



# ЕКОНОМІЧНИЙ

ISSN 2307-5651

# ВІСНИК ' 2014 (11)

Національного технічного університету України  
«Київський політехнічний інститут»

ECONOMIC BULLETIN OF NATIONAL TECHNICAL UNIVERSITY OF  
UKRAINE "KYIV POLYTECHNICAL INSTITUTE"

Щорічне видання

Започатковано у 2004 році

---

## ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

---

У номері:

Економічна теорія

Маркетинг

Економічні проблеми сталого  
розвитку національної економіки

Інноваційно-інвестиційні процеси

Міжнародна економіка

Технології як фактор економічного  
зростання

Галузева економіка

Економіка підприємства

Економіко-математичне моделювання  
бізнесових процесів

Менеджмент організації

*Збірник представлено в міжнародних наукометричних та інформаційних базах: РИНЦ (з 2004 р.),  
Національної бібліотеки України ім. В.І. Вернадського (з 2008 р.)*

Засновник – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

Свідоцтво про державну реєстрацію – серія КВ № 8578, видане 24 березня 2004 року  
Адреса редакції: м. Київ, просп. Перемоги, 37, корпус 1, кімната 237

Постановою ВАК України за № 2-05/1 від 19 січня 2006 року збірник наукових праць включено до переліку  
фахових видань. Постановою ВАК України за № 1-05/4 від 26 травня 2010 року збірник наукових праць  
включено до оновленого переліку фахових видань

Web-сайт збірника: [www.economy.kpi.ua](http://www.economy.kpi.ua)

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ ЗБІРНИКА**

Голова редколегії, головний редактор:	<b>Гавриш О.А.</b> , професор, доктор техн. наук, декан факультету менеджменту та маркетингу Національного технічного університету України «КПІ», завідувач кафедри міжнародної економіки
Заступник голови редколегії	<b>Стеченко Д. М.</b> , професор, доктор економ. наук, професор кафедри міжнародної економіки НТУУ «КПІ»
Члени редколегії:	<p><b>Scott F. Meadow</b>, Academic Director of Global Initiatives, Professor of Entrepreneurship, University of Chicago, Booth School of Business, США</p> <p><b>Базилевич В. Д.</b>, професор, доктор економ. наук, декан економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка</p> <p><b>Баюра Д.О.</b>, доцент, доктор економ. наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки КНУ ім. Тараса Шевченка</p> <p><b>Войтко С.В.</b>, доцент, доктор економ. наук, професор кафедри міжнародної економіки НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Герасимчук В.Г.</b>, професор, доктор економ. наук, професор кафедри міжнародної економіки НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Дергачова В.В.</b>, професор, доктор економ. наук, завідувач кафедри менеджменту НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Довгань Л.С.</b>, професор, канд. економ. наук, професор кафедри менеджменту НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Капустян В.О.</b>, професор, доктор фіз.-мат. наук, зав. кафедри математичного моделювання економічних систем НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Козаченко С.В.</b>, професор, доктор економ. наук, директор Міжнародного центру розвитку підприємництва та менеджменту при Міжнародному науково-технічному університеті</p> <p><b>Крейдич І.М.</b>, доцент, доктор економ. наук, професор кафедри теоретичної та прикладної економіки НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Круш П.В.</b>, професор, канд. економ. наук, зав. кафедри економіки та підприємництва НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Кузьмін О.С.</b>, доктор економ. наук, професор, директор навчально-наукового інституту економіки і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка»</p> <p><b>Любодраг Тановіч</b>, професор, доктор наук, Белградський університет, Сербія</p> <p><b>Марченко В.М.</b>, професор, доктор економ. наук, професор кафедри економіки і підприємництва НТУУ „КПІ”</p> <p><b>Охрименко О.О.</b>, доцент, доктор економ. наук, професор кафедри міжнародної економіки НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Онищенко А.М.</b>, доцент, доктор економ. наук, доцент кафедри математичного моделювання економічних систем</p> <p><b>Сігайов А.О.</b>, професор, доктор економ. наук, професор кафедри економіки і підприємництва НТУУ „КПІ”</p> <p><b>Сімченко Н.О.</b>, професор, доктор економ. наук, професор кафедри менеджменту</p> <p><b>Смоляр Л.Г.</b>, професор, канд. економ. наук, ректор Міжнародного університету фінансів</p> <p><b>Солнцев С.О.</b>, професор, доктор фіз.-мат. наук, зав. кафедри промислового маркетингу НТУУ «КПІ»</p> <p><b>Темічев А.М.</b>, професор, доктор економ. наук, декан факультету маркетингу, менеджменту, підприємництва Білоруського національного технічного університету, Білорусь</p> <p><b>Телстов О.С.</b>, професор, доктор економ. наук, професор кафедри маркетингу та управління інноваційною діяльністю Сумського державного університету.</p> <p><b>Федорченко А.В.</b>, професор, доктор економ. наук, професор кафедри маркетингу, КНЕУ ім. Вадима Гетьмана</p> <p><b>Шульгіна Л.М.</b>, професор, доктор економ. наук, професор кафедри менеджменту НТУУ „КПІ”</p> <p><b>Яловий Г.К.</b>, професор, доктор економ. наук, зав. кафедри теоретичної та прикладної економіки НТУУ «КПІ»</p>
Відповідальний секретар:	<b>Зозульов О.В.</b> , доцент, канд. економ. наук, заступник декана ФММ НТУУ «КПІ» з наукової роботи
Технічний секретар	<b>Ренська-Скрєбньова Н.Ю.</b>

# ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

УДК 330.8;332.05 (100)

**Медведкін Т.С.**

*докт.економ.наук, доцент,*

**Кінчевська Ю. Ю.**

*Донецький національний університет*

## ПРОЦЕС ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ В АСПЕКТІ ПРОВІДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ

## ПРОЦЕСС ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ И ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ В АСПЕКТЕ ВЕДУЩИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ

## PROCESS OF TRANSNATIONALIZATION AND GLOBAL TRANSFORMATIONS IN TERMS OF MAJOR ECONOMIC THEORIES

*Стаття присвячена аналізу процесу транснаціоналізації та глобальних трансформацій в аспекті провідних економічних теорій.*

*У статті проаналізовано теоретико-методологічні основи понять глобалізації, транснаціоналізації та їх зв'язуючого елементу – транснаціональних компаній. Досліджено основи розвитку та еволюції процесу глобалізації світової економіки та основні характеристики кожного з етапів. Визначено загальнометодологічні підходи у дослідженнях глобалізаційних трансформацій та розглянуті три великі епохи глобалізації, які починаються з подорожі Колумба та продовжуються й сьогодні. Розкриті основні економічні теорії та їх вплив на визначення понять транснаціоналізації та глобалізації. На основі дослідження поняття глобалізації в аспекті існуючих економічних теорій, було визначено вплив кожної школи на структуру процесу глобалізації та транснаціоналізації. Наведено теоретико-методологічне забезпечення щодо впливу глобальних трансформацій на транснаціоналізацію світової економіки. Розглянуто основні теорії ТНК 20 століття. Наведена інформація щодо географічної структури транснаціональних корпорацій та подальші тенденції їх розвитку.*

**Ключові слова:** глобалізація, транснаціоналізація, транснаціональні компанії, економічні теорії.

*Статья посвящена анализу процесса транснационализации и глобальных трансформаций в аспекте ведущих экономических теорий.*

*В статье проанализировано теоретико-методологическая основа понятий глобализации, транснационализации и их связующего звена – самих транснациональных компаний. Исследованы основы развития и эволюции процесса глобализации мировой экономики и основные характеристики каждого из этапов. Определены общеметодологический подходы в исследовании глобальных трансформаций, также рассмотрены три великие эпохи глобализации, которые начинаются с путешествий Колумба и продолжают в современное время. Раскрыты основные экономические теории и их влияние на определение понятий транснационализация и глобализации. Рассмотрены основные теории ТНК 20 столетия. На основе исследования понятия глобализации в аспекте*

существующих экономических теорий, было определено влияние каждой школы на структуру процесса глобализации и транснационализации. Представлено теоретико-методологическое обеспечение влияния глобальных трансформаций на транснационализацию. Приведена информация по географической структуре транснациональных компаний и дальнейшие тенденции развития.

**Ключевые слова:** глобализация, транснационализация, транснациональные компании, экономические теории.

*This article analyzes the process of transnationalization and global transformations in terms of leading economic theories.*

*In this article the theoretical and methodological basis of the concepts of globalization, transnationalization and their main link – transnational corporations are viewed. Development and evolution bases of the process of globalization of the world economy and the main characteristics of each stage are re-searched. General methodological approaches in the study of global transformation are defines. Also three great eras of globalization are examined, which started from the voyage of Columbus and continues in modern times. The basic economic theories and their influence on the definition of the concepts of transnationalization and globalization are disclosed. The basic theories of TNCs of the 20th century are viewed. Based on the study concepts of globalization in terms of the existing economic theories, it was determined the effect of each school on the structure of the process of globalization and transnationalization. The article provides theoretical and methodological basis of influence of global changes on transnationalization. Information on the geographic structure of multinational companies and the further development trends is provided.*

**Keywords:** globalization, transnationalization, transnational corporations, economic theories.

**Вступ.** Світ знаходиться в процесі постійного руху, взаємодії та розвитку. Процеси кооперації між країнами постійно набирають обороти. З кожним днем ми всі інтегруємо у великий єдиний міжнародний простір без меж, кордонів та бар'єрів. Процес глобалізації торкається кожної країни, залучаючи її в себе. Нові реалії обумовлюють переосмислення багатьох аспектів розвитку міжнародного господарства, спонукають дослідників по-новому подивитися на наслідки розвитку транснаціоналізації світової економіки в сучасних умовах глобалізації. [2] Глобалізація є невід'ємним елементом сучасного етапу економічного розвитку світового господарства, у зв'язку з чим, ефективно розвиток держави неможливий без урахування фактора глобалізації.

Тему глобалізації досліджували багато вчених, такі як Р. Робертсон (*R. Robertson*), І. Валлерстайн (*I. Wallerstein*), Е. Гідденс (*A. Giddens*), Б. Мейєр (*B. Mayer*), М. Маркусен (*M. Marcussen*), Т. Веблена (*T. Veblen*) та ін. Істотний внесок у розвиток та обґрунтування процесу глобальних перетворень вніс американський журналіст Т. Фрідман (*T. Friedman*) («Плоский світ: кратка історія 21 століття», «World is flat»), канадський філософ Маршалл Маклюєн (*M. McLuhan*), вітчизняні економісти: Кір'янов Л.Г. та ін.

Актуальність дослідження проблем діяльності транснаціональних корпорацій в світі глобальних трансформацій викликано її активним поширенням і залученням країн в даний процес. Вона з'явилася головним чинником конвергенції процесу транснаціоналізації та глобальних трансформацій у світі. Сучасна роль транснаціональних компаній росте в аспекті поглиблення глобалізації та її експансії. Глобалізацію признають ключовим феноменом сучасного світу, який лежить в основі провідних радикальних трансформацій в усіх сферах розвитку сучасного суспільства – економіці, політиці, культурі, управлінні та ін. [3]

**Постановка завдання.** Метою дослідження є з'ясування процесу діяльності транснаціональних корпорацій в світі глобальних трансформацій, процесу глобалізації та транснаціоналізації світової економіки. Визначити основний вплив провідних економічних теорій на визначення понять глобалізації та транснаціоналізації.

**Методологія.** Обґрунтування теоретичних положень і аргументація висновків здійснювалися на основі системно-функціонального, структурно-рівневого та історико-логічного методологічного підходів. Інформаційно-емпірична база дослідження представлена матеріалами монографій, статей, в тому числі розміщених на web-сторінках, і періодичних видань вітчизняних і зарубіжних економістів.

**Результати дослідження.** Процес глобалізації та транснаціоналізації розглядався з початку 15 століття меркантилістами. В цей період виникла перша фінансова піраміда, яку багато вчених вважають першою ТНК - Компанія Південних морів (*The South Sea Company*). У наведеній нижче таблиці проаналізовані основні економічні теорії в аспекті процесів глобалізації та транснаціоналізації.

На основі дослідження поняття глобалізації в аспекті існуючих економічних теорій (рис. 1), були зроблені наступні висновки. *Меркантилісти* (15-17 ст.). Основними представниками яких були Т. Мен (*T. Mun*), А. Монкретьєн (*A. de Montchrestien*) та ін., вважали за необхідне втручання держави в господарську діяльність країни у вигляді протекціонізму.

У свою чергу це впливало на зовнішню торгівлю, тому що були введені обмеження на імпорту, встановлені високі імпортні мита, вивіз золота і срібла з країн строго карався. Однак, пізні меркантилісти вважали, зовнішня торгівля - шлях розбагатіти, почався активний вивезення готових виробів, що стало початком вільної торгівлі та глобальних трансформацій.

Також період меркантилізму можна вважати періодом початку транснаціоналізації та зародження перших транснаціональних компаній, якою стала Компанія Південних морів (*The South Sea Company*) - фінансова піраміда, засновники якої обіцяли своїм акціонерам унікальне право на торгівлю з іспанською частиною Ю. Америки.

*Класична політична економія* (18-30 рр. 19 ст.) Представники: У. Петті (*W. Petty*), А. Сміт (*A. Smith*), Д. Рікардо (*D. Ricardo*). Основним внеском є теорія міжнародної торгівлі Д. Рікардо. Однак, представники класичної школи не розглядали процес транснаціоналізації та глобальних трансформацій. [2]

Дж. М. Кейнс (*J. M. Keynes*) (*кейнсіанська теорія*) вважав інвестиції основним джерелом економічного зростання. Був прихильником активної взаємодії і співпраці країн. Саме Кейнсу належить ідея створення МВФ. Прихильники *інституціоналізму* (Т. Веблен (*T. Veblen*), Д. Б'юкенен (*J. Buchanan*), Р. Коуз (*R. Coase*)) більший акцент робили на вплив неекономічних чинників, таких як політика, право, етика. Міжнародне співробітництво між країнами ґрунтувалося на неекономічному обміні. Вперше розглянули трансакції (договори) і трансакційні витрати, які несли різні інститути. Взагалі, інституціоналізм вважається економіко-еволюційною системою, яка дала поштовх глобальним трансформаціям.



Рис. 1. Класичні економічні теорії в контексті теорій глобалізації та транснаціоналізації

Існує кілька підходів до розгляду поняття глобалізації та основних теорій. В аспекті першого вектора доцільно згадати теорії світових систем, всесвітньої культури, всесвітнього правління, глобального капіталізму.

Прихильники *теорії світових систем* (world-system theory) - 1970-ті роки, І. Валлерстайн (*I. Wallerstein*), робили акцент на економічний аспект глобалізації. Вони вважали, що економіка виходить за межі однієї держави. Спирається на єдине поділ праці, але співіснування різноманіття культурних систем. Основною рушійною силою взаємодії країн є економічні зв'язки. Були прихильниками поширення капіталізму в усьому світі. Світ та економічний розвиток країн ділили на «центр», «периферія», «квазіпериферію». Периферія повністю залежить від центру в усіх відношеннях, тоді як квазіпериферія має більш диверсифіковану економіку. Процес глобалізації, на їх погляд, полягав у постійній експансії (розширення), і постійній зміні центру. Постійним атрибутом економічної трансформації вважали циклічні кризи. [4] Р. Робертсон (*R. Robertson*), якого асоціюють з появою терміну «глобалізація» був прихильником *теорії всесвітньої культури* (world culture theory). Пріоритетом для прихильників даної теорії були культурні фактори глобалізації. Основою багатьох наукових робіт даного періоду є поняття глобального села («Global village») - термін, введений М. Маклуєн (*M. McLuhan*), широко використовується в його книгах для опису ситуації, нової комунікаційної, а згодом і культурної ситуації. Маклуєн описує, як земну кулю «стиснувся» до розмірів села в результаті електронних засобів зв'язку, стала можлива миттєва передача інформації з будь-якого континенту в будь-яку точку світу. [3] Світ розглядається як єдине ціле, існує чотири основні одиниці - суспільство, міжнародна система, індивід, людство. У рамках теорії всесвітньої культури розвивається глоболокалізм - напрямок, що вивчає «територіальні» особливості глобалізації культури, які знаходять відображення в глокалізації. Глокалізація - це процес, за допомогою якого транснаціональні ідеї й інститути набувають особливі форми в певних частинах світу у зв'язку з тим, що універсальні ідеї та процеси, що становлять фундамент глобалізації, можуть усвідомлюватися і засвоюватися різними країнами і соціальними групами по-різному залежно від їхніх цілей. [7]

*Теорія всесвітньої правління* (World polity theory) розглядає політико-правові аспекти глобалізації, формування глобального суспільства, спираючись на універсальні принципи правління. Правління, на їх погляд, - створення системи спільних цінностей, які формуються усіма учасниками «глобального суспільства» (індивідами, громадянами, урядом, міжнародними організаціями і управляють їх поведінкою. Зосереджені на глобальних моделях правління. Основу глобалізації бачать у прогресі, особистої незалежності й правах, державний суверенітет. Підсумок - подібність держав.

*Теорія глобального капіталізму* (global capitalism theory) бачить безпосередній зв'язок процесів глобалізації та транснаціоналізації. Головним інститутом ТНК є глобальна ділова еліта, а також міжнародні організації (Світовий банк, МВФ) і державні ТНК. Глобальна політична еліта - ООН, СОТ, неурядові організації, політичні партії, інтеграційні угруповання - ЄС. Прихильники даної теорії намагаються включити економічні, політичні та культурно-ідеологічні аспекти глобалізації, але зосереджені на одній політичній системі - капіталістичної, що є головним недоліком даної теорії. [2]

Інший вектор розгляду теорій глобалізації ґрунтується на *постнекласичній науці* (70 - ті роки 20 століття), представниками якої є В. С. Степин, Д. Хелд (*D. Held*) та ін. Основа - співіснування соціальних систем, синергетика. Велику роль має теорія нестандартної Всесвіту, основою якої є поняття «інфляційної фази» - стадії прискореного розширення. Головними аспектами є комп'ютеризація науки, математичне моделювання, міждисциплінарність, принцип еволюціонізму, синтез наукових знань. [6]

Згідно Д. Хелду, можна виділити *3 основних напрямки (школи)* в концептуалізації глобалізації - гіперглобалізм, скептики і трансформісти.

Один з основних *скептиків* дискурсу глобалізації І. Валлерстайн вважає, що глобалізація це не більше, ніж підвищенням рівнем інтернаціоналізації. Говорячи про ілюзорність глобального уряду, глобальної економіки і глобальної культури, практично всі представники даного напрямку одночасно сходяться в тому, що це проект західних країн (більшою мірою США), які прагнуть таким чином поширити свій вплив на весь світ. При цьому таке домінуюче положення в світі західної капіталістичної економіки і культури, заснованої на конс'юмеризму, ще більше стимулює розвиток фундаменталізму і націоналізму як захисної реакції. При аналізі глобалізаційних процесів саме скептики схильні ототожнювати глобалізацію з модернізацією. Глобалізація розглядається, як поширення західних інститутів модернізації, основу яких складають капіталізм і демократія. Скептики вважають, що основний потік інвестицій і торгівлі ТНК концентрується в найбільш розвинених країнах, а самі корпорації більшою мірою представляють інтереси країн, з яких вони походять. *Гіперглобалізм* ж є прихильниками єдиного глобального ринку всіх країн. Стверджують, що глобалізація несе «де-націоналізацію» світової економіки через становлення і розвиток транснаціональних виробничих, торговельних і фінансових мереж (*К. Охмає*). Дотримуються точки зору, що національні держави є не більш, ніж простим передавальним механізмом в організації глобальних потоків капіталів і то-

варів. Вважають, що постійне транснаціональне взаємодія людей по коштах глобальної комунікаційної інфраструктури призводить до підвищення усвідомлення спільних інтересів і проблем, що сприяє їх ефективному вирішенню. *Трансформісти* визнають глобалізацію ключовим феноменом сучасного світу, що лежить в основі провідних радикальних трансформацій у всіх сферах розвитку сучасного суспільства - економіці, політиці, культурі, управлінні та ін. Основоположним принципом їх поглядів є орієнтація на культурний розвиток і взаємодія країн. Культуру вважаю ключовим аспектом глобалізаційних процесів. [4, 6]

Наступною провідною економічною теорією, що розглядає процес глобалізації є *конс'юмеризм* (consumerism). Перспективу бачили у формуванні глобального гомогенного суспільства. Основним внеском даного періоду є робота французького вченого С. Латоша «Вестернізація світу». У даній роботі дуже ёмко описуються процеси формування єдиної гомогенної глобальної культури на основі розповсюдження західних інститутів і цінностей. Вестернізація в даному випадку виступає як тотальна сила, якій локальності протистояти не можуть. [4]

Таким чином, сучасне теоретико-методологічне забезпечення щодо дослідження процесу впливу глобалізації на транснаціоналізацію на мега- та мета рівнях, аналізуючи ці процеси з позиції головних факторів виробництва: труда, землі, капіталу та інформації, не відповідає на всі питання сучасності. Тому є наявною трансформація самого процесу глобалізації та її стохастичність. Данні питання в сучасних умовах знайшли відображення в роботах Т. Фридмана (*T. Friedman*). Відомі три великі епохи глобалізації.



Рис. 2. Три епохи глобалізації [1]

Як визначає Т. Фрідман у своїй науковій праці "The World Is Flat: A Brief History of The Twenty-first Century" («Плоский світ: скорочена історія 21 століття»): «...глобальне поле для конкурентної гри вирівнюється. Світ стає плоским. Настає поєднання усіх світових центрів у єдину глобальну мережу, котра – якщо не втручається політика та тероризм – здатна стати першим вісником епохи непередбаченого процвітання та оновлення...» [1]

Багато вчених вважають, що глобалізація суспільства включає в себе не менш важливий процес транснаціоналізації. У зв'язку з цим існуючі теорії транснаціоналізації розглядають як діяльність їх основного агента - ТНК, так і їх вплив на глобалізаційні процеси. Транснаціоналізація - процес посилення світової інтеграції у результаті глобальних операцій ТНК, які є головним суб'єктом цього процесу [5]. У таблиці проаналізовано основні теорії транснаціоналізації 20 століття.

На основі аналізу основних теорій транснаціоналізації 20 століття зроблено наступні висновки. Теорія інтернаціоналізації (***i18n-internationalization***) або теорія міжнародної корпорації. Основні представники цієї теорії роблять на внутрішньофірмових зв'язку міжнародних корпорацій, пояснюють, чому вони більш вигідні, ніж зв'язки між різними незалежними фірмами. Дж. Даннінг, засновник еkleктичної теорії ПІІ (eclectic theory), яка є універсальною теорією прямих іноземних інвестицій.

Фактори, від яких залежить прийняття рішення щодо ПІІ вплив як на міжнародну комерційну діяльність компанії, так і на її внутрікорпоративну діяльність. Відповідно до еkleктичної теорії Дж. Даннінга ведення бізнесу за кордоном за допомогою ПІІ доцільно у разі виконання наступних умов. Наявність конкурентних переваг, обумовлених володінням іонними активами. Компанія повинна мати унікальні конкурентні переваги, які дозволили б їй успішно конкурувати з іноземними компаніями на їх вітчизняних ринках. У число активів, які можуть забезпечити такі конкурентні переваги, входить торгова марка, запатентована технологія, можливість отримання економії від масштабу і т. д. Істотний внесок внесла теорія транснаціональних витрат - витрати, які несе фірма на угоду. Розглядається дві моделі поведінки фірми: фірма може інтеналізувати операцію, тобто виконати її силами власних підрозділів (наприклад, відкрити торговельну дочірню компанію) або екстеналізувати, тобто скористатися послугами незалежної фірми (наприклад, реалізовувати продукцію через експортну компанію) той чи інший вид діяльності. [4]

## Теоретичне підґрунтя ключових теорій транснаціоналізації та еволюції ТНК у ХХ столітті

Теорія	Визначальні представники	Теоретичне підґрунтя
Теорія інтернаціоналізації («I18n» та «L10n») - теорії міжнародних корпорацій	П. Баклі (P. Buckley), Дж. МакМанус (J. McManus), Дж. Даннінг (J. Dunning)	Акцент на внутрішньофірмових зв'язках міжнародних корпорацій. Пояснюють, чому вони більш вигідні, ніж зв'язки між різними незалежними фірмами.
Еклектична теорія ПІІ (eclectic theory)	Дж. Даннінг (J. Dunning)	Універсальна теорія ПІІ. Розглянуто 3 аспекти ведення бізнесу на ринках іноземних країн: 1. Переваги від володіння цінними активами; 2. Переваги від розміщення виробництва за кордоном; 3. Переваги від інтерналізації процесу випуску продукції або надання послуг.
Теорія транснаціональних витрат		2 моделі поведінки фірми: фірма може інтерналізувати операцію, тобто виконати її силами власних підрозділів (наприклад, відкрити торговельну дочірню компанію); екстерналізувати операцію, тобто скористатися послугами незалежної фірми (наприклад, реалізувати продукцію через експортну компанію).

По даним *Credit Suisse* на даний момент ми можемо бачити наступну географічну структуру ТНК (рис. 3).

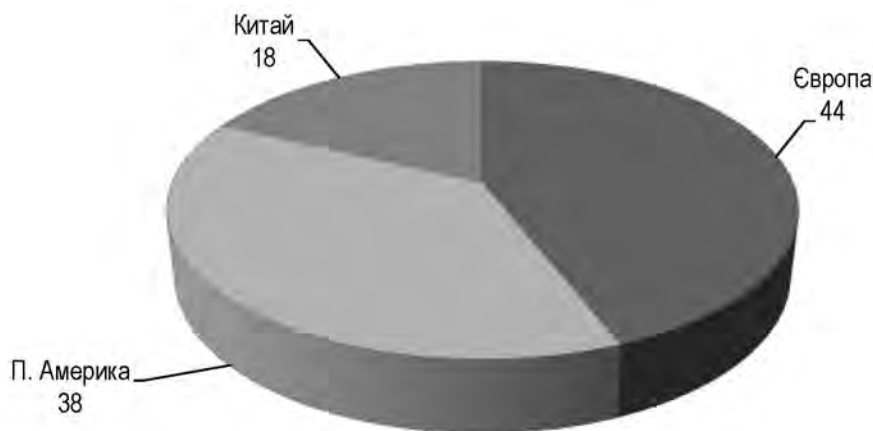


Рис. 3. Географічна структура ТНК в світі у 2013, %

На початку 1980-х рр. у світі було зареєстровано понад 11 тис. ТНК і 104 тис. іноземних філій, а наприкінці 1990-х уже близько 53 тис. і 450 тис. відповідно. За оцінкою Вищого технічного інституту Цюріха, на сучасному етапі домінує 43 тисячі ТНК, які забезпечують 70% світової торгівлі та є компаніями США, Західної Європи та Японії. Загальна кількість компаній по всьому світу нараховує приблизно 37 млн. компаній. ТНК володіють 40 % глобального корпоративного багатства. ТНК забезпечують 50 % світового промислового виробництва. [5]

Спираючись на рисунок 3, основною географічною приналежністю ТНК є Європа (Нідерланди, Велика Британія, Італія, Німеччина), за якою йде Північна Америка та Китай. Тобто, наявні три основні вектори міжнародної торгівлі та руху капіталу. Деякі вчені прогнозують зміну тенденцій та географічної структури, де лідером стануть США та Китай. Сучасний етап глобалізації дозволяє підключитися до гри величезній масі людей зі всіх країн. Глобалізація сприяє розвитку та відкриває нові перспективи для компаній всіх рівнів.

**Висновки.** В результаті проведеного дослідження теоретико-методолгічного підґрунтя теорій



глобалізації та транснаціоналізації господарської діяльності на мега- та метарівнях зроблено такі висновки:

1. Сучасне теоретико-методологічне забезпечення щодо дослідження процесу впливу глобалізації на транснаціоналізацію на мега- та мета рівнях, аналізуючи ці процеси з позиції головних факторів виробництва: труда, землі, капіталу та інформації, не відповідає на всі питання сучасності. Тому є наявною трансформація самого процесу глобалізації та її стохастичність.

2. На засадах розгляду теоретичної бази глобальних трансформацій, що історично базувались на формаційному підході співіснування багатьох економічних теорій, обґрунтовано, що сучасний процес транснаціоналізації слід розглядати з точки зору провідних теорій глобалізації та транснаціоналізації. За цих умов глобалізація виступає формою становлення нового етапу транснаціоналізації та складовою частиною глобальних трансформацій.

3. В результаті дослідження основних епох глобалізації та впливу класичних економічних теорій на трактування понять глобалізації та транснаціоналізації в період глобальних перетворень, було встановлено, що глобалізацію признають ключовим феноменом сучасного світу, який лежить в основі провідних радикальних трансформацій в усіх сферах розвитку сучасного суспільства – економіці, політиці, культурі, управлінні та ін. На даний момент ми бачимо три основні вектори присутності ТНК в світовій економіці: Європа, США та Китай. При чому, Китай розвивається достатньо швидко та стає серйозним конкурентом могутнім Штатам.

4. На основі аналізу основних економічних теорій запропоновано схему аналізу процесів глобалізації та транснаціоналізації, з'ясовано процес діяльності транснаціональних корпорацій в світі глобальних трансформацій. Визначено основний вплив провідних економічних теорій на визначення понять глобалізації та транснаціоналізації.

5. Зазначені висновки актуалізують подальше теоретико-методологічне дослідження питань транснаціоналізації та глобальних економічних трансформацій в аспекті провідних економічних теорій. Дослідження проблем глобалізації викликано, в першу чергу, її активним поширенням і залученням країн в даний процес. Вона з'явилася головним чинником модернізації сучасних економічних стратегій країн та діяльності транснаціональних компаній. Відчуваючи на собі наслідки глобальних трансформацій, транснаціональні компанії розширяють свої кордони та ведуть активнішу міжнародну діяльність. Однак, поряд з експансією, ростом кількості іноземних філіалів та збільшення прибутку, це призводить до негативних впливів на навколишнє середовище.

#### Література:

1. Фрідман Томас Плоский світ: скорочення історія 21 століття / Т. Фрідман // М.: АСТ Москва.- 2007. – с. 608.
2. Євлакова І.А. Суперечливі наслідки глобалізації / І. А. Євлакова // Стратегії розвитку України: Науковий журнал. – 2004. – №3-4. – с. 278–281.
3. McLuhan, Marshall Letters of Marshall McLuhan / McLuhan, Marshall // Oxford University Press, 1987. – р. 254.
4. Wallerstein I. Globalization or the Age of Transition / I. Wallerstein // International Sociology. – 2000. – V. 15 (2). – № 6. – р. 249–265.
5. Рокоча В., Плотніков О., Новицький В. та ін. Транснаціональні компанії: Навч.пос. / В. Рокоча, О. Плотніков, В. Новицький та ін. // К.: Таксон, 2001. – с. 304.
6. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон // – М.: АСТ, 2005. – с. 603.
7. Robertson R. Glocalization: Time Space and Homogeneity Heterogeneity / R. Robertson // Global Modernities / Ed. by M. Featherstone, S. Lash and R. Robertson. – London: Sage, 1995. – р. 25–44.

**Медведкіна Є. О.**

канд. економ. наук, доцент,

**Гайдей Д. О.**

Донецький національний університет

## ЕВОЛЮЦИЯ ТЕОРИЙ ЦИКЛИЧНОСТИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

## ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРИЙ ЦИКЛИЧНОСТИ РАЗВИТИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

## EVOLUTION OF CYCLIC DEVELOPMENT THEORIES OF GLOBAL ECONOMIC SYSTEMS

У статті представлено еволюцію поглядів на природу циклічності розвитку глобальних економічних систем, показано становлення і розвиток економічної теорії циклів.

Проаналізовано існуючі класифікації теорій економічних циклів. У роботі розглянуті економічні цикли різної тривалості за класифікацією, запропонованою Й. Шумпетером. Досліджено теоретичні основи, базові механізми, принципи, причини циклів Дж. Китчина тривалістю 3-5 років, циклів К. Жюгляра тривалістю 7-11 років, циклів (ритмів) С. Кузнеца тривалістю 15-25 років, довгих хвиль Н. Кондратьєва періодичністю в 45-60 років.

Розглянуто сутність, природу, механізми циклічних трансформацій в економічній динаміці. Виділено різні класифікації циклічних економічних трансформацій в залежності від тяжкості, яка визначається тривалістю рецесії, характеру основних техніко-економічних процесів, керованості і можливості інституційного регулювання циклічних коливань. Вивчено три групи причин, які призводять до періодичних коливань ділової активності.

**Ключевые слова:** колебания деловой активности, циклическая экономическая трансформация, кризис, рецессия, антициклическое регулирование

В статье представлена эволюция взглядов на природу цикличности развития глобальных экономических систем, показано становление и развитие экономической теории циклов.

Проанализированы существующие классификации теорий экономических циклов. В работе рассмотрены экономические циклы разной продолжительности по классификации, предложенной Й. Шумпетером. Исследованы теоретические основы, базовые механизмы, принципы, причины циклов Дж. Китчина продолжительностью 3-5 лет, циклов К. Жюгляра продолжительностью 7-11 лет, циклов (ритмов) С. Кузнеца продолжительностью 15-25 лет, длинных волн Н. Кондратьева периодичностью в 45-60 лет.

Рассмотрены сущность, природа, механизмы циклических трансформаций в экономической динамике. Выделены различные классификации циклических экономических трансформаций в зависимости от тяжести, которая определяется длительностью рецессии, характера основных технико-экономических процессов, управляемости и возможности институционального регулирования циклических колебаний. Изучены три группы причин, которые приводят к периодическим колебаниям деловой активности.

**Ключові слова:** коливання ділової активності, циклічна економічна трансформація, криза, рецесія, антициклічне регулювання

The article presents evolution of views on the nature of the cyclical development of global economies, shows the formation and development of the economic cycles theory. Analyzes existing classification of business cycles theories.

The paper discusses the economic cycles of varying duration according to the classification proposed by J. Schumpeter. Provides analyses of theoretical foundations, basic mechanisms, principles, causes of J. Kitchin cycles lasting 3-5 years, C. Juglar cycles lasting 7-11 years, S. Kuznets cycles (rhythms) lasting 15-25 years, N. Kondratieff long waves in the frequency range 45-60 years. Presents essence, nature and mechanisms of cyclic transformations in economic dynamics.

*Highlight different classifications of cyclical economic transformations, depending on the severity which is determined by the duration of the recession, the nature of the basic technical and economic processes, handling and the possibility of institutional regulation of cyclical fluctuations. Examines three basic groups of factors that lead to periodic fluctuations in business activity.*

**Keywords:** *fluctuations of business activity, cyclic economic transformation, crisis, recession, counter-cyclical policy*

**Вступление.** Наличие широкого спектра научных работ посвященных циклическим колебаниям экономики, свидетельствующее об устойчивом интересе к данной теме на протяжении многих лет представителей практически всех экономических течений, предполагает внимательное изучение с целью понимания экзогенных и эндогенных факторов периодических колебаний деловой активности.

Участившиеся в последние несколько десятилетий экономические кризисы, которые в силу современных тенденций развития мирового хозяйства носят глобальный характер определили формирование потребности в глубоком изучении природы циклических экономических трансформаций. Понимание законов, принципов, механизмов нелинейных экономических флуктуаций позволит разработать инструменты повышения устойчивости динамики хозяйственных систем, антикризисной политики.

Основы теории цикличности были заложены в работах Дж. Китчина, С. Кузнеца, Н. Кондратьева, Й. Шумпетера, К. Жюгляра. Более подробному изучению циклических колебаний в динамике развития экономических систем посвящены работы А. Телекота, У. Митчелла, А. Ф. Бернса, А. Коротаяева, С. Цирель и др.

**Постановка задания.** Имеющаяся в экономической литературе неоднозначность подходов к пониманию сущности экономических циклов обусловлена значительной вариативностью сфер их проявления, масштабами и продолжительностью обуславливает необходимость дальнейшего изучения данного вопроса.

Целью статьи является изучение теоретических подходов во взглядах на причины, природу, характер экономических циклов.

**Методология исследования.** Для достижения поставленной цели и решения задач использован диалектический метод научного познания, комплексный, исторический и логический подходы и метод теоретических обобщений.

**Результаты исследования.** Результатом научных исследований является положение о нелинейном, циклическом характере развития национальных и глобальной экономических систем, пространственная и временная динамика которого задана совокупностью различных по структуре и продолжительности колебаний, определяемых совокупностью внешних и внутренних факторов [7, 201].

Широко принятым в экономической литературе считают определение экономических циклов, предложенное У. Митчеллом и А. Ф. Бернсом: «Бизнес-циклы представляют собой тип колебаний, который обнаруживается в экономической активности наций, опирающихся на предпринимательство. Цикл состоит из фазы роста, наблюдаемого примерно в одно время во многих секторах экономики, и последующих столь же всеобщих фаз рецессии, спада и оживления, последняя из которых перерастает в фазу роста следующего цикла. Эта последовательность фаз повторяется, но не имеет четкой периодичности; продолжительность бизнес-циклов варьируется от года до десяти-двенадцати лет. Их нельзя разделить на более короткие циклы такого же типа с близкой к ним амплитудой колебаний» [2].

В середине XX века Й. Шумпетер предложил классификацию деловых циклов в соответствии с их периодичностью, согласно которой выделил:

- краткосрочные циклы Китчина (характерный период - 2-3 года);
- среднесрочные циклы Жюгляра (характерный период — 6-13 лет);
- ритмы Кузнеца (характерный период — 15-20 лет);
- длинные волны Кондратьева (характерный период — 50-60 лет) [5].

В таблице представлены причины экономических циклов согласно теориям Дж. Китчина, К. Жюгляра, С. Кузнеца, Н. Кондратьева.

В современной экономической теории механизм генерирования циклов Китчина обычно связывают с временными лагами в движении информации, влияющими на принятие решений коммерческими фирмами. Так реакцией бизнеса на улучшение конъюнктуры рынка будет увеличение объема выпускаемой продукции, которое приведет перенасыщению рынка, снижению спроса и необходимости уменьшения предложения. Однако процесс принятия и реализации решения займет некоторое время. Также временной лаг существует между моментом начала снижения уровня загрузки производственных мощностей и диффузией избыточных запасов товаров на складах. Данные временные лаги генерируют циклы Китчина [3].

В отличие от циклов Китчина в рамках циклов Жюгляра наблюдаются колебания не просто в уровне загрузки существующих производственных мощностей (и, соответственно, в объеме то-

варных запасов), но и колебания в объемах инвестиций в основной капитал. В результате, возникают временные лаги между принятием инвестиционных решений и возведением производственных мощностей, а затем спадом спроса и ликвидацией производственных мощностей. Циклические экономические кризисы/рецессии могут рассматриваться в качестве одной из фаз цикла Жюгляра (наряду с фазами оживления, подъема и депрессии).

Таблица

**Техно-экономические механизмы экономических циклов [6]**

Тип цикла	Техно-экономический механизм, лежащий в основе цикла
Цикл Китчина	Перепроизводство или недопроизводство товарных запасов
Цикл Жюгляра	Перераспределение активов внутри секторов экономики. Инвестиции в основной капитал избыточны в период подъема и дефицитны в период
Цикл Кузнеца	Перераспределение активов между существующими секторами экономики и территориями, которые требуют существенных инвестиций в частности в строительство
Волна Кондратьева	Фундаментальное перераспределение активов в связи с созданием новых секторов экономики и структурной реконструкцией всей экономики на базе технологий нового поколения

Циклы Кузнеца связывают с демографическими процессами, в частности, притоком иммигрантов и строительными изменениями. Исследования доказали, что показатели национального дохода, потребительских расходов, валовых инвестиций в оборудование производственного назначения, а также в здания и сооружения обнаруживают взаимосвязанные двадцатилетние колебания. При этом в строительстве эти колебания обладают самой большой относительной амплитудой. [4]

Сущность концепции «длинных волн Кондратьева» в том, что динамика конъюнктуры хозяйственной системы имеет циклический характер, при этом циклы проявляются в виде волнообразного изменения групп показателей конъюнктуры. Н. Кондратьев исследовал изменения экономических показателей различных стран: индексы цен, государственные долговые бумаги, номинальную заработную плату, показатели внешнеторгового оборота, добычу полезных ископаемых и драгоценных металлов и другие показатели на промежутках времени длиной 100 - 150 лет. Кондратьев считал, что появление длинных волн в развитии капиталистической экономики связано с движением вокруг нескольких уровней равновесия (первого, второго и третьего порядков), кроме этого, с темпами научно-технического прогресса, средним сроком жизни основных фондов, а также с социальными потрясениями.

Начало «большого» подъема Кондратьев связывал с массовым внедрением в производство новых технологий, с вовлечением новых стран в мировое хозяйство, с изменениями объемов добычи золота. При этом общая картина подъема описывалась следующим образом: внедрение технических нововведений идет параллельно с расширением инвестиционного процесса, который в свою очередь стимулирует производство и спрос, способствующие росту цен. В это период безработица уменьшается, заработная плата и производительность труда растут. Эти процессы затрагивают всю экономику, изменяют стиль жизни людей. В начальный период дополнительные импульсы экономическому росту могут дать локальные войны. По мере развития циклического подъема войны становятся все более разрушительными. Многие крупные социальные потрясения приходится на конец «большого» подъема, а также на нижнюю точку цикла. Свидетельством того, что экономика приближается к верхней точке большого цикла, являются начинающиеся на фоне изобилия недостаток отдельных товаров, сдвиги в структуре распределения доходов, рост издержек производства, замедление роста прибылей и т.д. Возникает стагфляция.

Согласно теории инноваций, волны Кондратьева возникают при кластеризации базисных инноваций, которые провоцируют технологические революции, создающие ведущие промышленные или коммерческие бизнес-сегменты.

Существуют различные классификации экономических циклов в зависимости от тяжести, характера основных технико-экономических процессов, управляемости и возможности их институционального регулирования. [1]

По степени тяжести, которая определяется продолжительностью рецессии и характеризуется значительным снижением экономической активности деловые циклы могут быть разделены на три группы: сверхтяжелые, в течение 5 последовательных лет; тяжелые, 3 - 5 последовательных лет; умеренные, менее 3 последовательных лет.

По характеру основных технико-экономических процессов экономические циклы делятся на пять групп:

экономические циклы, вызванные технологическими революциями, которые провоцируют фундаментальные изменения в структуре экономических систем;

экономические циклы, движимые крупными изобретениями, которые вызывают структурные изменения и создают базу для предстоящих основных изобретений;

экономические циклы, движимые основными изобретениями, которые приводят к приливу последующих незначительных изобретений и инноваций;

экономические циклы, произвольно спровоцированные нерациональным институциональным, предпринимательским, потребительским поведением, ведущие к инфляции и перепроизводству.

экономические циклы, происходящие в связи с природными катаклизмами, войнами, эпидемиями и т.д.

Антициклическое регулирование – один из ключевых вопросов стратегического планирования экономической политики. Современная наука не в состоянии предотвратить циклические колебания в экономике в полной мере, однако в некоторых случаях в состоянии сгладить их последствия. Соответственно, можно выделить:

экономические циклы, которые возможно предотвратить. В эту категорию попадают все циклы, вызванные поведением бизнес субъектов;

непредотвратимые, но частично управляемые экономические циклы.

В любой экономической школе есть свои представления о том, что лежит в основе циклических экономических трансформаций. Низкий спрос рождает низкое предположение, что приводит к росту безработицы, что приводит к вливанию капитала, которое усиливает инфляцию и приводит к возникновению инвестиционных пузырей, что вызывает кризис финансовой системы, который требует санации, в результате которой происходит перераспределение ресурсов, которое интенсифицирует экономическую деятельность, что приводит к росту занятости, которая приводит к увеличению спроса, что приводит к росту цен, что приводит к падению спроса и т. д. [8]

Существует три группы причин, которые лежат в основе циклических экономических трансформаций: непосредственно не поддающиеся управлению причины (истощение природных невозобновляемых ресурсов – нефти, газа и пр.), трудно поддающиеся управлению причины (знания), поддающиеся управлению причины (налоги, процентные ставки, эмиссия денег, цены, субсидии и пр.). Степень воздействия на экономику ограничена, соответственно как избыточное так и недостаточное регулирование влечет нежелательные экономические колебания.

**Выводы.** В результате проведенного исследования были обобщены теоретические подходы к выявлению природы циклической динамики экономической системы, к определению ключевых параметров изменений, к идентификации продолжительности и периода воспроизведения циклов.

Так, экономические циклы фактически обусловлены целым рядом природных, технологических, экономических, финансовых и политических причин и довольно сложно выделить отдельные, специфические предпосылки периодических экономических трансформаций. Изучение природы, сущности, законов циклических экономических трансформаций требует комплексного подхода. В результате, каждая из теорий экономических циклов верна, но не окончательна.

В центре исследований теорий циклической динамики глобальных экономических систем находится проблема разработки интегрированного подхода, который позволил бы с использованием всех известных теорий аккумулировать обнаруженные закономерности в одном подходе и с их помощью разработать эффективную политику антициклического регулирования.

### Литература:

1. Bormotov M. Economic cycles: historical evidence, classification and explication / M. Bormotov. – [Electronic resource] – Access mode: [http://mpa.ub.uni-muenchen.de/19660/2/MPRA\\_paper\\_19660.pdf](http://mpa.ub.uni-muenchen.de/19660/2/MPRA_paper_19660.pdf)
2. Burns A Measuring Business Cycles. /Burns A.F., Mitchell W.C. //National Bureau of Economic Research. - New York – 1946- Pp. 369
3. Korotayev A. V. Spectral Analysis of World GDP Dynamics: Kondratieff Waves, Kuznets Swings, Juglar and Kitchin Cycles in Global Economic Development, and the 2008–2009 Economic Crisis / A. V. Korotayev, S. V. Tsirel. – Structure and Dynamics. 2010. Vol.4 (1). – Pp. 57.
4. Kuznets S. Secular Movements in Production and Prices. Their Nature and their Bearing upon Cyclical Fluctuations / S. Kuznets - Boston: Houghton Mifflin, 1930 – Pp. 536.
5. Schumpeter J. A. History of Economic Analysis / J. A. Schumpeter. – London: George Allen & Unwin, 1954. – Pp. 968.
6. Tylecote A. The long wave in the world economy / A. Tylecote. – New York: Routledge, 1993. – Pp. 352.
7. Игонина Л.Л. Теории экономических циклов и современные финансовые кризисы/ Л.Л. Игонина// Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму - 2012 - № 1 (5) - Т. 1- С. 200-208.

# ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 339.137.2(048)

**Прокопов О.А.**

канд. економ. наук.,

Український державний університет фінансів і міжнародної торгівлі

## ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА МЕХАНІЗМ ПОДАЛЬШОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

### ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ И МЕХАНИЗМ ДАЛЬНЕЙШЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ УКРАИНЫ

### HISTORY OF DEVELOPMENT AND MECHANISM OF FURTHER IMPROVEMENT OF UKRAINIAN COMPETITIVE POLICY

Сучасний етап функціонування української економіки вимагає переоцінки розробки конкурентної політики України та посилення діяльності Антимонопольного комітету України як інструмента для стимулювання економічного прогресу. У даній науковій статті досліджено еволюцію розвитку конкурентної політики України, визначено її актуальні, на сьогоднішній день, проблеми розвитку та напрями подальшого вдосконалення в умовах європейської інтеграції. Визначено, що основними перешкодами для розвитку ефективної системи конкурентного законодавства є чотири початкові умови: економічна активність зосереджена на великих підприємствах, що безпосередньо контролюються державою; економічна політика радянських часів передбачала такі форми та функції державних підприємств, що ускладнює перехід до ринкової економіки; централізація економічної діяльності в державних підприємствах супроводжується державною політикою; створенням конкурентного органу. Необхідним в подальшому є прийняття загальнодержавної програми розвитку конкуренції в Україні, яка сприятиме масштабнішій переорієнтації економічної системи держави до конкурентоспроможного, ринкового підходу та подальшої гармонізації вітчизняного законодавства з міжнародною практикою.

