development housing cooperation in Russian empire in the end XIX – in the beginning of the XX th century. The attention is focused on the analysis housing cooperation in Western Europe and cooperation in Russian empire, and possibility using of positive experience.

Key words: housing cooperation, cooperative, apartment, house-building, living-condition, dwelling cooperation.