**Ключові слова:** Антимонопольний комітет України, законодавство, конкурентна політика, механізм, реформування, розвиток.

Современный этап функционирования украинской экономики требует переоценки разработки конкурентной политики Украины и усиления деятельности Антимонопольного комитета Украины как инструмента стимулирования экономического прогресса. В данной научной статье рассмотрена эволюция развития конкурентной политики Украины, определены ее актуальные, на сегодняшний день, проблемы развития и направления дальнейшего совершенствования в условиях европейской интеграции. Определено, что основными препятствиями для развития эффективной системы конкурентного законодательства являются четыре начальных условия: экономическая активность сосредоточена на крупных предприятиях, которые непосредственно контролируются государством; экономическая политика советских времен предусматривала такие формы и функции государственных предприятий, что затрудняет переход к рыночной экономике; централизация экономической деятельности в государственных предприятиях сопровождается государственной политикой; созданием конкурентного органа. Необходимым в дальнейшем является принятие об-

щегосударственной программы развития конкуренции в Украине, которая будет способствовать более масштабной переориентации экономической системы Украины к конкурентоспособному, рыночному подходу и дальнейшей гармонизации украинского законодательства с международной практикой.

**Ключевые слова:** Антимонопольный комитет Украины, законодательство, конкурентная политика, механизм, реформирование, развитие.

*The current phase of the Ukrainian economy requires a reassessment of the development of competition policy in Ukraine and strengthening of the Antimonopoly Committee of Ukraine as a tool to stimulate economic progress. This research article deals with the scientific evolution of competition policy in Ukraine are determined by its current, today, problems of development and areas for further improvement in case of European integration. The main obstacles for the development of effective competition law created by four initial conditions: economic activity is concentrated in large enterprises directly controlled by the state; the economic policy of the Soviet era included the following forms and functions of state enterprises, making it difficult transition to a market economy; the centralization of economic activity in the state-owned enterprises accompanied by public policy; creating competition authority. Thus, the adoption of a national program for the development of competition in Ukraine will contribute to large-scale reorientation of the economic system of Ukraine to competitive, market-based approach and further harmonization of Ukrainian legislation with international practice.*

**Keywords:** The Antimonopoly Committee of Ukraine, legislation, competitive policy, mechanism, reformation, development.

**Вступ.** Сучасний стан функціонування та розвитку економіки України вимагає переоцінки системи конкурентної політики держави, важливою роллю в якій виступає посилення діяльності Антимонопольного комітету України (АМКУ) як інструмента для стимулювання економічного прогресу. В контексті цього пріоритетом розвитку має стати впровадження реформ з метою масштабної переорієнтації та адаптації економічної системи України до світових тенденцій, а також розвитку її міжнародної конкурентоспроможності. Цей процес має набути безперервності у змінах.

Дослідження проблем розвитку конкуренції в Україні присвячена значна кількість наукових робіт вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Ю. Архангельський, В. Базилевич, З. Борисенко, О. Денисов, О. Кілієвич, О. Костусев, В. Лагутін, М. Портер, Г. Філюк, З. Шершньова та ін. Більшість наукових праць стосується формування конкурентної політики. Проте, варто зазначити, що конкурентна політика вимагає коригування залежно від тенденцій розвитку вітчизняної та світової економіки. Для забезпечення подальшого розвитку конкурентного законодавства України необхідно розробити механізм впровадження реформ з урахуванням статусу АМКУ як незалежного конкурентного органу.

**Постановка завдання.** Вирішення вищенаведених проблем вбачається у створенні умов для подальшого розвитку конкурентоспроможності національної економіки на міжнародних ринках. Передумовою досягнення цієї мети є вдосконалення державної конкурентної політики та подальша гармонізація українського конкурентного законодавства з найкращою міжнародною практикою.

**Методологія.** У процесі написання статті було застосовано методи порівняння та узагальнення, метод аналізу статистичних даних.

**Результати дослідження.** Діяльність України у сфері розвитку конкурентного законодавства у багатьох відношеннях виявилася успішною. Україна досягла значного прогресу в розбудові інститутів конкурентної політики, реалізації програм адвокатування конкуренції та правозастосування. Враховуючи величину перешкод, які постали перед Україною з початку 1990-х років та існують до нині, це є суттєвим досягненням.

Україна створила свою систему конкурентного законодавства на початку періоду бурхливого зростання кількості країн з власними конкурентними законами в усьому світі. На початку 1990-х лише приблизно двадцять країн мали закони про конкуренцію та механізми їх застосування. На цей час існує вже понад 100 країн з власним конкурентним режимом.

У порівнянні з іншими державами, що мають системи захисту конкуренції, Україна почала процес прийняття конкурентного законодавства та формування органів його імплементації у дуже складних початкових умовах. Економічні та політичні обставини в Україні та інших республіках колишнього Радянського Союзу були особливо жорсткими. Можна сказати, що Україна та інші найстаріші колишні республіки СРСР мали найменші перспективи успішного переходу до нового режиму серед всіх країн, які займалися створенням систем захисту конкуренції у період з 1990 р. і до цього часу.

Основні перешкоди для розвитку ефективної системи конкурентного законодавства створювали чотири основні початкові умови. По-перше, після майже сімдесяти років централізованого економічного планування практично вся економічна активність зосередилася у великих підприємствах, що безпосередньо контролювалися державою.

Центральна роль держави в усіх економічних відносинах означала відсутність будь-яких формальних чи неформальних інститутів ринкової економіки. Отже, найважливіші засади ринкової економіки та ринково-орієнтованої культури конкуренції довелося створювати з нуля.

По-друге, економічна політика радянських часів передбачала такі форми та функції державних підприємств, які пізніше ускладнили перехід до ринкової економіки.

Загальна відсутність посередницьких чи проміжних ринків обумовила надзвичайно високі рівні вертикальної інтеграції та формування конгломератів підприємств. Оскільки підприємства не могли отримувати необхідні складові та сировину на проміжних ринках, вони створювали широкий спектр функцій та підрозділів всередині власної структури. У результаті сформувалися величезні підприємства, структуру та активи яких було важко оптимізувати.

По-третє, централізація економічної діяльності в державних підприємствах супроводжувалася державною політикою. державні підприємства не лише генерували дохід, важливий для функціонування держави, а й виконували функції великих соціальних організацій. За таких обставин керівництву держави було надзвичайно важко розглядати можливість ліквідації чи банкрутства великих державних підприємств.

Ліквідація державних підприємств мала б такі величезні негативні наслідки соціального та бюджетного характеру, що уряд вважав за необхідне підтримувати їх існування за допомогою субсидій чи створення бар'єрів для вступу на ринок нових гравців, які могли б підірвати позицію цих державних підприємств.

В той час як в розвинутих країнах світу розвивалось як явище «корпоратизація» концентрація і укрупнення капіталу, в Україні спроби демонополізувати українську економіку завершувались невдачею.

Четверта складна умова була пов'язана зі створенням конкурентного органу. Україна та багато інших колишніх республік Радянського Союзу не мали достатньої кількості спеціалістів з ринкової економіки, з яких можна було б сформувати штат нових антимонопольних органів. Система державного управління радянських часів не створювала умов для застосування принципів ефективного управління, зокрема принципу прозорості. Отже, людські ресурси та адміністративні норми для ефективного конкурентного органу довелося формувати і розробляти з нуля.

Перший український закон про конкуренцію, а саме Закон України «Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності», був прийнятий у перші дні формування української держави у лютому 1992 р. Предметом цього Закону були зловживання домінуючим становищем, антиконкурентні угоди та дискримінація суб'єктів господарювання органами влади, а також методи недобросовісної конкуренції між суб'єктами господарювання. Він не включав положень, які б передбачали створення конкурентного органу. У листопаді 1993 р. був прийнятий Закон України «Про Антимонопольний комітет України», відповідно до якого був створений АМКУ [1].

У 1996 р. положення про недобросовісну конкуренцію перейшли із закону про обмеження монополізму до окремого Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [2], що набрав чинності у 1997 р., та містить переглянута та розширену версію заборон недобросовісної конкуренції, які з'явилися у початковій редакції Закону України «Про захист економічної конкуренції» 2001р. [3].

Разом з тим, у зв'язку із розвитком сучасних економічних відносин розвитком міжнародної конкуренції Україна потребує створення платформи для усунення структурних перешкод, що заважають розвитку конкуренції в українській економіці, а також усунення штучних регуляторних бар'єрів, що ускладнюють вступ на ринок та розвиток нових суб'єктів господарювання. Тому подальше вдосконалення конкурентної політики постає першочерговим завданням.

У квітні 2012 р. Президент України доручив АМКУ підготувати Загальнодержавну програму розвитку конкуренції в Україні на період 2013-2023 рр. [4]. Метою розробки цієї програми є створення загального довгострокового плану розвитку, який охоплюватиме всі сектори економіки і всі відповідні адміністративні та інші державні органи [5]. Цей план повинен забезпечувати загальний підхід до розвитку конкуренції з двома конкретними цілями: по-перше, розвиток конкуренції на ринках України за допомогою сприятливих адміністративних заходів, у тому числі дерегуляції та приватизації там, де це є можливим, і, по-друге, більш ефективний контроль за конкурентними процесами на ринках України шляхом підвищення ефективності правової бази та правозастосовної практики АМКУ. Урядом було затверджено концепцію Загальнодержавної програми розвитку кон-



курентції [3]. Проте прийняття проекту Програми у 2012 році було відкладено з метою врахування в її тексті пропозицій ЮНКТАД. Після суттєвого доопрацювання Загальнодержавна програма розвитку конкуренції в Україні на період 2014-2024 рр. подана до Верховної Ради., маючи при цьому ряд особливостей (табл. 1).

Протягом останніх двох років з метою забезпечення реалізації процедури звільнення суб'єктів господарювання від відповідальності за участь у антиконкурентних узгоджених діях, Антимонопольним комітетом України розроблено Порядок подання до Антимонопольного комітету України заяв про звільнення від відповідальності за вчинення порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого пунктом 1 статті 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції», який затверджений розпорядженням Антимонопольного комітету України від 25 червня 2013 №399-р, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 07 вересня 2012 року за № 1553/21865[6].

Таблиця 1

**Характеристика основних елементів Загальнодержавної програми розвитку конкуренції в Україні на період 2014-2024 рр.**

Спрямованість	Передбачені заходи	Миттєві настанови	Очікувані результати
1. Створення ефективного конкурентного середовища. 2. Забезпечення умов для ефективного функціонування ринків. 3. Удосконалення антимонопольного регулювання. 4. Підвищення дієвості захисту конкуренції	1. Для ринків з конкурентною структурою, але за відсутності на них значної конкуренції – створення передумов виникнення і розвитку ефективного конкурентного середовища. 2. Для ринків з конкурентною структурою і ознаками значної конкуренції – удосконалення державної політики захисту конкуренції, у тому числі подальшу гармонізацію законодавства про захист конкуренції із законодавством ЄС. 3. Для ринків, які на сьогодні не мають конкурентної структури – підвищення ефективності державного регулювання цих ринків	1. Створення системи моніторингу стану і тенденцій розвитку конкурент-ції на ринках. 2. Запровадження практики періодичних доповідей про стан конкуренції на товарних ринках. 3. Формування в українському суспільстві одно значного сприйняття конкуренції як суспільної цінності. 4. Забезпечення активної участі інститутів громадянського суспільства в захисті і розвитку добросовісної конкуренції	1. Зниження рівня монополізації товарних ринків. 2. Інтенсифікація вступу на ринки нових суб'єктів господарювання. 3. Мінімізація негативного впливу на конкуренцію рішень органів влади. 4. Гармонізація законодавства про захист конкуренції із законодавством ЄС. 5. Підвищення обізнаності суспільства про переваги конкуренції

З прийняттям зазначеного Порядку в Україні запроваджено детальну процедуру подання та розгляду заяви суб'єкта господарювання про звільнення від відповідальності за вчинення антиконкурентних узгоджених дій, чим зроблено ще один крок на шляху адаптації законодавства про захист економічної конкуренції України до конкурентного законодавства ЄС [7].

Окрім цього, прийнято Верховною Радою України у першому читанні проект Закону України від 05.04.2013 № 2749 «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» [8].

Даний законопроект розроблено міжвідомчою робочою групою на виконання доручення Кабінету Міністрів України, відповідно до підрозділу програми «Стабілізація державного бюджету» розділу «Сталий економічний розвиток» Програми економічних реформ на 2010–2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», на реалізацію Концепції реформування системи державної допомоги суб'єктам господарювання, та на виконання міжнародних зобов'язань України, визначених Угодою СОТ, Угодою про партнерство та співробітництво між Європейськими Співтовариствами і Україною, Порядком денним асоціації Україна – ЄС.

**Основні напрямки і механізми вдосконалення конкурентної політики України  
відповідно до стратегічних пріоритетів її розвитку**

Напрямок вдосконалення	Зміст механізму вдосконалення
1. Попередження ухилення від обов'язку зі сплати штрафів	Внести поправки у закон з метою запобігання можливості для порушників уникати відповідальність сплачувати штрафи шляхом ліквідації існуючих суб'єктів господарювання та реєстрації нових підприємств
2. Посилення слідчих повноважень АМКУ [9]	Визначити на законодавчому рівні детальні процедури реалізації повноважень АМКУ для проведення раптових перевірок з метою обшуку службових приміщень і вилучення доказів щодо можливих порушень законодавства у сфері конкуренції
3. Збільшення свободи дій у визначенні пріоритетів	Внести поправки у закон з метою надання АМКУ більшої свободи визначенні необхідності порушення справи після отримання належним чином отриманої скарги, та визначення справ, які будуть розслідуватися відповідно до повноважень, наданих ЗПЗЕК та ЗПЗНК
4. Визначити антиконкурентну змову на торгах як порушення у законі про держзакупівлі	Внести поправки в закон про держзакупівлі з метою встановлення безумовної відповідальності за змову під час торгів для її учасників та санкцій у вигляді штрафів і дискваліфікацій для порушників
5. Переглянути програму пом'якшення відповідальності з метою зменшення штрафів для сторін, які надають інформацію не першими	Внести поправки в закон, щоб дозволити АМКУ знижувати штрафи або інші санкції для сторін, які хочуть брати участь у програмі зменшення відповідальності, але звертаються не першими.
6. Уточнення юрисдикції судів для покращення спеціалізації	Внести зміни до законодавства, які забезпечать: - кращу спеціалізацію судів для розгляду справ про конкуренцію; - можливість оскарження рішень АМКУ у справах про конкуренцію в першій інстанції лише в господарських або адміністративних судах
7. Уточнення закону про держзакупівлі	- розділити повноваження АМКУ та Міністерства економічного розвитку і торгівлі таким чином, щоб між ними не було перетину; - Міністерство має зосередитися на здійсненні регуляторної функції, тоді як АМКУ має бути уповноваженим органом з розгляду скарг; - для забезпечення правової визначеності необхідно внести зміни у визначення терміну «моніторинг» таким чином, щоб МЕРТ займався лише економічним аналізом ефективності процедур державних закупівель; - порядок реалізації функції моніторингу МЕРТ має бути визначений у первинному законодавстві (Законі України «Про здійснення державних закупівель»)
8. Об'єднання в АМКУ ресурсів і повноважень, що стосуються роботи АМКУ	- розглянути питання про передачу АМКУ ресурсів, які в даний час використовуються Міністерством економічного розвитку і торгівлі на державний контроль за цінами (Державну цінову інспекцію); - розглянути питання про передачу АМКУ функцій і ресурсів Державного комітету у справах захисту прав споживачів.

**Висновки.** Порівняння конкурентного законодавства України з кращими міжнародними практиками показує, що законодавча база України не вимагає радикальних змін. Однак багато чого ще належить зробити для того, щоб створити передумови для модернізації дійсно незалежний та потужний конкурентний орган, який буде не тільки карати за порушення або контролювати ціни, а й також допомагати у відкритті внутрішніх та зовнішніх ринків і сприяти зміцненню міжнародної конкуренції.

Таким чином, реформи та зміни мають торкнутися не стільки текстів конкурентного законодавства, скільки правозастосовної діяльності АМКУ, яка має бути більш чітко орієнтована на відповідність найкращій міжнародній практиці. Прийняття Україною Загальнодержавної програми розвитку конкуренції в Україні на 2014-2024 роки створює чудову нагоду для прийняття реформ, безпосередньо пов'язаних з АМКУ, і для більш масштабної переорієнтації економічної системи України до більш конкурентоспроможного, ринкового підходу та подальшої гармонізації українського конкурентного законодавства з найкращою міжнародною практикою.

**Література:**

1. Закон України «Про Антимонопольний комітет України» №3659-XII від 26.11.1993 р. // Відомості

Верховної Ради України, 1993, 350. - с. 472.

2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» №2210-III від 11.01.2001 р. // Відомості Верховної Ради України, 2001, №12. - с. 64.

3. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» № 236/96-ВР від 07.06.1996 р. // Відомості Верховної Ради України, 1996, № 36. – с. 164.

4. Розпорядження Кабінету Міністрів України №690-р від 19.09.2012 «Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2013-2023 року» // Офіційний вісник України. – 2012, №71. – с.2882.

5. Прокопов О.А. Світовий досвід використання програмно-цілевих інструментів щодо підвищення конкурентоспроможності національної економіки на міжнародному ринку інформаційних послуг / О.А. Прокопов // Зовнішня торгівля: право та економіка. – К.: 2012. – 4(63). – С.51-61.

6. Порядок подання заяв до Антимонопольного комітету України про звільнення від відповідальності за вчинення порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого п. 1 ст. 50 Закону України «Про захист економічної конкуренції». 2013. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/90082>

7. Розпорядження Кабінету Міністрів України №132-р від 06.02.2013 р. «Про затвердження плану дій щодо поглиблення співробітництва між Україною та Організацією економічного співробітництва та розвитку на 2013–2016 роки». – 2013. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/132-2013-%D1%80>

8. Проект Закону України №2749 від 05.04.2013 р. «Про державну допомогу суб'єктам господарювання» // Прес-служба АМКУ. - К.: 2013. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.amc.gov.ua/amku/control/main/uk/publish/article/98102>

9. ОЕСР рекомендує Україні посилити повноваження АМКУ //Прес-служба АМКУ. – К.: 2009. – [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua>

УДК 339.9+334.02

**Скоробогатова Н.Є.**

*канд. економ. наук, доцент*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ І ЄС В МЕЖАХ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

## **ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННАЯ СОТРУДНИЧЕСТВО УКРАИНЫ И ЕС В РАМКАХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

## **INNOVATION AND INVESTMENT COOPERATION UKRAINE AND EU WITHIN SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

*Досліджено динаміку співробітництва між Україною та ЄС у сфері інноваційно-інвестиційної діяльності за останнє десятиліття. Визначено основні напрями та галузі знань, які є привабливими для співпраці з боку країн ЄС та України. На основі проведеного аналізу систематизовано фактори, що впливають на реалізації інноваційно-інвестиційного співробітництва на міждержавному рівні, та надано пропозиції щодо мінімізації їх негативного впливу. Всі висновки підтверджено фактичними даними міжнародних рейтингів та статистичними даними світових організацій. Запропоновано методичний підхід до оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційного співробітництва між*

країнами, що базується на концепції сталого розвитку. Особливістю запропонованого підходу є врахування економічного, екологічного та соціального ефекту. Також запропонований підхід дозволяє визначити привабливість окремого інноваційного проекту для кожної з країн-учасниць з врахуванням факторів ризику і невизначеності. Надано рекомендації щодо підвищення ефективності інноваційно-інвестиційного співробітництва України і країн ЄС.

**Ключові слова:** інвестиції, інновації, ефективність, інноваційно-інвестиційна діяльність, сталий розвиток, міжнародне співробітництво, ризики.

*Исследована динамика сотрудничества между Украиной и ЕС в сфере инновационно-инвестиционной деятельности за последнее десятилетие. Определены основные направления и области знаний, которые являются привлекательными для сотрудничества стран ЕС и Украины. На основе проведенного анализа систематизированы факторы, влияющие на реализацию инновационно-инвестиционного сотрудничества на межгосударственном уровне, и даны предложения по минимизации их негативного влияния. Все выводы подтверждены фактическими данными международных рейтингов и статистическим данным международных организаций. Предложен методический подход к оценке эффективности инновационно-инвестиционного сотрудничества между странами, основанный на концепции устойчивого развития. Особенностью предлагаемого подхода является учет экономического, экологического и социального эффекта. Также предложенный подход позволяет определить привлекательность отдельного инновационного проекта для каждой из стран - участниц с учетом факторов риска и неопределенности. Даны рекомендации по повышению эффективности инновационно-инвестиционного сотрудничества Украины и стран ЕС.*

**Ключевые слова:** инвестиции, инновации, эффективность, инновационно-инвестиционная деятельность, устойчивое развитие, международное сотрудничество, риски.

*The dynamics of cooperation between Ukraine and the EU in the field of innovation and investment over the past decade. Determined based on the direction and areas of knowledge that are appealing to the cooperation of the EU and Ukraine. On the basis of a systematic analysis of the factors affecting the implementation of innovation and investment cooperation at the international level, and suggests ways to minimize their negative impact. All findings are confirmed evidence of the international ratings and statistics from international organizations. The methodical approach to evaluating the effectiveness of innovation and investment cooperation between the two countries, based on the concept of sustainable development. Feature of the proposed approach is the consideration of economic, environmental and social effects. Also, the proposed approach allows to determine the attractiveness of a particular innovative project for each of the countries - participants, taking into account the risk factors and uncertainties. The recommendations to improve the efficiency of innovation and investment cooperation between Ukraine and the EU.*

**Keywords:** investment, innovation, efficiency, innovation and investment, sustainable development, international cooperation, risks.

**Вступ.** Економічний розвиток країн призвів до того, що масштаби співробітництва між компаніями стирають кордони. Поглиблюючи зв'язки, у окремих державах, що залучені до співпраці, з'являється значна кількість можливостей, серед яких нові ринки збуту продукції, економія на масштабах виробництва, залучення кваліфікованого персоналу з інших країн, подекуди з різним рівнем підготовки та відмінним мисленням. Україна, в цьому випадку не є виключенням. Об'єктивна необхідність підштовхує державу розвивати зв'язки з іншими країнами, зокрема, з одним з наймогутніших угруповань на сьогоднішній день – Європейським Союзом. Вирішення проблеми сталого розвитку з врахуванням обмеженості та вичерпності економічних ресурсів, збалансованим розвитком суспільства неможливий в межах однієї країни. Тому актуальним є пошук ефективної співпраці між Україною та іншими країнами світу, зокрема країнами ЄС, у сфері інноваційно-інвестиційної діяльності щодо забезпечення сталого розвитку.

Дослідженням організації та оцінювання ефективності інвестиційно-інноваційної діяльності займалась значна кількість вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких В.Д. Шапіро [7], Ю.М. Бажал [6], Д.М. Стеченко [13], В.П. Александрова [1], С.В. Валдайцев [2], Ю.М. Вербицька [3] та ін. Завдяки роботам науковців було розкрито та досліджено значна кількість концепцій, що стали основою для національних програм подолання наслідків кризи. У дослідженнях, очолюваних вищезазначеними діячами було виявлено каталізатори економічних процесів на міжрегіональному рівні як чинники державної політики збільшення інвестиційних ресурсів та зростання частки капіталу, залученого в національну економіку. Проте вважаємо, що залишаються недостатньо дослідженими питання організації ефективної співпраці між Україною та світовими угрупованнями, зокрема з ЄС,

у сфері інноваційно-інвестиційної діяльності з метою забезпечення сталого розвитку.

**Постановка завдання.** Метою роботи є розробка методичних і практичних рекомендацій з удосконалення організації та оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної співпраці між Україною та ЄС у контексті концепції сталого розвитку. Для досягнення поставленої мети було визначено такі завдання:

- аналіз динаміки співпраці між Україною та ЄС у сфері інноваційно-інвестиційної діяльності, визначення тенденцій та факторів, що на них впливають;
- удосконалення методичних підходів до оцінювання ефективності інвестиційно-інвестиційної співпраці країн на засадах концепції сталого розвитку;
- надання практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності співпраці України з країнами ЄС у рамках інновацій та інвестицій.

**Методологія.** Теоретико-методологічну основу дослідження становлять наукові праці та методичні розробки провідних вітчизняних і зарубіжних учених у галузі інвестиційної діяльності країни. Вирішення наукових завдань здійснювалось з використанням наступних методів дослідження: критичного аналізу при визначенні стану та проблем інноваційно-інвестиційної співпраці України з ЄС; наукового узагальнення та систематизації при визначенні та групуванні факторів, які впливають на інноваційно-інвестиційну діяльність на світовому рівні; методи математичної статистики при обчисленні та аналізі динаміки інноваційно-інвестиційної співпраці України з ЄС. Результати дослідження, висновки та рекомендації обґрунтовано шляхом комплексного підходу.

**Результати дослідження.** Враховуючи політичні та економічні аспекти, що превалюють на сьогоднішній день в Україні, а саме необхідність прийняття кардинально нових рішень для стабілізації загальної економічної ситуації у державі, існує необхідність співробітництва з одним з найбільш впливових та могутніх угруповань, як Європейський Союз. Беручи до уваги те, що Україна є безпосереднім об'єктом Європейської політики сусідства, маючи спільний кордон з 6 членами спільноти, та планує входження до ЄС, маємо змогу констатувати, що співпраця з будь-якою з країною членом є позитивним зрушенням у напрямку руху на захід.

Станом на 2012 рік Україна приймала участь у розробці та реалізації 27 рамкових проектів, загальна бюджетна вартість яких оцінюється у 5,86 млн. євро. Найбільш активна співпраця проводиться з такими країнами, як Польща, Чехія та Литва. Серед учасників проекту є як університети – 54%, так і підприємства малих і середніх масштабів (25%). Портфель в технологічних областях включає в себе 37% промислових технологій, 37% енергетики та технологій навколишнього середовища, у інформаційно-комунікативних технологіях 19% і 7% у біотехнологіях і медицині [10].

Проаналізувавши фактичні угоди та суми інвестицій [9], визначено, що значна кількість технологій, розроблених на території України або вітчизняними науковцями, впроваджувалась або за межами держави, або за браком коштів чи інших ресурсів не доходила до етапу розробки та реалізації проектів (рис. 1). За галузями лідирують медицина, машинобудування, ресурсозберігаючі та енергозберігаючі технології, виробництво нових матеріалів та речовин, проекти у галузі будівництва та енергетики. Щодо технологій, то варто безперечно виділити приладобудування та машинобудування в цілому. Не меншої уваги заслуговує медицина, біологія, хімічна промисловість та нові матеріали і речовини.

Таким чином, інноваційну продукцію за межі держави реалізовувало у 2011 році 378 підприємств, що на 35 підприємств більше, ніж у 2010 році. Проте, у відсотковому співвідношенні до загального обсягу реалізованої продукції, їх частка становить 29,8%, проти 40,7 % у попередньому році. Зазначимо, що за весь аналізований період з 2001 р. до 2011 р., за останній рік відсоткова частка була найнижчою.

Важливого значення у сфері інноваційної діяльності має патентно-ліцензійна складова. Реєстрація винаходу, технології, розробки повинна бути здійснена, у разі успішності, одразу після їхньої апробації. Серед кількості охоронних документів, зареєстрованих на території України переважають такі галузі, як медична, сільськогосподарська, транспортна, хімічна, фізико-математична та біологічна. В той час, коли за міжнародними патентами переважають такі галузі як, технічна, біологічна та сільськогосподарська. Помітно значну відмінність у кількості запатентованих документів на користь державного Департаменту інтелектуальної власності.

Слід зазначити, що інноваційна діяльність є надзвичайно ризиковою сферою і вимагає значного вливання фінансових ресурсів, проте дає змогу здобути лідерство за тим чи іншим напрямом впровадження. З точки зору співробітництва між країнами, важливе місце посідає інвестиційна складова. Станом на 2012 рік, з країн-членів ЄС до України надійшло 39411,2 млн дол. США, тобто майже 80% прямих іноземних інвестицій, що були здійснені усіма країнами в економіку України.

Порівнюючи з 2011 роком, маємо змогу визначити, що загальний приріст становить 4056 млн дол. США лише з країн, що входять до числа ЄС. Аналізуючи географічну структуру можна визначити, що найбільші грошові вливання здійснив Кіпр – 25,5% (або 12645, 5 млн дол. США) від загального обсягу вкладень, та 32% від інвестицій з ЄС. Наступним лідером за грошовими надходженнями є Німеччина, яка спрямувала понад 7380 млн дол. США в Україну. Нідерланди та Австрія також активно фінансують економічну діяльність в державі, інвестувавши 4822 млн дол. США та 3423 млн дол. США відповідно [9].

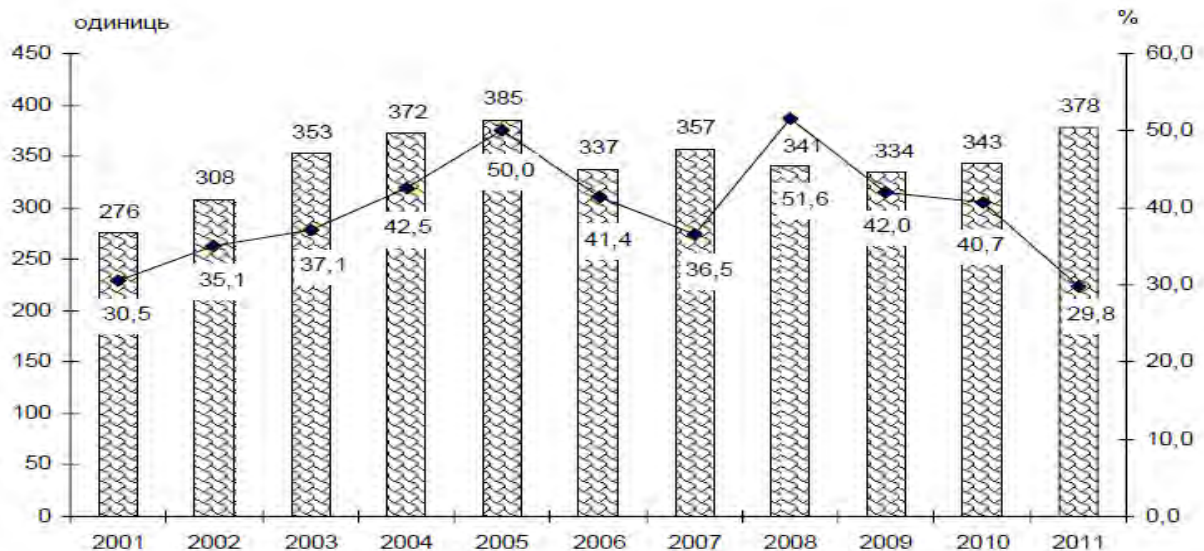


Рис. 1. Кількість підприємств, що реалізували інноваційну продукцію за межами України, та її частка в загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції

Порівнюючи кількість інвестицій, спрямованих у окремих країнах Євросоюзу на розробки і дослідження маємо змогу зазначити, що фінансування відрізняється значною мірою. Таким чином, однією з першочергових перешкод для розвитку інноваційного напрямку в Україні є недостатнє сприяння держави з боку виділення коштів. Для порівняння у таблиці 1 зазначено кількість коштів, що виділяється у провідних європейських країнах та в Україні.

Таблиця 1

**Внутрішні витрати країн на дослідження та розробки, % від ВВП [9, 10]**

Країни	Роки											
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Японія	3,12	3,17	3,2	3,17	3,32	3,4	3,44	3,45	-	-	-	
Ісландія	2,95	2,95	2,82	-	2,77	2,99	2,68	2,64	3,11	-	-	
США	2,71	2,6	2,6	2,53	2,56	2,6	2,66	2,79	-	-	-	
Данія	2,39	2,51	2,58	2,48	2,46	2,48	2,58	2,85	3,06	3,06	3,09	
Україна	0,027	0,02	0,034	0,018	0,006	0,021	0,02	0,03	0,01	0,008	0,01	

У зв'язку з тим, що інноваційна діяльність носить ризиковий характер, приватні інвестори зацікавлені інвестуванням у інші проекти, менш ризикові та швидко прибуткові. Найвищими витратами державного сектору з-поміж інших характеризуються Німеччина, Австрія, Ісландія та Данія. ЄС ввів спеціальний критерій на рівні 3% від сукупного ВВП для створення динамічної та конкурентоздатної економіки на світовому ринку, за умовами Лісабонської стратегії. План розвитку на нове десятиліття «Європа – 2020» також приймає дану умову. Зазначеного рівня з 27 країн досягли лише Швеція - 3,42%, Фінляндія - 3,87%, для яких метою тепер зазначено витрати на рівні 4% ВВП, та Данія 3,09% [10].

Україна на розвиток інновацій у країні витрачає значно менше. Порівнюючи показники з Польщею, значення для якої одне з найнижчих у Європі, зазначимо, що в Україні витрачається приблизно у 1,6 разів менше. У 2011 році на інноваційну діяльність 14333,9 млн. гривень, з яких державним бюджетом виділено 149,2 млн. гривень, при ВВП 1314569 млн. гривень (або 0,01 %) [9]. Слід також зазначити, що загальна сума витрат на інноваційну діяльність в Україні за усіма джерелами фінансування за роками не перевищує асигнувань розвинених країн у інноваційний сектор лише з державного сектору.

Проведений аналіз довів, що наступною перепорою, важливою як для інноваційного розвитку, так і для міжнародного співробітництва, є корумпованість влади, присутність тіншового сектору економіки. Економістами та провідними вченими багатьох європейських країн даний факт часто піднімається у пресі та на зібраннях національного та інтернаціонального характеру. Для обрахунку рівня неформальної економіки часто використовують рейтинг міжнародного недержавного агентства з боротьби з корупцією Transparency International. У 2012 році Україна посідала 144 місце у рейтингу, поряд з такими країнами як Бангладеш, Камерун, Республіка Конго та Сирія [11].

Аналіз літературних джерел свідчить, що перешкодою на шляху до співробітництва з іншими країнами також може бути несприятливий інвестицій клімат, нестабільна економічна ситуація та незадовільний імідж країни на світовій арені. Світова практика використовує для оцінки економіки, та наявності умов для ведення бізнесу міжнародний рейтинг Doing Business. Вища позиція означає що регуляторне середовище є більш сприятливим для запуску та роботи фірми. Щорічно незалежними експертами проводиться оцінка за 10 показниками, які мають різну вагу, в процесі обробки формують місце країни у списку. Серед критеріїв варто виділити наступні: реєстрація підприємств (1); отримання дозволу на будівництво (2); підключення до системи енергопостачання (3); реєстрація власності (4); кредитування (5); захист інвесторів (6); оподаткування (7); міжнародна торгівля (8); забезпечення виконання контрактів (9); рішення про неплатоспроможність (10) (табл. 2). Місце України за даним рейтингом з року на рік, на жаль, понижується. Таким чином, у 2007 році спостерігається 128 позиція, а у 2012 році 152, що пов'язане з затяжними проявами глобальної фінансової кризи, наслідки якої Україна намагається подолати до тепер.

Таблиця 2

**Індекс Doing Business в Україні у динаміці за роками 2007-2012 [8]**

Роки	Загальне місце у рейтингу	Місце країни за окремими показниками									
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
2007	128	101	107	-	133	65	142	174	106	26	139
2008	139	109	174	-	138	68	141	177	120	46	140
2009	145	128	179	-	140	28	142	180	131	49	143
2010	142	134	181	-	141	30	109	181	139	43	145
2011	145	118	179	161	164	32	109	181	139	43	150
2012	152	116	182	166	149	23	117	165	145	42	157

Розглядаючи окремо кожен показник, з якого komponується рейтинг, слід зазначити, що підписані контракти виконуються досить успішно. Критерій виконання контрактів є найвищим серед усіх, що беруться до уваги. Кредитування осіб здійснюється без особливих перешкод, таким чином за даним напрямом спостерігається 23 місце у рейтингу за 2012 рік, порівняно з 65 позицією у 2006 році. Проте даний показник не можна сприймати як цілком позитивний. Найбільші проблеми в українській економіці за даними рейтингу спостерігаються у податковій сфері. Таким чином, надто велика кількість різноманітних податків, значні обсяги часу на підготовку податкових звітів та величина податку від частки прибутку створюють значні перешкоди для відкриття та подальшого ведення бізнесу для підприємців. В Україні спостерігається нестабільність за напрямом прийняття рішень про платоспроможність, тобто відсоток відшкодувань, час та додаткові витрати на закриття неплатоспроможної фірми є довготривалим та витратним процесом для підприємців.

Важливим аспектом у розробці та впровадженні інновацій, безперечно, є ресурсна база, економічна стабільність, проте не можна оминати таку важливу складову як людський потенціал та забезпечення країни даним видом ресурсу. Серед населення країн Європи частка працівників сфери науки та технологій у останні з аналізованих років досягає 50%, що позитивно відображається на усіх сферах інноваційної діяльності держав. Щодо країн з низьким відсотковим співвідношенням, з року в рік динаміка свідчить про зростання рівня високоосвіченого населення. Дані по Україні свідчать про наявність 1/3 від частки усього населення країни працездатного віку саме категорії, що задовольняє вище поставленим критеріям.

Ще однією, не менш важливою проблемою на сучасному етапі розвитку України вважаємо недосконалість методичної бази з визначення ефективності використання можливостей співробітництва при реалізації інноваційних проектів. Важливість питання зростає лінійно з довготривалими проявами наслідків глобальної фінансової кризи, та низьким місцем України на світовій арені щодо конкурентоспроможності. Тобто всі елементи - виробничий, науковий, інформаційний, економічний та інші - не мають достатнього рівня розвитку, що не лише не стимулює, а й пригальмовує розвиток інноваційного напрямку будь-якої галузі економіки. Одним з можливих виходів є залучення до співпраці високорозвинених та передових країн у сфері управління та розробки інновацій.

Таким чином, необхідно дослідити основні етапи проведення обрахунків та визначення інтегрованого показника, що міг би допомогти на етапі впровадження міжнародного проекту визначити його доцільність, масштабність та обсяги необхідних подальших фінансових впливань у розвиток. Необхідно врахувати непередбачувані ризики, що можуть виникнути уже в процесі реалізації проекту, та застосувати необхідні важелі для їх мінімізації з якомога меншими загальними втратами. Внаслідок інноваційно-інвестиційного співробітництва результат може бути виражений як в додаткових обсягах грошових надходжень, так і в покращеннях соціального характеру, надання державі перспективних можливостей для подальшої співпраці з іншими партнерами та країнами. Послідовність етапів оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційного співробітництва на міжнародному рівні пропонуємо визначати наступним чином:

1. Обчислення базових показників доцільності інвестування в інноваційний проект (чиста приведена вартість, внутрішня норма доходності, дисконтований період окупності, індекс прибутковості).

2. Визначення ефективності впровадження інноваційного проекту (економічна ефективність, суспільна ефективність, інші види ефективності).

3. Оцінка впливу проекту на конкурентоспроможність національної економіки (індекси конкурентоспроможності національних економік, ефективність експорту високотехнологічних товарів, ефективність продукції національних підприємств).

4. Корегування на вплив ризикових факторів (ідентифікація видів ризику, оцінка можливих негативних наслідків, впровадження заходів мінімізації).

5. Обчислення інтегрованого показника прийняття рішення про інвестування.

Після визначення доцільності вкладання коштів необхідно прорахувати можливі ефекти, що виявляються внаслідок співробітництва над конкретним проектом чи їх портфелем. Таким чином, можливі ефекти вважаємо за раціональне розподілити на три основні групи, серед яких важливе місце займають суспільна та економічна ефективності, третя група поєднує інші види які є вагомими, що не включені до складу попередніх двох груп.

Загальна економічна ефективність проекту обчислюється, додаючи показники результативності використання технологій, обладнання та сировинних ресурсів:

$$E_{ек} = E_{техн} + E_{обл} + E_{с'} \quad (1)$$

де  $E_{техн}$  - ефективність впровадження технологій;  $E_{обл}$  - ефективність нового обладнання;  $E_{с'}$  - ефективність сировинних ресурсів.

Суспільна ефективність поєднує регіональну ефективність, галузеву ефективність та бюджетну ефективність. Розподіл здійснюється залежно від внутрішніх мотивів та ступеню їх досягнення, а також зовнішніх мотивів – важелем вимірювання яких є продуктивність у суміжних секторах. Вважаємо за доцільне даний вид ефективності розглядати в залежності від наявних інвестицій:

$$E_{супл} = E_{рег} + E_{гал} + E_{бюдж} \quad (2)$$

де  $E_{рег}$  - регіональна ефективність впровадження інноваційного проекту;  $E_{гал}$  - галузева ефективність сектору народного господарства;  $E_{бюдж}$  - бюджетна ефективність проекту;

Для отримання кінцевих даних застосування лише деяких видів ефективності є недоцільним,



адже лише поєднання та вплив суміжної результативності може демонструвати остаточні показники впровадження конкретного проекту:

$$E_{\text{ін}} = E_{\text{глоб}} + E_{\text{екол}} + E_{\text{соц}}, \quad (3)$$

де  $E_{\text{глоб}}$  - глобальний ефект впровадження проекту;  $E_{\text{екол}}$  - екологічна ефективність;  $E_{\text{соц}}$  - соціальний ефект.

Аналізуючи вищенаведені індикатори маємо змогу побачити, що кожен вид ефективності складається зі значної кількості показників меншого масштабу для полегшення проміжного процесу обрахунку кінцевого критерію. Результат оцінки ефективності проекту сприймається з врахуванням вагомості кожного з критеріїв відповідно до конкретного проекту. Впроваджена інновація у вигляді оціночного критерію має на меті допомогти у реальному часі та наявних можливостях і ресурсах прийняти рішення про вкладення значної суми коштів, враховуючи те, що проект передбачається до впровадження під керівництвом представників більше ніж з однієї країни.

Беручи до уваги участь у міжнародному співробітництві, при впровадженні проектів інноваційного характеру, важливим учасником є держава та визначення першочергової її ролі у цьому процесі та розрахунок ефектів, які можуть бути отримані в результаті проведених робіт. Оцінюючи ефективність конкурентоспроможності економіки, вважаємо за доцільне розрахувати конкурентоспроможність економіки до та після участі країни у реалізації інновацій спільно з учасниками з інших країн.

**Висновки.** За результатами дослідження визначено, що стратегічними напрямками співробітництва з залученням нововведень є охорона навколишнього середовища, енергетика, медико-фармацевтична галузь, машинобудування та інформаційні технології. Для участі у міжнародному співробітництві за даним напрямком важливим є здійснення економічних реформ, таких як введення безвізового режиму, укладення угод про зону вільної торгівлі, запровадження стратегії залучення та використання зовнішньої допомоги. Пріоритетами інноваційної політики на національному рівні повинно бути створення інноваційних кластерів, забезпечення якісної та безкоштовної вищої освіти, підвищення бюджетних витрат на НДДКР за досвідом розвинутих країн.

Згідно з проведеного дослідження виявилось, що існує значна кількість перешкод на шляху реалізації спільних інноваційних проектів з ЄС. Нагальними проблемами є недостатнє фінансування інноваційної діяльності з боку державного сектору, корумпованість влади та присутність тіньового сектору економіки, несприятливий інвестиційний клімат. Позитивним аспектом до співпраці є наявність висококваліфікованого персоналу для участі у проектах з кооперації. Підтвердженням даних висновків виступають дані міжнародних рейтингів та статистичні дані світових організацій.

Науковою новизною є запропонований методичний підхід визначення ефективності використання співробітництва при реалізації спільних інноваційних проектів, що заснований на комплексному підході до оцінювання ефективності для кожної з країн-учасниць проекту та врахуванні економічних, соціальних та екологічних факторів. Інтегрований показник щодо прийняття рішення базується на врахуванні ефективності інвестиційної пропозиції, ефективності від впровадження конкретного інноваційного проекту та ефекту, який отримується державою з врахуванням факторів ризику. Розрахунок базується на використанні кількісно обчислюваних та якісних показників. Запропонований методичний підхід містить загальні положення оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційного співробітництва на міждержавному рівні, що можуть підлягати корегуванню згідно з врахуванням особливостей конкретного проекту. Практична цінність результатів проведеного дослідження полягає в наданні інструментарію для обчислення величини ефекту від реалізації спільних інноваційно-інвестиційних проектів за участю України та країн ЄС.

Подальшого дослідження потребує проблема розробки запобіжних заходів щодо захисту національних виробників наукоємних галузей з боку іноземних конкурентів при розробці та реалізації інноваційних проектів.

### Література:

1. Александрова В.П. Економічні аспекти державного програмування інновацій / В.П. Александрова // Вісник Інституту економічного прогнозування. – 2002. - № 1 (1). – С.18 – 39.
2. Валдайцев С.В. Управление инновационным бизнесом / С. В. Валдайцев. – М.: Юнити-Дана, 2001. – 343с.
3. Вербицька Ю. М. Інвестиційно-інноваційна діяльність як чинник соціально-економічного розвитку регіону / Ю.М. Вербицька // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 8. – С. 151 – 156.
4. Данилишин Б. М. Інвестиційна політика в Україні : [монографія] / Б.М. Данилишин, М.Х. Корецький, О.І. Дацій. — Донецьк: «Юго-Восток, Лтд», 2006. — 292 с.
5. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року [Текст] : [Постанова КМУ

від 21 липня 2006 р. № 1001] : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.

6. Економічна оцінка державних пріоритетів технологічного розвитку / За ред. Ю.М.Бажала. – К.: Ін.т екон. прогнозування НАН України, 2002.

7. Мазур И.И. Управление проектами: Учебное пособие / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро, Н.Г. Ольдерогге / Под общ. ред. И.И. Мазура. — 2-е изд. — М.: Омега-Л, 2004. — с. 664.

8. Отчет о конкурентоспособности регионов Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://competitiveukraine.org>

9. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

10. Офіційний сайт статистики ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.

11. Офіційний сайт Transparency International Україна 2012-2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ti-ukraine.org/>

12. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів : [монографія] : у 2 ч. – Ч. 2 / за ред. В.М. Гейця, А.А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 273 с.

13. Стеченко Д.М. Інноваційні форми регіонального розвитку: навч. посібн. / Д.М. Стеченко. – К: Вища школа, 2002. – 254 с.

УДК 330.101:314.145

**Черніченко Г.О.**

*доктор економ. наук, професор*

**Єфременко А.В.**

*Донецький національний університет*

## **ТЕОРІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ**

## **ТЕОРИИ МОДЕРНИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ**

## **MODERNIZATION THEORIES IN THE CONTEXT OF POST- INDUSTRIAL DEVELOPMENT**

*Стаття присвячена дослідженню теорій модернізації в контексті постіндустріального розвитку. У зв'язку з тим, що процес всесвітньої модернізації триває близько 400 років, з XVIII по XXI століття, тому поділ його лише на дві стадії – недостатньо детальний для цілей модернізаційного дослідження. Таким чином, досліджено теоретичні основи, принципи та причини виникнення теорій модернізації в наслідку постіндустріального розвитку.*

*Розглянуто сутність, причини виникнення, етапи становлення, типологію та значення теорій модернізації в контексті постіндустріального розвитку. Виділено три хвилі досліджень, присвячених модернізації, кожна з яких породила безліч теорій і запропонувала свою інтерпретацію процесу цивілізації. Внаслідок цього розглянуті наступні теорії модернізації, а саме: класичної, постмодернізаційної, теорії екологічної модернізації, рефлексивної модернізації, теорії множинності наших часів, вторинної модернізації тощо.*

**Ключові слова:** модернізація, «модерніті», постіндустріальний розвиток.

*Статья посвящена исследованию теорий модернизации в контексте постиндустриального*

развития. В связи с тем, что процесс всемирной модернизации длится около 400 лет, с XVIII по XXI века, поэтому разделение его лишь на две стадии - недостаточно детальный для целей модернизационного исследования. Таким образом, исследованы теоретические основы, принципы и причины возникновения теорий модернизации в последствии постиндустриального развития .

Рассмотрены сущность, причины возникновения, этапы становления, типология и значение теорий модернизации в контексте постиндустриального развития. Выделены три волны исследований, посвященных модернизации, каждая из которых породила множество теорий и предложила свою интерпретацию процесса цивилизации. Вследствие этого рассмотрены следующие теории модернизации, а именно: классической, постмодернизационной, теории экологической модернизации, рефлексивной модернизации, теории множественности современностей, вторичной модернизации и так далее.

**Ключевые слова:** модернизация, «модернити», постиндустриальное развитие.

*The article investigates the modernization theories in the context of post-industrial development. Due to the fact that the process of modernization of the world lasts about 400 years, from the XVIIIth to the XXIst century, and its division into only two stages - detailed not enough for the modernization of the study. Thus, theoretical bases, the principles and the reasons of emergence of theories of modernization in a consequence of post-industrial development are investigated.*

*The article considers the nature, causes, stages of development, the typology and the value of the theories of modernization in the context of post-industrial development. Three waves of the researches devoted to modernization are allocated, each of which generated a set of theories and offered the interpretation of process of a civilization. Consequently, the following theories of modernization are considered, namely: classical, post-modernization, theories of ecological modernization, reflexive modernization, theory of multiple modernities, secondary modernization and so on.*

**Keywords:** modernization, "modernity", post-industrial development.

**Введение.** На данном этапе развития актуальность темы исследования обусловлена тем, что модернизационная парадигма характеризуется как всесторонний процесс, который включает множество одновременных изменений на различных уровнях общественного организма. Для отставших в своем развитии обществ, модернизация по существу приобретает формы имитации и трансплантации образцов товаров и технологии из более развитых стран. Таким образом, коммуникация и контакт между различными культурами и обществами становятся важными предпосылками модернизации. В качестве генераторов модернизации нередко выступают лидеры развивающихся стран, которые выдвигают планы и проводят соответствующую политику, направленную на трансформацию общества в сторону современных развитых стран.

Степень разработанности проблемы теорий модернизации в контексте постиндустриального развития исследовались зарубежными и отечественными экономистами, такими как: М. Вебер, Т. Парсонс, У. Ростоу, А. Органский, М. Леви, Д. Лернер, Н. Смелзер, С. Блэк, Д. Берг, У. Бек, У. Запф, Э. Тиракян, Х. Чуаньци, В.Л. Макаров, А.Н. Нестеренко, А.Н. Олейник, И.В. Побережников и другие.

**Постановка проблемы.** Целью данной статьи является раскрытие сущности теорий модернизации, причин их возникновения и этапов их развития в контексте постиндустриального развития.

**Методология.** Для достижения поставленной цели и решения задач использован диалектический метод научного познания, комплексный, исторический и логический подходы и метод теоретических обобщений.

**Результаты исследования.** Говоря в широком смысле, человек появился 2,5 млн. лет назад, человеческая цивилизация возникла около 5500 лет назад, а модернизация началась в XVIII веке. Однако до сих пор не существует общепринятого определения для цивилизации и модернизации.

Согласно целям данного исследования мы определяем цивилизацию как высокую степень человеческого развития, включающую всю сумму достижений в развитии человека, появившихся после 3500 года до н.э.. Мы рассматриваем модернизацию как общемировую тенденцию и один из видов коренных изменений в человеческой цивилизации со времени промышленной революции XVIII века. Основное внимание уделяется связи между теориями модернизации и процессами развития человеческой цивилизации.

История всемирной модернизации – часть цивилизационного процесса человечества, и различия в стадиях обоих процессов должны быть соотнесены между собой. На данный момент не

достигнуто консенсуса в отношении процесса и стадии всемирной модернизации.

Во-первых, существует три точки зрения на то, когда началась всемирная модернизация: 1) отправной точкой явилась научная революция в XVI – XVII веках; 2) началом была эпоха Просвещения в XVII – XVIII веках; 3) началом модернизации стали промышленная революция в Англии и французская революция XVIII века.

Само слово «модернизация» появилось в XVIII веке (1748–1770 годы), а ее исследования начались в XX веке.

Во-вторых, есть семь различных взглядов на стадийное членение процесса всемирной модернизации (таблица) [1].

Согласно трем последним из них, имеются две стадии всемирной модернизации (хотя их названия и содержание в разных школах отличаются), и начало вторичной модернизации можно отнести к 1970 г. (информационная и научная революция)

Процесс всемирной модернизации продолжается около 400 лет, с XVIII по XXI век, и разделение его лишь на две стадии – недостаточно детальное для целей модернизационного исследования.

В целом модернизационный процесс должен включать подготовительный период, первичную модернизацию и вторичную модернизацию. Обе они включают в себя по три волны.

В-третьих, модернизация одновременно является всемирным трендом и социальным выбором. Кто-то просто принимает ее как данность, а кто-то целенаправленно идет по пути модернизации – и скорость процесса в этих случаях будет неравной. Но и те, кто не могут принять модернизацию и сохраняют традиционный или существующий уклад жизни, все равно испытают социальные перемены, при этом разрыв в уровнях материальной обеспеченности существования между ними и лидерами цивилизации будет становиться все больше и больше.

Таблица

**Разделение всемирной модернизации на стадии**

№ п/п	Стадии	Содержание	Аннотация
1	Три волны	Первая волна (1780 – 1860), вторая (вторая половина 19 – начало 20 века), третья (вторая половина 20 века)	Подстадии классической модернизации
2	Четыре стадии	Вызов современности, консолидация лидерства в модернизации, экономические и социальные трансформации, интеграция общества	
3	Пять стадий	Стадии экономического роста: традиционное общество, подготовка к подъему, подъем, сдвиг к зрелости, массовое потребление	
4	Четыре периода	Подготовка, трансформация, повышение модернизации, международная интеграция	Два шага модернизации
5	Две стадии	Классическая модернизация и постмодернизм (общество эпохи модерна и постмодерна)	
6	Две стадии	Простая (ортодоксальная) и рефлексивная модернизация (индустриальное общество и общество риска)	
7 7	Две стадии	Первичная и вторичная модернизация (индустриальное общество и общество знаний)	

Итак, чтобы разобраться в теориях модернизации и их взаимосвязях с процессами развития человеческой цивилизации, нам необходимо рассмотреть эволюцию этих теорий.

Как уже говорилось выше, модернизация зародилась в XVIII веке и ее исследования начались в XX веке, а классическая теория модернизации была сформулирована в 1950 – 1960-х годах. Однако основные идеи модернизации восходят к XVIII веку и даже к более раннему периоду.

Во второй половине XX века наблюдаются три волны исследований модернизации, а именно: исследования модернизации; исследования постмодерна; исследования новой модернизации.

Благодаря этим волнам, были заложены основы теории модернизации: классической, постмодернизационной, теории экологической модернизации, рефлексивной модернизации, теории множественности современности, вторичной модернизации и т. д. Во всех этих теориях процесс

цивилизации понимается по-разному.

Осмысление результатов исследования постмодерна и новых исследований в области модернизации следует рассматривать как дальнейшее развитие теории модернизации и исследования в этой сфере.

Рассмотрим классическую теорию модернизации, которая содержит пять основных элементов (теоретический подтекст классической модернизации, законы и характерные черты процесса классической модернизации, ее результаты (т.е. модернизи), динамика и модели классической модернизации).

Классическая модернизация – это исторический процесс и фундаментальный переход от аграрного традиционного общества к современному индустриальному, с момента промышленной революции 18 века. Под это определение одновременно подпадают как социальные изменения в передовых странах, так и процесс выхода отстающих стран на более высокий уровень развития. Процесс классической модернизации является революционным, комплексным, систематическим, глобальным и длительным процессом развития, состоящим из нескольких этапов.

Результатом классической модернизации является формирование и постепенное распространение модерни (современности) – под ней здесь следует понимать набор характеристик страны или государства, в котором завершилась классическая модернизация.

Динамика модернизации определяется тремя составляющими, а именно: экономическим развитием, культурным развитием и, наконец, взаимодействием между политическими, экономическими и культурными элементами.

Согласно классической теории, модернизация является историческим процессом перехода от традиционного аграрного общества к современному индустриальному с его изменениями. Считается, что данный переход влечет за собой развитие передовой индустриальной технологии и политических, культурных, и социальных механизмов, соответствующих поддержке, регулированию и использованию этой технологии. Модернизационный переход, как принято считать, оказывает воздействие на каждый социальный институт, каждую группу населения, ощущается всеми слоями общества. Этот процесс протекает как в передовых странах, так и в более отсталых, также стремящихся достичь более высокого уровня развития [2, 6].

Некоторые теоретики описывают модернизацию в терминах расширения человеческих знаний и возможностей людей осуществлять контроль над окружающей средой. Так, С. Блэк утверждает, что современные общества характеризуются ростом новых знаний, что, в свою очередь, подразумевает существование индивидуума с расширяющимися способностями понимать секреты природы и применять новое знание в прикладных целях. Эволюция осуществлялась в рамках определенных стадий или фаз модернизации, через которые должны были пройти все общества (например, обычно выделяемые стадии традиционного, переходного и модернизированного обществ; четыре фазы модернизации, идентифицированные С. Блэком (Black, C) [3]:

1) вызов modernity - первоначальная конфронтация общества, характеризующегося традиционным уровнем знания, с современными идеями и институтами, появление в нем сторонников модернизации;

2) консолидация модернизаторской элиты – переход власти от традиционных к модернизаторским лидерам в процессе обыкновенно ожесточенной революционной борьбы, которая может длиться несколько поколений ;

3) экономическая и социальная трансформация – экономический рост и социальные изменения до момента, когда общество трансформируется из преимущественно аграрного с доминированием сельского образа жизни в преимущественно урбанизированное и индустриальное;

4) интеграция общества – фаза, на которой экономическая и социальная трансформация продуцирует фундаментальную реорганизацию социальной структуры общества).

С. Блэк считает, что человеческие взаимоотношения претерпели три революционных изменения: от доисторического общества к человеческому, от первобытного к цивилизованному и от традиционного цивилизованного к современному. Третья трансформация и является процессом модернизации и сопутствующих изменений .

Таким образом, согласно классической теории модернизации, развитие человеческой цивилизации включает три основных периода: первобытное общество, традиционное аграрное общество и современное индустриальное общество.

Промышленные страны, завершив классическую модернизацию и войдя в следующий период развития в 60-х годах XX века, перешли к так называемому постмодернизационному периоду (теория постмодернизации).

Этому периоду присущи три важных явления:

1) Индустриальная экономика – не конечная точка и не кульминация мирового экономического развития. В промышленных странах это развитие переключилось с индустриализации на деиндустриализацию, чему сопутствует постоянно снижающаяся доля промышленности и постоянно растущая доля сферы услуг в экономике.

2) Индустриальное общество – не конечная точка развития человеческого общества. Фокус социального развития в развитых странах сместился с урбанизации на дезурбанизацию – все больше людей стремится жить за городом, а не в крупных мегаполисах.

3) Индустриальная цивилизация также не является конечной точкой процесса цивилизации – рост развитых стран преодолел (и продолжает преодолевать) рамки индустриальной цивилизации. Очевидно, что классическая теория модернизации не способна правильно интерпретировать эти события. В 1970 – 1980-х годах в Европе и Америке в академической среде стало популярным добавлять приставку «пост» к научным терминам. Постмодернизационная теория собрала эти новые термины воедино, включив в себя такие понятия, как постиндустриальное общество, постмодернизм и постмодернизация.

Если классическая теория модернизации описывает нам индустриализированный мир, то постмодернизационная исследует его дальнейшее развитие. Согласно ей, трансформация традиционного общества в современное (аграрного общества в индустриальное) является модернизацией, а трансформация современного общества в общество постмодерна (индустриального общества в постиндустриальное) – постмодернизацией.

Обнаруженная Эи зенштадтом культурная «множественность современности» проявляется и в том, что страны, стоявшие в конце очереди на модернизацию, получили преимущества, позволяющие им, минуя традиционные фазы классического Модерна, связанные с созданием индустриальных обществ и привычных нации государств, сразу начать эффективно отстраивать кластеры Модерна глобального. Этому способствуют такие параллельно развивающиеся фоновые процессы, как урбанизация, когда излишки аграрного населения бросаются в «тигель» модернизации, и переход к низкой рождаемости, а также возможность бесплатного заимствования технологии и повышения образовательного уровня населения [4].

Согласно теории постмодернизации, развитие человеческой цивилизации также имеет три основных периода: традиционное общество (доиндустриальное), современное (индустриальное) и постмодерное (постиндустриальное), где третья трансформация подразумевает: прозрачность власти, максимум счастья и постматериальные ценности.

В 1980 – 1990-х годах исследования модернизации породили множество новых теорий. Среди них, теория экологической модернизации профессора Дж. Губера (Huber, J), теория рефлексивной модернизации профессора У. Бека (Beck, U), теория продолжающейся модернизации профессора У. Запфа, (Zapf, W.) «новая модернизация» профессора Э. Тиракяна (Tiryakian, E.), «множественные современности (модернити)» профессора Аи зенштадта (Eisenstand, S.) и теория вторичной модернизации профессора Х. Чуаньци (He, C.) [5].

Согласно теории экологической модернизации, переход от аграрного общества к индустриальному является модернизацией, а от индустриального к экологическому – экологической модернизацией. Экологическая модернити является характеристикой экологического общества.

Согласно теории рефлексивной модернизации, переход от аграрного общества к индустриальному является простой (ортодоксальной) модернизацией, а переход от индустриального общества к обществу рисков – рефлексивной. Модернити индустриального общества – это «общая» модернити, а модернити общества рисков – рефлексивная. «Общая» модернити является первичной, а рефлексивная – вторичной.

В 1998 году китайские ученые, профессор Х. Чуаньци опубликовал две работы, посвященные информационной экономике и вторичной (или второй) модернизации, и развил теорию вторичной модернизации.

Теория вторичной модернизации является теорией развития цивилизации и может быть названа теорией поэтапного ускорения цивилизации. Главными в ней являются три понятия:

1) Таблица периодов процесса человеческой цивилизации. С момента появления человечества и до 2100 года цивилизация проходит через четыре крупных революции: создание ручных орудий труда, аграрная революция, промышленная революция и революция знания. Сам процесс цивилизации последовательно прогрессирует, проходя четыре эры: эру ручных орудий труда, аграрная эра, индустриальная эра и эру знания. Каждая эра состоит из четырех фаз: начальной фазы, фазы развития, фазы расцвета и фазы перехода к следующей эре. Развитие цивилизации включает как периодичность, так и ускорение. Эра знания не означает завершения процесса ци-

визации. Человеческая цивилизация будет развиваться и после этого периода.

2) Система координат цивилизационного процесса. Процесс цивилизации неравномерен и в разных странах протекает с разной скоростью. Если четыре периода цивилизации взять за ось абсцисс, а уровень социального развития – за ось ординат, мы можем создать систему координат для цивилизационного процесса. Разные страны займут в ней разное положение.

3) Карта пути развития цивилизационного процесса. Процесс не является линейным. С ростом социальной производительности он может менять свое направление, а производительность может изменять свою структуру. Процесс, скорее, является спиральным.

**Выводы.** В результате проведенного исследования были решены задачи раскрытия сущности теорий модернизации, причин их возникновения и этапов их развития в контексте постиндустриального развития и сделаны следующие выводы:

Во-первых, модернизация это один из видов важнейших изменений человеческой цивилизации со времен промышленной революции XVIII века, включающий изменения в деятельности, поведении, процессе, содержании, структуре, системе и самой идее человеческой цивилизации.

Во-вторых, модернизация – исторический процесс, протекающий с XVIII века. Это комплексный процесс образования, развития, изменения и международного взаимодействия современных цивилизаций, комплексный процесс инноваций, отбора, рассеивания и рецессии элементов цивилизации. Промежуток длиной в 400 лет с начала XVIII по конец XXI века можно разделить на два больших периода: первичную и вторичную модернизации.

В-третьих, модернизация является частью международной конкуренции – страны стараются обогнать друг друга и достичь высокого общемирового уровня развития.

В-четвертых, модернизацию можно рассматривать как с абсолютной, так и с относительной точек зрения. Изменения и рост в рамках одной страны являются абсолютной модернизацией, в то время как при сравнении разных стран мы получим картину относительной модернизации.

Таким образом, рассмотренные теории модернизации систематически выявляют характеристики и законы всемирного модернизационного процесса. С 1950 года проведены три волны исследования, посвященных модернизации, каждая из которых породила множество теории и предложила свою интерпретацию процесса цивилизации.

#### Литература:

1. Обзорный доклад о модернизации в мире и Китае (2001– 2010) / Пер. с англ. под общей редакцией Н.И. Лапина. М.: Издательство «Весь Мир», 2011, С. 32 – 35.
2. Побережников И.В. Теория модернизации: основные этапы эволюции Побережников И. В. // Проблемы истории России.–Екатеринбург: Волот, 2001.– Вып. 4: Евразийское пограничье, С. 217.
3. Побережников И.В. Теория модернизации: основные этапы эволюции Побережников И. В. // Проблемы истории России.–Екатеринбург: Волот, 2001. – Вып. 4: Евразийское пограничье, С. 227-229.
4. Мартыанов В.С. Политический модерн за пределами Европы: ценностное единство и институциональное разнообразие / В.С. Мартыанов // Полития. – 2010. – № 3/4. – С. 54-64.
5. Обзорный доклад о модернизации в мире и Китае (2001– 2010) / Пер. с англ. под общей редакцией Н.И. Лапина. М.: Издательство «Весь Мир», 2011, С. 39 – 47.
6. Бужимська К.О. Теорія модернізації: виникнення, розвиток, сучасний стан / К.О. Бужимська // Вісник ЖТДУ. – 2008. – №2(44). – С. 216-227.

Скрипченко М. О.

Національний технічний університет України „КПІ”

## УЗАГАЛЬНЮЮЧА СИСТЕМА ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА МЕТОДИКОЮ BALANCED SCORECARD

## ОБОБЩАЮЩАЯ СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ ПО МЕТОДИКЕ BALANCED SCORECARD

## GENERALIZED THE EVALUATION SYSTEM OF ECONOMIC STABILITY MACHINE-BUILDING ENTERPRISES BY THE METHOD BALANCED SCORECARD

В статті розглядається один з методів вдосконалення управління економічною стійкістю машинобудівних підприємств на основі використання методики *Balanced Scorecard* - побудови збалансованої системи показників підприємства. Розглядаючи економічну стійкість як систему індикаторів, що динамічно змінюються під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, автор пропонує застосувати для управління узагальнену збалансовану систему показників, що дозволить з мінімальним навантаженням на організаційну структуру підприємства перепроєктувати його функціональні підрозділи для оцінки і контролю виробничо-технічних процесів з урахуванням потреб регіональних та глобальних ринків. Впровадження розробленої узагальненої збалансованої системи показників для управління економічною стійкістю машинобудівних підприємств України дозволить більш раціонально використовувати наявні ресурси підприємства для підвищення ефективності управління і покращення своїх конкурентних можливостей як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

**Ключові слова:** економічна стійкість, збалансована система показників, управління підприємствами.

В статье рассматривается один из методов совершенствования управления экономической устойчивостью машиностроительных предприятий на основе использования методики *Balanced Scorecard* - построения сбалансированной системы показателей предприятия. Рассматривая экономическую устойчивость как систему индикаторов, динамично изменяющихся под воздействием внутренних и внешних факторов, автор предлагает применить для управления обобщенную сбалансированную систему показателей, что позволит с минимальной нагрузкой на организационную структуру предприятия перепроектировать его функциональные подразделения для оценки и контроля производственно-технических процессов с учетом потребностей региональных и глобальных рынков. Внедрение разработанной обобщенной сбалансированной системы показателей для управления экономической устойчивостью машиностроительных предприятий Украины позволит более рационально использовать имеющиеся ресурсы предприятия для повышения эффективности управления и улучшения своих конкурентных возможностей как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

**Ключевые слова:** экономическая устойчивость, сбалансированная система показателей, управление предприятиями.

*This article discusses a method of improving the management of the economic sustainability of engineering enterprises through the use of techniques *Balanced Scorecard* - *Balanced Scorecard* construction company. Considering the economic sustainability as a system of indicators, dynamically changing under the influence of internal and external factors, the author proposes to use to control the synthesis of a balanced scorecard, which will with minimal impact on the organizational structure of the*



*company to redesign its functional departments to assess and control the production and technical processes to the needs regional and global markets. Implementation of developed generalized Balanced Scorecard to manage economic stability of machine-building enterprises of Ukraine will allow more efficient use of the available resources of the enterprise to improve management efficiency and improve their competitive opportunities both in the domestic and foreign markets.*

**Keywords:** *economic stability, balanced scorecard, management of enterprises.*

**Вступ.** Для досягнення успіху в сучасних умовах розвитку української економіки виробничі підприємства потребують пошуку нових можливостей ефективного функціонування, що у свою чергу передбачає ефективне прийняття управлінських рішень, які ґрунтуються на повній інформованості та оперативній оцінці поточного стану підприємства та його прогнозованих перспектив. Економічне зростання підприємства залежить від багатьох факторів. Це, насамперед, капітал, інвестиції, науково-технічний прогрес тощо. Однак головною умовою, яка забезпечує можливість економічного зростання, є економічна стійкість, оскільки саме від цієї характеристики підприємства залежить чи буде воно конкурентоспроможним.

В свою чергу, вибір ефективної системи управління безпосередньо залежить від оцінки економічної стійкості підприємства в цілому. А це є однією з основних проблем, яка стоїть перед сучасними підприємствами машинобудівної сфери. На сьогоднішній день більшість керівників використовують традиційні моделі стратегічного управління, в яких основними показниками ефективності діяльності залишаються фінансові. Проте саме така система піддається критиці західних економістів через її ретроспективний характер, що дозволяє досягати лише короткострокових цілей розвитку, але не дає можливості отримати конкурентні переваги в довгостроковій перспективі.

Виходячи з вищевикладеного, вважаємо що дослідження теоретичних основ методу Balanced Scorecard і подальша побудова та впровадження системи збалансованих показників в діяльність підприємств машинобудівної галузі на сьогоднішній день є дуже актуальним.

Дослідженнями методики Balanced Scorecard в теоретичному та практичному аспекті присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних авторів. Серед них необхідно виділити роботи таких зарубіжних дослідників, як Каплан Роберт С., Нортон Дейвід П., Рон Персон, Пол Р. Нівен, Пармен-тер Д., Рамперсад К., Гері Кокінз, Фридаг Х.Р., Петер Хорварт, Горській Мікаел. Серед вітчизняних науковців це питання розкрито в працях: Гершун А.М., Ананенко С.О., Пан Л.В., Нефедьєва Ю.С., Ваганян О.Г., Тарасюк Г.М., Богдан І.В., Дмитрієва О.О., Герасімов Є.Ю., Олексів І.Б., Пестрецова О.І., Хотомлянський О.Л., Кльоба Л.Г., Мачкур Л.А., Никифорова Е., Парамонова Л., Колесник М.К., Рубаха Г.В., Смирнов В.В., Клименко А.А. [1-2, 4-9, 11-16].

Проте окремі питання щодо впровадження та застосування збалансованої системи показників саме на підприємствах машинобудівної галузі потребують удосконалення та подальшого розвитку.

**Постановка завдання.** Метою написання статті є розробка узагальнюючої система оцінки економічної стійкості машинобудівних підприємств на основі методики Balanced Scorecard.

**Методологія.** В процесі дослідження було використано такі загальнонаукові методи: системний підхід, методи порівняльного і системного аналізу, синтезу інформації, метод теоретичного узагальнення.

**Результати дослідження.** В останні роки широкого поширення набуло використання методів оцінки діяльності підприємства, які базуються на оцінюванні фінансових потоків підприємства та використанні фінансових показників діяльності. Однак іноземні автори піддають критиці такі методи широкого, якщо не сказати виняткового, використання фінансових показників при оцінці бізнесу. По суті, надмірний акцент на досягнення і збереження короткострокових фінансових результатів може привести до зайвих інвестицій в короткострокові і недостатнім - в довгострокові проекти. Йдеться про нематеріальні інтелектуальні активи, які і є передумовами майбутнього зростання.

Одним з основних принципів будь-якої системи оціночних критеріїв, яка здійснює значний вплив на поведінку людей як в самій організації, так і поза нею, є принцип «Неможливо керувати тим, що неможливо виміряти» [8, с.7]. Якщо компанія намагається не тільки вижити, а й досягти успіху в інформаційну епоху, то й її системи оцінки та управління мають будуватися, виходячи зі стратегічних завдань і можливостей. На жаль, при створенні стратегії багато компаній, орієнтуючись на взаємини з клієнтами, ключові конкурентні напрями та власні ресурси, мотивують співробітників і оцінюють результати тільки за фінансовими показниками. Зберігаючи фінансову складову в якості основного параметра управлінського та бізнес-процесу, керівники не надають великого значення узагальненим інтегрованим комплексам критеріїв, що пов'язують довгостроковий фінансовий успіх з такими показниками, як клієнтська база, внутрішні процеси, персонал і систематична робота

компанії в цілому.

Розглядаючи теоретичні аспекти становлення методика Balanced Scorecard (збалансованої системи показників), слід зазначити, що в 1990 році командою Гарвардської бізнес-школи під управлінням Роберта Каплана і директором Інституту Нолана Хортон Дейвідом Хортоном запропоновано провести дослідження на тему «Показники діяльності організації майбутнього». Необхідність такого дослідження була зумовлена усуненням недоліків класичних існуючих систем. Так, в 90-х роках з'явилися інші концепції оцінки вартості та ефективності роботи підприємств, серед яких найбільшу популярність здобула збалансована система показників Хортон Д.П. і Каплана Р.С. [8, с. 5] .

Запропонована методика побудови збалансованої системи показників дозволяє трансформувати стратегію в завдання і показники, наприклад, згруповані за чотирма різними напрямками, таким як фінанси, клієнти, внутрішній бізнес-процес, навчання і підвищення кваліфікації співробітників. Вона надає механізм для поширення стратегії - за допомогою системи оцінюючих критеріїв вона інформує співробітників про рушійні фактори сьогодення і майбутнього успіху. Формулюючи кінцеві результати і фактори їх досягнення, топ-менеджери прагнуть направити енергію, здібності і професійні знання працівників на досягнення довгострокових цілей.

Каплан і Хортон провели серед великих американських компаній дослідження на тему «Вимірювання результативності» (Performance Measurement). Відправним пунктом дослідження була незадоволеність керівництва компаній класичними системами показників, які засновані на використанні виключно фінансових даних, в той час як на вартість бізнесу вже давно роблять істотний вплив нематеріальні активи: сильний бренд, знання і досвід ключових співробітників, відносини з клієнтами та партнерами, використання передових технологій.

Інша важлива проблема полягала в труднощі здійснення контролю за виконанням стратегічного плану. Відсутність механізму, що дозволяє відстежувати виконання поставлених завдань в довгостроковій перспективі, зводило нанівець процес планування - адже він займає істотну частину часу керівників вищої ланки.

Ідея Р. Каплана і Н. Хортон вирішує ці проблеми. По-перше, класична концепція Balanced Scorecard розглядає фінансові показники компанії лише як одну з чотирьох рівнозначних складових, віддаючи належне іншим ринковим чинникам - людському потенціалу, операційній ефективності та взаєминам зі споживачами. По-друге, ключове значення здобувають не стільки значення окремих показників, скільки їх взаємодія та збалансованість між собою. Це дозволяє оцінювати темпи зростання бізнесу і виявляти можливі відхилення від плану. Стратегія будь-якої компанії перетворюється, таким чином, в систематизовану, а головне, зрозумілу всім послідовність кроків - мікрозадач, виконання яких контролюється на різних рівнях управління.

Досвід компаній, які застосували концепцію Balanced Scorecard, показав, що вона може використовуватися не тільки для того, щоб сформулювати стратегію підприємства, але і для управління процесом її реалізації і в свою чергу, як оцінку стійкості. Дію цієї системи на собі відчули такі всесвітньо відомі компанії як: Analog Devices, FMC Corporation, Brown & Root Energy Services (материнська компанія по відношенню до Rockwater), Metro Bank, National Insurance, Kenyon Stores и Pioneer Petroleum, Керівники цих компаній зараз використовують її як основний інструмент менеджменту [1, 4-9, 12-16].

Як вже було зазначено, класична методика Balanced Scorecard розглядає модель збалансованості 4 складових [8, с. 29-32]:

- фінансової,
- клієнтської,
- внутрішніх бізнес-процесів,
- навчання та кар'єрного зростання.

Ці ключові складові дозволяють поєднати між собою зовнішні звітні дані для акціонерів та клієнтів та внутрішні характеристики більш значущих бізнес-процесів, навчання та кар'єрного зростання (рисунок). Такий взаємозв'язок являє собою поєднання об'єктивних результатів діяльності підприємства, що легко піддаються обліку, та суб'єктивних, в деякій мірі довільних параметрів, що можуть забезпечити майбутнє зростання.

Технологічно побудова збалансованої системи показників для окремо взятої компанії охоплює кілька необхідних елементів:

1. карту стратегічних завдань, логічно пов'язаних зі стратегічними цілями,
2. безпосередньо карту збалансованих показників (для кількісного виміру ефективності бізнес-процесів, «точку досягнення мети» і терміни, в які повинні бути досягнуті необхідні результати),
3. цільові проекти (інвестиції, навчання тощо), що забезпечують впровадження необхідних змін,

4. «Приладові панелі» керівників різних рівнів для контролю і оцінки діяльності. «Приладова панель» менеджера кожного рівня охоплює ті показники, якими він оперує у своїй діяльності [6, с. 228].

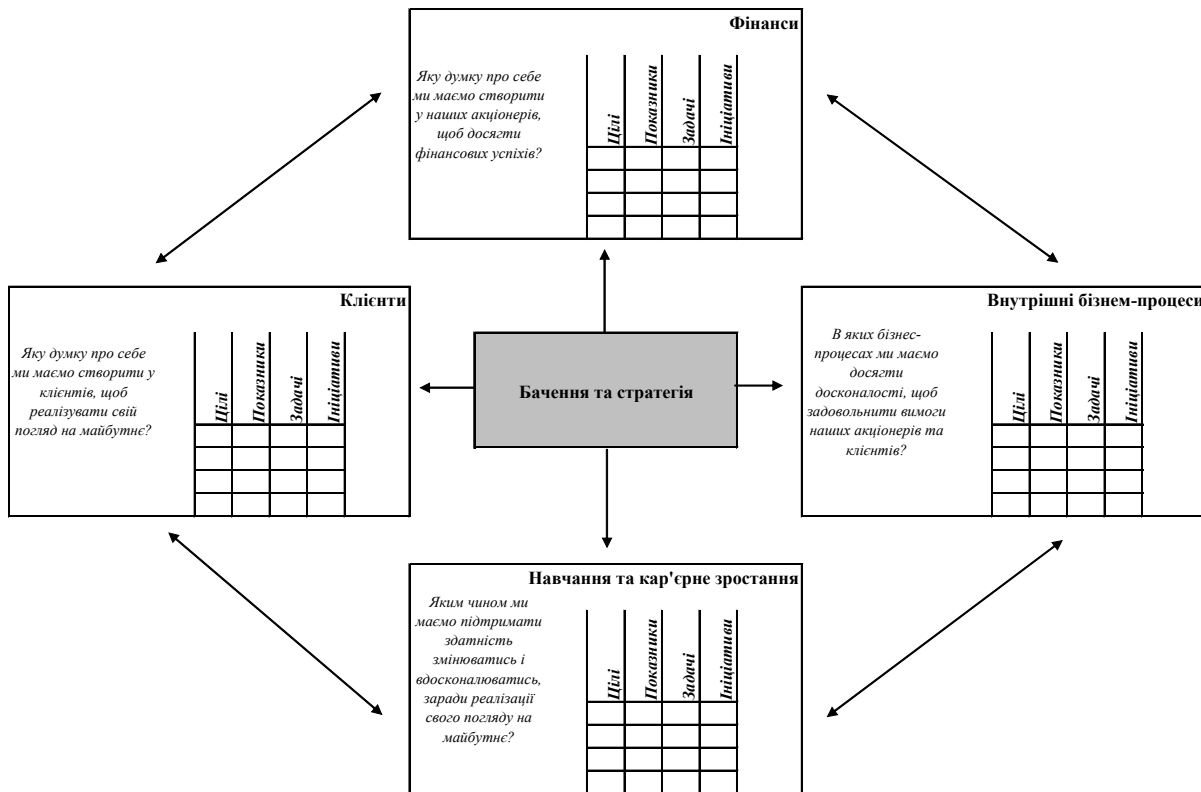


Рис. Схема взаємозв'язку між ключовими показниками класичної методики Balanced Scorecard (розроблено за [8, с. 33; 16]).

Використання в процесі прийняття рішень не тільки фінансової інформації, а й інформації про ситуацію на ринку, інформації про час, вартість і якість виконуваних в компанії процесів, інформації про співробітників становить реалізацію ідеї «збалансування». Збалансована система показників дає можливість оцінити ці фактори і відкриває нові можливості для управління корпоративною стратегією, а її відсутність знижує ефективність функціонування в конкурентному середовищі.

Така концепція відповідає визначенню поняття економічної стійкості підприємств, як здатність економічної системи підприємства не відхилятися від свого статистичного або динамічного стану при різних внутрішніх і зовнішніх дестабілізуючих впливах за рахунок ефективного формування та використання фінансових, виробничих та організаційних механізмів [3, с. 23].

Економічна стійкість є базисом розвитку промислових підприємств і, як було визначено в [10], включає:

- управлінську стійкість,
- виробничо-технічну стійкість,
- кадрову стійкість,
- фінансово-економічну стійкість.

Розглядаючи економічну стійкість як систему індикаторів, що динамічно змінюються під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів, пропонуємо застосувати для оцінки та управління збалансовану систему показників, що дозволить з мінімальним навантаженням на організаційну структуру підприємства перепроектувати його функціональні підрозділи для оцінки і контролю виробничо-технічних процесів з урахуванням потреб регіональних та глобальних ринків. Головними перевагами збалансованої системи показників в управлінні економічною стійкістю є: легке інтегрування; високий рівень адаптації, гнучкість і універсальність.

Побудована узагальнююча система збалансованих показників для управління економічною стійкістю підприємств машинобудівної галузі зображена в таблиці.

**Узагальнююча система оцінки економічної стійкості  
машинобудівних підприємств на основі методики Balanced Scorecard**

Складова стійкості	Складова за методикою Balanced Scorecard	Стратегічні цілі	Індикатори (показники)
Управлінська стійкість	організаційна складова	Наявність повної відповідності організаційно-правової форми господарювання, форми власності, внутрішньої організаційної структури управління обсягами діяльності підприємства і характеристикам його ресурсного потенціалу. Система менеджменту здатна оперативно реагувати на збудуючі впливи і приводити до мінімуму їх негативний вплив через дії організаційного, економічного, технічного характеру	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Кількісний та якісний склад співробітників апарату управління;</li> <li>- Рівень наукової організації управлінської праці;</li> <li>- Досконалість і гнучкість організаційної структури управління;</li> <li>- Механізм розробки, затвердження та реалізації управлінських рішень;</li> <li>- Стиль керівництва, методи управління та ін</li> </ul>
Виробничо-технічна стійкість	внутрішні бізнес-процеси	Наявність високого рівня використання виробничої потужності, високого рівня спеціалізації і кооперування виробництва. Гнучкість операційної системи дозволяє своєчасно здійснювати перехід на нові види продукції, модернізувати основні фонди тощо	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Тип виробництва; метод організації виробничого процесу;</li> <li>- Виробнича структура;</li> <li>- Організація виробництва і праці;</li> <li>- Прогресивність, гнучкість і економічних технологій;</li> <li>- Виробничі потужності;</li> <li>- Стан основних фондів та ін.</li> </ul>
Кадрова стійкість	навчання та кар'єрне зростання	Підприємство здійснює стабільну активну кадрову політику, яка забезпечується високим рівнем оплати праці та належними умовами праці. Плинність кадрів знаходиться в межах норми	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Кількісний та якісний склад персоналу та його відповідність вимогам підприємства;</li> <li>- Гнучкість персоналу та його готовність до розвитку;</li> <li>- Кадрова політика;</li> <li>- Продуктивність праці;</li> <li>- Рівень плинності кадрів;</li> <li>- Згуртованість і соціально-психологічний клімат в колективі;</li> <li>- Система мотивації;</li> <li>- Умови праці та ін</li> </ul>
Фінансово-економічна стійкість	фінансова складова	Високі показники ефективності діяльності підприємства, які виявляють себе через позитивну динаміку показників прибутковості капіталу, скорочення тривалості операційного та фінансового циклу підприємства, його ринкової вартості та інше. Відсутність збитків в цілому за результатами фінансово-господарської діяльності та від проведення окремих господарських операцій	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Показники ліквідності;</li> <li>- Показники платоспроможності;</li> <li>- Показники ділової активності;</li> <li>- Показники рентабельності;</li> <li>- Показники фінансової стійкості</li> </ul>
Фінансово-економічна стійкість	фінансова складова	Високі показники ефективності діяльності підприємства, які виявляють себе через позитивну динаміку показників прибутковості капіталу, скорочення тривалості операційного та фінансового циклу підприємства, його ринкової вартості та інше. Відсутність збитків в цілому за результатами фінансово-господарської діяльності та від проведення окремих господарських операцій	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Показники ліквідності;</li> <li>- Показники платоспроможності;</li> <li>- Показники ділової активності;</li> <li>- Показники рентабельності;</li> <li>- Показники фінансової стійкості</li> </ul>

[розроблено автором]

Представлена система є узагальнюючою для підприємств машинобудівної галузі. Тому не представлено конкретних цільових значень, які має досягти кожна зі складових системи. Такі цільові значення кожна конкретна компанія має визначити особисто, виходячи зі своїх стратегічних цілей.

Як свідчать дані таблиці, наша система збалансованих показників побудована за п'ятьма складовими, а класична модель Balanced Scorecard визначається лише чотирма. Необхідно пояснити: чотири складові були розроблені таким чином, щоб задовольнити вимоги найрізноманітніших компаній і галузей промисловості. Однак ці складові є зразком, а не необхідною і достатньою умовою. Зустрічаються компанії, які використовують менше чотирьох напрямків або, навпаки, залежно від виду діяльності і стратегії компанії, потребують додаткових складових.

Крім того слід зазначити, що перші дослідження застосування методики Balanced Scorecard на німецьких [8, 12], американських [1, 4] і російських підприємствах [7, 9] і наш досвід визначили ряд проблем, пов'язаних із впровадженням системи.

До їх числа можна віднести:

1. Проблеми, пов'язані з вибором стратегічних цілей:

- Визначено невірний фокус, що створює помилкове враження про результативність, яка не відповідає реальності;

- Відсутнє розуміння мети в перспективі, зроблений фокус на короткострокових показниках;

- Прийнято тільки фінансові цілі і показники.

2. Проблеми, пов'язані з вибором показників:

- Відсутній зв'язок показника з цілями компанії;

- Занадто багато або занадто мало показників;

- Обрано показники, вимірювання яких дорожче, ніж наступний результат;

- Показники суперечливі.

3. Проблеми, пов'язані з людським фактором:

- При визначенні показника не враховується думка виконавця;

- При невиконанні планових значень показників менеджер шукає винного, а не причину невдачі;

- Показники вимірюються нерегулярно;

- Збирається недостовірна або конфліктуюча інформація, що дозволяє довільні трактування.

**Висновки.** В статті досліджено та узагальнено теоретичні основи методу Balanced Scorecard (збалансованої системи показників) підприємства. В результаті можна засвідчити, що дана методика дозволяє привернути увагу не тільки керівництва компанії, а й працівників до тих факторів, які можуть підвищити конкуренцію компанії на ринку. Збалансована система показників - це не звичайний набір 15-25 фінансових і нефінансових показників, згрупованих у складові, це можливість побудови системи показників результатів і факторів їх досягнення, взаємопов'язаних причинно-наслідкових відносин. Показники результатів - це відстрочені індикатори, які говорять про кінцеві цілі корпоративної стратегії і про те, які з них вже досягнуті. Фактори досягнення результатів - це випереджаючі індикатори, які сповіщають співробітників компанії про те, що кожен з них повинен зробити для створення майбутньої споживної цінності. Найкращим чином складена Balanced Scorecard - це така система, в якій взаємозалежні цілі і показники представляють стратегію компанії.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає в тому, що автором було запропоновано застосування методу Balanced Scorecard для управління економічної стійкості машинобудівних підприємств. В процесі дослідження автором було побудовано узагальнюючу систему оцінки економічною стійкістю машинобудівних підприємств на основі методики Balanced Scorecard. Запропонована система може бути рекомендована для впровадження на підприємствах машинобудівної галузі України, для підвищення ефективності управління на підприємствах, і в свою чергу, для покращення своїх конкурентних можливостей як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Перспективами подальшого дослідження є апробація запропонованої системи на конкретних машинобудівних підприємствах з чітко визначеними стратегічними цілями, що дасть змогу визначити конкретні цільові значення індикаторів складових збалансованої системи показників для управління економічною стійкістю підприємств.

### Література:

1. Внедрение сбалансированной системы показателей / Horvath & Partners; Пер. с нем. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 478 с. — (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»)

2. Дмитрієва О. Збалансована система показників у стратегічному управлінні підприємствами в Україні та Угорщині / О. Дмитрієва // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. — 2007. — №2. — С. 21-28.

3. Иванов В.Л. Управление экономично стійкістю промислових підприємств (на прикладі підприємств машинобудівного комплексу) / Иванов В.Л // Східноукр. нац. ун-т ім. В.Даля; – Луганськ, 2005. – 266 с.
4. Каплан Роберт С. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / С.Роберт Каплан, П.Дейвид Нортон; пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2004. – 416с.
5. Каплан Роберт С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / С.Роберт Каплан, П. Дейвид Нортон; пер. с англ. — М.: Олимп-Бизнес, 2005. — 512 с.
6. Колесник М.К., Рубаха Г.В. Сбалансированная система показателей как способ повышения эффективности управления деятельностью предприятия // Экономика, планирование и управление в лесопроизводственном комплексе. — 2008. — № 18.5. — С. 225—230.
7. Никифорова Е. Система сбалансированных показателей: интегрированный менеджмент / Е.Никифорова, Н.Резникова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – №3. – С. 46–53.
8. Нивен Пол Р. Сбалансированная Система Показателей: Шаг за шагом – максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов / Р. Пол Нивен; пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2004. – 328с.
9. Парамонова Л. Сбалансированная система показателей в управлении сервисными организациями / Л. Парамонова, Э. Низамова // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – №1. – С. 98–105.
10. Скрипченко М.А. Сущность, структура и уровни экономической устойчивости предприятий // Науковий журнал “Кримський економічний вісник” Херсон: Видавництво “Видавничий дім “Гельветика”. - 2013. - Вип. №1 (02) ч.3. - С.69-74.
11. Смирнов В.В. Клименко А.А. Модифицированная система сбалансированных показателей как синтез существующих инструментов стратегического управления // Экономический вестник НГУ. – 2007. – № 1. – С. 90–97.
12. Фридаг Х. Р. Сбалансированная система показателей: руководство по внедрению / Х. Р. Фридаг, В. Шмидт; пер. с нем. М. Реш. – М.: Омега-Л, 2006. – 267 с.
13. Kaplan R.S. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action / R. S. Kaplan, D.P.Norton. – Boston (Ma., USA): Harvard Business School Press, 1996. – 304 p.
14. Implementing the Balanced Scorecard at FMC Corporation: An Interview with Larry D. Brady // Harvard Business Review, 1993, September/October, p. 143—147.
15. R. S. Kaplan. Analog Devices: The Half-Life Metric // Harvard Business School Case#9-190-061, 1990.
16. R.S. Kaplan, D.P. Norton. Using the Balanced Scorecard as a Strategic Management System // Harvard Business Review, 1996, January/February, p.76

**Караєва Н.В.**

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

**Березницька М.В.**

директор

ТОВ «Фонд Цільових Екологічних Зелених Інвестицій»

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ПЕРЕХОДУ ДО НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ЕКСПЕРТНОЇ ОЦІНКИ**

## **ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ НАПРАВЛЕНИЙ ПЕРЕХОДА К НИЗКОУГЛЕРОДИСТОЙ РАЗВИТИЯ УКРАИНЫ НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ**

## **FORMING STRATEGIC DIRECTIONS OF THE TRANSITION TO LOW-CARBON DEVELOPMENT IN UKRAINE BASED ON PEER REVIEW**

У статті розглянуто методологію формування стратегічних напрямів переходу до низьковуглецевого розвитку України на основі експертної оцінки. Визначено, що в умовах сьогодення низьковуглецевий розвиток є базовою стратегією сталого розвитку будь якої країни, що об'єднує пріоритети в сфері зміни клімату та пріоритети національного економічного розвитку. Виділено основні етапи алгоритму експертного оцінювання. Доведено, що важливим етапом експертної оцінки є формування респондентних груп експертів, які повинні представляти інтереси різних "гравців" енергетичного ринку (енергетичні компанії, споживачі, інвестори, громадські організації, державні й регіональні органи влади) і мати відповідний рівень компетентності. Для визначення компетентності 14 експертів було використано методи анкетного опитування та самооцінки. Результати дослідження свідчать, що рівень ступені узгодженості думок експертів є прийнятним, про що свідчить значення коефіцієнту конкордації 0,5. На основі обробки експертних оцінок сформовані пріоритетні напрями переходу до низьковуглецевого розвитку України за рівнем рангу.

**Ключові слова:** сталий розвиток, низьковуглецева економіка, стратегія, експертна оцінка

В статье рассмотрена методология формирования стратегических направлений перехода к низкоуглеродному развитию Украины на основе экспертной оценки. Определено, что в современных условиях низкоуглеродное развитие является базовой стратегией устойчивого развития любой страны, которая объединяет приоритеты в сфере изменения климата и приоритеты национального экономического развития. Выделены основные этапы алгоритма экспертной оценки. Доказано, что важным этапом экспертной оценки является формирование респондентных групп экспертов, которые должны представлять интересы различных "игроков" энергетического рынка (энергетические компании, потребители, инвесторы, общественные организации, государственные и региональные органы власти) и иметь соответствующий уровень компетентности. Для определения компетентности 14 экспертов были использованы методы анкетного опроса и самооценки. Результаты исследования свидетельствуют, что уровень степени согласованности мнений экспертов является приемлемым, о чем свидетельствует значение коэффициента конкордации 0,5. На основе обработки экспертных оценок сформированы приоритетные направления перехода к низкоуглеродному развитию Украины в соответствии с уровнем ранга.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, низкоуглеродная экономика, стратегия, экспертная оценка

*The article is dedicated to the methodology of the strategic directions of the transition to low-carbon development in Ukraine definition based on expert assessment. It is determined that in present low carbon development that combines priorities in the field of climate change and priorities of national economic development is the basic strategy of sustainable development of any country. The basic steps of the algorithm of expert assessment are selected in the article. It is proved that the formation of expert groups of responding experts who should represent the interests of various 'players' on the energy market (power-producing companies, consumers, investors, NGOs, government and regional authorities) and have an appropriate level of competence is the most important step for the process. Methods of questionnaire and self-rating are used to determine the competence of 14 experts. Results of the study indicate that the level of the degree of consistency of expert opinion is acceptable, that is evidenced by the value of the coefficient of concordance 0.5. Based on the processing of expert assessment the priority directions of transition to low-carbon development in Ukraine are developed in accordance to level of range.*

**Keywords:** sustainability, low carbon economy, strategy, expert assessment

**Вступ.** Україна має один з найбільших показників викидів парникових газів (ПГ) на одиницю валового внутрішнього продукту у світі, і є країною, в якій досить повільно впроваджуються ті чи інші екологічні ініціативи щодо зменшення викидів парникових газів [1]. Крім того, для України, в умовах глобальної конкуренції, яка з одного боку, змушує держави підтримувати конкурентоспроможність економіки й таким чином сприяти економічному поступу, а з другого – посилює нерівність, диспропорційність еколого-економічного розвитку, провокує диференціацію країн за рівнем життя і нееквівалентний товарообмін між ними, саме перехід до “зеленої” економіки має бути основною стратегією забезпечення сталого розвитку держави [2, 3].

Зелена економіка згідно доповіді ЮНЕП - це “економіка з низькими викидами вуглецевих сполук, яка ефективно використовує ресурси і відповідає інтересам всього суспільства” [4]. Тобто низьковуглецевий розвиток є базовою стратегією країн, що об’єднує пріоритети в сфері зміни клімату та пріоритети національного економічного розвитку. На глобальному рівні майбутнє вуглецевих ринків є дуже невизначеним, що вже вплинуло на ціни на вуглецеві квоти. Викопне паливо, зокрема вугілля та газ, залишається важливим ресурсом для генерації електроенергії та промислового виробництва в країнах з перехідною економікою (у т. ч. України). Для України також пріоритетним завданням політики сталого розвитку є створення національного вуглецевого ринку та наступне його об’єднання зі світовою системою торгівлі викидами, зокрема європейською. Аналіз проблем, які перешкоджають реалізації даного завдання детально наведено в роботі [3, с. 180-182]. Актуальність формування Стратегії переходу України до низьковуглецевої економіки (подалі Стратегія) визначає не тільки загальний рівень економічного розвитку держави, рівень соціальної сфери та безпеки життя людей, але й рівень шкідливого впливу на довкілля. При цьому Україна належить до енергодефіцитних країн і задовольняє свої потреби в енергетичних ресурсах за рахунок власного виробництва менше ніж на 50 %.

**Постановка завдання.** Успішна реалізація Стратегії в значній мірі залежить від стану енергетики. Тому важливим чинником переходу до низьковуглецевої економіки є модернізації об’єктів енергетики. Проте в умовах переходу на ринкові відносини і лібералізації енергетичного ринку в процес аналізу і прийняття рішень по її розвитку виявляються залученими багато “гравців” (суб’єктів відносин) з різними інтересами. Саме конфлікт інтересів різних “гравців” енергетичного ринку (енергетичні компанії, споживачі, інвестори, громадські організації, державні й регіональні органи влади) став впливовим джерелом виникнення якісно нових екологічних й фінансово-економічних загроз та ризиків сталого розвитку України [5].

Ефективність методів та інструментів реалізації політики переходу до низьковуглецевої економіки держави повинні оцінюватися за багатьма, як правило, суперечливим критеріями, зокрема: надійність функціонування енергосистем – екологічні вимоги – економічна ефективність – соціальна стабільність. Суперечливість критеріїв визначається конфліктом інтересів суб’єктів як енергетичного так і економічного ринків. Тому для вирішення цієї задачі автори наукового дослідження пропонують використовувати методологію обробки масивів групових експертних знань.

**Методологія.** Загальний алгоритм експертного оцінювання включає наступні основні етапи:

- формування респондентних груп експертів;
- формування питань і складання анкет;
- робота з експертами;
- формування правил визначення сумарних оцінок на основі відповідей кожного з експертів;
- аналіз і обробка експертних оцінок.

Основним етапом проведення експертної оцінки є формування респондентних груп експертів, які, з одного боку, представляють інтереси різних учасників (суб’єктів відносин), а з іншого – усві-



домлюють рівень відповідальності у вирішенні проблем створення передумов для забезпечення потреб країни в паливно-енергетичних ресурсах за безумовного додержання вимог щодо раціонального використання природних ресурсів, мінімізації негативного впливу на довкілля з урахуванням міжнародних природоохоронних зобов'язань України, соціально-економічних пріоритетів та обмежень. У проведеному науковому дослідженні до співпраці було залучено 14 експертів, яким було запропоновано висловити своє ставлення до основних напрямів Стратегії переходу до низьковуглецевої економіки у вигляді відповідей на наступні 11 питань.

1. Чи має стати низьковуглецевий розвиток пріоритетним напрямком розвитку України?
2. Забезпечення енергетичної безпеки країни має більший пріоритет, ніж низьковуглецевий розвиток її економіки?
3. Енергоефективність має стати пріоритетною політикою для низьковуглецевого розвитку України?
4. Впровадження технологій відновлювальної енергетики має стати одним з пріоритетних напрямків для низьковуглецевого розвитку України?
5. Розвиток атомної енергетики має стати одним з пріоритетних напрямків низьковуглецевого розвитку України?
6. Видобуток та використання сланцевого газу має стати одним з пріоритетних напрямків низьковуглецевого розвитку України?
7. Уловлювання та захоронення CO<sub>2</sub> має стати однією з пріоритетних технологій для низьковуглецевого розвитку України?
8. Доцільним є введення обмежень на викиди ПГ в Україні?
9. Чи є ринковий механізм прийнятним для України з точки зору досягнення цілей з обмеження викидів ПГ підприємствами різних галузей економіки?
10. Чи є вуглецевий податок ефективним механізмом досягнення цілей з обмеження викидів ПГ в Україні?
11. Чи є доцільним підняття ставки податку на викиди CO<sub>2</sub>?

Крім того, при анкетуванні було запропоновано проранжувати важливість кожного напрямку за п'яти бальною системою та рівень обізнаності з суттю досліджуваного питання.

Основні результати дослідження. Представленість експертів у респондентних групах за сферою діяльності наведено у таблиці 1.

Початковим етапом методології групової експертної оцінки є визначення рівня компетентності кожного з експертів. Для визначення компетентності пропонується використовувати методи анкетного опитування та самооцінки. Для анкетного опитування коефіцієнт компетентності визначається за формулою (1):

$$K_a = \frac{\sum_i \sum_j Y_{ij}}{\sum_i Y_i},$$

де  $Y_{ij}$  – вага  $j$ -ої характеристики (виокремленої експертом), що оцінюється в  $i$ -ій градації в балах;

$Y_i$  – максимальна вага  $i$ -ої градації в балах.

Таблиця 1

## Представленість експертів у респондентних групах

Сфера діяльності експертів	№ експертів	Загальна кількість
Органи державної влади	№ 4, № 7	2
Громадські (неурядові) організації	№ 5, № 9, № 11, № 14	4
Інвестиційно-консалтингові інституції	№ 2, № 6, № 13	3
Представники промислового бізнесу	№ 12	1
Представники науки та освіти	№ 1, № 3, № 8, № 10	4

В анкету було включено шість блоків питань:



кандидат наук	10			10				10							
доктор наук	15	15													
академічне звання	20								20						
Посада	15														
керівник середньої ланки	10			10	10		10				10	10			10
керівник вищої ланки	15		15			15		15	15	15			15	15	
Сума ваги <i>i</i> -ої градації в балах ( $Y_i$ )	100	75	60	70	50	65	50	85	75	50	50	60	55	45	40

Прим. \* – рівень оцінений власне експертами

Підставляючи результати опитування у формулу (1) визначимо коефіцієнти компетентності експертів при анкетному опитуванні:

$$\text{Експерт 1: } K_{a1} = \frac{75}{100} = 0,75.$$

Аналогічним чином було визначено коефіцієнт компетентності для всіх експертів. Результати ранжирування експертів за рівнем компетентності наведено в таблиці 3.

Таблиця 3

**Ранжирування експертів за рівнем компетентності**

Значення $K_a$	№ експертів								
	7	1; 8	3	5	2; 11	12	4; 6; 9; 10	13	14
	0,85	0,75	0,70	0,65	0,60	0,55	0,50	0,45	0,40

Згідно [6], коли коефіцієнт компетентності кожного з експертів є більшим за 0,5, то доцільність їх залучення в подальшому аналізі є повністю обґрунтованою. Результати ранжирування експертів за рівнем компетентності були враховані при визначенні пріоритетних напрямів Стратегії. Після того, як експертні дані оброблені, необхідно оцінити ступінь узгодженості експертних думок. Використаємо для цього коефіцієнт конкордації ( $W$ ), який визначається за формулою (2):

$$W = \frac{12S}{N^2(n^3 - n)},$$

де  $S$  – загальна сума квадратів відхилень,  $N$  – число експертів,  $n$  – кількість напрямів.

Загальна сума квадратів відхилень визначається за формулою (3):

$$S = \sum_{i=1}^n \Delta_i^2,$$

де  $(\Delta_i^2)$  – квадрат відхилень за кожним напрямом и розраховується як відхилення суми рангів

кожного параметру ( $R_i$ ) від середньої суми рангів ( $T$ ):  $\Delta_i = R_i - T$ . Сума рангів кожного показника

дорівнює:  $R_i = \sum_{l=1}^N r_{il}$ . Загальна сума рангів визначається за формулою (4):

$$R_{ij} = \frac{Nn(n+1)}{2}$$

Розрахунок коефіцієнту конкордації ( $W$ ) базується на кількісній оцінці експертами важливості того чи іншого напрямку Стратегії, результати якої наведено в таблиці 4.

Таблиця 4

## Кількісна оцінка важливості різних напрямів стратегії

№ напрямку	Бали експертів														Сума балів	Середній бал
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1.	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	59	4,21
2.	3	-	4	-	-	-	5	5	-	-	5	5	5	-	32	2,29
3.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	5,00
4.	4	5	4	5	5	4	3	5	5	3	4	4	4	3	58	4,14
5.	3	4	4	4	-	-	4	-	-	5	-	3	4	-	31	2,21
6.	2	2	3	3	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	13	0,93
7.	1	1	4	2	4	-	-	-	-	5	-	4	-	-	21	1,50
8.	2	5	4	4	5	4	5	-	-	-	4	-	3	5	41	2,93
9.	2	5	4	4	-	3	5	-	5	3	4	3	4	3	45	3,21
10.	2	3	4	3	4	2	4	-	3	3	4	-	-	4	36	2,57
11.	3	3	3	3	3	4	2	-	2	-	1	-	-	5	29	2,07

У таблиці 5. наведено відповідні проміжні дані, які необхідні для розрахунку коефіцієнту конкордації ( $W$ ). Сума рангів по стовбцям дорівнює  $\frac{n(n+1)}{2} = 66$ , де  $n$  – кількість напрямів.

За даними таблиці 5 визначимо величину основних параметрів ступені узгодженості експертних думок, зокрема:

– згідно формули (4) загальна сума рангів:  $R_{ij} = \frac{Nn(n+1)}{2} = 924$  ;

– згідно формули (3) загальна сума квадратів відхилень:  $S = \sum_{i=1}^n \Delta_i^2 = 10679$  ;

– згідно формули (2) коефіцієнт конкордації дорівнює:

$$W = \frac{12S}{N^2(n^3 - n)} = \frac{12 \cdot 10679}{258720} = 0,5.$$

Таблиця 5

Результати розрахунку суми рангів ( $R_i$ ), відхилення ( $\Delta_i$ ) та квадрату відхилення ( $\Delta_i^2$ )

№ напрямку	Бали експертів														Сума рангів $R_i$	Відхилення $\Delta_i$	Квадрат відхилення $(\Delta_i)^2$
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14			
1	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	59	-7	49

2	3	-	4	-	-	-	5	5	-	-	5	5	5	-	32	-34	1156
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	4	16
4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	3	4	4	4	3	58	-8	64
5	3	4	4	4	-	-	4	-	-	5	-	3	4	-	31	-35	1225
6	2	2	3	3	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	13	-53	2809
7	1	1	4	2	4	-	-	-	-	5	-	4	-	-	21	-45	2025
8	2	5	4	4	5	4	5	-	-	-	4	-	3	5	41	-25	625
9	2	5	4	4	-	3	5	-	5	3	4	3	4	3	45	-21	441
10	2	3	4	3	4	2	4	-	3	3	4	-	-	4	36	-30	900
11	3	3	3	3	3	4	2	-	2	-	1	-	-	5	29	-37	1369
Сума	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	924		10679

Коефіцієнт конкордації набуває значень від 0 до 1. Чим більшим є значення коефіцієнту конкордації, тим більш узгоджені думки експертів. При  $W = 1$  є повна узгодженість думок експертів; якщо  $W = 0$ , то інформація є повністю неузгодженою. У даному випадку можна зробити висновок, що ступінь узгодженості думок 14 експертів є прийнятним. Кінцевим етапом даного дослідження є ранжирування пріоритетних напрямів стратегії на основі використання експертних знань. У таблиці 6, згідно даних анкетування 14 експертів, наведено перелік напрямів Стратегії за рівнем їх важливості.

Таблиця 6

## Ранжирування пріоритетних напрямів стратегії

№ п/п	Напрями	Середній бал
1.	Енергоефективність є пріоритетом державної політики	5,00
2.	Низьковуглецевий розвиток є пріоритетом державної політики	4,21
3.	Впровадження технологій відновлювальної енергетики є одним з пріоритетів низько вуглецевого розвитку	4,14
4.	Ринковий механізм є прийнятним для України з точки зору досягнення цілей з обмеження викидів ПГ	3,21
5.	Доцільним є введення обмежень на викиди ПГ	2,93
6.	Вуглецевий податок є ефективним механізмом досягнення цілей з обмеження викидів ПГ	2,57
7.	Енергетична безпека має більший пріоритет, ніж низьковуглецевий розвиток	2,29
8.	Розвиток атомної енергетики має стати одним з пріоритетних напрямків низько вуглецевого розвитку	2,21
9.	Доцільним є підняття ставки податку на викиди CO <sub>2</sub>	2,07
10.	Уловлювання та захоронення CO <sub>2</sub> має стати однією з пріоритетних технологій для низьковуглецевого розвитку	1,50
11.	Видобуток та використання сланцевого газу має стати одним з пріоритетних напрямків низьковуглецевого розвитку	0,93

**Висновки.** Головні наукові і практичні результати роботи полягають у такому:

1. Наукова новизна статті полягає в обґрунтуванні доцільності використання методології обробки масивів групових експертних знань при формуванні стратегічних напрямів переходу до низьковуглецевого розвитку України враховуючи той факт, що ефективність методів та інструментів реалізації політики переходу повинні оцінюватися за багатьма, як правило, суперечливими критеріями, зокрема: надійність функціонування енергосистем – екологічні вимоги – економічна ефективність – соціальна стабільність. Саме внаслідок конфлікту інтересів багатьох “гравців” енергетичного ринку

(суб'єктів відносин) породжується відмінність енергетичних, екологічних, соціальних, економічних критеріїв та показників ефективності управління на всіх ієрархічних рівнях.

2. Доведено, що важливим етапом експертної оцінки є формування респондентних груп експертів, які повинні представляти інтереси різних "гравців" енергетичного ринку (енергетичні компанії, споживачі, інвестори, громадські організації, державні й регіональні органи влади) і мати відповідний рівень компетентності.

3. Найбільш пріоритетними напрями переходу до низьковуглецевого розвитку України є впровадження технологій відновлювальної енергетики та розробки ринкових механізмів скорочення викидів ПГ для підприємств різних галузей економіки. Найменш пріоритетним напрямом є видобуток та використання сланцевого газу.

4. Результати цього дослідження використані при розробці аналітичного звіту «Визначення політик та заходів щодо низьковуглецевого розвитку, які можуть бути реалізовані в Україні», який був підготовлений «Фондом цільових екологічних (зелених) інвестицій» на замовлення Програми розвитку ООН в Україні в рамках договору УКР/2013/03 на надання консультаційних послуг із підтримки розробки низьковуглецевої стратегії в Україні в рамках проекту «Розбудова спроможності для низьковуглецевого зростання в Україні».

5. Перспективи подальшого дослідження лежать у площині розробки конкретних організаційно-економічних механізмів переходу до низьковуглецевого розвитку України в умовах глобалізації та лібералізації економічних та енергетичних ринків.

#### Література:

1. Караєва Н. В. Оцінювання впливу впровадження технологій зменшення викидів парникових газів на рівень економічної безпеки держави / Н. В. Караєва, М. В. Березницька / Управление производством: модели, механизмы, инструменты: моногр. /под. общ. ред. проф. Е. В. Мартяковой. – Донецк ГВУЗ «ДонНТУ», 2012. – С.172-180.
2. «Зелена» економіка крізь призму трансформаційних зрушень в Україні / Буркинський Б.В., Галушкіна Т.П., Реутов В.Є. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України – Саки: ПП «Підприємство Фенікс», 2011. – 348 с.
3. Стратегічні пріоритети безпечного розвитку України на засадах «зеленої економіки» : монографія / В. Г. Потапенко ; [за наук. ред. д.е.н., проф. Є. В. Хлобистова]. – К. : НІСД, 2012. – 360 с.
4. Навстречу «зеленой» экономике: пути к устойчивому развитию и искоренению бедности : [Доклад ЮНЕП для властных структур] [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.unep.org/greenconomy/Portals/88/documents/ger/GER\\_synthesis\\_ru.pdf](http://www.unep.org/greenconomy/Portals/88/documents/ger/GER_synthesis_ru.pdf).
5. Караєва Н. В. Ризик-менеджмент суб'єктів енергетичного ринку як складова механізму забезпечення енергетичної безпеки : монографія / Н. В. Караєва, І. І. Гусева, В. О. Бараннік, А. О. Савицька. – К.: Софія-А, 2012. – 256 с.
6. Азарова Л. М. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства / Л. М. Азарова, О. В. Рузакова. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 172 с.

# МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

УДК 339.727.2

Корогодова О. О.,

канд. екон. наук

Бабанина О. С.,

Національний технічний університет України «КПІ»

## ОЦІНКА ВПЛИВУ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

## ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ МИГРАЦИИ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

## ESTIMATION OF INTERNATIONAL MIGRATION TO UKRAINIAN ECONOMY

*Досліджено чинники і мотиви трудової міграції та виявлено вплив міжнародних міграційних процесів на розвиток вітчизняної економіки. У роботі систематизовано погляди дослідників на сфері впливу міжнародної міграції. Розглянуто міжнародну міграцію інтелектуальної робочої сили та міграційну політику у глобальному вимірі, проаналізовано та синтезовано інформацію щодо тенденцій трудової міграції у країнах ЦСЄ та Україні.*

*Здійснено тест Гренджера із вибіркою даних за дванадцять років для виявлення взаємного впливу приватних трансфертів та ВВП України. Обґрунтовано позитивні та негативні ефекти від впливу грошових переказів з-за кордону на ряд показників економіки України.*

*Зроблено висновок про те, що перспективами подальших досліджень у даному напрямі є з'ясування структурних перешкод притоку міграційного капіталу, що існують у локальній, національній та світовій площині. Особливу увагу приділено пошуку адекватних можливостей для появи життєздатних моделей економічного розвитку, що стануть генератором економічного зростання України. Запропоновано відповідні рекомендації.*

**Ключові слова:** міжнародна трудова міграція, перекази мігрантів, приватні трансферти, тест Гренджера.

*Исследованы факторы и мотивы трудовой миграции, выявлено влияние международных миграционных процессов на развитие отечественной экономики. В работе систематизированы взгляды исследователей на сферы влияния международной миграции. Рассмотрена международная миграция интеллектуальной рабочей силы и миграционная политика в глобальном измерении, проанализирована и синтезирована информация о тенденциях трудовой миграции в странах ЦВЕ и Украины.*

*Осуществлен тест Гренджера с выборкой данных за двенадцать лет для выявления взаимного влияния частных трансфертов и ВВП Украины. Обоснованы положительные и отрицательные эффекты от воздействия денежных переводов из-за границы на ряд показателей экономики Украины.*

*Сделан вывод о том, что перспективами дальнейших исследований в данном направлении является установление структурных препятствий притоку миграционного капитала, существующих в локальной, национальной и мировой плоскости. Особое внимание уделено поиску адекватных возможностей для появления жизнеспособных моделей экономического развития, которые станут генератором экономического роста Украины. Предложены соответствующие рекомендации.*

**Ключевые слова:** международная трудовая миграция, переводы мигрантов, денежные переводы, частные трансферты, тест Гренджера.

*The aim of the article consists in research of reasons and factors of labor migration, and also exposure of influence of international migratory processes on development of national economy. Scientific works of many scientists are systematized, analyzed and summarized. Lag of researches of statistical data hesitates from two to eighteen years.*

*The exposure of cross-coupling of private money transfers and GDP of Ukraine the Granger causality test is carried out with the retrieval of data for twelve years. Positive and negative effects from influence of money orders from abroad on the row of indexes of economy of Ukraine are reasonable. The prospects of further researches in this direction are establishment of structural obstacles to the migratory cash inflow, existing in a local, national and international plane. Further development of the indicated aspects will provide the search of adequate possibilities for appearance of viable models of economic development, which will become the generator of Ukrainian economy growing. Recommendations are proposed.*

**Keywords:** *international labor migration, migrant capital, money transfers, private transfers, Granger test.*

**Вступ.** Міжнародна трудова міграція є важливим економічним, соціальним та гуманітарним фактором, який забезпечує безперечні переваги як країнам-реципієнтам, так і країнам-донорам робочої сили. У країнах, які постачають робочу силу на міжнародний ринок праці, еміграція може суттєво знизити навантаження на національні ринки праці та соціальну напруженість, створити умови для «безкоштовного» для країн-експортерів навчання робочої сили та її знайомства з передовою організацією праці. Не можна ігнорувати і такий компонент, як забезпечення країнам-експортерам значних обсягів валютних надходжень завдяки грошовим переказам мігрантів.

Проблеми міжнародної міграції інтелектуальної робочої сили широко висвітлюються в працях вітчизняних вчених. Зокрема, вагомим є внесок О. Ю. Орловської [1], І. О. Куревіної [2], В. О. Шевчука [3], О. А. Малиновської [4] та інших дослідників. Однак проблеми пошуків ефективних шляхів оцінювання впливу міграційних процесів на економіку на локальному та світовому рівнях є досить актуальними.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є оцінка впливу міжнародної міграції на вітчизняну економіку, виявлення взаємозв'язку між приватними трансфертами та рівнем ВВП, обґрунтування особливостей функціонування міграційного капіталу.

**Методологія.** Основні наукові результати дослідження базуються на загальних принципах логіки і об'єктивності та отримані на основі використання системного та структурно-функціонального аналізу. Виявлення причинно-наслідкових зв'язків між економічними категоріями проведено за допомогою тесту Гренджера, багатофакторного регресійного аналізу методом найменших квадратів у пакеті EViews 7.0.

**Результати дослідження.** Оцінити обсяги трудової міграції українців за кордон досить проблематично, що зумовлено відсутністю однозначної інформації щодо її кількості та регіональних особливостей. Дані вітчизняної офіційної статистики навіть приблизно не відбивають дійсних масштабів трудової міграції громадян України. За різними експертними оцінками, кількість міграційних поїздок українських громадян за кордон коливається у межах від 4 до 7 млн осіб або від 8,6 до 15,1% чисельності усього населення України та від 19,5 до 34,1% економічно активного населення працездатного віку. Таким чином, з України мігрує за кордон від п'ятої частки до третини економічно активного населення працездатного віку. Неповнота та відсутність системного підходу у зборі статистичної інформації щодо трудової міграції суттєво ускладнюють здійснення ефективної державної політики у цій сфері.

Найвагомим чинником мотивів трудової міграції українців є відсутність у країні роботи або праці, яка забезпечить стабільний дохід, що гарантував би гідний рівень життя для власне робітників та їх родин.

Вітчизняні науковці, зокрема О. А. Малиновська [4], виділяють такі основні сфери, на які впливає міжнародна міграція:

1. Вплив на демографічну ситуацію та ринок праці. Перетворення значного сегмента тимчасової трудової міграції на стаціонарну є найзагрозливішим наслідком трудової міграції для демографічного розвитку. Проте навіть у разі повернення всіх працівників мігрантів на батьківщину демографічні втрати неминучі внаслідок порушення сімейних стосунків через тривалу відсутність одного з подружжя, відкладені народження або відмову від народження дітей, погіршення стану здоров'я в результаті праці за кордоном.

2. Значення грошових трансфертів мігрантів і внесків у людський капітал.

3. Вплив трудової міграції на родину та виховання дітей. Позитивний вплив міграції для нако-



пичення людського капіталу знижують також такі її негативні соціально-психологічні наслідки, як руйнування родин, алкоголізм, поширення споживацьких настроїв серед молоді, яка втрачає мотивацію до навчання та роботи, вважаючи, що надіслані батьками з-за кордону гроші забезпечать отримання диплома і подальше життя без значних зусиль.

4. Вплив на соціальне забезпечення. Угоди про соціальне забезпечення не лише гарантують громадянам соціальний захист, а й стимулюють законне працевлаштування, сприяють поверненню та адаптації мігрантів в Україні. Адже працюючи за кордоном легально, громадяни України підпадають під дію законодавства про соціальне забезпечення країн перебування, сплачують страхові внески, в разі потреби і за набуття відповідних прав можуть скористатися соціальними виплатами [4, с. 19].

Розглянемо більш детально вплив міграції населення на ці сфери та спробуємо емпірично оцінити вплив приватних трансфертів (грошових переказів мігрантів) на соціально-економічний розвиток України за допомогою економетричного інструментарію (на жаль для комплексного дослідження усіх сфер впливу міграції немає достатньо статистичного ряду).

Грошові перекази складають значну частину національного доходу багатьох країн, про що свідчать наступні факти. Наприклад, у 2007-2008 рр. відношення приватних грошових переказів до ВВП для Таджикистану становило 45 %, Молдови – 38 %, Лесото – 29 %, Гондурасу – 25 %, Лівану – 24 %, Йорданії – 22 % тощо. [2]. За оцінкою НБУ, відношення обсягів приватних грошових переказів до ВВП України у 2011 р. склало близько 5 % [7]. Середнє значення даного показника, за оцінками Світового банку, для країн, що розвиваються у 2011 р. дорівнювало 2 % від ВВП [10]. Це свідчить про вагомое значення приватних трансфертів для соціального та економічного розвитку країн. З 10 найбільших одержувачів переказів у 2000-2009 рр. сім країн є країнами ОЕСР, а дві з п'яти найбільших країн-одержувачів – країнами Великої Сімки (Франція й Німеччина). Частка країн, що розвиваються, зросла з 1/2 наприкінці 1980-х рр. приблизно до 3/4 в останні роки.

Міграційний капітал є також джерелом фінансування економічного зростання. Грошові перекази формують інвестиційну базу, особливо для малого і середнього бізнесу. Завдяки мультиплікаційному ефекту зростає споживчий попит населення. Зростання споживання збільшує також доходи бюджетів через сплату прямих і непрямих податків. Вплив міграції на економічне зростання є неоднозначним. З одного боку, трудову міграцію можна розглядати засобом зменшення безробіття та акумуляції фінансового і людського капіталу. З іншого боку, надходження від працюючих за кордоном можуть створювати деформації на ринку праці, а відповідно погіршувати інвестиційну перспективу і провокувати регіональну «пастку стагнації», проте, на думку В. О. Шевчука, все залежить від характеру використання приватних трансфертів та супутньої економічної політики [3].

Приватні трансферти складаються з грошових переказів робітників, що працюють за кордоном, та інших приватних трансфертів. Обсяги грошових переказів робітників, що працюють за кордоном, останні чотири роки мали тенденцію до зниження (див. рис. 1): у 2010 р. обсяги цієї категорії зменшилися порівняно з 2009 р. на 5,1 % і склали 1,56 млрд. дол. В I кварталі 2011 р. обсяг грошових переказів вперше перевищив аналогічний період докризового рівня 2008 р. (1489 млн дол. в 2011 р. проти 1374 в 2008 р.). Це можна вважати однією з ключових ознак того, що грошові перекази, а відтак і міграційна ефективність першою пододала кризовий період, на відміну від, решти показників економіки України.

Загалом у 2012 р., за даними НБУ, в Україну надійшло 7,526 млн дол. приватних грошових переказів з урахуванням оплати праці, приватних переказів трудових мігрантів та інших приватних трансфертів. Це на 0,436 млн дол. більше, ніж у 2011 р. (на 6,1 %), і на 1,664 млн дол. ніж у 2010 р. (на 30 %). Сума приватних трансфертів у 2012 р. майже еквівалентна розміру коштів, що надійшли в Україну як прямі іноземні інвестиції (7,2 млрд. дол.). Обсяги грошових переказів у 2012 р. були максимальними за останні 5 років – на 1,3 млрд. дол. більше, ніж у 2008 р. Відношення обсягів грошових переказів до ВВП майже не змінилося порівняно з попереднім роком і становило 4,3 % [7].

Поступово змінюється структура грошових переказів за каналами надходження (див. табл. 1): зростає привабливість міжнародних платіжних систем для переказу коштів із-за кордону. Якщо у 2008-2009 рр. через них проходила третина обсягів переказів в Україну, то в 2012 р. ця частка зросла до 40 %. За оцінками Національного банку України обсяги коштів, що надійшли в країну неформальними каналами (шляхом передавання готівки або матеріальних цінностей від одного домогосподарства іншому), за 2012 р. становили 1,035 млрд. дол., або 13,7 % від загальних обсягів грошових переказів в Україну.

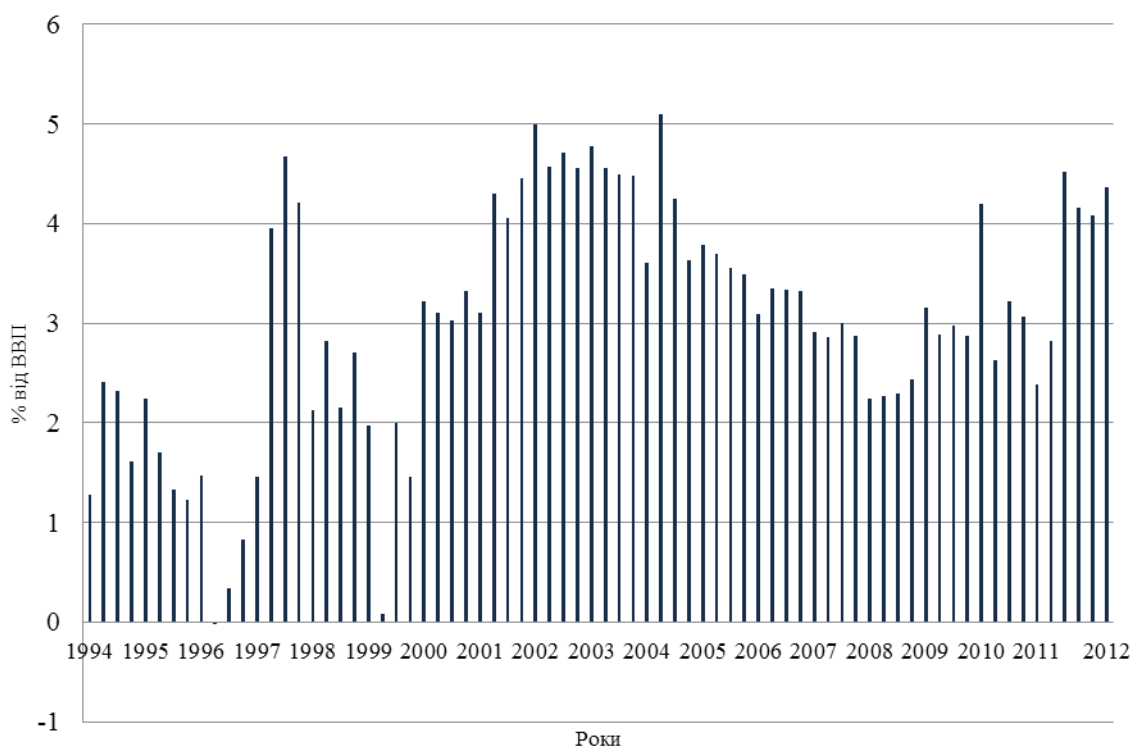


Рис. 1. Динаміка обсягів приватних трансфертів в Україні у 1994-2012 рр.

Таблиця 1

## Обсяги приватних грошових переказів із-за кордону (млн. дол.)

Показники	Роки				
	2008	2009	2010	2011	2012.
За каналами надходження:					
Через коррахунки банків	3275	2832	2959	3252	3278
Через міжнародні платіжні системи	2097	1825	2126	2804	3213
Неформальними каналами	805	713	777	963	1035
За джерелами формування:					
Оплата праці (без урахування податків та витрат у країні перебування)	3024	2855	3373	4022	4619
Приватні трансферти, у т. ч.:	3153	2515	2489	2997	2907
- грошові перекази робітників, що працюють за кордоном більше року	2140	1643	1560	1890	1749
- інші приватні трансферти	1013	872	929	1107	1158
Усього	6177	5370	5862	7019	7526
Обсяги грошових переказів у % до ВВП	3,4	4,6	4,2	4,3	4,3

Залежно від джерел формування грошові потоки, що надходили із-за кордону враховуються в різних статтях поточного рахунку платіжного балансу. Перекази, що надійшли в 2012 р. як оплата праці (тобто від працівників, що працюють за кордоном менше року), становили 4,619 млрд. дол.

(на 14,8 % більше, ніж у 2011 р.). Перекази у формі приватних трансфертів становили 2,9 млрд. дол., збільшившись на 20 %. У структурі приватних трансфертів майже дві третини (63 %) припадає на грошові перекази робітників, які працюють за кордоном більше року, і 36,9 % – на інші приватні трансферти. Відзначимо, що поступово зростає частка переказів у формі оплати праці, що за 2012 р. становила 55 % (у 2008 р. лише 49,0 %) [7].

Популярність того чи іншого каналу переказу коштів у різних країнах суттєво відрізняється. Зокрема, у таких країнах, як Росія, Італія, Іспанія, Португалія, Ізраїль, Туреччина, де чисельність тимчасових мігрантів з України досить значна, найбільш привабливим є спосіб переказу грошів з використанням міжнародних систем платежів. Українські мігранти у Німеччині, Греції, Сполученому Королівстві, Кіпрі, Швейцарії, ОАЕ, Нідерландах віддають перевагу переказам, що здійснюються через банківську систему. Майже однаково використовуються обидва канали в Сполучених Штатах та Канаді. Розподіл грошових переказів за країнами характеризується високим ступенем концентрації: понад 70 % переказів здійснювалося із семи країн. Лідером за обсягами грошових потоків в Україну залишилася Росія, обсяги надходжень з якої порівняно з 2011 р. збільшилися на 20 % – до майже 2,4 млрд дол (див. рис. 2). Загалом на країни СНД у 2012 р. припадало близько 35 % загального обсягу грошових переказів із-за кордону.

Серед країн дальнього зарубіжжя лідерами залишаються США та Німеччина (відповідно 9,3 % та 6,2 % від загальних обсягів грошових переказів в Україну). Варто відзначити значне збільшення обсягів грошових переказів із Кіпру (на 36,8 %), Італії (на 15,4 %), Греції (на 12,6 %).

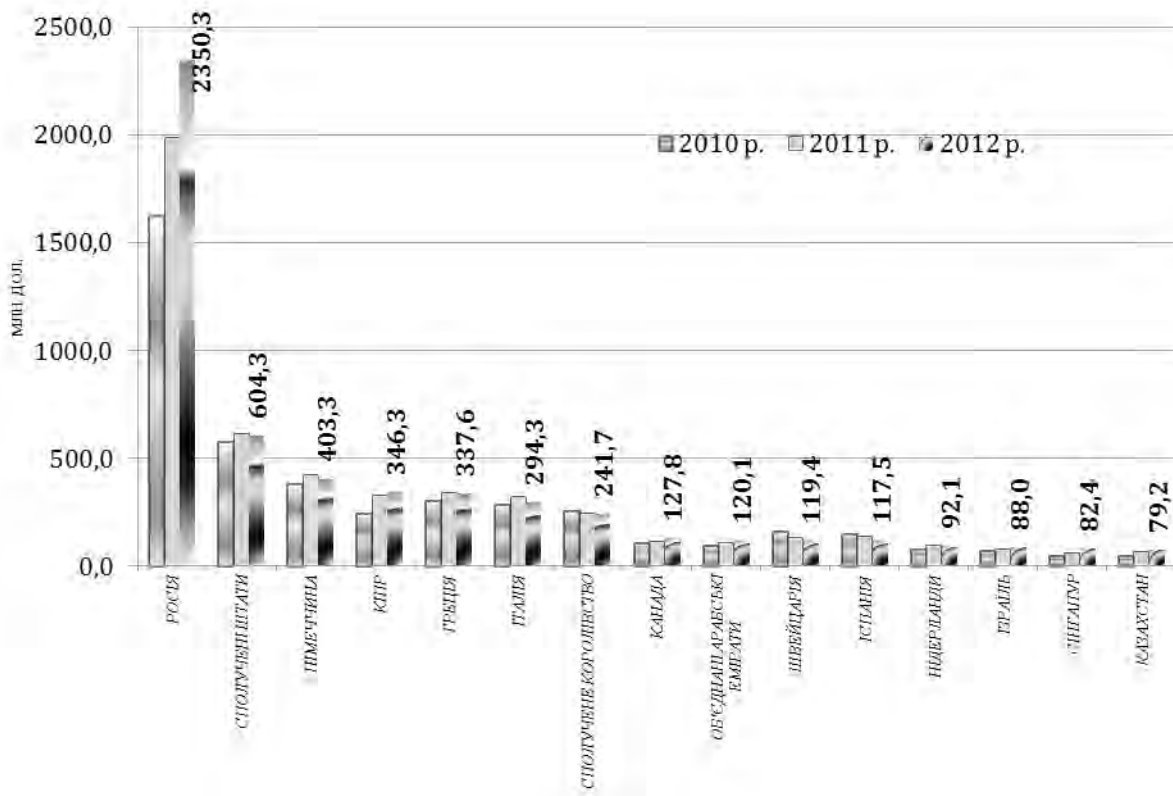


Рис. 2. Обсяги приватних грошових переказів з-за кордону за основними країнами у 2010-2012 рр. (у % від загального обсягу)

Щоб виявити взаємний вплив приватних трансфертів та ВВП України, ми здійснили тест Гренджера (табл. 2), що вказує на причинно-наслідкові зв'язки. Для дослідження було обрано кварталні дані, вибірка становила 12 років (2000-2012 рр.), для зручності розрахунків дані було логарифмовано, а дані динаміки приватних трансфертів очищено від сезонності. Аналізуючи одержані результати, зазначимо, що взаємна причинність обраних показників простежується лише з 4-м лагом і статистичною значущістю у 10 та 1 %. Це свідчить про слабкий зв'язок ВВП та приватних трансфертів.

Регресійні моделі побудовані за допомогою інструментарію макроекономічного моделювання (Eviews 7.0). Перша модель (рівняння 1) характеризує вплив трансфертів (TRANS) на ВВП Украй-

ни (VVP). Згідно з результатами дослідження при зростанні трансфертів на 1 % ВВП збільшується на 0,4 %. Коефіцієнт є статистично значущим на рівні 1 % (DW= 1,70, AR2= 0,96).

Таблиця 2

## Результати тесту Гренджера для ВВП та приватних трансфертів в Україні

Гіпотеза	Лаги		
	2-й	3-й	4-й
ВВП не впливає на приватні трансферти	(0.49603)	(0.95374)	(2.12889)***
Приватні трансферти не впливають на ВВП	(0.84617)	(4.90667)*	(5.65883)*

Розраховано авторами за: [5; 7; 8; 9; 10]

$$VVP = -3,0083 + 0,4006 * TRANS + 0,4562 * IMPORT_{(t-1)} + 0,2003 * VVP_{(t-1)} \quad (1)$$

(-4,2032)\*      (4,1521)\*      (3,2050)\*      (1,1740)

DW = 1,70      AR<sup>2</sup> = 0,96

Друга модель (рівняння 2) – вплив трансфертів на рівень зайнятості у вітчизняній промисловості (ZAJ\_PROM). Отже, при зростанні на 1 % грошових переказів в Україну, зайнятість в промисловості зменшується на 0,04 %. Коефіцієнт = 1% (DW= 1,81, AR2= 0,92).

$$ZAJ\_PROM = 2,4361 - 0,0416 * TRANS + 0,5197 * ZAJ\_PROM_{(t-1)} \quad (2)$$

(3,1971)\*      (-3,2615)\*      (3,4436)\*

DW = 1,81      AR<sup>2</sup> = 0,92

Третя модель (рівняння 3) характеризує вплив приватних трансфертів на банківську ставку за кредитами (KREDUT), отже, при зростанні переказів на 1 %, ставки за кредитами збільшуються на 0,11 %. Коефіцієнт є статистично значущим на рівні 5 % (DW= 1,90, AR2= 0,98)

$$KREDUT = -0,9988 + 0,1182 * TRANS + 1,0709 * KREDUT_{(t-1)} \quad (3)$$

(-172,97)\*\*\*      (2,3842)\*\*      (16,9639)\*

DW = 1,90      AR<sup>2</sup> = 0,98

Наступна модель описує характер впливу трансфертів на ставку за депозитами в Україні (DEPOZUT). Згідно отриманих результатів при зростанні переказів на 1 %, депозитна ставка зменшується на 0,31 %. Коефіцієнт є значущим на рівні 5 % (DW= 2,07, AR2= 0,87).

$$DEPOZUT = 1,3071 - 0,3197 * TRANS_{(t-1)} + 0,2851 * VVP_{(t-1)} + 0,7549 * DEPOZUT_{(t-1)} \quad (4)$$

(1,9426)\*\*\*      (-2,1108)\*\*      (2,3703)\*\*      (7,9982)\*

DW = 2,07      AR<sup>2</sup> = 0,87

Наступна модель описує характер впливу грошових переказів на динаміку імпорту в Україну (IMPORT). Отже, при зростанні грошових переказів на 1 %, імпорт збільшується на 0,23%. Коефіцієнт є значущим на рівні 1% (DW= 1,77, AR2= 0,96).

$$IMPORT = 0,4463 + 0,2313 * TRANS + 0,7874 * IMPORT_{(t-1)} \quad (5)$$

(1,4722)      (2,8240)\*      (9,9364)\*

DW = 1,77      AR<sup>2</sup> = 0,96

Остання наша модель характеризує вплив грошових переказів на рівень безробіття (BEZROB). При зростанні грошових переказів на 1 % рівень безробіття зменшується на 0,12 %. Коефіцієнт є статистично значущим на рівні 10 % (DW= 1,85, AR2= 0,96).

$$\begin{aligned}
 BEZROB = & 1,6593 & -0,1212 * TRANS & +0,8725 * BEZROB_{(t-1)} & (6) \\
 & (1,9517)*** & (-1,9153)*** & (13,3667)* & \\
 & (DW = 1,85) & & AR^2 = 0,96 & 
 \end{aligned}$$

**Висновки.** Отже, позитивно грошові перекази з-за кордону впливають на рівень безробіття та ВВП. Усі інші регресійні дослідження свідчать на користь негативного впливу приватних трансфертів на банківські депозитні та процентні ставки, рівень зайнятості у промисловості, імпорт та грошову масу.

Міграція впливає практично на усі сфери соціально-економічного устрою держав, проте найбільш значущим в умовах глобалізації залишається вплив грошових переказів на економічний розвиток країн. З цього випливає, що пошук ефективної міграційної політики та побудова результативного міграційного менеджменту стають важливим завданням для національних урядів з метою отримання позитивного ефекту від зазначених процесів як для країн-імпортерів, так і для країн-експортерів.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження: методичний підхід визначення ефектів від впливу грошових переказів з-за кордону на ряд показників економіки України за допомогою тесту Гренджера, який на відміну від існуючих дозволяє більш точно оцінити каузальні зв'язки між зазначеними параметрами.

Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що дослідження причинно-наслідкових зв'язків між відповідними змінними надає можливість на національному рівні визначитися зі стратегією економічного розвитку країни.

Напрямом подальших досліджень має стати визначення та вдосконалення принципів та методів підвищення ефективності міграційного менеджменту України.

#### Література:

1. Орловська Ю. Грошові перекази міжнародних трудових мігрантів як джерело інвестиційних ресурсів української економіки / Ю. Орловська, І. Реліна: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/prvs/2010\\_2/tom2/375.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2010_2/tom2/375.pdf)
2. Куревіна І. Вплив інтеграційних процесів на міжнародну трудову міграцію: регіональний аспект / І. Куревіна. – 2006: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://niss.lviv.ua>.
3. Шевчук В. Міграційні процеси як інструментальний чинник регіональної «пастки стагнації» / В. Шевчук: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mev.lac.lviv.ua>.
4. Малиновська О. А. Трудова міграція: соціальні наслідки та шляхи реагування / О. А. Малиновська. – К. : НІСД, 2011. – 40 с.
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Global employment trends: January 2011 / International Labour Office. – Geneva: ILO, 2011. – 67 p.
7. Офіційний сайт Національного банку України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
8. Офіційний сайт Євростату: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ec.europa.eu/eurostat>
9. Офіційний сайт Міжнародного валютного фонду: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org>
10. Офіційний сайт Світового банку: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org>

**Войтко С. В.***докт.економ. наук, доцент,  
Національний технічний університет України «КПІ»*

## **КРАЇНИ ГРУПИ G20 ТА TOP-20 ЗА РІВНЕМ ЕКОНОМІКИ У КООРДИНАТАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ**

## **СТРАНЫ ГРУППЫ G20 И TOP-20 ЗА УРОВНЕМ ЭКОНОМИКИ В КООРДИНАТАХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

## **COUNTRIES OF THE GROUP G20 AND TOP-20 BY LEVEL OF ECONOMICS IN THE COORDINATE POINT OF THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

*Приведено основні відомості та склад групи країн G20 та групи TOP-20 за економічним розвитком. Поставлено завдання дослідження положення цих країн у координатах індексів сталого розвитку. Використано для дослідження методології Світового центру даних з геоінформатики та сталого розвитку. Визначено перелік країн, які присутні в обох групах, що аналізуються. Здійснено візуалізацію розміщення груп країн G20 та TOP-20 у просторі Індексу економічного виміру та Індексу сталого розвитку, а також Індексу економічного виміру та Індексу гармонізації, за Компонентами якості життя та безпеки життя. Здійснено аналіз розміщення у зазначених просторах з метою пошуку закономірностей та відмінних рис для тих чи інших країн. Доведено, що рівень розвитку економіки для найрозвинутіших країн світу не повною мірою відповідає положенням концепції сталого розвитку і країни з дещо меншими рівнями економічного розвитку є більш гармонізованими за економічною, соціальною та екологічною складовими. Окреслено особливості розміщення країн у вищезазначених просторах, а також приведено порівняння груп з Україною.*

**Ключові слова:** G20, економічний розвиток, сталий розвиток, компоненти

*Приведено основные сведения и состав группы стран G20 и группы TOP-20 по экономическому развитию. Поставлено задание исследовать положение этих стран в координатах индексов устойчивого развития. Использовано для исследования методологии Мирового центра данных с геоинформатики и устойчивого развития. Определено перечень стран, которые присутствуют в обеих группах, которые анализируются. Произведена визуализация размещения групп стран G20 и TOP-20 в пространстве Индекса экономического измерения и Индекса устойчивого развития, а также Индекса экономического измерения и Индекса гармонизации, за компонентами качества жизни и безопасности жизни. Сделан анализ размещения в приведенных пространствах с целью поиска закономерностей и отличительных черт для тех или иных стран. Доведено, что уровень развития экономики для наиболее развитых стран мира не полной мерой соответствует положениям концепции устойчивого развития, и страны с несколько меньшим уровнем экономического развития являются более гармонизированным за экономической, социальной и экологической составляющей. Определены особенности размещения стран у вышеуказанных пространствах, а также приведено сравнение групп с Украиной.*

**Ключевые слова:** G20, экономическое развитие, устойчивое развитие, компоненты

*Reported the basic information and composition of the group of G20 and the group's top 20 for the economic development. Put the research of the position of the country in the coordinates of indexes of sustainable development. Used to investigate the methodology of the World Data Center for Geoinformatics and Sustainable Development. It was established the list of countries in both groups are analyzed. Visualized of the accommodation groups of G20 and the TOP-20 in the space of the Index and the Index of Economic dimension of sustainable development and the economic dimension of the Index*

*and the Index of harmonization by components of quality of life and security of life. Analyzed the location in the above expanses in order to find regularities and the distinguishing features for different countries. Proved that the level of economic development for the most developed countries do not fully comply with the provisions concept of sustainable development and the country with slightly lower levels of economic development are more harmonized in the economic, social and environmental components. Described the peculiarities, in the above location of space, and it was given the comparison groups with Ukraine.*

**Keywords:** G20, economic development, sustainable development, components

**Вступ.** Крупніші економіки світу відіграють визначальну роль у формуванні та розвитку цивілізації. Так, група двадцяти (офіційно: англ. Group of Twenty Finance Ministers and Central Bank Governors) — формат міжнародних нарад міністрів фінансів і голів центральних банків, які представляють 20 економік: 19 найбільших національних економік та країни Європейського Союзу (ЄС) [1]. У сукупності G20 представляють 90 % світового валового національного продукту, 80 % світової торгівлі (включаючи торгівлю у середині ЄС) і дві третини населення світу. Проте досить важливим є дослідження й TOP-20 країн за економічним виміром. До речі, чіткого співпадіння цих двох груп не існує. Так, досить економічно розвиненими країнами, які не належать до групи G20, є (дані за 2013 рік, приведено за алфавітом): Австрія; Данія; Ірландія; Катар; Люксембург; Нідерланди; Нова Зеландія; Норвегія; Об'єднані Арабські Емірати; Сінгапур; Фінляндія; Швейцарія; Швеція.

У зв'язку з цим виникає проблема поглибленого вивчення потужних економік, враховуючи як дані міжнародних організацій, так і аналітичні результати моделювання економічних процесів. Наукові розробки стосовно дослідження особливостей економічного розвитку тих чи інших країн здійснюють авторитетні міжнародні організації, такі як The Heritage Foundation [2], World Economic Forum [3] на сайтах яких подається інформація стосовно індексів «Index of Economic Freedom» та «Global Competitiveness Index» відповідно. Досить містка база даних показників, які використовуються у формуванні індексів знаходиться на сайті Світового банку [4]. Науково обґрунтована методика інтеграції вищезазначених індексів та інших індексів та індикаторів в Індекс економічного виміру здійснено у Світовому центрі даних з геоінформатики та сталого розвитку та представлено на сайті [5], окремі аспекти приведені в [6].

Практичне значення у використанні інформації стосовно економічного розвитку тієї чи іншої країни полягає у можливості прийняття та реалізації управлінських рішень на державному рівні стосовно подальшого розвитку країни. Також це надає можливість аналізувати закономірності посідання тих чи інших позицій у рейтингах порівняно з іншими державами, які мають близькі показники. Саме положення у рейтингу показує місце країни у геополітичному та соціально-економічному просторах. Корегування цієї позиції у динаміці є досить складним завданням, адже має виконуватися на найвищому рівні держави, формуючи керівництвом відповідну економічну політику.

Отже, актуальності набуває визначення особливостей економічного розвитку країн «Великої Сімки», країн групи G20 та країн, які входять до TOP-20 економічно розвинених країн. Важливим є порівняння індексів України з індексами країн вищезазначених груп. До того ж доцільним є пошук подібності та розбіжності у економічному розвитку.

**Постановка завдання.** Ставиться завдання з дослідження положення країн G20, групи TOP-20 за економічним розвитком та України у координатах індексів сталого розвитку, таких як Індекс економічного виміру та Індекс сталого розвитку, а також у координатах Індексу економічного виміру та Індексу гармонізації, окремо за Компонентами якості життя та безпеки життя. На основі порівняльного аналізу здійснюватиметься дослідження розміщення країн у зазначених просторах з метою пошуку закономірностей та відмінних рис для тих чи інших країн.

*Науковою проблемою* є об'єктивне оцінювання положення країн у системах координат, що визначають рівень їх економічного розвитку.

**Методологія.** *Теоретичну основу* дослідження складає системний підхід до аналізу індексів, які характеризують економічний розвиток тієї чи іншої країни. *Методологічну основу* становлять концептуальні положення сталого розвитку, методики системного та компаративного аналізу. У роботі використовуються напрацювання провідних іноземних та вітчизняних вчених у досліджуваній сфері. У процесі дослідження використовуються інформаційні бази Державної служби статистики України [7] та дослідження Світового центру даних з геоінформатики та сталого розвитку [5].

**Результати дослідження.** На основі методології [5] сформовано табл. 1, у якій приведено положення у рейтингу країн групи G20, значення Індексу економічного виміру, компоненти якості та безпеки життя, Індекси гармонізації та сталого розвитку.

## Індекс економічного виміру та індекси сталого розвитку країн групи G20, 2013 рік

Рейтинг	Країни G20, за алфавітом	Iec	Cqi	Csl	G	Isd
4	Австралія	0,837	1,287	1,531	0,831	2,818
104	Аргентина	0,265	0,944	1,179	0,637	2,123
62	Бразилія	0,467	1,007	1,366	0,846	2,373
9	Велика Британія	0,817	1,395	1,286	0,967	2,682
71	Індія	0,418	0,510	1,091	0,567	1,600
64	Індонезія	0,457	0,747	1,082	0,915	1,829
52	Італія	0,522	1,243	1,219	0,805	2,463
3	Канада	0,842	1,286	1,485	0,867	2,771
58	Китай	0,474	0,687	1,120	0,694	1,807
20	Південна Корея	0,738	1,211	1,182	0,880	2,392
35	Мексика	0,584	0,936	1,146	0,777	2,082
12	Німеччина	0,807	1,386	1,335	0,993	2,721
53	Південно-Африканська Республіка	0,518	0,683	0,969	0,517	1,652
82	Російська Федерація	0,357	0,660	1,352	0,778	2,012
5	США	0,837	1,332	1,361	0,814	2,694
44	Туреччина	0,551	0,802	1,206	0,713	2,008
27	Франція	0,663	1,324	1,312	0,902	2,636
13	Японія	0,788	1,334	1,294	0,961	2,628
Мінімальне значення		0,265	0,510	0,969	0,517	1,600
Максимальне значення		0,842	1,395	1,531	0,993	2,818
Середнє арифметичне значення		0,608	1,043	1,251	0,804	2,294

Відзначимо, що лише 7 країн з G20 входять до TOP-20 за індексом економічного виміру компоненти якості життя сталого розвитку, до них відносяться (за рейтингом Iec: Канада (3), Австралія (4), США (5), Велика Британія (9), Німеччина (12), Японія (13), Південна Корея (20)). Загалом група G20 містить досить різні країни за економічним виміром зі значенням Iec від 0,265 для Аргентини (104 позиція з 106) до 0,842 для Канади (позиція 3).

На рис. 1 представлено розміщення країн G20 у просторі Індeksu економічного виміру та Індeksu сталого розвитку.

Особливості місця розташування країн є те, що переважна більшість країн G20 розміщуються на «краях» обабіч середньої лінії. Виключенням є країни, які посідають високі позиції як за Індексом економічного виміру, так і за Індексом сталого розвитку (Австралія, Велика Британія, Канада, Німеччина, США, Сінгапур, Японія). Зазначимо, що 5 з них є країни групи G7. Для наочності такого стану приведено на рис. 2 розміщення країн G20 у координатах Індeksu економічного виміру та Індeksu гармонізації.

Отже маємо для країн G20 досить різномірну групу, що підтверджується саме Індексом гармонізації. Додаткового аналізу потребують такі країни, як Індонезія з незначним рівнем економіки та досить високим рівнем гармонізації економічного, соціального та екологічного вимірів.

Стосовно першої 20-тки країн за економічним виміром Компоненти якості життя сталого розвитку, то слід зазначити те, що до першої двадцятки (табл. 2) ввійшли 17 країн з тих, які присутні у рейтингу TOP-20 за обсягом ВВП на одну особу (окрім Бельгії, Ісландії та Франції).



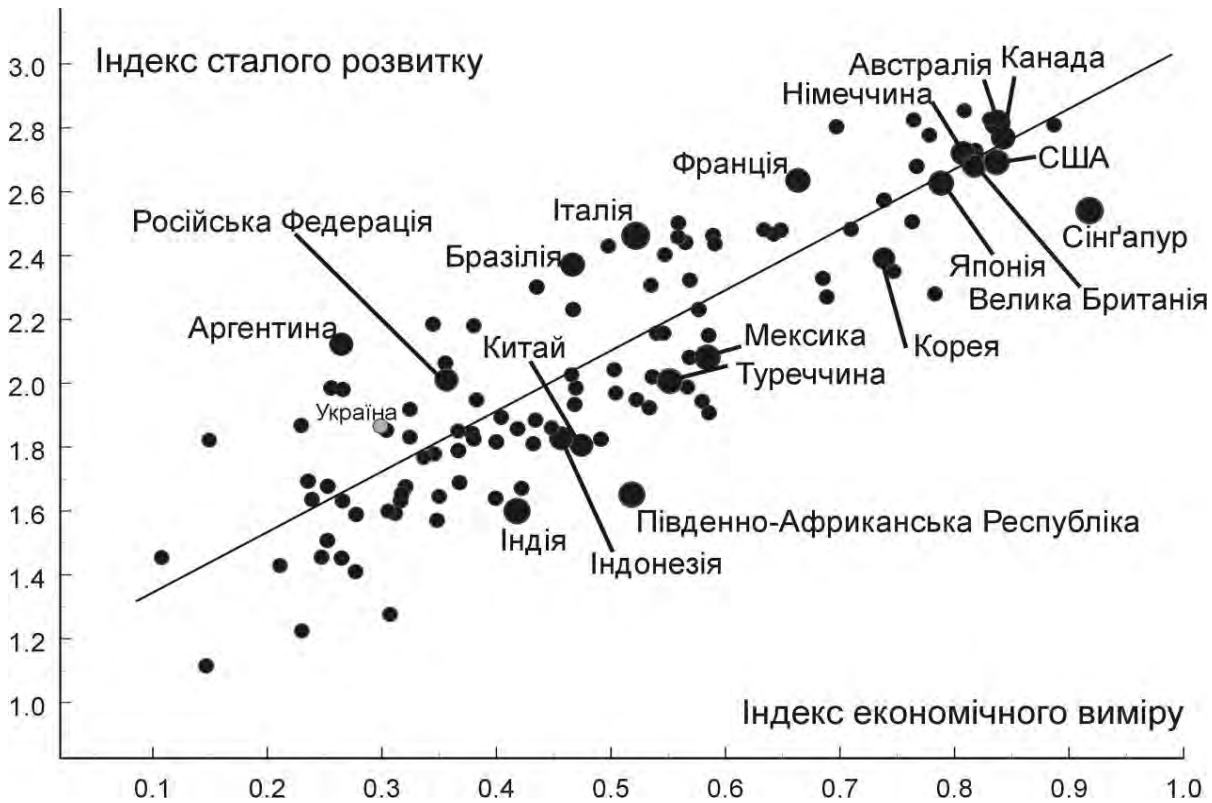


Рис. 1. Візуалізація розміщення країн G20 у просторі Індeksu економічного виміру та Індeksu сталого розвитку, 2013 рік

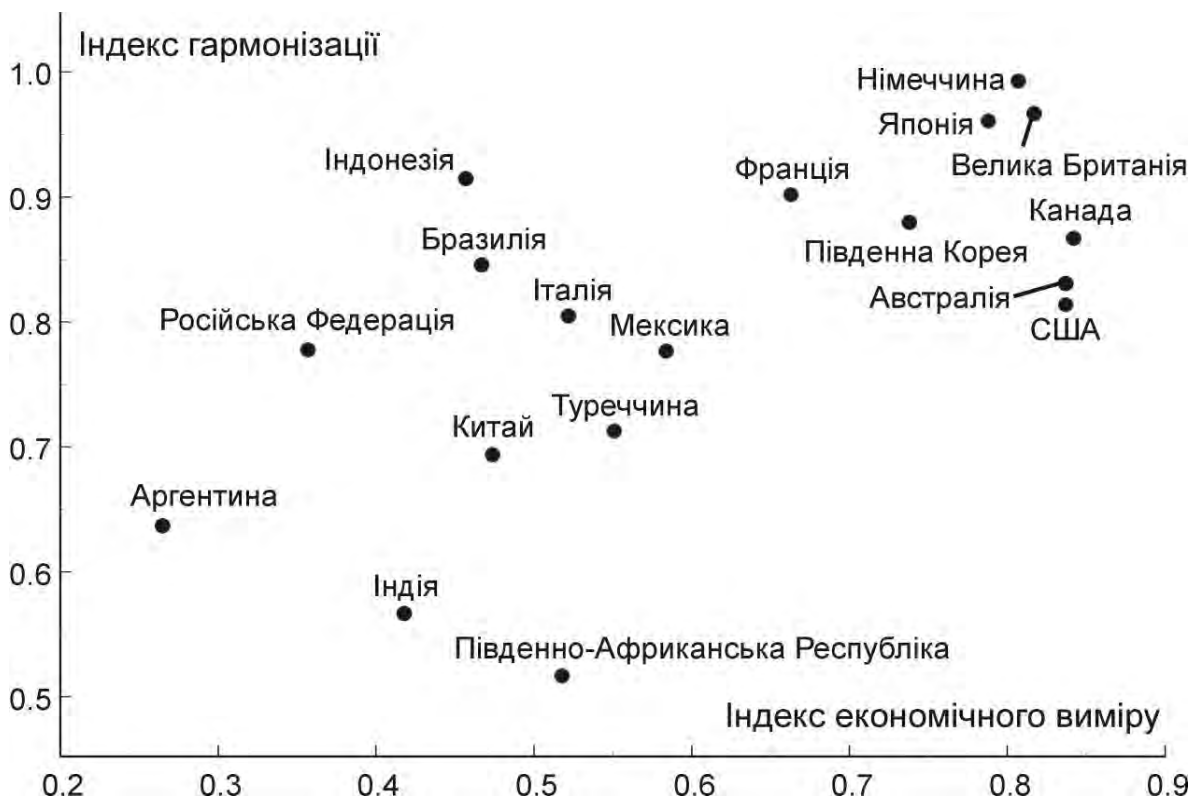


Рис. 2. Розміщення країн G20 у координатах Індeksu економічного виміру та Індeksu гармонізації

## Індекс економічного виміру та індекси сталого розвитку першої двадцятки країн, 2013 рік

Рейтинг	Країна	Iec	Cqi	Csi	G	Icd
1	Сінгапур	0,918	1,224	1,318	0,756	2,542
2	Швейцарія	0,887	1,483	1,327	0,913	2,810
3	Канада	0,842	1,286	1,485	0,867	2,771
4	Австралія	0,837	1,287	1,531	0,831	2,818
5	США	0,837	1,332	1,361	0,814	2,694
6	Нова Зеландія	0,831	1,400	1,428	0,974	2,828
7	Фінляндія	0,819	1,331	1,379	0,949	2,711
8	Данія	0,818	1,335	1,395	0,952	2,730
9	Велика Британія	0,817	1,395	1,286	0,967	2,682
10	Нідерланди	0,814	1,372	1,305	0,978	2,677
11	Швеція	0,808	1,377	1,477	0,954	2,855
12	Німеччина	0,807	1,386	1,335	0,993	2,721
13	Японія	0,788	1,334	1,294	0,961	2,628
14	Катар	0,783	1,004	1,277	0,644	2,281
15	Люксембург	0,778	1,313	1,464	0,894	2,778
16	Австрія	0,767	1,374	1,306	0,964	2,680
17	Норвегія	0,764	1,389	1,437	0,957	2,826
18	Ірландія	0,763	1,247	1,260	0,901	2,507
19	Об'єднані Арабські Емірати	0,747	0,969	1,383	0,720	2,351
20	Південна Республіка Корея	0,738	1,211	1,182	0,880	2,392
98	Україна*	0,299	0,669	1,198	0,721	1,867
Мінімальне значення		0,299	0,669	1,182	0,644	1,867
Максимальне значення		0,918	1,483	1,531	0,993	2,855
Середнє арифметичне значення		0,784	1,272	1,354	0,885	2,626

\* – включено для порівняння

Слід відзначити, що до цієї двадцятки входять 5 країн з «Великої Сімки», переважно країни Європи, нові індустріальні країни та окремі країни-експортери нафти та газу. За економічним виміром різниця у групі складає за Iec: від 0,738 до 0,918, таки ж незначні відхилення маємо для Icd: від 2,281 до 2,855. Проте спостерігається досить значні розбіжності у Індексу якості життя Cqi: від 0,969 до 1,483, та Індексу безпеки життя Csi: від 1,182 до 1,531. Значні розбіжності отримали для індексу гармонізації G: межі від 0,644 до 0,993.

Стосовно України, то відносно до країн TOP-20 за економічним виміром маємо значне відставання за Індексом економічного виміру Iec та Компонентою якості життя Cqi. Всі інші індекси України має досить наблизеними до країн, що розглядаються.

На рис. 3 представлено візуалізацію співвідношень Індексу економічного виміру та Індексу сталого розвитку. Група країн TOP-20 є досить сконцентрованою. Дещо осторонь знаходяться країни-експортери енергоресурсів та Південна Корея.

Розглядаючи компоненти якості життя та безпеки життя маємо, що для цих країн спостерігається досить значна неоднорідність групи, рис. 4. За Компонентою якості життя Cqi група країн

є досить скупчена, за виключенням країн-експортерів енергоресурсів. Країни «Великої Сімки» за Компонентою безпеки життя *Cs/* посідають посередні місця у визначеній групі.

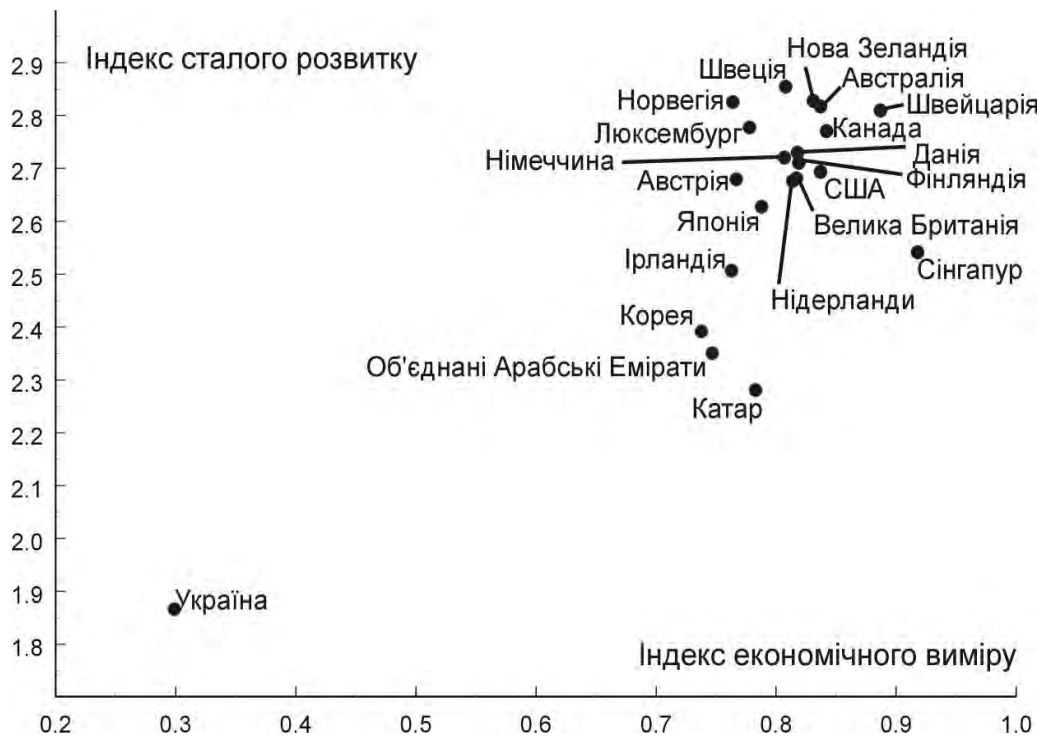


Рис. 3. Візуалізація для країн TOP-20 за економічним виміром співвідношень Індексу економічного виміру та Індексу сталого розвитку, 2013 рік



Рис. 4. Візуалізація для країн TOP-20 за компонентами якості життя та безпеки життя (2013 рік, Україна подана для порівняння)

Аналіз TOP-20 за співвідношенням Індексу економічного виміру та Індексу гармонізації показує, що половина країн скупчена у верхньому правому куті, рис. 5, проте інші дещо «розпорознені» на значній відстані від цієї групи. До того ж переважна кількість з цих країн належать діапазону від 5 до 10 рейтингу за Індексом економічного виміру.

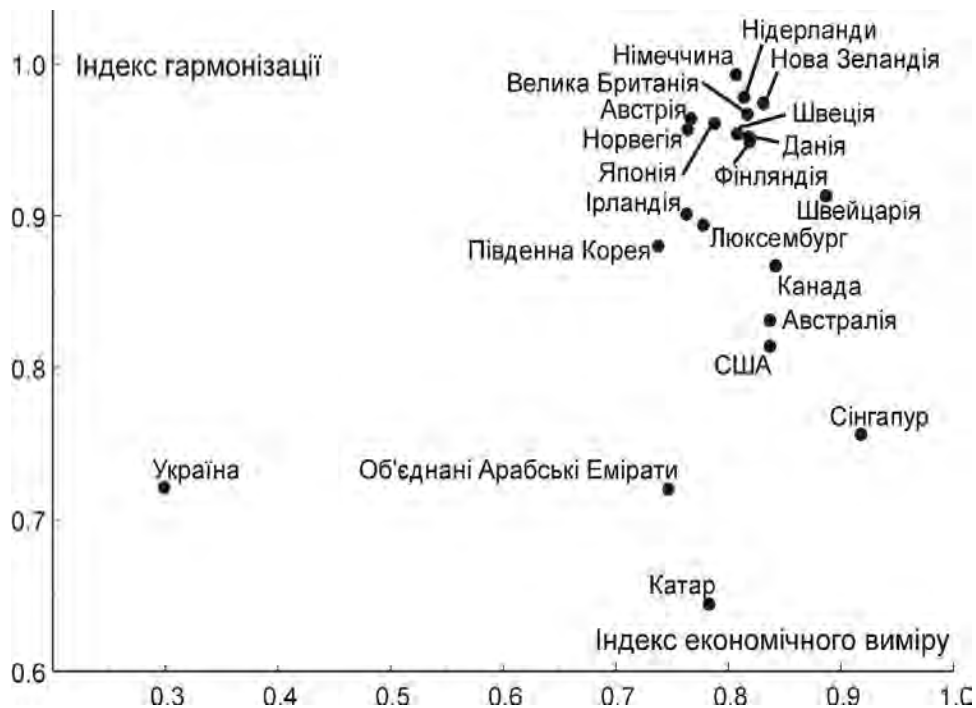


Рис. 5. Розміщення країн TOP-20 у координатах Індексу економічного виміру та Індексу гармонізації, 2013 рік

Зазначене доводить те, що рівень розвиненості економіки для найрозвинутіших країн світу не повною мірою відповідає положенням концепції сталого розвитку, країни з дещо меншими рівнями економічного розвитку є більш гармонізованими за економічною, соціальною та екологічною складовими.

**Висновки.** Отже, підсумовуючи вищезазначене, слід виділити певні особливості: 1) країни «Великої Сімки», які входять й до G20, розміщуються в перших 11-и позиціях рейтингу, саме 11-е місце посідає Італія, яка більшою мірою відчула наслідки глобальної економічної кризи, всі інші розміщені у перших восьми позиціях; 2) країни групи G20 мають досить значні розбіжності у економічному розвитку, насамперед, така розбіжність пов'язана з економічним розвитком Аргентини; 3) країни G20 у координатах Індексу економічного виміру та Індексу сталого розвитку характеризуються значною залежністю між цими індексами при їх вищих значеннях; 4) за показниками економічного розвитку Україна має нижчі позиції, ніж будь-яка країна групи G20, проте за Індексом сталого розвитку – не найгірші; 5) ускладненим є розбіжності у співвідношенні рівня економічного розвитку та Індексу гармонізації; 6) група країн TOP-20 у координатах економічного виміру та сталого розвитку є досить сконцентрованою, проте дещо відділяються від групи країни-експортери енергоресурсів та Південна Корея; 7) для групи країн TOP-20 у координатах Компоненти якості життя та Компоненти безпеки життя маємо дещо розрізнені позиції країн з невизначеними залежностями; 8) переважна більшість країн TOP-20 у координатах Індексу економічного виміру та Індексу сталого розвитку має чітку область скупчення.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження: методичний підхід до визначення закономірностей та відмінних рис у розвитку економічно потужних країн на основі порівняльного аналізу у двовимірному просторі з використанням інтегральних показників (індексів), який, на відміну від існуючих, надає змогу визначити положення країн G20, групи TOP-20 за економічним розвитком та України у координатах індексів сталого розвитку.

Практичне значення отриманих результатів: дослідження положення України поміж країн G20, групи TOP-20 за економічним розвитком надає можливість визначитися з варіантами розвитку країни порівняно з економічно розвиненими країнами.

Напрямок подальших досліджень: доцільно науковий пошук здійснювати, використовуючи динаміку обраних показників, адже зазначене надасть змогу прослідкувати у часі зміну місця у рейтингу та відносного положення країн за значні проміжки часу.

**Література:**

1. The Group of Twenty (G20) [Electronic Resource]: 2014 – Mode of access: [http://www.g20.org/about\\_G20](http://www.g20.org/about_G20)
2. HF [Electronic Resource]: Heritage Foundation. – Електрон. дан. (1 файл). – 2011 – Mode of access: [www.heritage.org](http://www.heritage.org)
3. WEF [Electronic Resource]: World Economic Forum. – Електрон. дан. (1 файл). – 2011 – Mode of access: [www.weforum.org](http://www.weforum.org).
4. Офіційний сайт Світового банку. Data & Research. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://econ.worldbank.org/>.
5. Сайт Світового центру даних з геоінформатики та сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wdc.org.ua/>
6. Національна парадигма сталого розвитку України / за заг. ред. академіка НАН України, д.т.н., проф., засл. діяча науки і техніки України Б. Є. Патона. – К.: Державна установа “Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України”, 2012. – 72 с.
7. Державна служба статистики України. Статистична інформація: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК: 327.82+327.51

**Герасимчук В.Г.***докт. екон. наук, професор,  
Національний технічний університет України “КПІ”***СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО:  
ПРИНЦИПИ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ, ЕФЕКТИВНІСТЬ****СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО:  
ПРИНЦИПЫ, ИНСТРУМЕНТАРИЙ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ****STRATEGIC PARTNERSHIP:  
PRINCIPLES, TOOL, EFFICIENCY**

*Розглянуто концептуальні підходи до визначення поняття “стратегічне партнерство” та його різновидів. Сформульовано умови, критерії та основні принципи встановлення відносин стратегічного партнерства при здійсненні експортно-імпортних операцій. Виділено основні моделі відносин стратегічного партнерства та розмежовано етапи його становлення в Україні. Досліджено результативність співробітництва між державами за відповідними категоріями номінальних стратегічних партнерів. Згруповано за показником ВВП (ГКС) двадцять найпотужніших економік на підставі прогнозних значень розвитку світової економіки до 2050р. Запропоновано рекомендації стосовно прийняття рішень органами влади на предмет визначення векторів стратегічного партнерства. Розроблено заходи для реалізації принципів стратегічного партнерства, спрямовані на зміцнення моралі, відновлення і подальший розвиток освіти, науки, промисловості, аграрного сектору для корінного поліпшення добробуту української нації.*

**Ключові слова:** інструментарій, ефективність, міжнародні відносини, принципи, світова економіка, співробітництво, стратегічне партнерство

*Рассмотрены концептуальные подходы к определению понятия “стратегическое партнерство” и его разновидностей. Сформулированы условия, критерии и основные принципы установления отношений стратегического партнерства при осуществлении экспортно-импортных операций.*

*Выделены основные модели отношений стратегического партнерства и размежеваны этапы его становления в Украине. Исследована результативность сотрудничества между государствами за соответствующими категориями номинальных стратегических партнеров. Сгруппировано по показателю ВВП (ППС) двадцать мощнейших экономик на основании прогнозных значений развития мировой экономики к 2050г. Предложены рекомендации относительно принятия решений органами власти на предмет определения векторов стратегического партнерства. Разработаны мероприятия для реализации принципов стратегического партнерства, направленные на укрепление морали, возобновление и дальнейшее развитие образования, науки, промышленности, аграрного сектора для коренного улучшения благосостояния украинской нации.*

**Ключевые слова:** инструментарий, эффективность, международные отношения, принципы, мировая экономика, сотрудничество, стратегическое партнерство

*The conceptual going is considered near determination of concept "strategic partnership" and his varieties. Laid down condition, criteria and basic principles of establishment of relations of strategic partnership during realization of export and imported operations. The basic models of relations of strategic partnership are distinguished and the stages of his becoming are delimited in Ukraine. Effectiveness of collaboration is investigational between the states after the corresponding categories of nominal strategic partners. Twenty most powerful economies are grouped on the index of GDP (PPP) on the basis of prognosis values of development of world economy to 2050. Recommendations are offered in relation to making decision by government bodies for the purpose determination of vectors of strategic partnership. Measures are worked out for realization of principles of strategic partnership, morals, renewals and further development of education, science, industry, sent to strengthening, agrarian to the sector for the native improvement of welfare of Ukrainian nation.*

**Keywords:** tools, efficiency, international relations, the principles, the global economy, cooperation, strategic partnership

**Вступ.** "Quidguid id est, timeo Danaos et dona ferentes! (Лат.). – Щоб там не було, бійтесь данайців, які дари приносять!" Словосполучення "стратегічне партнерство" популярне у лексиконі державних лідерів. На міждержавні відносини поняття "стратегічне партнерство" перейшло зі сфери підприємництва. Партнери у процесі довгострокового співробітництва вбачають у ньому обопільну вигоду, синергичний ефект. Зазвичай, дві комерційні сторони виявляють зацікавленість у використанні ресурсів один одного задля спільних цілей, що знаходить відображення у відповідних документах (намірах, контрактах і т.п.). Жодна зі сторін не поспішає заявляти про юридичну формалізацію більш тісних стосунків, що може призвести до злиття чи поглинання, як це не раз траплялося у світовій історії [1]. В умовах стратегічного партнерства більш слабка компанія (держава) намагається співробітничати з більш потужною і впливовою компанією (державою).

Аналогічна ситуація має місце як в економіці, так і в політиці, у т.ч. й на макрорівні – міждержавному й глобальному. Зазначимо, що політичні лідери не завжди у заявах стосовно стратегічного партнерства вкладають належним чином виважений зміст у формулюванні намірів співробітництва у функціональному і часовому вимірі. Не оминає такого висновку і зовнішньоекономічна політика незалежної України. Упродовж 1991-2014рр. 4 президенти і 17 керівників урядів оприлюднювали різні варіанти стратегічного партнерства. Офіційного списку стратегічних партнерів України станом на 01.01.2014р. не існує. Експертами зафіксовано проголошення Україною стратегічних стосунків з 19 країнами: Азербайджаном, Аргентиною, Білоруссю, Болгарією, Угорщиною, Грузією, Німеччиною, Ізраїлем, Канадою, Китаєм, Молдовою, Польщею, Росією, Румунією, Словаччиною, США, Туреччиною, Узбекистаном, Фінляндією. Почасти експерти і політики називають цифру "більше двадцяти". До переліку стратегічних партнерів віднесено переважно держави, з якими склалися активні відносини при здійсненні експортно-імпорتنих операцій (табл. 1).

Не дивлячись на досить популярне застосування категорії "стратегічне партнерство", вона й досі не має чітко встановлених критеріїв та параметрів використання. Поняття "стратегічне партнерство" не отримала ґрунтовного вивчення як у вітчизняній, так і в зарубіжній теорії та практиці міжнародних відносин. Проблематика здійснюваного дослідження є досить актуальною з урахуванням тенденцій, викликаних змінами в системі міжнародних відносин. Йдеться про період "потепління" після часів "холодної війни", руйнації "берлінської стіни", розвалу СРСР, серії різнокольорових революцій, продовжуючи поступовим, крок за кроком зміщенням центру політичного і економічного впливу від групи держав "G7" до групи держав "E7".

## Географічна структура експорту товарів з України, 2012р.

Географічна структура експорту товарів	Обсяг, млн. дол. США	Частка у загальному обсязі, %
Країни СНД (Росія, Казахстан, Білорусь, Азербайджан, Молдова)	25 302,6	36,8
Європа (Польща, Італія, Німеччина, Угорщина, Іспанія)	17 424,0	25,3
Азія (Туреччина, Китай, Індія, Ліван, Іран)	17 676,8	25,7
Африка (Єгипет, Марокко, Алжир, Нігерія, Лівія)	5 638,2	8,2
Америка (США, Бразилія, Мексика, Беліз, Канада)	2 607,3	3,8
Австралія та Океанія	50,9	0,1
Усього	68 809,8	100

Складено автором на основі даних Держкомстату України [2]. В дужках вказані найбільші країни-партнери України у даному регіоні.

З урахуванням зазначеного виникає потреба у виробленні концептуальних підходів до осмислення стратегічного партнерства, які б поєднали у собі теоретичне визначення, критерії та параметри даного поняття, а також основні принципи його використання у зовнішньоекономічній діяльності держави.

**Постановка завдання.** Мета наукового пошуку полягає у визначенні факторів і причин виникнення відносин стратегічного партнерства, їх становлення та розвитку, а також розробка рекомендацій практичного спрямування щодо застосування інструментарію цих відносин у зовнішньоекономічній діяльності.

Визначена мета передбачає вирішення наступних завдань дослідження: обґрунтувати виокремлення стратегічного партнерства як особливого інструмента зовнішньоекономічної політики держави, уточнити його теоретичне тлумачення як економічної категорії; дослідити моделі стратегічного партнерства на основі аналізу світового досвіду його застосування; визначити етапи еволюції відносин стратегічного спрямування у зовнішньоекономічній політиці держави; систематизувати типологію відносин стратегічного партнерства; оцінити ефективність використання інструментарію стратегічного партнерства в зовнішньоекономічній діяльності; на основі тенденцій і прогнозів розвитку світової економіки сформулювати пропозиції щодо визначення головних векторів стратегічного партнерства України на найближчу перспективу та на період до 2050 року.

**Методологія.** У процесі проведення дослідження використовувалися загальнонаукові, загальнофілософські та міждисциплінарні методи: системно-структурного, структурно-функціонального та системно-ситуаційного аналізу. В основу дослідження покладено системний, історичний та порівняльний аналіз. При розкритті принципів встановлення відносин стратегічного партнерства використовувалися елементи теорії прийняття рішень. При аналізі тенденцій розвитку відносин стратегічного партнерства використано емпірико-аналітичний, логічний та інституційно-порівняльний методи дослідження.

**Результати дослідження.** Кожна з 250 країн світу у процесі утвердження як суб'єкта міжнародних відносин намагається встановлювати і розвивати співпрацю з іншими державами, різними регіональними та міжнародними організаціями на взаємовигідних умовах. У розмаїтті міжнародних відносин виділяється група держав, яким надається певний пріоритет. Для характеристики розвитку таких відносин і з метою їх відокремлення від стосунків з іншими суб'єктами міжнародного життя стала використовуватися дефініція "стратегічне партнерство".

На рівні підприємства як основної ланки національної економіки стратегічне партнерство означає співпрацю певної компанії з більшою і потужнішою у фінансовому відношенні компанією, яка може забезпечити ресурси для досягнення її економічних та стратегічних цілей. Н.М. Ракутина вважає, що на регіональному рівні стратегічне партнерство є довгостроковою добровільною і взаємовигідною співпрацею, яка ґрунтується на об'єднанні ресурсів, компетенцій, знань і здібностей його суб'єктів, сприяє досягненню максимально ефективної діяльності суб'єктів партнерства і забезпечує стабільний соціально-економічний розвиток регіону [3].

На міждержавному рівні, на думку І.І. Жовкви, стратегічне партнерство виступає як особливий інструмент зовнішньої політики держави, з використанням якого вона узгоджує свої дії на міжнародній арені з іншими державами; взаємодія у використанні даного інструмента та збіг стратегічних національних інтересів двох чи більше держав у декількох сферах призводять до виникнення між ними особливого виду міждержавного співробітництва. У постбіполярній системі міжнародних відносин (США – СРСР) стратегічне партнерство займає дедалі важливіше місце порівняно з іншими видами співробітництва, які засновані на об'єднанні проти спільної загрози або базуються на одній зі сфер співробітництва [4].

Стратегічне партнерство Б. Парахонським та Г. Яворською розглядається як тип міждержавних відносин, побудований у вигляді послідовної системи взаємодії держав у напрямі реалізації спільних стратегічних завдань, інтересів та цілей. На відміну від союзницьких відносин стратегічне партнерство не передбачає жорсткої системи зобов'язань політичного, економічного, гуманітарного або безпекового характеру.

В широкому розумінні стратегічне партнерство – це система взаємодії двох або кількох держав, яка ґрунтується на визнанні спільних цінностей та/або їх бачення, високому рівні співробітництва у визначених сферах, обопільній зовнішньополітичній підтримці, зокрема, в рамках міжнародних організацій, узгодженні позицій у кризових ситуаціях та при вирішенні міжнародних конфліктів [5].

У вузькому розумінні стратегічне партнерство може бути побудовано на більш прагматичних засадах, навколо реалізації масштабних міждержавних проєктів, зокрема, в торгівельно-економічній, транспортно-інфраструктурній, політичній, безпековій та інших галузях.

Наповнення стратегічного партнерства конкретним змістом відбувається залежно від специфіки цілей та завдань, що вирішуються за його допомогою. Для відносин стратегічного партнерства необхідне визначення головних напрямів і цілей взаємодії, засобів їх досягнення, етапів реалізації, запобігання чинників, що можуть стати перешкодою для досягнення запланованого.

Узагальнення міжнародного досвіду, позицій експертів і політиків дозволяє сформулювати умови встановлення стосунків стратегічного партнерства. По-перше, йдеться про наявність принципово важливих для країн-партнерів стратегічних цілей, досягнення яких у рамках звичайної співпраці неможливе. Такими цілями можуть виступати: забезпечення господарського комплексу життєво важливими ресурсами (енергетичними, товарними, фінансовими, інформаційними); надійний і безпечний доступ до життєво важливих регіонів; спільне вирішення проблем безпеки (протидія організованій злочинності, нелегальній міграції, контрабанді зброї і наркотиків, агресивному сепаратизму, тероризму). По-друге, наявність загальних поглядів і підходів по ключових проблемах міжнародної політики, глобального та регіонального розвитку [6].

При обговоренні напрямів співпраці між державами, які заявили про своє стратегічне партнерство, зазвичай, декларуються основні принципи такої співпраці, а саме: загальна зацікавленість партнерів в плідній співпраці, взаємне визнання стратегічного характеру стосунків; готовність враховувати інтереси іншої сторони, йти на компроміси для досягнення стратегічних цілей; взаємна відмова від дискримінаційних чи ультимативних дій; довгостроковий характер партнерських стосунків; наявність дієвих механізмів реалізації стратегічного формату стосунків; правове закріплення змісту і механізмів стратегічного партнерства в двосторонніх документах; дисциплінованість, послідовність і прогнозованість відносин, неухильне виконання взятих на себе зобов'язань; висока ефективність стратегічного партнерства на рівні держави, регіонів, бізнесу, пересічних громадян обох країн [6, 7].

Так, до конкретних принципів, на яких вибудовується стратегічне партнерство між Україною та КНР керівники двох держав задекларували наступні: взаємна підтримка державного суверенітету і територіальної цілісності; повага шляху розвитку, обраного кожною країною; взаємне незастосування сили або загрози силового, економічного чи іншого тиску; активізація політичного діалогу на вищому, високому та інших рівнях; взаємодія в рамках ООН; спільні зусилля у забезпеченні миру, стабільності і безпеки в світі та окремих регіонах; зобов'язання не застосовувати і не загрожувати застосуванням ядерної зброї проти партнера як держави, що не має такої зброї [8].

Узагальнення емпіричного досвіду міждержавних стосунків дає змогу виділити наступні моделі відносин стратегічного партнерства:

- „представницьке стратегічне партнерство”, коли держава, яка є центром сили, встановлює відносини партнерства у тому чи іншому регіоні з державою чи державами, які належним чином зможуть представляти та забезпечувати інтереси даного центру сили;

- „стратегічне партнерство проти спільної загрози”, коли дві чи більше держави об'єднуються для запобігання проявів спільної загрози;



- „тактичне партнерство заради стратегічних результатів”, коли партнерство держав, які намагаються приховати свої основні стратегічні інтереси шляхом акцентування уваги на другорядних тактичних інтересах як основі для партнерства;

- „асиметричне стратегічне партнерство”, коли партнерство держав, які мають великий історичний досвід взаємовідносин та знаходяться в одному геополітичному регіоні, причому, та зі сторін, яка в результаті історичного розвитку відносин досягла більше переваг, виступає домінуючою у відносинах партнерства [4].

Кожна з наведених моделей стратегічного партнерства має низку відповідних ознак. Виділення таких ознак надає можливість встановити відповідну типологію відносин стратегічного партнерства. Почасті їх різновиди існують не як компоненти політичного процесу, а як відокремлені частини відсутньої системи. За формою наявні меморандуми, декларації та хартії – загальні документи, які не визначають конкретні сфери співробітництва і не містять детальних планів їхньої реалізації.

ЄС можна взяти за взірець для наслідування у використанні інструменту партнерства. Відносини у рамках “стратегічного партнерства” вважаються європейськими політиками не інакше, як “клубом для обраних”. Вибудовуються вони на основі детальних технічних двосторонніх документів. До зазначеного клубу входять дев’ять країн. Кожна з цих країн є потужним світовим або регіональним лідером: Бразилія, Китай, Індія, Японія, Мексика, Росія, Південна Африка, США та Канада. Для всіх інших важливих партнерів, включаючи сусідів, існують інші визначення: асоційоване партнерство, партнерство та співробітництво, східне партнерство тощо[9].

Стратегічне партнерство в Україні пройшло чотири етапи становлення:

- на першому етапі (1991-1994рр.) закладалися підвалини використання даного інструмента в дипломатичній практиці України;

- на другому етапі (1994-2005рр.) мало місце масштабне проголошення стратегічних партнерів, кількість яких сягнула двох десятків країн;

- на третьому етапі (2005-2010рр.) відбувалася опосередкована верифікація відносин стратегічного партнерства, коли результати дипломатичної діяльності засвідчували належність тієї чи іншої держави до категорії стратегічних партнерів України (США, Польща, Литва, Грузія, ЄС, НАТО);

- на четвертому етапі (2010-2014рр.) відносини стратегічного партнерства, на першому плані, продовжували “роздвоюватися” між ЄС і Росією з оглядом на США, на другому плані – пролонгація співробітництва з формально визнаними стратегічними партнерами (Німеччина, Польща, Канада, Азербайджан), на третьому плані – оголошення активізації відносин з представниками групи країн, що розвиваються прискореними темпами (Бразилія, Індія, Китай, Туреччина), на четвертому плані – інші країни.

Формально-юридичний аналіз засвідчує наявність восьми номінальних стратегічних партнерів України, проголошених на першому етапі незалежності держави. При дослідженні результатів верифікації цих відносин експертами встановлено, що з восьми номінальних стратегічних партнерів України на початку ХХІ століття такими залишилися лише три держави – США, Росія, Польща, а також дві міжнародні організації – ЄС і НАТО.

Викликає подив і з позицій наукових, і з позицій прагматичних, коли політичні лідери, наголошуючи на важливості формулювання і дотримання ключових принципів стратегічного партнерства, вказують терміни їх дії: 2013-2017рр. З урахуванням зазначеного, варто скористатися результатами дослідження транснаціональної аудиторської компанії PricewaterhouseCoopers(PwC), яка оприлюднила дані щодо нового глобального прогнозу економічного зростання провідних країн світу – “Світ у 2050 році. БРІК та інші країни: перспективи, проблеми і можливості” [10].

Згідно з даними, наведеними в звіті, центр тяжіння глобальної економіки переміщується у бік країн, що розвиваються. У звіті наведена 20-ка найпотужніших економік світу, яку ми образно назовемо “20-2050”. Виходячи зі значень показника ВВП (ПКС) у доларах США, згрупуємо країни 20-2050 за трьома категоріями (табл. 2).

Не важко дійти висновку: по-перше, яка група країн сформує “трикутник” впливу на цивілізаційний розвиток; по-друге, на які країни доцільно орієнтуватися у стратегічних намірах Україні з позицій не занепаду, а з позицій розвитку моралі, освіти, науки, виробництва, безпеки.

## Угруповання найпотужніших економік світу “20-2050”

Країни	ВВП (ПКС), млрд. дол. США
1. Китай, США, Індія	54 000 – 35 000
2. Бразилія, Японія, Росія, Мексика, Індонезія, Німеччина, Франція, Велика Британія, Туреччина	9 000 – 5 000
3. Нігерія, Італія, Іспанія, Канада, Південна Корея, Саудівська Аравія, В'єтнам, Аргентина	5 000 – 2 6000

Складено автором за даними PricewaterhouseCoopers (PwC) [9]

**Висновки.** У дослідженні розглянуто концептуальні підходи до осмислення поняття “стратегічне партнерство”. Вони поєднують у собі теоретичне визначення, критерії та параметри стратегічного партнерства, основні принципи його використання. На підставі аналізу емпіричного досвіду існуючих відносин між державами виділено основні моделі стратегічного партнерства. Розмежовано етапи становлення інституту стратегічного партнерства в Україні. На підґрунті проведеного експертами формально-юридичного аналізу вивчено результативність співробітництва з номінальними стратегічними партнерами. На підставі прогнозних значень розвитку світової економіки, двадцять найпотужніших економік згруповано за показником ВВП (ПКС). Така систематизація дає поштовх для прийняття рішень стратегічного спрямування, реалізація яких Україні відкриває шляхи: а) або і надалі поглиблювати другорядний, сировинно-придатковий характер держави та її економіки у світовій господарській системі, б) або обирати шлях відновлення, зміцнення і подальший розвиток моралі, культури, освіти, науки, промисловості, аграрного сектору для корінного поліпшення добробуту усієї української нації.

## Література:

1. Гомер. Одиссея. – Харків: Фоліо, 2001. – 547 с.
2. Державна служба статистики України. Зовнішньоекономічна діяльність. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Ракутина, Н.М. Стратегическое партнерство в региональном малом бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.epru.ru/lib/elib/Data/Content/128867578325689541/Default.aspx>
4. Жовква І.І. Моделі стратегічного партнерства // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – № 41, част. II. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2003. – С. 32–38.
5. Європейський проект та Україна: монографія / А. В. Єрмолаєв, Б. О. Парахонський, Г. М. Яворська, О. О. Резнікова [та ін.]. – К.: НІСД, 2012. – 192 с.
6. Пашков М. Реалии и перспективы стратегического партнерства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://razumkov.org.ua/ukr/article.php?news\\_id=104](http://razumkov.org.ua/ukr/article.php?news_id=104)
7. Svitlana V. Andros. Impact assessment tools of monetary policy national banks on the parameters of the investment activity of the banking sector. EMIT: Economics Management Information Technology / Editor in Chief Radmilo Nikolic. – Vol.2/No.3/2013. – Bor, Serbia (Kralja Petra Prvog 23) : Gradanska Citaonica Evropa, 2013 – (Bor : Kompjuter centar Bor). ISSN 2217-9011; COBISS.SR-ID 190266636.
8. Янукович і Ху Цзіньтао задекларували принципи стратегічного партнерства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.comments.ua/politics/153570-yanukovich-i-hu-tszintao.html>
9. Зарембо К. Стратегічні партнерства без стратегії, або Чому цей інструмент не працює на користь України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.day.kiev.ua/uk/article/panorama-dnya/strategichni-partnerstva-bez-strategiji>.
10. Прогноз PricewaterhouseCoopers: Экономическое развитие ведущих стран мира в период до 2050г. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2013/01/16/5283>.

Горяньська Т.В.

канд. економ. наук, доцент

Донецький державний університет управління

**«ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА» ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ  
ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН****«ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА» КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ  
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ****«GREEN ECONOMY» - FACTOR OF DEVELOPMENT  
OF THE FOREIGN TRADE RELATIONS**

У статті досліджується концепція «зеленої економіки». Обґрунтована необхідність її розвитку в умовах глобалізації. Концепція «зеленої економіки» дозволить вирішити соціальні, фінансові, паливні, кліматичні та інші проблеми комплексно і досягти не тільки кількісного зростання, але й суттєвих якісних і реальних покращень. Визначені позитивні та негативні сторони впливу «зеленої економіки» на зовнішньоторговельні відносини країн світу. Перехід до нової економічної системи несе потенціальні економічні вигоди країнам, що розвиваються, оскільки відкривають нові можливості для експорту. Одночасно розвиток «зеленої економіки» несе небезпеку «зеленого протекціонізму», який впливатиме на перспективи зростання в окремих країнах. Дослідження існуючої концепції «зеленої економіки» дало змогу запропонувати її новий етап розвитку, який спрямований на зростання добробуту суспільства і соціальних гарантій та одночасно на зменшення екологічних ризиків і дефіцитів. Успішна реалізація нового глобального «зеленого» курсу відбуватиметься завдяки перебудові зовнішньоторговельної політики, яка надасть можливість країнам світу закласти основи для переходу до найстійкішої економічної системи.

**Ключові слова:** глобалізація, «зелена економіка», зовнішньоторговельні відносини.

В статье исследуется концепция «зеленой экономики». Обоснована необходимость ее развития в условиях глобализации. Концепция «зеленой экономики» позволит разрешить социальные, финансовые, топливные, климатические и другие проблемы комплексно и достичь не только количественного роста, но и существенных качественных и реальных улучшений. Определены позитивные и негативные стороны влияния «зеленой экономики» на внешнеторговые отношения стран мира. Переход к новой экономической системе несет потенциальные экономические выгоды развивающимся странам, поскольку открывает новые возможности для экспорта. Одновременно развитие «зеленой экономики» скрывает в себе опасность «зеленого протекционизма», влияющего на перспективы роста в отдельных странах. Исследования существующей концепции «зеленой экономики» дало возможность предложить новый этап ее развития, направленный на рост благосостояния общества и социальных гарантий, а также одновременное снижение экологических рисков и дефицитов. Успешная реализация нового глобального «зеленого» курса зависит от пересмотра внешнеторговой политики, которая предоставит возможность странам мира заложить основы перехода к более стойкой экономической системе.

**Ключевые слова:** глобализация, «зеленая экономика», внешнеторговые отношения.

The «green economy» conception is analyzed in the article. The necessity of its development in terms of globalization is based. The «green economy» conception would resolve social, financial, fuel, climate and other problems in complex way and achieve not only the quantitative growth, but also significant qualitative and real improvements. The positive and negative aspects of «green economy's» influence on foreign trade relations between countries are identified. A transition to a new economic system carries the potential economic benefits to developing countries, as it opens new opportunities for export. Simultaneously, the development of «green economy» conceals the danger of «green protectionism» that affects the prospects for growth in individual countries. The analysis of the existing «green economy» conception has made it

*possible to offer a new stage of its development, aimed at the welfare of society and social safeguards, and at the same time, reduction of environmental risks and deficits. Successful implementation of a new global «green» line depends on the revision of foreign policy, which will provide an opportunity for countries to lay the foundations of the world transition to a more stable economic system.*

**Key words:** *globalization, «green economy», foreign trade relations.*

**Вступ.** Сучасні прояви глобалізації характеризуються системною інтеграцією світових ринків і регіональних економік, усіх сфер життєдіяльності суспільства. Результатом цих процесів є прискорене економічне зростання, впровадження сучасних технологій і методів управління. При цьому зміни, які викликані процесами глобалізації, носять глибинний характер, зачіпають усі сфери життєдіяльності.

Глобалізація залишається потенціальним міцним і динамічним чинником економічного зростання та розвитку. Головна задача сучасності полягає у тому, щоб глобалізація сприяла, передусім, підвищенню добробуту усього населення планети. Однак глобалізаційні процеси, які активно діють в усіх сферах життєдіяльності суспільства, мають ряд негативних наслідків. Так, останнім часом все більш загострюється глобальна проблема бідності, відсталості, голодування. Про її глибинність свідчить факт, що на земній кулі понад 6 млрд. населення, з них 2,6 млрд. існують менш ніж на 2 дол. США в день. При цьому різниця в доходах населення на верхній і нижній ступенях світової соціальної дробини зросла саме в епоху глобалізації з 1:80 до 1:500. За оцінками ООН, 400 найбагатших людей у світі мають більш ресурсів, ніж мільярд бідняків. В умовах глобалізації економіки відбувається дивергенція (посилення диференціації) доходів населення між багатими і бідними країнами. При цьому відбувається загальне збільшення чисельності й питомої ваги найбіднішої частини населення планети, тобто які живуть менш, ніж на 1 дол. США в день [1, с.22-23]. В таких країнах, як Зімбабве, Сомалі, Ліберія, Південний Судан та інших, ВВП на душу населення у 2012 році склав 500 дол. США; 600 дол. США; 700 дол. США; 900 дол. США відповідно. Для порівняння, у розвинутих країнах, які отримують від глобалізації максимальні переваги, ВВП на душу населення у 2012 році склав: США – 49800 дол. США; Німеччина – 39100 дол. США; Велика Британія – 36700 дол. США; Японія – 36200 дол. США.

В умовах глобалізації ключову роль у стимулюванні економічного зростання і розвитку усіх країн світу, гратиме: по-перше, зовнішня торгівля, яка є однією з рушійних сил розвитку і поступового економічного зростання; по-друге, багатостороння торговельна система, яка є універсальною, оскільки основана на правилах, відкритою, недискримінаційною і справедливою; по-третє, реальна лібералізація торгівлі.

Після світової кризи 2009 року світова економіка досить знаходиться в зоні невизначеності щодо подальшого вектора розвитку. Крім того, ситуацію посилює цілий спектр явищ, які синергетично посилюють одне одного як антропогенно, так й суцього економічного характеру (універсальний принцип «кумулятивної причинності» Т.Веблена): зміна клімату; зростання цін на базові продовольчі товари; погіршення біорізноманіття і поставок екосистемних послуг; падіння доступності водних ресурсів; зростання кількості техногенних аварій; неефективне використання значних впливань у світову фінансову систему ліквідних активів тощо [2, с.28].

Незважаючи на успіхи і досягнення світової економіки, все більш потребується значна кількість ресурсів, що виходить за межі можливостей нашої планети. Якщо потреби людства до планети продовжуватиме зростати такими темпами, то до 2030 року знадобиться еквівалент двох планет для підтримки сучасної життєдіяльності, а до 2050 року – 2,8 планети. Відомо, що зростання національних доходів згідно з правилом Кузнецова може позитивно впливати на окремі показники результативності екологічної діяльності в країні. Крім того, вони можуть поліпшуватися, але екологічна ефективність і стійкість при цьому дуже часто продовжують знижуватися [2, с.28-29].

Таким чином, світовому суспільству необхідна нова концепція розвитку, яка дозволить вирішити соціальні, фінансові, паливні, кліматичні та інші проблеми комплексно і досягти не тільки кількісного зростання, але й суттєвих якісних і реальних покращень. Фундаментальні дослідження відомих учених світу, таких як Х.Хендерсон, Л.Браун, Р.Мюррей, К.Галлахер, Р.Раст, Е.Мухлеггер, Л.Маргуліс, Д.Кортен, Б.Фаллер, Х.Делі, П.Хоукен та інших, показали необхідність змін принципів господарювання. Сьогодні багато країн, враховуючи досвід недоліків глобалізаційних процесів, активно шукають нові моделі подальшого розвитку. Як варіант - запропонована концепція «зеленої економіки», тобто економічна система, яка спрямована на зростання добробуту суспільства і соціальних гарантій та одночасно на зменшення екологічних ризиків і дефіцитів. На думку М.Кеннет, тільки «зелена» економіка здатна стабілізувати економічні системи і збалансувати інтереси чоловіка, природи і ефективного використання ресурсів [3].

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження концепції «зеленої економіки», її розвитку в умовах глобалізації та впливу на зовнішньоторговельні відносини країн світу.

**Методологія.** У процесі дослідження використано методи теоретичного узагальнення і порівняння, аналізу і синтезу для визначення поняття «зелена економіка», необхідності її подальшого розвитку як нового глобального курсу у зовнішньоторговельних відносинах країн світу.

**Результати дослідження.** Концепція «зеленої економіки» останні роки набуває особливого значення. Вона широко обговорюється не тільки економістами, але й політиками в контексті сталого розвитку і викоренення бідності, відсталості, голодування. Концепція «зеленої економіки» будується на ідеях багатьох напрямків в економічній науці й філософії, таких як економіка добробуту, екологічна економіка, антиглобалістика, теорія міжнародних відносин та інших, пов'язаних з проблемами сталого розвитку. Її філософським базисом є ідеї комунікативної дії Ю. Габермаса, постмодерністські концепції Ж. Деррида. Методологічні передумови і підходи концепції «зеленої економіки» базуються на математичній теорії і політичній економії в традиційних поглядах маржиналізму В. Джевонса (1871) і Л. Вальраса (1865), а також ідеях інституціоналізму Т. Веблена, просторового розвитку Е. Соджа, соціально-екологічних ідеях А. Саллеха. Ці підходи дозволяють дослідити дійсність через складні мультидисциплінарні методи, які приймають до уваги політичні й соціальні аспекти розвитку економіки у рамках природних і суспільних наук. Моделі економічного розвитку і зростання створюються з урахуванням процесів природознавства з одного боку, а з іншого – охоплюють сферу політичної економії. Поєднуючи класичну політичну економію А. Сміта з новими рішеннями у теоретичних моделях фон Неймана і Моргенштерна, а також системою прийняття рішень К. Ерроу (1951), «зелена економіка» виходить з теорії Р. Голдсмита (2005) про обмеження асиміляційної здатності навколишнього середовища і необхідності перегляду поглядів на економіку в цілому. Таким чином, новий підхід до моделювання в економіці полягає в її синхронізації з природними процесами.

Однак концепція «зеленої економіки» не може замінити концепцію сталого розвитку, оскільки сфера її застосування розуміється у створенні оперативної політичної програми, яка сприятиме появі нових джерел економічного зростання, сумісних з екосистемами, що мають здатність до відновлювання через створення необхідних умов для інновацій, інвестицій і конкуренції. Вона містить ряд заходів, які включають економічні й неекономічні методи, а саме:

- вартісна оцінка природних ресурсів, ціноутворення, які відповідають принципам сталого розвитку;
- державна інвестиційна політика, що спрямована на підтримку розвитку «зелених» технологій, інфраструктури, природного капіталу для відновлювання і збільшення його обсягів;
- відмова від екологічних неефективних субсидій, які необхідні для нестійкої економічної діяльності (сільське господарство, енергетика, риболовство, лісне і водне господарства);
- державні закупки, які заохочують виробництво екологічної продукції, і застосування відповідних принципам сталого розвитку методів виробництва;
- реформування систем «екологічного» оподаткування, що передбачає зміщення акценту з податку на робочу силу в бік податків із забруднення;
- усунення торговельних бар'єрів на шляху екологічних товарів і послуг;
- цільова державна підтримка НІОКР, пов'язана із створенням екологічно чистих технологій.

Крім того, щодо застосування концепції «зеленої економіки» виникає суттєва проблема, яку треба вирішити найшвидше. Вона пов'язана з додатковим ризиком щодо поняття «зеленої економіки», оскільки нова концепція може використовуватися для виправдання односторонніх заходів торговельного протекціонізму, який впроваджуватиме країни світу [3, с. 101].

В документах ЮНЕП «зелена економіка» визначається як система видів економічної діяльності, пов'язаних з виробництвом, розподілом і споживанням товарів і послуг, які призводять до підвищення добробуту людини у довгостроковій перспективі, при цьому не підвергаючи майбутні покоління впливу значних екологічних ризиків або екологічного дефіциту.

Перехід до «зеленої економіки» призведе до зміни структури світової торгівлі. Передусім, перехід до нової економічної системи несе потенціальні економічні вигоди країнам, що розвиваються, оскільки відкривають нові можливості для експорту. Як відзначає експерт ЮНКТАД Арон Косбі, зростання екологічних товарів і послуг, зокрема, з середини 1990-х років перевищує зростання експорту товарів, а також зростання ВВП. Незважаючи на те, що Китай, Індія, Бразилія активно розвивають цю сферу, більшість екологічних товарів виробляється у розвинутих країнах. Але розвиток вітчизняних галузей, що вироблятиме екологічні товари повністю відповідає інтересам країн, що розвиваються [4, с. 12-13].

Безумовно є небезпека, що «зелений протекціонізм» впливатиме на перспективи зростання в окремих країнах. Процес екологізації глобальної економіки може призвести до введення обмежень

щодо торгівлі через встановлення в односторонньому порядку нормативів або коректування міжнародних цін. При цьому більш можуть постраждати країни, що розвиваються, оскільки у них може не виявитися достатньо можливостей для забезпечення дотримань щодо всесвітньо встановлених жорстоких стандартів, що призведе до втрати ринків збуту. У свою чергу, зменшення національного експортного потенціалу призведе до уповільнення темпів зростання, зниження показника зайнятості, погіршення зовнішньоторговельного балансу.

Як відомо, субсидії – це один з важливіших інструментів торгової політики, що широко використовується багатьма країнами світу у таких галузях як сільське господарство, енергетика, рибальство, лісне господарство, водопостачання. Вони грають важливу роль у формуванні вітчизняних виробничих потужностей, але одночасно призводять до перекошування структури торгівлі. Субсидії неоднозначно впливають і часто призводять до негативного ефекту сталого розвитку. При цьому виникає дисбаланс на ринках і загострюються економічні, соціальні, екологічні проблеми. Так, наявність сільськогосподарських субсидій ЄС, США і деяких інших розвинутих країн ставить в нерівні умови виробників сільськогосподарської продукції з країн, що розвиваються, та обмежуючи їх можливості розвитку. Крім того, субсидії часто дозволяють розташовувати виробництва в місцях економічно невігдних або здійснювати діяльність, яка наносить збитки навколишньому середовищу. У свою чергу, усунення деяких видів неефективних субсидій сприятимуть вивільненню коштів національних бюджетів для рішення важливих екологічних або соціальних питань, а також позитивно впливатиме на стан навколишнього середовища. Так, субсидії на рибальство призводять до надзвичайного вилову і виснажуванню рибних ресурсів; субсидії на паливні копалини негативно впливають на зміну клімату.

Щодо відповідності субсидування правилам СОТ – це задача складна і потребує детальної оцінки кожного заходу, порядку його застосування і відповідних ринкових наслідків. Угода про субсидії і компенсаційні заходи ставить поза закону не усі субсидії, а тільки ті, що призводять до диспропорцій у торгівлі, експортні субсидії та субсидії, які обумовлені вимогами до змісту заходів місцевого рівня. Крім того, в Угоді передбачається, що країна-член СОТ може вимагати відміни субсидій, якщо доказані збитки, які вони наносять вітчизняним виробникам. Особливо це стосується виробництва біопалива. Низькі обсяги зовнішньої торгівлі пов'язують, передусім, з тим, що більшість країн субсидують внутрішнє виробництво і використання біопалива. Найрозповсюдженішою формою державної підтримки є зниження ставки податку на паливо. Однак для залучення інвестицій також застосовуються позики за зниженими процентами, державні гарантії кредитів і активна підтримка досліджень та розробок [7, с.12].

Також є небезпека від застосування екологічних стандартів, які у цілому мають важливе значення для переходу до «зеленої економіки», але можуть призвести до нової форми протекціонізму. Прикладом може слугувати коректуючий прикордонний вуглеводний податок, який вводиться для товарів, що імпортуються з країн з менш жорсткими законодавчими вимогами до викидів парникових газів. До речі, основними ініціаторами впровадження цього податку виступають США і країни ЄС. Крім того з 2007 року у Великій Британії, а в останні роки і в країнах Європи, США, Японії застосовується практика вуглеводного маркування продовольчих та інших товарів з позначкою кількості (у грамах) викидів парникових газів при виробництві й транспортуванні одиниці таких товарів. Масштаби реалізації продукції з вуглеводним маркуванням у Великій Британії в 2010 році перевищили обсяги реалізації продукції з органічним маркуванням (2 млрд. фунтів стерлінгів проти 1,5 млрд. відповідно) [8, с.12-13]. Застосування різноманітних екологічних стандартів пояснюється, передусім, занепокоєнням цих країн за власні промислові підприємства, які виявлятимуться не конкурентоздатними поряд з підприємствами інших країн, де викиди вуглеводу не регулюються. Багато експертів виказують сумніви щодо застосування таких заходів, оскільки вони суперечать правилам міжнародної торгівлі. Але екологічні податки і збори все більш застосовуються усіма країнами світу. Їх мета – інтернаціоналізація зовнішніх витрат і стримування розвитку галузей, що не є «зеленими». Серед експертів існує думка, що екологічні податки і збори знижують конкурентоздатність національної продукції порівняно з імпортними товарами.

Крім того, правила, стандарти, обмеження, які базуються на різних методах обробки і виробництва, можуть використовуватися як забезпечення неправомірної переваги для вітчизняних виробників (наприклад, маркування по вуглеводній складовій). Зменшення тарифних і нетарифних методів відносно товарів для охорони навколишнього середовища є необхідним чинником переходу до «зеленої економіки» і саме розвинуті країни намагатиметься класифікувати свій товар і послуги як «екологічні» та сприятимуть їх просуванню на ринки інших країн, навіть у випадках, якщо вони не будуть екологічними.

Добровільні програми екомаркування і сертифікації, що сформовані під впливом ринку, розповсюджені найширше, ніж державні програми стандартів і маркування. Найефективнішими з них є програми з тропічної деревини і кави. Вони носять дискримінаційний характер щодо виробників, які не мають доступу до передових технологій і ноу-хау, а також відносно дрібних виробників, для яких встановлені витрати на сертифікацію можуть являтися свого роду бар'єром. Діяльність держави в рамках таких програм обмежується тільки підтримкою дрібних виробників у країнах, що розвиваються [7, с.11].

Таким чином, перехід до «зеленої економіки» і як результат - підвищення стандартів матимуть серйозні наслідки для експортерів з країн, що розвиваються. З метою мінімізації ризиків, уряди цих країн повинні розробити відповідні заходи щодо сприяння створення національного і регіонального потенціалу з тестування і сертифікації товарів. Вдосконалення існуючих національних стандартів та їх наближення до міжнародних аналогів допоможе просуванню товарів на зовнішні ринки, а також призведе до зниження місцевого забруднення і підвищення ефективності використання ресурсів.

Одним із стимулів розвитку «зеленої економіки» є лібералізація торгівлі, яка може призвести до збільшення торговельних потоків товарів і послуг природоохоронного призначення. Це у свою чергу прискорить заміну старих технологій і сприятиме зменшенню рівня забруднення і шкоди, що наноситься навколишньому середовищу відходами.

Сьогодні масштаби світового виробництва «зеленої продукції» незначні. Вартість виробленої продукції і послуг цієї галузі виробництва у 2010 році оцінювалися в 2 трлн. дол. США, або 2,7% світового ВВП, прибуток – в 530 млрд. дол. США, зайнятість – в межах 10 мільйонів чоловік [8, с. 10]. Але вклад «зеленої» галузі у розвиток господарського комплексу окремих країн, які концентрують основну частину своїх потужностей та інвестицій на виробництві «зеленої продукції» значно вище. Так, у США «зелена економіка» виробляє продукції і послуг понад 600 млрд. дол. США (4,2% ВВП), зайнятість оцінюється в 3 млн. чоловік; у Японії – 3,4% ВВП і майже 1,5 млн. чоловік відповідно; в країнах ЄС – 2,5% сукупного ВВП і понад 3,4 млн. чоловік. При цьому в окремих країнах ЄС наведені показники у цілому вище: у Німеччині – близько 4,8% і світове лідерство з експорту екологічних чистих товарів і послуг, зокрема, понад 12% світової торгівлі обладнанням із збереження клімату; у Великій Британії, яка є світовим лідером у частці «зеленої» галузі у ВВП – 8,8% або 240 млрд. дол. США, частка в експорті складає 5%, зайнятість – 3% [8, с. 10-11].

**Висновки.** Наукова новизна дослідження полягає в обґрунтуванні необхідності розвитку «зеленої економіки», яка сприятиме новим зовнішньоторговельним відносинам країн світу. На наш погляд, найважливіший чинник, що обумовлює зміцнення позицій «зеленої економіки» в усьому світі, полягає у високій наукоємності розробок і високому рівні технологічності «зелених виробництв», які забезпечують прискорений перехід до нового VI технологічного укладу. Саме він визначатиме фон світового господарства і конкурентноздатність національних економік майбутнього.

Таким чином, «зелена економіка» повинна розвиватися з урахуванням продуманого, диференційованого і поетапного підходу до виробничо-технологічної, соціально-економічної і природно-географічної специфіки регіонів і країн. Успішна реалізація нового глобального «зеленого» курсу відбуватиметься завдяки перебудові зовнішньоторговельної політики, яка надасть можливість країнам світу закласти основи для переходу до найстійкішої економічної системи.

### Література:

1. Паньков В.С. Глобализация экономики: quails es et quo vadis? //Мировая экономика и международные отношения. – 2011. - № 1. – с.16-24.
2. Захарова Т.В. «Зеленая» экономика как новый курс развития: глобальные и региональные аспекты // Вестник Томского государственного университета. – 2011. - № 4 (16). – с.28-38.
3. Kennet M. What Green Economics? An age of global transformation – An Age of Green Economics. - Режим доступа: [www.greenecomomics.org.uk](http://www.greenecomomics.org.uk).
4. Мосты. Июнь 2011. Выпуск 3. Между торговлей и устойчивым развитием. Режим доступа: [www.rgwto.com](http://www.rgwto.com).
5. Зоимова Э.М., Гомбоев Б.О. «Зеленая» экономика – повестка для конференции ООН по устойчивому развитию (Рио+20) //Вестник Бурятского государственного университета . – 2012. - № 1. – с.96-109.
6. Навстречу «зеленой» экономике: путь к устойчивому развитию и искоренению бедности. Обобщающий доклад для представителей властных структур. – UNEP, 2011. – Режим доступа: [www.unep.org/greenecomomy](http://www.unep.org/greenecomomy).
7. Цель и темы Конференции Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию. Доклад Генерального секретаря от 22.10.2010. - Режим доступа: [www.un.org](http://www.un.org).
8. Порфирьев Б. Рабочие материалы Карнеги. «Зеленая» экономика: реалии, перспективы и пределы роста. Апрель, 2013. – Режим доступа: <http://www.carnegie.ru>.

**Гречко А.В.**

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

## **ВПЛИВ ПРОЦЕСУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СИСТЕМУ ОПОДАТКУВАННЯ ЯК СКЛАДОВУ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА**

## **ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССА ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА СИСТЕМУ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КАК СОСТАВЛЯЮЩУЮ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ**

## **THE INFLUENCE OF GLOBALIZATION ON THE SYSTEM OF TAXATION AS A COMPONENT OF INSTITUTIONAL ENVIRONMENT**

Стаття присвячена дослідженню впливу процесу глобалізації на систему оподаткування фізичних і юридичних осіб як складову інституційного середовища. Автором систематизовано чинники впливу процесу глобалізації на податкову сферу, проведено аналіз ступеня глобалізації економіки України, встановлено взаємозалежність між рівнем економічного розвитку та отриманням позитивного ефекту від глобалізаційних процесів, виявлено основні тенденції розвитку податкової системи України на основі даних міжнародних рейтингів, а також здійснено оцінку рівня оподаткування в країні, виявлено динаміку показників, що характеризують рівень розвитку вітчизняної податкової системи. Також в статті обґрунтовано необхідність підвищення ефективності інституційного середовища в Україні з метою створення сприятливих умов для функціонування суб'єктів господарювання. За результатами проведеного дослідження автором були надані практичні рекомендації по підвищенню ефективності і конкурентоспроможності вітчизняної податкової системи.

**Ключові слова:** податки, інституційне середовище, глобалізація, розвиток, податкове навантаження, міжнародні рейтинги.

Статья посвящена исследованию влияния процесса глобализации на систему налогообложения физических и юридических лиц как составляющую институциональной среды. Автором систематизированы факторы влияния процесса глобализации на налоговую сферу, проведен анализ степени глобализации экономики Украины, установлено взаимозависимость между уровнем экономического развития и получением положительного эффекта от глобализационных процессов, а также выявлены основные тенденции развития налоговой системы Украины на основе данных международных рейтингов, осуществлена оценка уровня налогообложения в стране, выявлены динамику показателей, характеризующих уровень развития отечественной налоговой системы. Также в статье обоснована необходимость повышения эффективности институциональной среды в Украине с целью создания благоприятных условий для функционирования субъектов хозяйственной деятельности. По результатам проведенного исследования автором также были представлены практические рекомендации по повышению эффективности и конкурентоспособности отечественной налоговой системы.

**Ключевые слова:** налоги, институциональная среда, глобализация, развитие, налоговая нагрузка, международные рейтинги.

The article investigates the impact of globalization on the system of taxation individuals and legal entities as a component of the institutional environment. The author systematizes the factors of influence globalization on the tax sphere, the analysis of degree globalization economy of Ukraine, established the interdependence between the level of economic development and the positive effect of globalization



*processes, the basic tendencies development of the tax system of Ukraine on the basis data of the international rankings, as well as estimation of the level taxation in the country, revealed the dynamics of the indicators level of development the domestic tax system. Also in the article the necessity of increasing the efficiency of the institutional environment in Ukraine in order to create favorable conditions for the functioning of economic entities. According to the survey, the author were provided practical recommendations to enhance efficiency and competitiveness of the domestic tax system.*

**Keywords:** *taxes, institutional environment, globalization, development, tax burden, the international ratings.*

**Вступ.** На сучасному етапі розвитку економічних відносин глобалізація розглядається як «соціально-економічний процес світового масштабу, породжений розвитком інноваційних і цифрових технологій» [1, с.492]. Процес глобалізації є досить неоднозначним, а його наслідки можуть бути як позитивними так і негативними. Саме тому досить дискусійним є питання щодо того якою за рівнем розвитку має бути країна, щоб скористатися перевагами від глобалізації, яке інституційне середовище має бути сформоване для максимізації ефекту від глобалізації та які вигоди можна отримати від участі в даному процесі. Дані питання викликають значний інтерес, як у науковців, так і у практиків господарської діяльності, оскільки вони є не достатньо вивченими та потребують подальших розробок. У даному дослідженні особливу увагу хотілося б приділити питанню впливу глобалізації на розвиток вітчизняної системи оподаткування, як складової інституційного середовища країни. Адже податкове законодавство на сьогоднішній день є досить не стабільним, а система оподаткування знаходиться на стадії постійного активного реформування. Крім цього з кожним роком відчувається все більший вплив глобалізаційних процесів на розвиток економіки і приєднання до нього є неминучим для відкритої економіки. Однак вітчизняне інституційне середовище має безліч недоліків, які будуть лише поглиблюватися під впливом глобалізації. Саме тому автор вважає доцільним приділити увагу податковій системі як одній зі складових інституційного середовища, що має вагомий вплив на економічні процеси та може мати як стимулюючий так і стримуючий вплив.

Дослідженням виникнення процесу глобалізації, впливу її на ту чи іншу сферу діяльності соціуму займалося ряд іноземних та вітчизняних науковців, серед яких: А. Разін, В. Танзі, р. Дернберг, А.І. Крисоватий, О. Білорус, Б. Одягайло, Т. Кальченко, П. Варналій, П.В. Мельник та інші. Більшість сучасних досліджень спрямована на вивчення самого процесу глобалізації, його складових елементів, напрямків, переваг і недоліків участі в глобалізаційних процесах, а також результатів процесу глобалізації, а питання впливу даного процесу на сферу оподаткування, як одну з найважливіших складових інституційного середовища є не достатньо вивченим, тому проведене автором дослідження є досить актуальним на сучасному етапі розвитку економічних відносин.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є визначення впливу глобалізації на систему оподаткування фізичних і юридичних осіб як складову інституційного середовища та на основі проведеного дослідження надання рекомендацій щодо її вдосконалення з метою отримання позитивного ефекту від глобалізаційних процесів. Відповідно до зазначеної мети, в роботі поставлено та вирішено наступні завдання:

- визначено рівень глобалізації економіки України;
- досліджено проблеми розвитку інституційного середовища України;
- проведено ґрунтовний аналіз податкової складової інституційного середовища вітчизняної економіки;
- досліджено місце України в міжнародних рейтингах за податковою складовою;
- виявлено можливості подальшого розвитку податкової складової інституційного середовища України;
- надано практичні рекомендації по вдосконаленню податкової системи України.

**Методологія.** Теоретико-методологічну основу дослідження складають праці провідних вітчизняних та зарубіжних науковців. При проведенні даного дослідження був використаний метод аналізу, за допомогою якого проводиться дослідження рівня глобалізації, а також розвитку і конкурентоспроможності податкової системи України. На основі методу наукової абстракції в даному дослідженні автором виділяється податкова складова інституційного дослідження для більш глибокого аналізу. Також автором був використаний системний підхід та статистичний метод.

**Результати дослідження.** У найбільш загальному вигляді, під глобалізацією варто розуміти поступове перетворення світового простору в єдину зону де вільно переміщуються фактори виробництва: капітали, товари, послуги, інформація, робоча сила, формується єдине інституційне середовище. Поряд з цим, зважаючи на значний інтерес до даного напрямку дослідження варто

відзначити, що в світовій економічній літературі існує досить широкий спектр підходів до визначення даного поняття. Так, американський професор М. Інтріллігейтор, під поняттям глобалізації розуміє «значне розширення світової торгівлі й всіх видів обміну в міжнародній економіці при явно вираженій тенденції до все більшої відкритості, інтегрованості й відсутності границь» [10, с. 129]. Професор Паризького інституту політичних досліджень Б. Баді пропонує не одне визначення, а три кожне з яких є доповненням іншого [11, с. 139-140]: 1. гомогенізація світу (життя по єдиних принципах, прихильність єдиним цінностям, звичаям і нормам поведінки, прагнення до універсалізації та уніфікації); 2. зростаюча взаємозалежність (поява нових акторів загальнопланетарної сцени – глобальних фірм і корпорацій, релігійних угруповань, транснаціональних управлінських і банківських структур, які взаємодіють на рівних засадах не тільки між собою, але й з державами, що ще недавно монополізували всю сферу міжнародних відносин); 3. особливо виділяється глобалізація як історичний процес, що розвивається протягом багатьох століть.

Таким чином, як зрозуміло з наведених вище визначень глобалізація має безліч проявів серед яких: лібералізація фінансових ринків, торгівлі, руху капіталу та робочої сили; активне переміщення інформаційних потоків; створення транснаціональних корпорацій та міждержавних структур тощо. Дослідження процесів глобалізації в економіці не однократно показали, що на сучасному етапі розвитку економічних відносин їй підкорені майже всі економіки світу, однак позитивний ефект від даного процесу здатні отримувати лише економічно розвинені країни. Про це свідчать наступні статистичні дані: 80% усіх ресурсів контролює так званий «золотий мільярд», що охоплює лише п'яту частину населення планети (у тому числі, США і країни Західної Європи – 70% світових ресурсів). Процвітаючі 20% країн розпоряджаються 84,7% світового ВВП, на їхніх громадян припадає 84,2% світової торгівлі і 85,5% заощаджень на внутрішніх рахунках [5]. З 1960 року розрив між найбагатшими і найбіднішими країнами більш ніж подвоївся, що статистично підтверджує неспроможність будь-яких обіцянок справедливості у наданні допомоги країнам, що розвиваються [5]. Таким чином, слаборозвинені країни, що приєднуються до глобалізаційних процесів ризикують втратити фактичну владу, яка поступово починає переходити до країн-власників значних капіталів, міжнародних організацій та транснаціональних корпорацій, що по суті може загнати країни, що мають нестабільну економіку у ще більшу депресію і зробити їх повністю залежними від країн-лідерів. Однак, до процесу глобалізації в тій чи іншій мірі приєднуються всі країни з відкритою ринковою економікою. Так, на сьогоднішній день існує дві методики оцінки рівня глобалізації економіки: Індекс Глобалізації KOF (KOF Index of Globalization) [13], розроблений Швейцарським економічним інститутом та Швейцарським федеральним технологічним інститутом та Індекс рівня глобалізації (Global Cities Index) розроблений консалтинговою компанією A.T. Kearney.

У 2012 році при розрахунку Індексу Глобалізації KOF оцінювалося 187 країн за 23 показниками, що характеризують економічну, соціальну та політичну глобалізація. Коефіцієнт вагомості кожної з трьох груп становить відповідно: 36, 37 та 26%. Економічна глобалізація вимірює фактичні економічні потоки у відсотках до ВВП (торгівля, прямі іноземні інвестиції, виплати доходів іноземним громадянам) та вивчає дані про обмеження на міжнародну торгівлю та капітал. Соціальна глобалізація визначається за показниками розділеними на три групи: 1) особисті контакти (обсяг телефонного трафіку, грошові перекази (відсоток від ВВП), іноземний туризм, іноземні мешканці (відсоток від загальної чисельності населення), кількість листів за кордон (на душу населення)); 2) інформаційні потоки (інтернет-користувачі (на 1000 осіб), телебачення (на 1000 осіб), торгівля газетами (відсоток від ВВП); 3) культурна близькість (кількість ресторанів McDonald's (на душу населення), кількість магазинів IKEA (на душу населення), торгівля книгами (у відсотках від ВВП). Рівень політичної глобалізації визначається на основі членства країни в міжнародних організаціях, участю в місіях Ради Безпеки ООН і в міжнародних угодах, кількістю посольств в країні. За результатами даного дослідження Україна посіла 44 місце, зокрема по економічній глобалізації – 61 місце; соціальної глобалізації – 69 місце; політичної глобалізації – 43 місце [13].

Індекс рівня глобалізації дозволяє ранжувати міста в залежності від рівня глобалізації за наступними ознаками: рівень ділової активності (30%), людський капітал (30%), інформаційний обмін (15%), культурний рівень (15%) і політична вага (10%). Міста характеризують за 24 економічними, соціальними і політичними критеріями: кількість штаб-квартир компаній, що входять до числа 500 найбільших компаній світу; розміри фондового ринку; кількість університетів світового значення; частка населення з вищою освітою; кількість прийнятих іноземних туристів; кількість міжнародних спортивних змагань тощо. Проте з пострадянських міст до списку потрапила лише Москва [14].

Дані дослідження говорять про те, що процес глобалізації є неминучим, тому необхідною задачею кожної країни є створення такого інституційного середовища яке б давало змогу скориста-

тися перевагами глобалізації. Якість інституційного середовища має критичне значення для економічного розвитку. Рівень розвитку інституційного середовища визначається ефективністю захисту прав власності, якістю судової системи і її незалежністю, досконалістю податкової системи, роботою бюрократичного апарату та глибиною фінансових ринків. На сьогоднішній день інституційне середовище в Україні є недосконалим, що виявляється в нерозвиненості ринкових регуляторів (несформований механізм конкуренції, слабка мотивація суб'єктів господарювання до впровадження нових технологій); неврегульованості системо утворюючих сфер (політичної влади, податкової системи, системи власності); суперечливості норм податкового законодавства та відсутності дієвого механізму контролю його дотримання; невідповідності діючих інститутів сучасним умовам розвитку економіки і суспільства. Як показують дослідження інституційного середовища 134 країн світу проведені Світовим Економічним Форумом, існує прямий зв'язок між ефективністю функціонуючих в країні інститутів та рівнем соціально-економічного розвитку країни. Нажаль в даних дослідженнях Україна займає останні позиції, що ще раз підтверджує необхідність розбудови інституційного середовища. Також, ступінь розвитку інституційного середовища можна оцінити за індексом економічної свободи, згідно якого Україна у 2013 році посіла 161 місце серед 177 країн, що свідчить про досить низький рівень розвитку інститутів. В даній статті, автором приділяється увага лише податковій складовій інституційного середовища, оскільки рамки даного дослідження не дозволяють в повній мірі розглянути весь спектр питань, що стосуються розвитку інститутів. Отже, як вже було згадано раніше, для отримання позитивного ефекту від участі в процесі глобалізації, одним з елементів інституційного середовища який необхідно вдосконалити є податкова система. Така ситуація зумовлена тим, що процес глобалізації не виправляє вади економічної системи (в нашому дослідженні саме податкової сфери), а навпаки поглиблює їх і вразі існування прогалів в сфері регулювання економіки, здатна значно погіршити ситуацію в країні.

В. Танзі називає чинники впливу глобалізації на систему державних фінансів й податків «фіскальними термітами», які зсередини «роз'їдають» цілісність податкової системи країни [6, с. 5–15]:

1. Електронна комерція та електронні трансакції. Зменшує базу оподаткування, оскільки торгівля відбувається віртуальними товарами з використанням інтернет технологій (музика, фільми, книги, журнали тощо), походження яких встановити неможливо. Швидкий розвиток електронної торгівлі зумовлений значним скороченням часу передачі товару від продавця до покупців, зменшенням витрат на оформлення документації на товари та їх подальше обслуговування, що дозволяє в значній мірі знизити їх собівартість і звичайно можливістю уникнути оподаткування.

2. Електронні гроші. За такої системи обігу грошей під прямою загрозою опиняються як податки з продажу, оскільки торговельно-посередницькі трансакції не підпадають під систему документального обліку, так і прямі податки.

3. Трансферне ціноутворення в межах однієї транснаціональної корпорації. З 2013 року вступила в дію стаття Податкового кодексу про ринкові ціни, що стало першим кроком у вирішенні питання контролю трансферних цін, однак варто зазначити, що в даній статті відсутній механізм і порядок застосування ринкових цін, що провокуватиме суперечності між платниками та податковими органами. Двадцятивідсоткове відхилення від ринкових цін створює можливості для додаткових маніпуляцій при ціноутворенні. Поряд з цим, податкові органи мають звертатися в суд для проведення додаткових податкових нарахувань за порушення правил звичайних цін.

4. Офшорні зони. Один з найбільш відомих механізмів ухиляння від сплати податків саме з використанням офшорних зон, а саме відкриття рахунків в таких зонах та переливання в них капіталів.

5. Деривативи та хеджові фонди. Застосування похідних фінансових інструментів призводить до ще більшої асиметрії інформації, ніж у електронній комерції. Проблема ідентифікації бенефіціарія подібних угод, трансакцій, доходів, а також визначення його місця резиденції та місця походження доходу є дуже значною. Податкові органи внаслідок цих та інших причин не здатні визначити об'єкт оподаткування доти, доки сам платник податку не задекларує його. Сьогодні обсяги грошових потоків, які проходять через хеджові фонди, зареєстровані на офшорних територіях, сягають трильйонів доларів США і прогнозовано зростатимуть у майбутньому [7].

6. Нездатність оподатковувати фінансовий капітал. На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій існує можливість швидкого переміщення інформації та грошей між країнами, тому платники податків можуть обирати для свого резиденства низько податкові юрисдикції.

7. Зростаюча іноземна активність резидентів. В силу обмеженості обміну інформацією між податковими органами різних країн, особи, що здійснюють свою діяльність за кордоном можуть ухилятися від сплати податків на доходи отримані в інших країнах. І хоча Україна має договори з 60-ма країнами світу про уникнення подвійного оподаткування – низький рівень розвитку податкової системи

в нашій країні у будь-якому випадку провокує приховування доходів і недоотримання коштів бюджетом. Економічні труднощі, які виникли в Україні у зв'язку з переходом до ринкових відносин істотно вплинули на інтенсивність і територіальні напрями міграцій. З 1992 року міграційний приріст почав швидко зменшуватися – з 287,8 тис. до 54,5 тис. у 1993 році. У 1994 році вже спостерігалось міграційне скорочення, яке склало 142,9 тис. За 1994 – 2001 роки кількість емігрантів з України перевищила кількість іммігрантів на 1155,8 тис. осіб, щорічне міграційне скорочення становило 144 тис. осіб. Найбільше людей з України емігрувало в Російську Федерацію, США, Німеччину, Канаду, Ізраїль. Останніми роками в імміграційних потоках України переважає обмін населенням з країнами колишнього СРСР. За повідомленням Державного комітету статистики лише у 2011 році в Україну на постійне місце проживання приїхало 20 тисяч мешканців Росії [8]. Серед нелегальних іммігрантів зростає частка уродженців з країн СНД – Молдови і Грузії, а також російських громадян із Чечні. З 2002 року міграційне скорочення швидко зменшувалось і за 2002 – 2004 рр. склало 65,6 тис., або 22 тис. на рік. З 2005 року спостерігається міграційний приріст який за 2005 – 2011 склав 98,8 тис. осіб, в середньому 14,1 тис. на рік. Масштаби трудової міграції з України оцінюються у 1,4 – 2,7 млн. осіб, з них більше половини – нелегали. Основні країни трудової міграції – Росія (48%), Чехія (12%), Італія (13%), Польща (8%), Угорщина, Іспанія, Португалія (3%). Станом на початок 2012 року громадяни України склали найбільшу групу легальних мігрантів у країнах ЄС [8].

8. Іноземні покупки. На сьогоднішній день достатньо розвиненим є туризм та так звані «шопінг-тури», які дають можливість купувати товари за кордоном за значно нижчими цінами та без перешкод перевозити їх через кордон. Така ситуація зумовлює проблему суттєвого зниження бази оподаткування непрямыми податками в Україні.

Крім даних восьми чинників виділяють також податкову конкуренцію [7]. Податкова конкуренція передбачає пропозицію платникам податків більш сприятливих і гнучких умов оподаткування з метою залучення іноземного капіталу в країну. Тобто іншими словами податкова конкуренція – це боротьба між країнами за платника податку. В умовах існування податкової конкуренції Україна суттєво програє, оскільки в країні існує значний податковий тиск на платників податків, зокрема на суб'єктів малого бізнесу, податкове законодавство не досконале, а система адміністрування податків є досить складною. Про це свідчать дані міжнародних рейтингів в яких країна за податковою складовою знаходиться на останніх позиціях.

За даними рейтингу податкових систем Paying Taxes, підготовленим Світовим банком спільно з Price Waterhouse Coopers, середньостатистичне українське підприємство протягом 2010 року сплатило 147 податків та платежів, а протягом 2011 – 1012 років – 135, що є найгіршим показником у світі. Проте, слід відзначити, що з прийняттям Податкового Кодексу спостерігається позитивна тенденція по кількості податків [7]. Вагомими показниками являються час для сплати податкових платежів та сукупна податкова ставка (Таблиця 1).

Таблиця 1

**Динаміка показників, що характеризують рівень розвитку податкової системи України [7]**

Рік	Час для сплати податкових платежів	Сукупна податкова ставка (у відсотках до комерційного прибутку)	Місце України серед інших країн світу за рівнем сукупної податкової ставки
2009	848	58,4	147 місце серед 181 країни
2010	736	57,2	149 місце серед 183 країн
2011	657	55,5	149 місце серед 183 країн
2012	657	57,1	152 місце серед 183 країн

\* Для порівняння: середня сукупна податкова ставка у світі складає 44,8 % від комерційних прибутків, середня кількість податкових платежів за рік – 28,5, а середня кількість часу для здійснення цих платежів – 277 годин на рік.

Податкова свобода визначається виходячи з рівня податкового навантаження встановленого в країні, який розраховується як відношення суми податкових надходжень до ВВП:

$$Кп.н. = \frac{\text{Податкові надходження}}{\text{ВВП}} \times 100\%$$

Проаналізуємо динаміку цього показника за останні роки (табл. 2).

## Оцінка рівня оподаткування за 2009–2011 роки [8, 12, 15]

Роки	ВВП (млн. грн)	Податкові надходження (млн. грн.)	Коефіцієнт податкового навантаження
2009	913345	148915,6	0,163
2010	1094607	261605,0	0,152
2011	1316600	207522,10	0,157
2012	1408,9	274,7	19,5

Для порівняння на першому місці в світі з податкової свободи знаходяться Бахрейн, Кувейт та об'єднані Арабські Емірати. В Бахреїні відсутнє оподаткування особистих доходів і більшість компаній не оподатковуються корпоративним податком, разом з тим розмір корпоративного податку на прибуток нафтових компаній становить 46%. Загалом податкові надходження становлять 4 % від ВВП країни. У Кувейті також не оподатковуються індивідуальні доходи, а корпоративний податок, який становить 15% сплачують в основному іноземні та спільні підприємства. У податковій системі Кувейту відсутні як ПДВ так і податок з обороту. В ОАЕ податок на прибуток корпорацій має диференційовані ставки залежно від виду діяльності та справляється лише в деяких еміратах. В податковій системі відсутній податок з обороту і загальний показник податкового навантаження в країні не перевищує 3 % ВВП.

Європейська Бізнес Асоціація (ЄБА) визначила податковий індекс України на рівні 1,9 балів за 5-ти бальною шкалою. Визначення податкового індексу здійснювалося на підставі опитування 117 компаній, що входять до складу ЄБА. Податковий індекс розраховується по таких компонентах, як: якість податкового законодавства, яке займає в структурі індексу 15%; адміністрування податків - 40%; фіскальний тиск - 30%; якість податкового обслуговування - 15%. Дослідження податкового індексу України показало, що найнижчий індекс спостерігається за показником «адміністрування податків» - 1,62. Рівень податкового законодавства оцінюється в 1,76, рівень фіскального тиску - в 2,11. Найвищий показник - якість податкового обслуговування - 2,36.

Таким чином, дані дослідження доводять той факт, що податкова система України не є конкурентоспроможною. Усвідомлення важливості цих обставин змушує вносити відповідні корективи до податкової політики та до системи оподаткування України. Це фактично означає створення таких умов функціонування суб'єктів господарювання, що сприяли б вирішенню цих завдань. Першим пріоритетом в галузі оподаткування має стати створення сприятливого фіскального простору для активізації підприємницької діяльності. Можливим варіантом його вдосконалення може стати не просто зниження ставки податку на прибуток, а диференційований підхід до її використання. Так, за умови вилучення прибутку акціонери мають сплатити податок за повною ставкою, або, навіть, за підвищеною. У разі ж подальшого його інвестування у виробництво, до такого прибутку мають застосовуватися знижені ставки податку, або взагалі він може звільнитися від оподаткування податком на прибуток.

Крім цього, наповнення бюджету за рахунок податків та одночасне припинення зростання податкового тиску на суб'єктів підприємницької діяльності технологічних галузей та фізичних осіб можливе за рахунок збільшення навантаження на тих платників податків, котрі провадять господарську діяльність з експлуатацією природних ресурсів (зокрема підприємства, що забруднюють довкілля), оскільки в даному сегменті фіскальна функція реалізована не в повній мірі.

Важливим кроком в боротьбі з несплатою і приховуванням доходів фізичних осіб є подальше поглиблення диференціації ставки податку на доходи фізичних осіб. При цьому мають бути впроваджені економічно обґрунтовані ставки нижчі 15% для верств населення з незначним доходом, для мешканців регіонів та населених пунктів, чиї доходи суттєво відрізняються від доходів жителів великих міст, а також до доходів працівників установ, що мають соціальну спрямованість і не здійснюють комерційну діяльність (школи, дитячі садки, поліклініки). Поряд з цим для доходів, що становлять більше десяти прожиткових мінімумів можна також ввести прогресивну шкалу оподаткування, котра буде становити від 17% і до економічно обґрунтованого максимуму та буде збільшуватися пропорційно до зростання доходу.

Ще однією мірою покращення фіскального середовища є розширення групи підакцизних товарів, зокрема віднесення до них товарів шкідливих для здоров'я. Також можливе підвищення ставки ПДВ для предметів розкоші, до яких відносяться автомобілі з великим об'ємом двигуна, літаки,

дорогоцінності, яхти, нерухомість, хутра. При цьому має бути встановлений економічно обґрунтований вартісний критерій для таких об'єктів, тобто має бути чітко визначено вартість яка має бути перевищена для того, щоб той чи інший товар був віднесений до предметів розкоші. Поряд з цим, при впровадженні такого фіскального заходу, необхідно посилити контроль за товарами, що ввозяться на територію України, оскільки може загостритися питання так званих, згаданих вище, іноземних покупок. Крім цього треба вдосконалювати митне законодавство з метою уникнення шахрайства з ввезенням на територію України предметів розкоші.

**Висновки.** Проведене автором дослідження показало, що Україна є учасницею глобалізаційних процесів, однак рівень її глобалізації є не значним. Поряд з цим, як свідчать статистичні дані, існує тенденція до поступового поглиблення глобалізації в країнах з відкритою економікою, якою є на сьогоднішній день Україна. Поряд з цим було виявлено, що переваги від процесу глобалізації можуть отримати лише провідні країни з високим рівнем розвитку в той час як малорозвинені країни навпаки ризикують понести значні втрати від участі у процесі глобалізації. Однією з основних перешкод на шляху отримання переваг від глобалізаційних процесів є слабо розвинене інституційне середовище. В даному дослідженні особлива увага була приділена рівню розвитку одного з елементів інституційного середовища – податковій системі. В статті було систематизовано фактори впливу процесу глобалізації на систему оподаткування та проведено аналіз її конкурентоспроможності. Дані дослідження доводять той факт, що податкова система України не є конкурентоспроможною. Усвідомлення важливості цих обставин змушує вносити відповідні корективи до податкової політики та до системи оподаткування України. Науковою новизною дослідження є аналіз системи оподаткування України як складової інституційного середовища в розрізі впливу на неї процесу глобалізації. В результаті наукового дослідження було сформовано наступні рекомендації: зниження ставки податку на прибуток та його диференційоване використання в залежності від того на які цілі він буде спрямований; збільшення навантаження на тих платників податків, котрі провадять господарську діяльність з експлуатацією природних ресурсів (зокрема підприємства, що забруднюють довкілля); подальше поглиблення диференціації ставки податку на доходи фізичних осіб; розширення групи підакцизних товарів, зокрема віднесення до них товарів шкідливих для здоров'я; підвищення ставки ПДВ для предметів розкоші. Отримані результати можуть бути використані для подальших досліджень в сфері оподаткування та інституційного середовища, зокрема для розробки дієвого механізму впровадження запропонованих заходів.

#### Література:

1. Податкова політика України: навч. пос. / [П.В. Мельник, З.С. Варналій, Л.Л. Тарангул та ін.]; за ред. П.В. Мельника. – К.: Знання України, 2011. – 505 с.
2. Білорус О.Г. Економічна система глобалізму: монографія / О.Г. Білорус. – К.: КНЕУ, 2003. – 360с.
3. Кальченко Т.В. Глобальна економіка: методологія системних досліджень: монографія / Т.В. Кальченко. – К.: КНЕУ, 2006. – 248 с.
4. Одягайло Б.М. Економіка: транзитивність від найпростішої до глобальної: монографія / Б.М. Одягайло. – Дн-ск: Пороги, 2003. – 313 с.
5. Кулішов В.В. Сучасні проблеми глобальної економіки. / В.В. Кулішов// Інноваційна економіка, №3, 2013 р. – С. 8 – 11.
6. Tanzi V. Globalization, Technological Developments and Work of Fiscal Termites / V. Tanzi // IMF Working Papers. – 2000. – November. – WP/00/181. – 23 p.
7. Шваблій К.І. Вплив глобалізації на систему оподаткування та податкову політику України / К.І. Шваблій // Стратегічні пріоритети, №1 (10), 2009 р. – С. 137 – 144.
8. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс] - Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
9. Рейтинг податкових систем світу. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/reports/thematic-reports/paying-taxes/>
10. Интриллигейтор М. Глобализация мировой экономики: выгоды и издержки / М. Интриллигейтор // Мир перемен. – 2004. – № 1. – С. 44-52.
11. Badie B. La fin des territoires. Essai sur le d sordre international et sur l'utilit sociale du respect / B. Badie. – Paris : Fayard, 1995. – 280 p.
12. Хайтова Т.А. Економічні наслідки впровадження податкового кодексу /Т.А. Хайтова// Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. №2, 2012 рік. – С. 4 – 9
13. KOF Index of Globalization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalization-index.org/>.
14. The 2012 Global Cities Index and Emerging Cities Outlook Foreign policy. A. T. Kearney and The Chi-cago Council on Global Affairs [Електронний ре-сурс]. – Режим доступу : <http://www.atkearney.com/documents/10192/dfedfc4c-8a62-4162-90e5-2a3f14f0da3a>.
15. Бюджетний моніторинг: Аналіз виконання бюджету за 2012 рік. / [ Зубенко В. В., Самчинська І. В., Рудик А. Ю. та ін. ] ; ІБСЕД , Проект «Зміцнення місцевої фінансової ініціативи (ЗМФІ-II) впровадження», USAID. – К., 2013. – 73 с.

**Липов В.В.***доктор економ. наук, доцент,  
Харківський національний економічний університет*

## **ГЕТЕРОГЕНІЗАЦІЯ СЕС І КОНЦЕПЦІЯ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ КОМПЛЕМЕНТАРНОСТІ**

## **ГЕТЕРОГЕНИЗАЦИЯ СЭС И КОНЦЕПЦИЯ СТРУКТУРНО-ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ КОМПЛЕМЕНТАРНОСТИ**

## **HETEROGENISATION AND CONCEPTION OF STRUCTURAL AND FUNCTIONAL INSTITUTIONAL COMPLEMENTARITY**

*Розглянуто можливості та обмеження пояснення явища інституціональної гетерогенізації економічних систем в концепціях інституціональних матриць (ІМ), різноманіття варіантів капіталізму (КРВК), структурно-функціональної комплементарності соціально-економічних систем (СЕС). Показано, що телеологічність концепції ІМ обмежує варіанти економічного розвитку двома випадками, а гетерогенізації – строком існування та сферами (протилежні ІМ). Акцент КРВК на емпіричних методах дослідження призводить до втрати орієнтиру систематизації варіантів інституціональної взаємодії, можливості відокремлення інституціональної гетерогенізації як процесу конвергенції відмінних моделей капіталізму від дивергенції, як формування нових моделей. Розкрито переваги концепції структурно-функціональної комплементарності СЕС у визначенні сутності (поєднання в одній моделі інституціональних форм, що ґрунтуються на відмінних соціальних орієнтаціях ціннісних систем) і механізму (структурна та функціональна взаємодія елементів інституціональної архітектури СЕС) гетерогенізації.*

**Ключові слова:** гетерогенізація, інститути інституціональна комплементарність, моделі капіталізму, соціально-економічні системи

*Рассмотрены возможности и ограничения объяснения явления институциональной гетерогенизации социально-экономических систем (СЭС) в концепциях институциональных матриц (ИМ), разнообразия вариантов капитализма (КРВК), структурно-функциональной комплементарности СЭС. Показано, что телеологичность концепции ИМ ограничивает варианты экономического развития двумя случаями, а гетерогенизации - сроком существования и сферами (противоположные ИМ). Акцент КРВК на эмпирических методах исследования приводит к потере ориентира систематизации вариантов моделей капитализма, возможности отделения институциональной гетерогенизации как процесса конвергенции отличных моделей капитализма от дивергенции, как формирования новых моделей. Раскрыты преимущества концепции структурно-функциональной комплементарности СЭС в определении сущности (сочетание в одной модели институциональных форм, которые основываются на отличных социальных ориентациях ценностных систем) и механизма (структурное и функциональное взаимодействие элементов институциональной архитектуры СЭС) гетерогенизации.*

**Ключевые слова:** гетерогенизация, институты, институциональная комплементарность, модели капитализма, социально-экономические системы

*Possibilities and limitations of explaining of the phenomenon of the institutional heterogenization of the socio-economic systems (SES) in conceptions of institutional matrices (IM), variety of capitalism (VoC), structural-functional complementarity of SES are considered. It is shown that teleologitions of*

*conceptions of VoC for determinations of variants of economic development and heterogenizations are limiting by the term of existence and spheres (two opposite IM). As a results of the accent of VoC on the empiric methods of research it lose core reference-point of systematization of variants of models of capitalism and possibility of separation of institutional heterogenization, as process of convergence of different models of capitalism from divergence, as forming of new models. Advantages of conception of structural-functional complementarity of SES in determination of essence (combination in one model of institutional forms, which are based on the different social orientations of the valued systems) and mechanism (structural and functional co-operation of elements of institutional architectonics of SES) of heterogenization are exposed.*

**Key world:** *heterogenization, institutions, institutional complementarity, models of capitalism, socio-economic systems.*

**Вступ.** Значні складнощі, пов'язані з розбудовою дієвої економічної системи в країнах, що виникли на пострадянському просторі, країнах Латинської Америки, Африки, кризові явища в розвинених економіках Заходу на фоні успіхів розвитку нових індустріальних країн Східної Азії стимулювали увагу до вивчення інституціональних засад функціонування економічних систем. Розвиток порівняльних інституціональних досліджень призводить до формування концепцій інституціональних матриць (ІМ), інституціональної архітекtonіки, різноманіття варіантів капіталізму (КРВК), соціальних систем інновації та виробництва (ССІВ). На вивчення відмінностей інституціонального устрою постфордистських моделей ринкового (РК), соціал-демократичного (СДК), публічного (ПК), мезокорпоративного (МК) капіталізму переорієнтується французька школа регуляції (ТР). Пошук відповіді на питання з чим пов'язані відмінності інституціонального устрою країн світу навіть в умовах глобалізації світової економіки зумовлює появу і швидке зростання інтересу дослідників до проблеми інституціональної комплементарності (ІК) економічних систем. Вона займає чи не центральне місце майже в усіх вказаних напрямках дослідження. Оборотною стороною ствердження розуміння комплементарної зумовленості інституціонального устрою економічних систем стає зростання уваги до випадків інституціональної гетерогенізації, поєднання інституціональних елементів, що належать до різних моделей економічного устрою. Дж. Кемпбел, досліджуючи інституціональну модель Данії відзначає, що в систему з традиційним домінуванням активної координації, властивій моделі СДК інтегруються елементи ліберальної англосаксонської моделі РК [1]. В центрі уваги дослідників виявляються країни Південної Європи та Японія. О. Моліна та М. Родес звертаються до вивчення наслідків гетерогенізації інституціональних структур Іспанії та Італії. Вчені стверджують, що, в супереч ствердженням засновників КРВК, гетерогенізація інституціональних систем здатна забезпечити зростання їх ефективності [2]. А. Корелакіс у якості об'єктів дослідження процесів гетерогенізації вибирає Італію та Грецію [3]. С. Ройо досліджує механізми інтеграції в економічну систему Іспанії інститутів, що запозичені в англосаксонській моделі РК [4]. Позитивні та негативні наслідки інституціональної гібридизації в Японії 90-х рр., пов'язані зі значним запозиченням елементів моделі РК в центрі уваги Х. Міджиями [5]. Серед небагатьох праць, в яких досліджуються соціокультурні передумови гетерогенізації інституціональних систем варто відзначити дослідження М. Суслова [6]. Цим проблемам присвячено ряд робіт автора [7]. Симптоматично, що саме ті економіки, в яких в найбільшій мірі були відзначені процеси гетерогенізації інституціональних систем найбільш сильно постраждали від поточної хвилі світової фінансової кризи.

**Мета роботи.** Визначити передумови гетерогенізації, показати можливості та обмеженість концепцій ІМ, КРВК, ССІВ, ТР, запропонованої автором концепції ІК соціально-економічних систем (СЕС) у вивченні процесів інституціональної гетерогенізації.

**Методи дослідження.** В основу дослідження покладено діалектико-матеріалістичний підхід до пізнання дійсності (діалектика ціннісних передумов формування протилежних ІМ та інституціональної архітекtonіки в межах СЕС і моделей капіталізму). Методологічна база: якісний (аналіз впливу ціннісних основ господарювання на характер структурної комплементарності, формування інституціональної гетерогенізації та напруги), структурний (структурна комплементарність на різних рівнях СЕС та її зв'язок з гетерогенізацією інституціональних систем), діалектичний (діалектика комплементарних відносин на рівні базових інститутів СЕС, вплив гетерогенізації на механізми зняття протиріччя між протилежними засадничими орієнтаціями інституціональних форм). ІК і гетерогенність соціально-економічних систем розглядаються на мега- макро-, мезо-, мікро- та нано рівнях.

**Результати дослідження.** Варіанти концепції ІМ російських вчених С. Кирдіної та О. Безсонової можна вважати вдалою спробою використання традицій російської школи політекономії в практиці дослідження сучасних проблем інституціональних трансформацій. Проблема співвідношення



особистого і колективного інтересу в процесі господарчої діяльності людини узагальнюється до рівня протиставлення двох протилежних інституціональних матриць – індивідуалістичної, ринкової Західної та колективістської редистрибутивної Східної. Відповідно, в концепції С. Кирдіної, в межах кожної з них виділяються альтернативні групи базових ідеологічних, політичних та економічних інститутів - історично стійких й постійно відтворюваних соціальних відносин, що забезпечують інтегрованість різних типів суспільств [8, с. 264]. В своїй сукупності вони й формують ІМ – цілісну, засновану на ідеології субсидіарності або комунітарності інституціональну систему. Комплементарними вважаються базові інститути протилежної ІМ, у випадку, коли вони за певних обставин доповнюють дію базових, тим самим забезпечуючи дієспроможність інституціональної системи. Саме наявність комплементарних інститутів стає підставою гетерогенізації інституціональної системи. Історичними прикладами є період НЕПу в Радянському Союзі та антикризова політика Ф. Рузвельта в США періоду Великої депресії. По суті гетерогенізація інституціональних систем СРСР і США у цих випадках забезпечувала тимчасове зняття протиріч, що виникали в результаті надмірного акценту на індивідуалістичних або колективістських засадах суспільного відтворювального процесу, порушенні їх діалектичної єдності. Адже в умовах економічного способу господарювання, заснованого на розподілі та спеціалізації праці, що опосередковуються товарно-грошовими відносинами, він за визначенням має сумісно-розділений характер. Проблема у тому, що інституціональна гетерогенізація, як спосіб зняття діалектичного протиріччя в обох випадках не дала поштовху для подальшого розвитку і вдосконалення інституціональних систем у напрямку їх природної еволюції. НЕП у СРСР було перервано політикою прискореної колективізації та індустріалізації на засадах повної ліквідації приватної власності, а Новий курс в США - Другою світовою війною, і, в подальшому (через План Маршала), переспрямуванням надлишкових економічних потужностей на підтримку економічного відновлення країн Західної Європи. В контексті концепції С. Кирдіної такий вихід виявляється єдиною можливим, детермінованим приналежністю до певної ІМ. Відповідно, телеологічність концепції призводить до штучного обмеження варіантів економічного розвитку лише двома альтернативними випадками, а інституціональної гетерогенізації – обмеженим періодом часу, необхідним для встановлення нової інституціональної рівноваги в межах базових інститутів. До того ж запропонований підхід до розуміння інституціональної комплементарності обмежується лише співвідношенням інститутів протилежних інституціональних матриць, характер взаємодії інститутів в межах ІМ, між соціальними сферами і в кожній з них не відноситься до комплементарного аналізу.

З концепції О. Безсонової витікає дещо відмінний підхід до проблеми інституціональної гетерогенізації. Виділяється глобальна цивілізаційна матриця. Її центральним елементом визнається інституціональний архетип – «комплекс універсальних способів координації колективної діяльності, «очищених» від специфіки історичного часу та національних особливостей народів» [9, с. 111-112]. Вже на цьому рівні, через його дуальну природу, закладається потенціал гетерогенізації інституціональних систем. Інституціональний архетип складається з двох типів координації – ринку та роздатку. Відносини між ними будуються за принципом «домінантність – компенсаторність». Інститути, що протилежні домінуючим, виконують допоміжну, компенсаторну роль. Своє конкретне втілення цивілізаційна матриця знаходить в уособлених та самодостатніх локальних цивілізаційних матрицях ринкового або роздаткового типу. На цьому рівні інституціональний архетип втілюється в інституціональному ядрі, що включає базові інститути (в залежності від типу матриці) обміну (продаж/здача, купівля/роздача), власності (приватна/суспільно-службова), сигналізації (прибуток/скарги), формаційного елементу (приватна/службова праця) та компенсаторного інституту (інститут державного регулювання та соціального забезпечення/інститут ринкової торгівлі та приватного підприємництва) [9, с. 114]. Таким чином, в цій концепції фактично гетерогенність інституціональних систем ринкового та роздаткового типу реалізується не напряму (через альтернативно-комплементарні базові інститути, як це передбачається в концепції С. Кирдіної), а за рахунок дії специфічних компенсаторних інститутів (ринкової торгівлі та приватного підприємництва, або державного регулювання та соціального забезпечення). Ми маємо справу з відмінним від запропонованого С. Кирдіною підходом до визначення механізму інституціональної гетерогенізації.

Важливою складовою, що поєднує обидві концепції та вигідно відрізняє їх від досліджень процесів гетерогенізації, що проводяться західними економістами, є акцент на обґрунтування витоку формування відмінних інституціональних матриць, цілісне системне охоплення всіх сфер процесу суспільного відтворення, акцент на їх взаємозв'язок і взаємозумовленість. В концепції С. Кирдіної історичне розходження альтернативних типів ІМ пов'язується з довготривалим впливом на розвиток інституціональної структури матеріально-технологічних якостей середовища господарювання, і в першу чергу, його соціальних властивостей (комунальність/некомунальність). Вірізняються

взаємозумовлені але відмінні за соціальними функціями сфери ідеології, політики й економіки. В концепції О. Безсонової інституціональний архетип виявляється пов'язаним з біосферою (природно-кліматичне середовище), ноосферою (національно-демографічне середовище), техносферою (матеріально-технологічне середовище), етносферою (культурно-релігійне середовище). Акцент на цивілізаційних підставах формування інституціональних систем дозволяє виявити об'єктивні чинники їх диференціації, передумови і перспективи гетерогенізації.

Інтерес до проблем гетерогенізації інституціональних систем з боку представників КРВК зумовлений тим, що початково було виділено лише дві альтернативні моделі капіталізму - ліберальну та координовану ринкові економіки. Однак майже одразу дослідники звертають увагу на суттєву відмінність інституціонального устрою країн Південної Європи, Японії, нових індустріальних країн Далекého Сходу. В решті решт постає проблема визначення про що йде мова - різновиди вказаних моделей, які формуються через інституціональну гетерогенізацію, запозичення елементів протилежної інституціональної моделі, або окремі, початково не виділені в КРВК специфічні моделі капіталізму. На користь першого працює як досить таки вдалий вибір дихотомії ключових ознак, за якими визначається відмінність моделей (ринкова або керована координація діяльності економічних суб'єктів), так і універсалізм, глобальне розповсюдження більшості інституціональних форм, що застосовуються в межах основних інституціональних блоків (виробничі відносини, корпоративне управління, фінансові системи, моделі виробництва, інноваційні системи, навчання та підготовка персоналу, держава загального добробуту). Одночасно виникають і складності, пов'язані з тим, що більшість дослідників обмежується порівняльним аналізом лише окремих інституціональних блоків, беруть за основу співставлення кількісні дані про інституціональне середовище окремих країн що подають міжнародні організації, перевага яких полягає в наявності єдиної методики збору. Саме там є дослідження Х. Міджіями і частково А. Корелакіса. Виникають проблеми з визначенням і відбором якісних співставних характеристик інституціонального середовища, які можуть бути використані в процесі порівняльного аналізу. Вдалим прикладом останнього може слугувати робота Дж. Кемпбела.

Вчений звертається до дослідження процесу гетерогенізації інституціональної моделі Данії. В центрі уваги виробничі відносини та процеси на ринку праці. Лібералізація перших за рахунок запозичення інститутів, характерних ринкової моделі (РК) вдало компенсується активною політикою держави на ринку праці, характерною для моделі керованої ринкової координації (СДК, Центральна та Північна Європа) [1]. Дж. Кемпбел акцентує увагу саме на компенсаційній ролі інститутів, впроваджуваних державою на ринку праці (допомога з безробіття, система перенавчання робочої сили) з метою подолання потенційної інституціональної напруги, що могла б виникнути в результаті запозичення інститутів, які відносяться до протилежної інституціональної моделі. Кризові явища в країнах Південної Європи продемонстрували обмеженість такого типу гетерогенізації. Адже і для Іспанії і для Італії і для Греції також було характерним перекидання з бізнесу на державу фінансової відповідальності за наслідки скорочення гарантій зайнятості через запозичення елементів виробничих відносин, характерних для країн РК [2-4].

Дослідження А. Корелакіса звертає увагу на аспект гетерогенізації, пов'язаний з можливістю запозичення інститутів, властивих різним інституціональним моделям не лише в межах єдиного інституціонального блоку, а й гетерогенізації відносин між блоками. Вчений ставить питання про необхідність визначення напрямку руху інституціональної системи країн Південної Європи (конвергенція/дивергенція). Домінування, в цілому, моделі виробничих відносин, характерної для країн СДК поєднується зі зростанням переважної ролі в інституціональних блоках корпоративного управління і фінансування інститутів, властивих моделі РК. За умов відсутності компенсаційних інститутів гетерогенізація виявляється альтернативою комплементарності, породжує інституціональну напругу, кінцевим підсумком якої і стала бюджетна криза в країнах Півдня ЄС [3, р.76]. Ще один варіант гетерогенізації демонструє в своєму дослідженні Х. Міяджима. Він виявляється пов'язаним з формуванням в японській економіці, на додаток до традиційної моделі J-фірми, заснованої на довготривалих виробничих відносинах, перевазі внутрішніх джерел фінансування, інсайдерській системі управління, одразу двох альтернативних моделей (Типи 1 та 2), які у відмінних комбінаціях інтегрують інститути виробничих відносин, корпоративного управління і фінансування, характерних для країн РК [5]. Внутрішньо- і міжблокова гетерогенізація доповнюється гетерогенізацією, що породжується одночасним існуванням в економіці економічних суб'єктів, інституціональний устрій яких побудовано на принципах, характерних для різних моделей капіталізму і гетерогенізацією самих економічних суб'єктів. В кінцевому підсумку представники КРВК сходяться на думці про існування окремої Середземноморської моделі капіталізму. Більше того, вже в межах моделі капіталізму

му Південно-Східної Азії виділяються чотири її різновиди (спільно керована, керована державою, мережева, персоналізована). Виникає питання про те, що власне є підставою виділення окремих моделей? Акцент на емпіричних методах дослідження призводить до втрати орієнтиру, який дозволив би систематизувати варіанти інституціональної взаємодії суб'єктів господарювання в процесі суспільної відтворювальної діяльності, відокремлення інституціональної гетерогенізації як процесу конвергенції відмінних моделей капіталізму від дивергенції, що призводить до формування нових моделей.

Запропонована автором концепція інституціональної комплементарності СЕС суттєво доповнює уявлення про сутність та механізм формування гомогенних і гетерогенних інституціональних систем [10]. Під комплементарністю розуміється така структурно-функціональна взаємодія інституціональних складових, за якої вони, лишаючись відносно самостійними, виявляються взаємозалежними та доповнюють один одного в процесі відтворення економічної системи як єдиного соціального організму. Структурна комплементарність відбиває взаємозв'язок інституціональних форм і базується на взаємодоповнюваності та подібності інститутів за соціальними орієнтаціями ціннісної системи, що забезпечує усталеність, цілісність та якісну незмінність системи. Її складовою є модель інституціональної архітекtonіки СЕС (таблиця).

Таблиця

**Ієрархія підстав інституціональної архітекtonіки СЕС**

Рівень	Елемент інституціональної архітекtonіки
Нано	Індивідуальні потреби, знання, вміння, навички; стилі мислення; цінності; світогляд; інтереси; організаційні рутини; колективні конвенції; інституціональні форми (закон, правила, звичай, фірма, команда...) і функції (цілі, задачі, ролі)
Мікро	Інституції (формальні і неформальні норми соціальної взаємодії), інституціональні органи (комплекси норм - управління, постачання, збут ...), інститути (форми координації та управління трансакційними витратами: община, домогосподарство, місцеві співтовариства, держава, ринок, мережеві структури, кооперація, міжорганізаційний контракт, ієрархія)
Мезо	Інституціональні блоки в межах соціальних сфер (в економіці: виробничі відносини, корпоративне управління, фінансові системи, моделі виробництва, інноваційні системи, навчання та підготовка персоналу, держава загального добробуту), соціальні системи виробництва, режими накопичення і способи розвитку, галузеві та регіональні інституціональні системи
Макро	Базові інститути (в економіці: приватна/суспільна власність, наймана/службова праця, обмін/редистрибуція, приватні/державні гроші, координація/конкуренція, прибуток/пропорційність) соціальних сфер (ідеологія, політика, право, економіка), соціально-економічні системи
Мега	Соціально-економічні моделі (ринковий, соціал-демократичний, публічний, мезокорпоративний, постперехідний капіталізм), інтеграційні союзи (ЄС, СНД...), глобальне господарство

На нанорівні групуються елементи, які не будучи інститутами становлять передумови їх формування. Переважна орієнтація цінностей на індивідуалізм корпоративізм, солідаризм або колективізм зумовлює специфіку інституціональних форм послідовно від інституцій, організаційних форм координації та управління трансакційними витратами до інституціональних блоків, галузевих, регіональних інституціональних систем, соціальних систем виробництва, режимів накопичення і способів розвитку, СЕС, соціально-економічних моделей, інтеграційних союзів. Основою гомогенності інституціональних систем у цьому випадку стає належність інституціональних компонентів до числа базових єдиної ІМ, що ґрунтується на їх комплементарності засадничим принципам соціальної орієнтації домінуючих суспільних цінностей. Підставою включення гетерогенних інститутів є функціональна неповнота або неефективність інституціональної системи, наявність функціональних лакун. Функціональна комплементарність характеризує процесуальну єдність системи в ході відтворення її існування, спирається на принципи зв'язності, послідовності та цілісності й забезпечує гнучкість реагування на зовнішні впливи. Гетерогенні інститути – це інститути іншої ІМ, що функціонально доповнюють базові інститути. У випадках, коли їх включення одночасно з позитивними ефектами породжує інституціональну напругу інструментом її подолання виступають компенсаційні

інститути, покликані зменшити або анулювати дисфункціональні наслідки їх дії. Прикладом компенсційних інститутів, що діють в моделі ринкової економіки у сфері соціального захисту є недержавні добровільні громадські об'єднання, фонди, покликані займатися соціальною опікою в моделях РК.

**Висновки.** Вперше представлено можливості використання для пояснення сутності та механізму дії процесів інституціональної гетерогенізації запропонованої автором концепції інституціональної комплементарності. Під гетерогенізацією розуміється інтеграція в інституціональну систему інституціональних форм, що ґрунтуються на відмінних засадах соціальної орієнтації ціннісних систем, але за певних обставин здатні функціонально доповнювати дію основних, базових інститутів. Вперше розкрито сильні сторони і обмеження використання для дослідження процесів інституціональної гетерогенізації концепцій інституціональних матриць та різноманіття варіантів капіталізму. Результати дослідження дозволяють підвищити ефективність процесу інституціональних трансформацій через вдосконалення розуміння інституціонального контексту і об'єктивних підстав взаємодії запозичуваних інститутів. Вони є вихідною основою подальшого поглибленого дослідження особливостей взаємодії в процесі економічних трансформацій інституціональних елементів на рівні блоків, соціальних систем виробництва, режимів накопичення і розвитку, регіональних інституціональних систем, соціально-економічної системи України в цілому і можуть бути використані і процесі розробки відповідних програм розвитку.

#### Література:

1. Campbell J. (2010) *The Varieties of Capitalism and Hybrid Success: Denmark in the Global Economy* / John L. Campbell // *Comparative Political Studies*. - March. - № 40. - P. 307-332.
2. Molina O. (2007) *The Political Economy of Adjustment in Mixed Market Economies: A Study of Spain and Italy* / O. Molina, M. Rhodes // *Beyond Varieties of Capitalism: Conflict, Contradictions, and Complementarities in the European Economy* / Hancke, et al. (eds.). - Oxford: University Press. - P. 223-252.
3. Cornelakis A. (2009) *Dual convergence or Hybridisation? Institutional change in Italy and Greece from Varieties of capitalism perspective* / A. Cornelakis // *CEU Political Science Journal*. - Vol. 6. - 1. - P. 47 – 82.
4. Royo S. (2007) *Varieties of Capitalism in Spain: Business and the Politics of Coordination* / S. Royo // *European Journal of Industrial Relations*. - № 13. - P. 47-65.
5. Miyajima H. (2012) *Institutional Change and its Economic Consequence in Japan: The bright and dark sides of hybridization* / H. Miyajima // *RIETI Discussion Paper Series 12-E-049*. - 42 p.
6. Суслов Н. Гетерогенность социальных систем: что мы знаем? / Н. Суслов // *Институциональные трансформации экономики: условия инновационного развития* / Отв. ред. Г.П. Литвинцева. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2013. - С. 143-152.
7. Липов В. Комплементарность и гетерогенность институциональных систем: культурные и отнологические предпосылки воспроизводства и изменения институтов / В. Липов // *Научн. труды ДонНТУ. Сер : Экономическая*. - Вып. - 43-1. - Донецк : ДонНТУ, 2013. - С. 28-37.
8. С. Кирдина *Институциональные матрицы и развитие России*. - Новосибирск: ИЭИОПП СО РАН, 2001. - 308 с.
9. Бессонова О. *Раздаточная экономика России: Эволюция через трансформации*. - М.: РОССПЭН, 2006. - 144 с.
10. Липов В. *Институциональная комплементарность как фактор формирования социально-экономических систем* / В. Липов // *JOURNAL OF INSTITUTIONAL STUDIES* – Том 4, № 1. – 2012. – С. 25 – 42.

**Макогон Ю.В.**

доктор економ. наук, професор  
Донецький національний університет  
директор філіалу Національного інституту  
стратегічних досліджень, м. Донецьк

**Музиченко Г.Г.**

канд. економ. наук,  
Донецький національний університет

## МІСЦЕ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ У СУЧАСНІЙ ГЛОБАЛІЗОВАНІЙ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

## МЕСТО МЕЖДУНАРОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ЦЕНТРОВ В СОВРЕМЕННОЙ ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕЙСЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

## PLACE OF THE INTERNATIONAL FINANCIAL CENTERS IN MODERN GLOBAL WORLD ECONOMY

У статті проведено аналіз структури й характерних рис взаємодії фінансових центрів, що формують глобальну фінансову систему. У роботі розглянуті теоретичні аспекти функціонування й основні особливості світових фінансових центрів, увага приділена вивченню впливу глобалізації на їх інфраструктуру, а також наслідкам світової фінансової кризи. Зроблено висновок, що для конкуренції на міжнародному ринку фінансових послуг необхідна ретельно розроблена політика держави й бізнесу, спрямована на пом'якшення бар'єрів для залучення іноземного капіталу. Увага приділена сучасним лідерам серед міжнародних фінансових центрів (Лондон, Нью-Йорк, Токіо), аналізу стратегії розвитку, механізмам їх перетворення на реальні фінансові центри, проблемам і перспективам цього процесу на сучасному посткризовому етапі розвитку. Відзначено, що серед країн СНД лише Москва намагається створити регіональний фінансовий центр. Зроблено висновок, що враховуючи незаперечні позитивні наслідки створення МФЦ існують і негативні: ризик швидкого відтоку капіталу, ймовірність збільшення масштабів фінансового шахрайства тощо.

**Ключові слова:** міжнародний фінансовий центр, глобальна фінансова криза, фінансові потоки, глобалізація, світова економіка, фінансові послуги.

В статье проведен анализ структуры и характерных особенностей взаимодействия финансовых центров, формирующих глобальную финансовую систему. В работе рассмотрены теоретические аспекты функционирования и основные особенности мировых финансовых центров, внимание уделено изучению влияния глобализации на их инфраструктуру, а также последствиям мирового финансового кризиса. Сделан вывод, что для конкуренции на международном рынке финансовых услуг необходима тщательно продуманная политика государства и бизнеса, направленная на смягчение барьеров для притока иностранного капитала. Внимание уделено современным лидерам среди международных финансовых центров (Лондон, Нью-Йорк, Токио), анализу стратегии развития, механизмам их преобразования в реальные финансовые центры, проблемам и перспективам этого процесса на современном посткризисном этапе развития. Отмечено, что среди стран СНГ только Москва пытается создать региональный финансовый центр. Не смотря на неоспоримые положительные последствия создания МФЦ существуют и негативные: риск быстрого оттока капитала, вероятность увеличения масштабов финансового мошенничества и т.д.

**Ключевые слова:** международный финансовый центр, глобальный финансовый кризис, финансовые потоки, глобализация, мировая экономика, финансовые услуги.

*The article analyzes the structure and specific features of interaction among the financial centers that form the global financial system. In article are considered theoretical aspects of functioning and the main features of world financial centers, attention is paid to studying of influence of globalization on their infrastructure, and also to consequences of world financial crisis. The conclusion is drawn that carefully thought over policy of the state and the business is necessary for the competition in the international market of financial services, directed on mitigation of barriers to inflow of the foreign capital. The attention is paid to modern leaders among the international financial centers (London, New York, Tokyo), to the analysis of strategy of development, mechanisms of their transformation to real financial centers, problems and prospects of this process at a present post-crisis stage of development. It is noted that among CIS countries only Moscow tries to create regional financial center.*

**Keywords:** international financial center, global financial crisis, financial streams, globalization, world economy, financial services.

**Вступ.** В останній чверті ХХ–початку ХХІ століття посилилася тенденція до концентрації фінансових операцій у рамках міжнародних і регіональних фінансових центрів. Деякі з них є традиційними фінансовими центрами, інші - відносно молодими. Так, у Німеччині провідні позиції займає Франкфурт-на-Майні, у Франції - Париж, в Австралії - Сідней. Більшість провідних центрів прагнуть статусу світового або регіонального фінансового центру, концентруючи непропорційно велику частку міжнародних операцій. Наприклад, у Нью-Йорку зосереджено більше 2/3 всіх активів іноземних банків, що діють у США. Теоретичну базу дослідження склали наукові праці вітчизняних і закордонних економістів щодо світової економіки, і фінансової глобалізації зокрема, розвитку світової фінансової системи в цілому й міжнародних фінансових центрів (МФЦ), впливу світової фінансової кризи на МФЦ та її прояв в окремих фінансових центрах. Значне місце цим питанням приділено в монографіях і статтях багатьох вчених: Аверкова Н.А., Вершиніна А.А., Дробишевського С.М. [3], Міркіна Я.М. [2], Мойсейчика Г.І. [5], Сахарова О.О. [6], Сулакшіна С.С. [1], Худько Є.В., Дж. Фрідман та ін.

Фінансова глобалізація якісно змінила роль міжнародних фінансових центрів у світовій економічній системі за останні 50 років. Усунення контролю над трансграничним рухом капіталу через скасування умов Бреттон-Вудської угоди, загострило диспропорції й прискорило розвиток фінансової галузі. Головну увагу, на наш погляд, має бути приділено сучасним лідерам серед міжнародних фінансових центрів, аналізу стратегії їх розвитку, механізмам перетворення їх у реальні МФЦ, проблемам й перспективам цього процесу на сучасному посткризовому етапі розвитку на прикладі конкретних фінансових центрів.

**Постановка завдання.** Метою наукової статті є аналіз структури й характерних рис взаємодії фінансових центрів, що формують глобальну фінансову систему, визначення позитивних та негативних наслідків створення міжнародних фінансових центрів для країни.

**Методологія.** Методологічною основою наукової статті є системний підхід, що дозволяє забезпечити цілісність дослідження, а також порівняльний і статистичний аналіз даних, логічний і причинно-наслідковий аналіз теоретичних і фактичних матеріалів, що забезпечують обґрунтованість та вірогідність дослідження.

**Результати дослідження.** В умовах фінансової глобалізації створення конкурентного фінансового центра стало одним з головних елементів економічної політики багатьох держав. Глобалізація стала передумовою швидкого зростання кількості регіональних центрів, що взяли на себе функції своєрідних посередників між іноземним капіталом та внутрішнім ринком.

Починаючи з 2000-х років більшість фінансових центрів зробили якісний стрибок на шляху перетворення в універсальні ринки фінансових послуг, об'єднавши колись розрізнені взаєморозрахунки в ієрархічну й структуровану систему. Глобалізація ринків фінансових послуг, що супроводжується концентрацією учасників і операцій, сприяє інтенсивному зростанню й консолідації міжнародних фінансових центрів [1, с. 217].

Міжнародні фінансові центри (МФЦ) функціонують як світовий ринковий механізм, що служить засобом керування світовими фінансовими потоками. Вони є центрами зосередження банків і спеціалізованих кредитно-фінансових інститутів, що здійснюють міжнародні валютні, кредитні й фінансові операції, угоди із цінними паперами, дорогоцінними металами, деривативами.

Крім того, міжнародні (регіональні) фінансові центри поступово перетворюються в потужні інформаційно-аналітичні й організаційно-управлінські комплекси, що володіють значним кредитним потенціалом. Провідні позиції в міжнародних фінансових центрах займають фірми, що обслуговують їх потреби, у тому числі юридичні й аудиторські, а також управлінські консультанти (McKinsey,

Ernst and Young Global Limited, Deloitte Touche Tohmatsu та ін.). Фінансові центри залучають широке коло фахівців (експертів з порівняльного економічного і юридичного аналізу й ін.), які займаються аналізом стану й перспектив світового господарства й економіки країн світу. Зростає значення аналітичних центрів, здатних забезпечити проведення міждисциплінарних досліджень, підготовку індексів і рейтингів (Moody's, Standard and Poor's і ін.) [2, с. 518].

Сьогодні існує кілька видів класифікації міст за ступенем участі у світовому фінансовому секторі. Одну з перших класифікацій запропонував американський економіст Дж. Фрідман ще в 80-х роках ХХ ст. побудувавши ієрархію світових центрів у такий спосіб [3, с. 28]:

- фінансові центри вищого ешелону: Лондон, Нью-Йорк, Токіо;
- багатонаціональні фінансові центри: Майамі, Лос-Анджелес, Франкфурт, Амстердам, Сінгапур;
- важливі національні центри: Париж, Цюріх, Мадрид, Мехіко, Сан-Паулу, Сеул, Сідней.

В 2007 р. компанія MasterCard ранжирувала 50 найбільш розвинених фінансових центрів світу, взявши до уваги рівень регулювання, обсяг фінансових потоків, обсяг угод (у тому числі на фондовому ринку), рівень професіоналізму трудових ресурсів, можливість розвинення бізнесу [3, с. 29]. Перші три місця в цьому рейтингу знову залишилися не змінними - Лондон, Нью-Йорк, Токіо.

На частку декількох міст – Лондона, Нью-Йорка й Токіо - доводиться більше 1/3 світових титулів власності, що перебувають в керуванні інституціональних інвесторів, і більше половини обсягу валютних операцій. Відповідно до рейтингу GFCI 12 у 2012 р. 38 фінансових центрів поліпшили свої показники в порівнянні з попереднім роком, 35 міст показали спад у рейтингу й чотири центри залишилися на своїх місцях. Позиції лідерів зберігають за собою міста: Лондон, Нью-Йорк, Гонконг [4].

Десять міст представлених в табл. 1 є глобальними лідерами та впливають на світову фінансову сферу та пов'язані з іншими фінансовими центрами. Шість центрів у 2012 р. змінили свій профіль: Сінгапур тепер є світовим лідером (раніше він був глобальним диверсифікованим центром), Дубай та Женева є світовими спеціалістами (раніше – транснаціональні центри), Брюссель – транснаціональний центр (раніше – лише учасник).

Таблиця 1

**Рейтинг GFCI світових фінансових центрів за основним профілем, 2012р. [4]**

	Широта та глибина	Відносно широко	Відносно глибоко	На стадії становлення
Глобальні	Глобальні лідери	Глобальні диверсифіковані міста	Глобальні спеціалісти	Претенденти
	Чикаго	Амстердам	Дубаї	Люксембург
	Франкфурт	Дублін	Женева	Москва
	Гонконг	Сеул	Пекін	
	Лондон	Шанхай		
	Нью-Йорк			
	Париж			
	Сінгапур			
	Токіо			
	Торонто			
	Цюріх			

Якщо простежити розвиток фінансових центрів на основі індексу GFCI, то можна сказати, що лідерство Лондона й Нью-Йорка є незаперечним, стійку позицію на світовому фінансовому ринку займають ряд європейських і північноамериканських міст (Париж, Женева, Чикаго), але очевидно й швидке розширення масштабів діяльності й залучення великих інвесторів в азіяські фінансові центри - Гонконг, Сінгапур, Шеньчжень, Шанхай (табл. 2).

**Десять світових фінансових центрів, яким привласнений вищий рейтинг [6]**

№	Фінансовий центр	Global Financial Centers Index	№	Фінансовий центр	Global Financial Centers Index
1	Лондон	790	6	Цюрих	676
2	Нью-Йорк	774	7	Токіо	674
3	Гонконг	729	8	Чикаго	661
4	Сінгапур	719	9	Женева	660
5	Шеньчжень	695	10	Шанхай	665

Становлення фінансового центра в Нью-Йорку обумовлено бурхливим розвитком економіки США на тлі зниження ролі Лондона в період Першої світової війни в Європі. Лідерство на світовому фондовому ринку наприкінці ХХ ст. Нью-Йорк отримав завдяки проведенню численних глобальних IPO. В 1990-х рр. в Нью-Йорку перебувала найбільша кількість кваліфікованих андеррайтерів, прозорі й надійні ринки й достатній капітал для проведення подібного заходу. На той момент склалися умови, при яких ринок цінних паперів США став більш привабливим для іноземних компаній, ніж для американських. Проте, в результаті даного ефекту інші фінансові центри запозичили процедуру проведення такого розміщення цінних паперів, і на сьогодні Нью-Йорк втратив домінуюче положення в цьому сегменті фінансового ринку: якщо в 2000 р. частка США в цілому становила близько 50% від обсягу всіх глобальних IPO, то вже в 2005 р. – усього 5%, а з 40 найбільших у світі IPO, зафіксованих в 2006–2007 рр., жодне розміщення не було проведено в Нью-Йорку [5].

Характерно, що Нью-Йорк, як і Лондон, у першу чергу притягує іноземні філії. Якщо у 2012 р. у США в цілому частка іноземних філій в активах банківської системи становила 17,5%, у кредитах – 8,4%, у депозитах – 16,1% і в кредитуванні бізнесу 20,4%, то в штаті Нью-Йорк – відповідно 84,9%; 75,3%; 83,9% і 87,1%. Для інших штатів США іноземні банківські філії не характерні. У них частка іноземних філій у сукупних банківських активах становить менше 3%, у кредитах 1,5%, у депозитах 4%, у кредитуванні бізнесу 4,2% [5].

Таким чином, Нью-Йорк довгий час був самим ліквідним ринком у світі, щодо залучення іноземних інвесторів. Проте місто поступово втрачає свою привабливість як міжнародного фінансового центру для іноземних учасників через занадто високі вимоги з боку держави, а також вартості послуг фінансових посередників.

Конкуренція між Нью-йоркським й Лондонським фінансовими центрами сприяла розробці нової стратегії розвитку Нью-Йорка як глобального фінансового центра. Збереження домінуючої ролі Нью-Йорка у світовій фінансовій системі стало національним пріоритетом. До особливостей ринку капіталів у Нью-Йорку можна віднести наступне [6, с. 213]:

- присутність всіх найбільших фінансових установ світу (Merrill Linch, Goldman Sachs, Morgan Stanley і т.ін.), які гарантують розміщення цінних паперів на первинному ринку, а також діють як брокери для клієнтів на вторинному ринку;

- на первинному ринку більш важливим є випуск облігацій в зв'язку з більшим їх обсягом, а на вторинному ринку – торгівля акціями.

Значна частина ділової активності в Лондоні пов'язана з діяльністю представництв/філій закордонних і міжнародних компаній. Останніми роками Лондон називають самим міжнародним ринком капіталу, оскільки на лондонських торговельних майданчиках широко представлені найбільші фінансові гравці Європейського союзу, Східної Європи, Близького Сходу.

Офіційна статистика свідчить про те, що Лондон фактично лідирує по ряду фінансових показників. На нього доводиться 70% вторинного ринку облігацій і майже 50% ринків деривативів, близько 50% світової торгівлі акціями іноземних компаній, 20% міжнародного банківського кредитування. Близько 80% інвестиційних і банківських операцій проходить через Лондон, а також приблизно 90% світової торгівлі основними металами [5].

Лондонський Сіті є самим ліквідним спотовим ринком золота і світовим кліринговим центром міжнародної торгівлі золотом. Лондон є лідером за таким показником, як присутність іноземних банків - їх кількість в 2 рази більше, ніж в Парижі та Франкфурті-на-Майні разом, на другому місці - Токіо, на третьому – Нью-Йорк. Сукупна ринкова доля іноземних філіалів й відділень на банківському ринку



перевищує 50%. На долю Лондона припадає 24% кількості й 77% усіх активів іноземних банківських філіалів в країнах ЄС, а серед філій банків країн, що не входять до ЄС 50 і 84% відповідно [5].

Підбиваючи підсумок історії формування й створення окремих МФЦ, систематизуємо основні стимулюючі заходи, впроваджені в країнах для створення власного МФЦ [2, с. 519]:

- забезпечення макроекономічної стабільності й створення комфортних умов для розвитку приватного бізнесу (Лондон, Нью-Йорк, Чикаго, Сінгапур);
- встановлення єдиного регулятора в сфері фінансових ринків (Лондон, Франкфурт, Гонконг, Сінгапур, Дубай);
- створення фондової біржі (або декількох) з виділенням у ній спеціалізованої секції для малих компаній (Лондон, Нью-Йорк, Франкфурт, Чикаго, Гонконг, Сінгапур, Дубай, Мумбай);
- створення ефективної електронної інфраструктури (Токіо, Франкфурт, Гонконг, Дубай, Мумбай);
- створення умов для проведення IPO (Лондон, Нью-Йорк, Гонконг);
- забезпечення прозорості фінансової інформації та встановлення контролю за дотриманням прав інвесторів (Лондон, Нью-Йорк, Цюріх);
- стимулювання торгівлі деривативами й розвитку інноваційних продуктів (Чикаго, Франкфурт, Мумбай);
- створення сприятливих умов для залучення висококваліфікованого персоналу до фінансового сектору (Лондон, Нью-Йорк, Сінгапур, Абу-Дабі);
- присвоєння статусу вільної економічної зони (Гонконг, Дубай);
- відсутність протекціонізму відносно національних учасників фінансового ринку (Лондон, Нью-Йорк, Чикаго).

Однак незважаючи на високий рівень розвитку, найбільші фінансові центри мають ряд недоліків і перешкод для подальшого розвитку (табл. 3).

Таблиця 3

## Недоліки та перешкоди до подальшого розвитку деяких МФЦ [1, с. 220–221]

Фінансовий центр	Недоліки й перешкоди для подальшого розвитку МФЦ
Лондон	<ul style="list-style-type: none"> <li>- надмірне нормативно-правове регулювання діяльності учасників фінансового ринку, що веде до додаткових витрат, які несуть компанії для задоволення вимог внутрішніх стандартів;</li> <li>- високі ставки податку на прибуток;</li> <li>- ліберальний режим капітального контролю створює загрозу процесу відмивання грошей і фінансового тероризму.</li> </ul>
Нью-Йорк, Чикаго	<ul style="list-style-type: none"> <li>- жорсткість законодавчих вимог до прозорості діяльності компаній та жорстке регулювання банківської сфери;</li> <li>- велика кількість регулюючих органів і відсутність узгодженості в їх діях;</li> <li>- обмеження прав акціонерів у порівнянні із законодавством інших провідних країн світу;</li> <li>- висока вартість послуг фінансових посередників.</li> </ul>
Токіо	<ul style="list-style-type: none"> <li>- орієнтованість більшою мірою на внутрішній ринок та жорстке регулювання ринку;</li> <li>- протекціонізм відносно національних банків;</li> <li>- високий рівень оподаткування;</li> <li>- мовний бар'єр.</li> </ul>
Женева, Цюріх	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дефіцит сучасної ділової інфраструктури й, як наслідок, висока орендна плата;</li> <li>- нестача висококваліфікованого персоналу.</li> </ul>
Гонконг	<ul style="list-style-type: none"> <li>- невизначеність законодавства відносно регулювання обігу цінних паперів;</li> <li>- недостатньо ефективна система страхування.</li> </ul>
Мумбай	<ul style="list-style-type: none"> <li>- відсутність ліквідного й ефективно регульованого ринку облігацій;</li> <li>- відсутність деривативів на національну й інші валюти, а також на кредитний спред;</li> <li>- відсутність великих інституціональних інвесторів;</li> <li>- відсутність висококваліфікованого персоналу всередині країни;</li> <li>- протекціоністська політика з боку держави.</li> </ul>
Дубай, Абу-Дабі	<ul style="list-style-type: none"> <li>- недолік сучасної соціальної й ділової інфраструктури, як наслідок, висока орендна плата</li> </ul>

Не зважаючи на появу великої кількості міжнародних та регіональних фінансових центрів у світі країни СНД майже не залучені до цього процесу. Лише в Москві останні 5–7 років почали розробляти нормативно-правову базу створення регіонального фінансового центру. Інфраструктура міжнародного фінансового центру в Москві має бути створена через сім років – це передбачено «Концепцією довгострокового соціально-економічного розвитку Російської Федерації на період до 2020 року». В Москві перебуває більша частина провідних фінансових інститутів: найбільші банки, страхові компанії, пенсійні фонди, біржі тощо. Через фінансову систему міста проходить більше 80% фінансових ресурсів країни [3, с. 29].

Провідна російська біржова площа також перебуває в Москві. Московська міжбанківська валютна біржа (ММВБ) входить до десяти найбільших бірж світу: на неї доводиться більше 80% обороту організованого ринку цінних паперів Росії, близько 30% угод на ММВБ здійснюється нерезидентами [3, с. 29]. У Москві представлені й працюють всі провідні національні компанії. Більшість великих іноземних компаній, що працюють на різних регіональних ринках Росії, свої головні офіси також розташували в Москві. У створенні МФЦ російська сторона орієнтується на закордонний досвід з подальшою перспективою стати світовим фінансовим центром.

**Висновки.** Отже, мета формування міжнародних (регіональних) фінансових центрів є схожою для різних країн: приплив капіталу в місто й країну в цілому, поповнення прибуткової частини бюджетів, розвиток міської інфраструктури, забезпечення зайнятості населення, що сприяє зростанню ВВП країни. беручи до уваги міжнародний досвід, для створення МФЦ необхідне підвищення конкурентоздатності країни (міста) одразу по декількох критеріях. Необхідно впровадити комплекс заходів, спрямованих і на поліпшення регулювання фінансових ринків, і на рівень розвитку національного фінансового ринку, і на його інтегрованість у глобальний ринок, на поліпшення загальних умов життя й ведення бізнесу, розвитку людського капіталу й заходів щодо підвищення загальної конкурентоздатності національної економіки. Однак не можна залишити без уваги й загрози для країни, які з'являються в результаті активної інтеграції у світовий фінансовий ринок: підвищення уразливості країни, ризик швидкого відтоку капіталу, ймовірність збільшення масштабів фінансового шахрайства, підвищення залежності від політичної ситуації в країні.

#### Література:

1. Политическое измерение мировых финансовых кризисов. Феноменология, теория, устранение : моногр. / [Под общ. ред. С. С. Сулакшина]. – М.: Научный эксперт, 2012. –632 с.
2. Миркин Я. М. Рынок ценных бумаг России: воздействие фундаментальных факторов, прогноз и политика развития / Я. М. Миркин – М.: Альпина Паблишер, 2002. –624 с.
3. Дробышевский С. М. Перспективы создания международного финансового центра в Российской Федерации / С. М. Дробышевский, Е. В. Худько, Е. Е. Великова. – М.: Институт Гайдара, 2010. – 108 с.
4. 12-й полугодовой рейтинг Международных финансовых центров [Электронный ресурс] // Сайт Союза акціонерів та інвесторів. – 2012. – Режим доступу: [http://www.fingramota.com/global\\_financial\\_centers\\_index.htm](http://www.fingramota.com/global_financial_centers_index.htm)
5. Мойсейчик Г. И. Архитектоника глобальной системы финансовых центров [Электронный ресурс] / Г. И. Мойсейчик // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 1. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/arhitektonika-globalnoy-sistemy-finansovyh-tsentrov>
6. Сахаров А. Международные финансовые центры : моногр. / А. Сахаров. – М.: Минэкономразвития России, 2009. – 225 с.
7. Mingai X. Building Shanghai international financial center: strategic target, challenges and opportunities. – Institute of world economy. – 2007.
8. Sassen S. The global city: New York, London, Tokyo. / S. Sassen – Princenton university press. – 2006.

**Мілай А.О.***канд. економ. наук, доцент  
Національний технічний університет України «КПІ»*

## **ОСОБЛИВОСТИ ТА НАСЛІДКИ ПРОВЕДЕННЯ ГРОШОВО - КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ ФРС США В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ**

## **ОСОБЕННОСТИ И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕНЕЖНО - КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ ФРС США В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

## **FEATURES AND IMPLICATIONS OF MONETARY - CREDIT POLICY FED UNITED STATES IN CONDITIONS OF GLOBAL ECONOMIC CRISIS**

*Досліджується процес розгортання кризи в фінансовому секторі економіки США наприкінці 2007р. і початку 2008р. Аналізуються шляхи підтримання банківської ліквідності в умовах кризового стану. Робиться висновок, що внаслідок небувалого масштабу фінансової кризи яка охопила банківську систему США, ефективне використання традиційних інструментів забезпечення поточної ліквідності та платоспроможності банківських установ є неможливим. Аналізуються основні особливості умов в яких приймалось рішення про впровадження принципово нового підходу до проведення грошово – кредитної політики ФРС по забезпеченню стабільності фінансового сектору США та національної економіки в цілому, політики, яка в подальшому отримала назву - політики кількісного пом'якшення (QE - Quantitative easing). Аналізуються чинники які призвели до необхідності впровадження QE 2 та QE 3. На основі аналізу дається загальна оцінка політики кількісного пом'якшення та визначаються наслідки її проведення для світової фінансової системи. Аналізуються наслідки масштабної емісії ФРС США. Визначається, що в умовах паперового валютного стандарту можливо локалізувати інфляцію виключно в межах фондового ринку та ринку деривативів. А це, як відомо, дає можливість суспільству оцінювати її наслідки виключно позитивно. Робиться висновок про те, що зростання фондових індексів в 2013р., більш ніж на 25%, є саме результатом грошової емісії та проявом інфляції на відповідних фінансових ринках.*

**Ключові слова:** Центробанк США, індекс Доу-Джонса, рефінансування, рейганоміка, деривативи, ставка рефінансування, політика кількісного пом'якшення.

*Исследуется процесс развертывания кризиса в финансовом секторе экономики в Соединенных Штатах в конце 2007 и начале 2008 года. Анализируются способы поддержания банковской ликвидности в условиях кризисе. Делается вывод о том, что в результате беспрецедентных масштабах финансового кризиса, который охватил банковскую систему США, эффективное использование традиционных инструментов обеспечения текущей ликвидности и платежеспособности банковских учреждений было невозможно. Анализируются основные особенности условий, в которых принималось решение об использовании принципиально нового подхода к проведению денежно - кредитной политики ФРС для обеспечения стабильности финансового сектора США и национальной экономики в целом, политики, которая позднее получила название - политики количественного смягчения (QE - Quantitative easing). Анализируются факторы, которые привели к необходимости введения QE 2 и QE 3. На основе анализа дается общей оценка политики количественного смягчения и последствий ее проведения для глобальной финансовой системы. Анализируется последствия масштабной эмиссии ФРС США. Делается вывод о том, что в условиях бумажного валютного стандарта есть возможность локализовать инфляцию исключительно в пределах*

фондового рынка и рынка производных финансовых инструментов. И это, как известно, позволяет обществу оценить ее последствия исключительно положительно. Делается вывод о том, что рост фондовых индексов в 2013 г., более чем на 25%, это результате денежной эмиссии и проявление инфляции на финансовых рынках.

**Ключевые слова:** Центробанк США, индекс Доу - Джонса, рефинансирование, рейганомика, деривативы, ставка рефинансирования, политика количественного смягчения.

*The article explores the process of deployment of the crisis in the financial sector of the economy in the United States in late 2007 and early 2008. Discusses ways to maintain liquidity in the banking crisis. It is concluded that as a result of the unprecedented financial crisis that has gripped the United States banking system, efficient use of traditional instruments of the current liquidity and solvency of the banking institutions. Analyses the main features of the context in which the decision had been taken on the use of a fundamentally new approach to the FED'S monetary policy to ensure the stability of the financial sector of the United States and the national economy as a whole, policies, which later was called the policy of quantitative easing (QE - Quantitative easing). Analyses the factors that have led to the introduction of QE 2 and QE 3. On the basis of the analysis provides an overall evaluation of the policy of quantitative easing and its consequences for the global financial system. Analyses the effects of the massive issue United States FED. It is concluded that in the context of a paper currency standard has the ability to localize the inflation within the stock market and the derivatives market. And this, as it is known, allows the company to evaluate its impact is positive. It is concluded that the growth of stock indices in 2013, more than 25%, as a result of this monetary emission and manifestation of inflation in financial market.*

**Keywords:** Central Bank of the United States, Dow-Jones, refinance, reaganomika, derivatives, rate refinance, QE - Quantitative easing

**Вступ.** Сьогодні факт світової економічної кризи є загально визнаним. Однак, коли мова заходить про зрозуміле пояснення її чинників, прогнозів її протікання і розвитку, і, тим більше, її можливих наслідків, починається суцільна незрозумілість та невизначеність з боку сучасної економічної теорії. Як, в загалі, таке могло статися що жоден з нобелівських лауреатів по економіці навіть не згадав у своїх дослідженнях про можливість початку глибокої економічної кризи в найближчому майбутньому. Навпаки, усі твердо запевнювали світове суспільство в тому що, кризові часи для сучасної ринкової економіки минули назавжди.

А меж тим, теорія кризи базується на положеннях які досить добре були визначені ще засновниками класичної економічної теорії. Так Адам Сміт, в рамках розробленої їм теорії трудової вартості, звертав увагу на те що, основні фактори які створюють сукупний суспільний продукт - праця і капітал - мають зовсім не рівні права в його розподілі і споживанні. Саме капіталу, у відповідності з базовими принципами ринкової економіки, належить створений продукт, а від так і право його розподілу. Як наслідок, власник іншого фактору виробництва - праці – не отримує відповідного відшкодування її витрат.

Таким чином, невід'ємною властивістю капіталістичного відтворення сукупного суспільного продукту є прискорене, в порівнянні з доходами власника праці, нарощування капіталу. І тому, в рамках ринкової економіки, зростання попиту постійно відстає від росту капіталу. І якщо не приймати спеціальних заходів останній, в кожному новому циклі відтворення, втрачає, відносно попереднього циклу, частину своєї вартості, як, безпосередньо, в формі накопичених активів, так і, опосередковано, у формі зниження середньої норми прибутковості. Останнє, визначається тим, що зменшення приросту попиту в порівнянні з приростом капіталу, призводить до зменшення приросту прибутку по відношенню до кожної нової одиниці відтвореного капіталу.

Дослідженню проблематики впливу грошово-кредитної політики в умовах кризи, на стан світових ринків і світової економіки, в цілому, присвячено багато наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених, зокрема О. Дзюблюка, [2], В.Бурлачкова [1], О. Білоруса, А. Кобякова, [5], Дж. Сороса [5], та інших. Однак, в більшості випадків, фахівці, які досліджують означену тематику, не аналізують наслідки грошово-кредитної політики, що проводиться ФРС, в умовах кризи, і декларується останньою як єдиний можливий шлях виходу з економічної кризи. Недостатня розробленість зазначених питань, їх актуальність та практичне значення визначили мету даного дослідження.

**Постановка завдання.** Метою статі є дослідження особливостей та наслідків проведення грошово – кредитної політики ФРС – політика, яка в умовах світової фінансової кризи отримала назву - політики кількісного пом'якшення - і яка на теперішній час керівництвом ФРС розглядається як єдиний можливий шлях виходу з економічної кризи.

**Методологія.** Теоретичною та методологічною основою статті є роботи вітчизняних і зарубіжних вчених в галузі дослідження основних чинників виникнення сучасної економічної кризи. У роботі використовувались загальнонаукові та спеціальні методи дослідження економічних процесів і явищ. Із загальнонаукових методів застосовано: абстрактно-теоретичний, діалектичний, аналізу і синтезу та інші, які були використанні при узагальненні теоретико-методологічних положень.

**Результати дослідження.** Серйозні ознаки кризи в іпотечному секторі банківської системи США з'явилися ще в III кварталі 2007 року. Ризики структурованих фінансових продуктів стали вочевидь топ менеджерам іпотечних банків, ринок іпотечних облігацій почав згортатися, а вартість активів знижуватись. З грудня 2007 року Центробанк США почав кредитувати банки з метою підтримання їх ліквідності, а з 1 кв. 2008 року програма підтримання ліквідності інвестиційних та комерційних банків була розширена. Але очікуваних наслідків вона не дала.

Знецінення прийнятих в забезпечення активів йшло дуже швидко. Крім того існувала реальне небезпека того що початок масового продажу цих активів призведе до ще більшого падіння їх вартості. Небезпека втрати балансової вартості активів, внаслідок зниження їх ринкової ціни, доповнювалась кризою довіри. Міжбанківський кредитний ринок майже перестав функціонувати. Банки не бажали кредитувати один одного, тому що побоювались за фінансовий стан своїх партнерів. Банкрутство малих та середніх банків відбувалось одне за одним.

В такій ситуації остання надія залишилась на кредитора останньої інстанції – Центробанк. Але стало, вочевидь, що звичного формату підтримання ліквідності банків було недостатньо. Проблема полягала в тому, що ФРС США з грудня 2007 року по вересень 2008 року видавала кредити на підтримання ліквідності під забезпечення – ломбардні кредити, або під продаж казначейських зобов'язань (трежерис) – операції репо. Надані в забезпечення кредитів активи, як правило нерухомість, швидко знецінювались і тому банки змушені були продавати все більше активів для виконання своїх зобов'язань, а збільшення масштабу продаж призводило до прискорення зниження цін все на тому ж ринку нерухомості і зростанню проблем у банків.

Обставини склались таким чином, що треба було терміново прийняти ряд антикризових мір, які існуюча на той час ментальність суспільства не сприймала. Підтримання ліквідності банків за рахунок кредитів ЦБ - ідея зовсім непогана. Але кредити мають багато вад – наявність забезпечення, відсоткові ставки і зобов'язання по погашенню у певний час. Це не підходило, тому що було розуміння того що систему звичайною ліквідність не врятувати.

По-перше, потрібен був банк, який зможе викупити усі, так звані, «токсичні активи». На цю роль найкращим чином підійшла ФРС США.

По-друге, необхідна була така ліквідність під яку не треба забезпечення, яку не треба повертати і за яку не треба сплачувати відсотки.

І тут зародився геніальний механізм QE (Quantitative easing) – кількісне пом'якшення. Саме те, що немало вад кредиту и давало можливості значно знизити ризиковість активів банків і забезпечити певний рівень ліквідності їх балансів. Окрім усього іншого, банки мали можливість отримувати прибутки через операції на вторинному ринку - купувати по курсовій вартості трежерис та MBS дешево, а продавати ФРС по номіналу значно дорожче. Так наприклад, ФРС купувала державні цінні папери США - термін погашення по яким ще не настав - по номіналу, тоді коли їх курсова вартість доходила до 20-60% номіналу. Механізм підтримання ліквідності банків в межах QE виглядає наступним чином.

Дилери викупувають трежерис та MBS з відкритого ринку, або з первинного ринку розміщення цінних паперів. Потім їх викупує у дилерів ФРС, даючи можливість банкам заробити на курсовій різниці. Отримані кошти банки кладуть на свої коррахунки в ФРС, створюючи надлишкові резерви. І в подальшому ці кошти використовуються як забезпечення в проведенні операцій на фінансовому ринку, підтримуючи поточну ліквідність і платоспроможність. Тобто, отримавши додатковий резерв, банк має можливість, не знижуючи своєї платоспроможності і ліквідності, залучити додаткові кредитні ресурси, використовуючи ефект безкоштовного фінансового важеля, знижуючи таким чином ризиковість кредитно - інвестційного портфеля.

Безумовно, такий крок, в період гострої фінансової кризи, був вимушений і виправданий, тому що дозволив врятувати банківську систему. Але отямившись після першого удару фінансового цунамі банкіри зрозуміли, що це не звичайні циклічні негаразди, а трапилась глобальна структурна криза, яка загрожує існуванню усій системі в цілому. Перестав працювати сам механізм розширення банківського сектору економіки. Рівень облікової ставки знизився до найменших можливих значень, а середня заборгованість домогосподарств в 1.5 рази перевищила їх річні доходи [6] і в сукупності дорівнює розміру ВВП країни. Все це, власно кажучи, зробило неможливим підтриман-

ня попиту на споживчі кредити, а разом з тим і підтримання існуючого попиту домогосподарств. Але ніхто не хотів погоджуватись на значне скорочення банківського бізнесу і приведення його в формат нової реальності. Потрібне було джерело майже безкоштовних кредитних ресурсів і нові можливості отримання прибутку від фінансових операцій.

Так зародилась ідея QE 2. Її основне завдання полягало не тільки в тому, щоб забезпечити певний рівень рентабельності дилерам, а і в тому, щоб оцінити реакцію основних індикаторів ринку на штучне втручання, тобто можливу імовірність масштабної дестабілізації ринку.

Контрольна перевірка ринків на адаптивність нової грошово-кредитної політики ФРС дала більш менш обнадійливі результати. Так валютний ринок показав, що падіння індексу долара під час проведення QE 2 становило не більше 10% і, в цілому, носило регулюємий характер.

Ринок боргових зобов'язань і позиції трейдерів демонстрували певне зростання середньозважених ставок, але їх позитивна динаміка залишалась в припустимих межах для обслуговування боргу і розміщення нових позик.

Ринок сировини і дорогоцінних металів показав зростання цін на 30-40%. В той же час, фондовий ринок демонстрував найбільш позитивний вплив нового формату грошової політики. Зростання фондових індексів за рахунок емісії сприймалось суспільством виключно позитивно. І це давало тверду надію на те, що саме цей ринок виконає важливу роль тієї губки, яка забере надлишок грошової маси в фінансовий сектор економіки де інфляція відіграє тільки позитивну роль. В той же час, на грошовому ринку відсоткові ставки зберігались в допустимих для стабільності межах. Що стосується кредитної активності то майже ніякого впливу на кредитування помічено на було.

Треба відмітити, що збоку суспільства деякий час спостерігалась певна критика і інформаційна протидія політиці QE 2. Але запевнення ФРС в тому, що ця політика вимушена і носить тимчасовий характер, мали позитивний вплив. І дуже швидко довіра до дій ФРС у суспільстві поновились.

Таким чином, був зроблений висновок, що негативні ефекти і наслідки введення QE були в межах допустимих кордонів, а прибуток досить значний, щоб відмовлятися від подібної практики. Так і підійшли до QE 3. І якщо чинниками для запуску QE 1 були ризики колапсу фінансової системи, банки під загрозою банкрутства і фатальне падіння активів, що, в цілому, виправдовувало подібний крок, то запуск QE 3 нічим подібним не був виправданий.

В короткостроковій перспективі політика QE дає можливість підвищити рентабельність в фінансовому секторі економіки, але вона нівелює зворотні зв'язки які забезпечують дію ринкового механізму. Так, наприклад, за 2013 рік індекс Доу Джонс зріс приблизно на 25% [7], в той час як на підприємствах реального сектору економіки США прибуток та обсяги продаж мали або дуже незначне зростання або зниження в порівнянні з минулим роком.

Які наслідки для економічного стану країни може мати масштабна емісія? Найбільш поширена точка зору про негативні наслідки емісії полягає в тому, що така грошова політика веде до посилення інфляції. Але досвід проведення політики кількісного пом'якшення показує що інфляції можна уникнути. Особливість грошової емісії в рамках проведення політики QE, полягає в тому, що надлишкові грошові кошти направляються виключно на фінансовий ринок. Невелика їх частина, яка попадає на споживчий ринок, тільки компенсує зниження попиту внаслідок зростання безробіття і скорочення доходів домогосподарств.

Значне зростання цін відбувається виключно у фінансовому секторі, а саме на фондовому ринку. І це, на перший погляд, саме те що потрібно. Але треба звернути увагу на те що ціни на акції зростають ( за 2013 рік більше ніж на 25% ), в той час коли прибуток підприємств реального сектору економіки США падає, зніжується «реальний» попит а безробіття зростає. І це є наслідком стимулювання штучного попиту за рахунок емісії.

Нарешті, запропонована емісійна модель в незначних обсягах направляє грошові кошти саме в реальний сектор економіки. А основний грошовий потік концентрується саме в фінансовому секторі. І тут, як вже підкреслювалось, інфляція проявляє себе в повній мірі в зростанні фондових індексів, а це значною мірою, збільшує інфляцію витрат для виробників і як наслідок, економіка набуває стагнаційних ознак. В той же час, стає не вигідним кредитування реального сектора економіки, особливо розширення виробництва – це майже гарантована втрата коштів. Значно краще, кредитувати фінансовий сектор, якій, в умовах емісії, дає значні прибутки, а від так, і гарантії повернення кредитних коштів.

Іншими словами, емісійна модель зупиняє розвиток реального сектора і поступово знижує його рентабельність. І хоча емісія значно загальмувала темпи падіння виробництва, негативні явища в економіці, які мають структурний характер, залишились і вбудь який час готові себе проявити.

Якщо давати загальну оцінку політиці QE то, безумовно, треба визначити, що ніякого позитивного впливу на реальну економіку вона не має. Усі заявлені параметри впливу кількісного пом'якшення

на реальний світ – зниження безробіття, зростання економіки, збільшення кредитування реального сектору економіки – залишились нездійсненою мрією. Більш того, QE суттєво підвищив ризики обвального падіння фондового ринку і в разі її припинення наслідки можуть бути непередбачливі. Тому обіцянки ФРС в найближчий час завершити політику кількісного пом'якшення, як тільки економіка остаточно вийде з кризи, виглядають, як мінімум, дуже непереконливо. Хоча б вже тому, що емісія в загалі не може бути панацеєю виходу з кризи.

Причиною кризи є порушення структурних пропорцій між попитом і пропозицією. Рівноважний ринок це досить рідкісне явище. Будь яка національна економіка і світова економіка в цілому, частіше мають справу саме з надлишковим ринком, де пропозиція перевищує попит. І цьому є досить просте пояснення. Справа в тому, що темпи накопичення капіталу випереджають темпи зростання платоспроможного попиту. З кожним новим циклом відтворення, пропозиція капіталу зростає, в наслідок його накопичення, а динаміка попиту на його споживання відстає або, в загалі, знижується. Пропозиція зростаючого ринку автоматично не створює адекватний попит. Це досить аргументовано в свій час довів Адам Сміт, а Дж. Кейнс, використовуючи це положення класичної економічної теорії, побудував досить ефективну систему регуляторів сукупного суспільного попиту.

В черговий раз стикнувшись з цією проблемою на початку 80-х років ХХ ст. США питання вирішили дуже просто. Вони почали стимулювати зростання попиту за рахунок нарощування темпів споживчого кредитування. В той же час, щоб попит на кредити не знижувався в умовах зростання заборгованості домогосподарств, був запроваджений інструмент рефінансування. Поточні кредити повертались за рахунок надання нових позичок, при цьому постійно знижувалась ставка рефінансування з боку ФРС. Ця економічна політика відома під назвою рейганоміка. Вона так сподобалась фінансовій еліті США, що продовжувалась в 90-ті роки та на початку ХХІ ст. В 1994-2007 рр., в США обсяг кредитів виданих домогосподарствам і нефінансовим компаніям, зріс с 118% до 173% ВВП, у великій Британії с 120% до 180%, в Єврозоні с 72% до 91% [3]. У зв'язку з цим, Дж. Сорос звертає увагу на те, що в 1929 р. сукупний обсяг виданих кредитів в США складав 160% ВВП, к 1932 р, цей показник зріс до 250%, в 2008р., він досяг 365% без урахування деривативів, яких в 1930-х роках взагалі не було [5]. В той же час, в тому ж році умовна вартість позабіржових деривативів по статистичним даним в 16 разів перевищувала світовий валовий продукт [3].

Потенціал стимулювання ринкового попиту за рахунок нарощування темпів споживчого кредитування існував доки була можливість знижувати ціну кредиту, підтримуючи таким чином, відповідний попит на гроші. В результаті проведення такої політики ставка рефінансування ФРС с 19% в 1981р. знизилась майже до 0% в 2008 р. А сукупна заборгованість домогосподарств зросла с 60% відсотків ВВП більш ніж до 100%.

Таким чином, особливість теперішньої кризи полягає в тому, що на протязі останніх 30 років попит в США і в Європі значною мірою, стимулювався за рахунок споживчого кредитування і тепер цей чинник зростання економіки повністю вичерпаний. В той же час, за цей період склалися дуже значні диспропорції між пропозицією і сукупним попитом. І тому світова економіка повільно але впевнено йде до масштабної кризи, яка поновить баланс на ринку за рахунок скорочення пропозиції.

Висновки. Аналіз сучасної грошово-кредитної політики ФРС, яка отримала назву політики кількісного пом'якшення, дає можливість зробити висновок про те, що в діючому форматі, вона не має за мету усунути основний чинник теперішньої економічної кризи, а саме структурні диспропорції економіки. Навпаки, вона сама стала чинником інтенсивного нарощування, не менш небезпечної диспропорції, між доходами домогосподарств і уряду з одного боку і обсягом їх споживання з іншого. Безумовним є і той факт, що згортання широкомасштабної емісії ФРС, після досить тривалого штучного, за рахунок емісійних коштів, підтримання попиту, призведе до обвалу ринків і перш за все фондового ринку і ринку деривативів.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає в запропонованому методологічному підході до аналізу причин і наслідків сучасної економічної кризи, а також оцінки монетарних методів регулювання економіки і пошуку на цьому шляху можливих альтернатив виходу з кризи. Ми дотримуємося тієї точки зору, що криза носить структурний характер і не є тимчасовим явищем, яке може бути усунене за рахунок використання монетарних інструментів.

Перспективний напрямок подальшого дослідження пов'язаний з глибоким аналізом дійсних чинників сучасної кризи, який, на нашу думку, не повинен базуватися на методології монетарного підходу. Сучасний стан світової економіки потребує створення відповідної економічної теорії, яка б дала нарешті відповіді на актуальні питання.

**Література:**

1. Бурлачков В.К. Теоретичні основи грошово-кредитної політики та світова фінансова криза [Текст] / В.К. Бурлачков // Економіка України. - 2009. - № 2. - с. 49-59.
2. Дзюблюк О.В. Грошово-кредитна політика в період кризових явищ на світових фінансових ринках [Текст] / О.В. Дзюблюк // Вісник НБУ. - 2009. - № 5. - с. 25.
3. Корищенко К., Соловьева И., Новые вызовы в регулировании финансового сектора в условиях кризиса [Текст] / К.Корищенко, И.Соловьева // Вопросы экономики. - 2010. - № 4 - с.100-112.
4. Кобяков А.Б., Хазин М.Л. Закат империи доллара и конец "Рах Americana". / А. Кобяков, М. Хазин. М.: Вече, 2003. - 368 с.
5. Сорос Дж. Прогнозы: Будущее в форме буквы W - /Дж. Сорос // Ведомости - 2010 -15 янв.
6. US debt clock // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://webdiscover.ru/v/22301>
7. Движущийся график США 30 // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ru.investing.com/indices/us-30-chart>

УДК 339.924

**Мунтіян В.І.,**  
доктор економ. наук, професор  
член-кореспондент НАН України

## **ПЕРСПЕКТИВИ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З РОСІЄЮ В РАМКАХ СТВОРЕННЯ МИТНОГО СОЮЗУ**

## **ПЕРСПЕКТИВЫ СОТРУДНИЧЕСТВА УКРАИНЫ С РОССИЕЙ В РАМКАХ СОЗДАНИЯ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА**

## **PROSPECTS OF COOPERATION BETWEEN UKRAINE AND RUSSIA UNDER A CUSTOMS UNION**

*У даній науковій статті розглянуто питання створення інтеграційних утворень між Україною та Європейським Союзом, з одного боку, та між Україною та Російською Федерацією – з іншого боку. Зокрема, висвітлено основні переваги та недоліки, які отримає Україна від співробітництва у двох різних напрямках інтеграційної політики. Провівши аналіз, автор пропонує поглиблення взаємовідносин нашої держави зі своїм історичним стратегічним партнером – Російською Федерацією. Приводяться приклади взаємних вигод від даного співробітництва, зокрема, в авіаційній галузі, машинобудівній, електроенергетиці, військовому секторі, агропромисловому секторі, суднобудуванні, модернізації газотранспортної системи, експорті енергоресурсів тощо. За отриманими математико-економічними розрахунками та експертними оцінками, інтеграція України в митний союз є найбільш прийнятною. Крім зовнішньої торгівлі на прийнятних взаємовигідних умовах, будуть вирішені питання міжнародного кредитування та інвестицій, які є ключовими питаннями для забезпечення економічної безпеки України.*

**Ключові слова:** зовнішня торгівля, зона вільної торгівлі, інтеграція, митний союз, модернізація, співробітництво.

*В данной научной статье рассмотрены вопросы создания интеграционных образований между Украиной и Европейским Союзом, с одной стороны, и между Украиной и Российской Федерацией*



- с другой стороны. В частности, освещены основные преимущества и недостатки, которые получает Украина от сотрудничества в двух разных направлениях интеграционной политики. Проведя анализ, автор предлагает углубления взаимоотношений нашего государства со своим историческим стратегическим партнером - Российской Федерацией. Приводятся примеры взаимных выгод от данного сотрудничества, в частности, в авиационной отрасли, машиностроительной, электроэнергетике, военном секторе, агропромышленном секторе, судостроении, модернизации газотранспортной системы, экспорте энергоресурсов и т.д. По полученным математико-экономическими расчетами и экспертным оценкам, интеграция Украины в Таможенный союз является наиболее приемлемой. Кроме внешней торговли на приемлемых взаимовыгодных условиях, будут решены вопросы международного кредитования и инвестиций, которые являются ключевыми вопросами для обеспечения экономической безопасности Украины.

**Ключевые слова:** внешняя торговля, зона свободной торговли, интеграция, таможенный союз, модернизация, сотрудничество.

*In this research article it was considered the creation of integration formations between Ukraine and the European Union on the one hand, and between Ukraine and the Russian Federation - on the other hand. In particular, it was highlighted the main advantages and disadvantages that will Ukraine on cooperation in two different areas of integration policy. After analysis, the author proposed the deepening of relationship of our country with its historical strategic partner - Russia. It was given the examples of the mutual benefits of cooperation, particularly in the aviation industry, machine building, electric power industry, the military sector, agricultural sector, shipbuilding, gas transportation system, energy exports etc. According to the obtained mathematical, economic calculations and expert assessments, integration of Ukraine into the Customs Union is the most appropriate. In foreign trade on mutually acceptable terms, the issue will be resolved international lending and investment, which are key issues for the economic security of Ukraine.*

**Keywords:** foreign trade, free trade zone, integration, customs union, modernization, cooperation.

**Вступ.** Плановане підписання Україною асоціації та Договору про Зону вільної торгівлі (ЗВТ) з Європейським Союзом (ЄС) може мати серйозні негативні наслідки з найбільшим торговим і стратегічним партнером – Російською Федерацією. Тому необхідно прийняти невідкладно комплекс заходів щодо недопущення розриву сформованих стратегічних зв'язків та зберегти потенціал для перспективного розвитку в частині створення спільного ринку, загального простору у сфері інновацій, енергетики, транспорту, аграрного ринку та інших життєво важливих сферах економічного та гуманітарного розвитку.

**Постановка завдання.** Таким чином, необхідно прорахувати два основні сценарії розвитку – які ризики виникнуть вже після підписання договору про асоціацію та ЗВТ з ЄС з одного боку, а з іншого боку – які адекватні заходи приймуть країни митного союзу (МС). Крім того, необхідно оцінити чи володіє Україна на сьогодні необхідним потенціалом і чи має відповідні джерела, необхідні для покриття втрат, як з одного, так і з іншого боку. На превеликий жаль, така системна робота зараз не проводиться. Її відсутність призвело до того, що населення України з даного вибору є зазомбованим. Відсутність об'єктивної інформації щодо стратегічних питань призведе до величезних втрат, що вже ні раз підтверджувалося практикою.

**Методологія.** У процесі написання статті було застосовано методи порівняння та узагальнення, метод аналізу статистичних даних.

**Результати дослідження.** Що стосується інтеграції України в ЄС, то наша держава від цієї інтеграції, на умовах, які викладені в Угоді, крім обіцянок, в реальності здобутків не отримає. Європа ж отримає величезний ринок, на який вона безперешкодно постачатиме свої товари. Україна не представить їй своєї альтернативи, тому що вона не зможе виробляти конкурентоспроможну продукцію, яку б не зміг виготовити ЄС. Таким чином, Україна отримає нееквівалентний обмін, а відповідно від'ємне сальдо торговельного та платіжного балансів. Також ЄС отримає приплив низькооплачуваної, але висококваліфікованої та освіченої робочої сили. І найголовніше, західна цивілізація отримає добро на те, що вона не змогла завоювати протягом тисячоліття – унікальні українські землі.

На жаль, останнім часом спостерігається деяке охолодження інтеграційних процесів. Це пов'язано з відсутністю чіткої системи координації даних процесів і відповідного наукового та інформаційного супроводу. Крім того, найголовніші аспекти, це те, що МС увійшов в стагнацію, основні показники роботи першого півріччя 2013 р. є вкрай низькими, сталося падіння обсягів ВВП,

виробництва, торгового обороту, вантажообігу, зниження інвестицій в основний капітал [1]. Що стосується РФ, то замість зростання ВВП у 3,8% за півріччя воно склало 1,2%. На жаль, економіка РФ, не дивлячись на високі ціни на енергоресурси до 2013 р. буде перебувати в стагнації. У 2014 р. економіка РФ може увійти в рецесію, якщо терміново не провести реформи в монетарній, грошово-кредитній та промисловій сферах. Крім того, якщо світові ціни на нафту (Urals) впадуть до 60 дол./бар., це призведе в 2014 р. до падіння ВВП на – 3,2%, послабить російський рубль до 52,6 руб./дол., прискорить інфляцію, а дефіцит консолідованого бюджету складе – 6,4% [2].

Успадкована від часів СРСР виробнича та інфраструктурно-промислова база російської економіки втрачає запас міцності, внаслідок відсутності системних заходів з технічного та технологічного оновлення основних фондів в пострадянський період. Для компенсації високого ступеня морального і фізичного зносу засобів виробництва, необхідне створення економічного механізму для оновлення національно-технологічної бази. Крім технічних і експлуатаційних переваг, цінові конкурентні переваги дозволяють відзначати суттєві перспективи розвитку двостороннього співробітництва між Україною та Російською Федерацією. Високий ступінь технічної сумісності підприємств, а в окремих випадках – унікальність поставок для російського виробничого та інфраструктурно-промислового комплексів. Критичний поточний стан окремих стратегічно важливих виробничих та інфраструктурно-промислових сфер російської економіки приводить до збільшення потенціалу тих сегментів російського ринку, де українські підприємства мають традиційний стабільний збут.

Наприклад, у структурі магістральних газопроводів по терміну служби на лінії з віком 10 років припадає 12,7%, понад 33 років – 20,2%. З урахуванням того, що термін надійної експлуатації сталевих конструкцій становить 40 років, і враховуючи існуючі темпи введення в експлуатацію газопроводів і відводів, до 2015 р. не менше 20 тис. км магістральних газопроводів можуть стати потенційним джерелом техногенних катастроф.

Не менш складна ситуація з нафтопроводами. Так, тільки 7% магістральних нафтопроводів знаходяться в експлуатації менше 10 років, а 34% понад 30 років, 17% відносяться до зони підвищеного ризику.

Значний потенціал модернізації економіки РФ може забезпечити високі перспективи участі українських підприємств у програмах оновлення, насамперед у сферах: транспортного машинобудування, транспортування, переробки та видобутку нафти і газу (зокрема, виробництво труб), суднобудуванні – де Україна має вагомі виробничі потужності і техніко-технологічні можливості. Необхідно відмітити, що Українські товари по технологічній і цінovій конкурентоздатності в основному не поступаються міжнародним аналогам. Для прикладу це українські турбіни, трансформатори, компресори, двигуни, трубна продукція, продукція АПК, ВПК та ціла низка інших товарних груп.

Подолання системних проблем фізичного і морального старіння електроенергетичного обладнання є стратегічним завданням державної значущості РФ. Середній вік електроенергетичного обладнання РФ на початок 2010 р. по генеруючим компаніям склав – 30,5–32 р.; наднормативний (більше 25 років) – 47% трансформаторних підстанцій та 67% ЛЕП; аварійний – 17% трансформаторних підстанцій та 26% ЛЕП). Загальна потреба в капіталовкладеннях на розвиток електроенергетики РФ у період до 2030 р. складе близько 650 млрд. дол. в цінах 2010 р. У період до 2030 р. потреба в капіталовкладеннях на розвиток електростанцій складе 318 млрд. дол. Потреба в капіталовкладеннях на спорудження електромережних об'єктів оцінюється в 331 млрд. дол.

Виходячи із закону попиту і пропозиції дана ситуація є привабливою для України, адже є величезний платоспроможний попит на українську продукцію. Упускати ситуацію через політичні амбіції – неприпустимо. Але, на жаль, негативні процеси вже набирають незворотних обертів. Російська сторона підсилює імпортозаміщення та створення замкнутих циклів виробництва, щоб зменшити залежність від українських виробників. Українська сторона прискорює процеси входження в політичні і економічні структури ЄС, на що маємо відповідну негативну реакцію від РФ.

Значна частина електроенергетичного комплексу РФ укомплектована продукцією провідних українських підприємств (ВАТ «Турбоатом», ДП завод «Електроважмаш», ВАТ «Запоріжтрансформатор» тощо), у тому числі російські АЕС на 92,1% (на початок 2010 р.), ТЕС – на 36,3%, ГЕС – на 18,7%, що зумовлює високий рівень технологічної залежності від українських підприємств.

Намітилася тенденція зменшення присутності українських підприємств на російському ринку. Якщо в 2007–2008 рр. українська продукція електроенергетичного приладобудування забезпечувала більше 18% відповідного російського імпорту, то у 2009 р. ця частка скоротилася до 10,1%. При цьому українські виробники утримують критично високий рівень орієнтації саме на ринок РФ (у 2008 р. частка російського ринку досягла 68,4%, у 2009 р. – 61,6%) [3].

Українські турбінобудівні підприємства, і насамперед ВАТ «Турбоатом», втратили доміную-

че становище на російському ринку: частка України в імпорті відповідної продукції РФ скоротилась в 2,4 рази (з 82,5% у 2005 р. до 34,8% в 2009 р.). Основними конкурентами на російському ринку з інших країн є: General Electric (США); Westinghouse (США); Siemens AG (Німеччина); ABB (Швеція – Швейцарія); Alstom (Франція).

В умовах динамічного розширення імпортової ємності російського ринку генераторної продукції (з 314 млн. дол. в 2005 р. до 2,1 млрд. дол. в 2009 р.) частка продукції українського виробництва (представлена заводом ДП «Електроважмаш») скоротилась з 0,8% до 0,2% відповідно. При зростаючій потребі російської електроенергетики в трансформаторній продукції (з 328 млн. дол. в 2005 р. до 966 млн. дол. в 2009 р.), українські виробники, в першу чергу ВАТ «Запоріжтрансформатор», стабільно забезпечують близько третини імпортних потреб РФ [3].

Україна володіє значними перевагами перед конкурентами за ціною 1 умовної тонни трансформаторів (у 2009 р. ціна 1 ум. т становила 62% від середньої вартості 1 ум. т сукупного імпорту трансформаторів). Основні конкуренти – це ABB (Швеція – Швейцарія); Siemens AG (Німеччина); Areva (Франція), нові виробники з Китаю – TBEA (вже досягнуто частку на російському більше 15%), корейські компанії Hyundai і Hyosung, турецька компанія BEST, а також російські виробники: ХК «Електро завод», ВАТ «Уралелектротяжмаш», ТОВ «Тольяттінській трансформатор», ТОВ «Росенерготранс».

Міститься значний рівень технологічної залежності діючих російських потужностей від продукції ВАТ «Турбоатом». Ключовими факторами посилення значущості українського підприємства для потреб модернізації російської економіки є утримання лідерства в технологіях із значним вмістом інтелектуальної компоненти, збереження цілісності повного циклу, цінові переваги.

ДП «Електроважмаш» має певну значимість для потреб модернізації і оновлення економіки РФ. До 2015 р. збереження значущості підприємства для модернізації та оновлення економіки РФ визначатися досить стійкою технологічною залежністю російської електроенергетики від продукції підприємства. Його конкурентні переваги зумовлені ціновими факторами і значними можливостями в сегменті ремонтів і поточного обслуговування електрогенеруючих потужностей РФ.

Існує суттєва технологічна залежність електроенергетики РФ від продукції ВАТ «Запоріжтрансформатор». Наявний рівень освоєння нових технологій, високі якісні характеристики, достатній рівень технічної та фінансової адаптації під потреби індивідуальних інжинірингових проектів, дозволяє впевнено позиціонувати його на ринку РФ.

Ключовою проблемою авіаційної галузі РФ є високі темпи виведення з експлуатації старих літаків у найближчі роки (до 2015 р. потужність магістрального скоротиться на 60%, регіонального – на 75%), що не компенсується пропорційним введенням нових сучасних літаків російського виробництва і призводить до стрімкого зростання імпорту.

Швидке відновлення на російському ринку вантажних і пасажирських перевезень підвищує попит з боку авіакомпаній на нові ефективні літаки (до 2030 р. авіакомпанії Росії та СНД придбають близько 960 нових літаків на загальну суму 90 млрд. дол.). Тільки для потреб армії до 2020 р. планується закупити до 50 нових транспортних літаків Ан-70 (3,5 млрд. дол.) [3].

Окремі стратегічні проекти російського авіапрому суттєво залежать від українських підприємств внаслідок нестачі власних виробничих і технологічних потужностей. Компанія ДП «Антонов» випускає 4 сучасних літака (цивільні Ан-148, Ан-140 і транспортні Ан-70 і Ан-124) аналогів яким в Росії не існує.

Українська компанія «Мотор Січ» виробляє всі двигуни для серії літаків АН, співпрацюючи з російською стороною у виробництві двигунів для широкої номенклатури продукції, а також задіяна в нових проектах двигунів майбутнього.

ДП «Івченко–Прогрес» – унікальна компанія в СНД, яка займається розробкою сучасних двигунів, без участі якої перспективні розробки двигунів для майбутніх поколінь російських літаків неможливі.

Роль ДП «Антонов» для модернізації та оновлення російської економіки обумовлена інтелектуальною власністю, на яку в РФ відсутня альтернативи (не існує розробок сучасних цивільних і транспортних літаків). Значимість «Мотор Січ», «Івченко–Прогрес» пояснюється здатністю виконувати повний цикл авіадвигунів.

У період з 1995–2010 рр. частка іноземних компаній, в сукупній чисельності повітряних суден російських авіакомпаній зросла з менш ніж 5% до більш ніж 50%. Частка Boeing і Airbus особливо значна в сегменті далекомагістральних лайнерів (РФ не виробляє сучасні літаки такого класу).

Основними конкурентами українських виробників на російському ринку регіональної цивільної авіації є: Embraer (Бразилія), Bombardier (Канада), ЦЛС с SSJ (Росія), MRJ (Японія) і в майбутньому – проект ARJ21 (Китай). У транспортній авіації, конкурентів Ан-70 і Ан-124 не існує, оскільки це уні-

кальні літаки в світі. На превеликий жаль кошти для фінансування західних компаній РФ знайшла, а для українських проектів ні.

Україна має суттєві переваги перед конкурентами на російському ринку. По-перше, в РФ вже існують авіазаводи, на яких здійснюється будівництво сучасних літаків «Антонова». Іноземні компанії не згодні будувати виробництво на території РФ, переважно намагаючись продавати кінцеву продукцію. По-друге, існує розгалужена система сервісного обслуговування літаків «Ан». Для обслуговування нових типів літаків потрібна нова інфраструктура, засоби для її переобладнання та перекваліфікація фахівців. По-третє, іноземні компанії навіть при згоді на часткову локалізацію виробництва на території РФ, зберігають технології розробки та фінального виробництва лайнерів. Співпраця з Україною надає російським компаніям доступ до технічної документації, хоча інтелектуальна власність зберігається за Україною. По-четверте, у виробництві україноросійських літаків на сьогодні в Росії залучено понад 45 тис. осіб.

Українські нафтопереробні заводи (НПЗ) будувалися для переробки саме російської нафти, під забезпечення високої ефективності експорту нафтопродуктів до Європи. Разом з тим необхідно відзначити, що українські НПЗ потребують модернізації, щоб продукти нафтоперероблення відповідали європейським стандартам Євро-5, 6, тоді збільшиться і поставка нафти з РФ. Що стосується транзиту газу, то його обсяги суттєво впали. У 2013 р. обсяг транзиту складе 84 млрд. м. куб., а точка збитковості становить 60 млрд. м. куб., прокачування нижче цього обсягу робить українську газотранспортну систему (ГТС) нерентабельною.

Суднобудівна промисловість України налічує приблизно 45 підприємств. В даний час 75 аналогічних підприємств Росії отримують по коопераційним поставкам з підприємств України понад півтори тисячі комплектуючих суднобудівних виробів.

Україна є одним з важливих торговельних партнерів РФ, на частку якої припадає 5,7% (у 2010 р.) сукупного товарного імпорту в РФ. З розрахунку на одну країну така частка є досить високим результатом [4]. Одночасно намітилася тенденція поступового витіснення української продукції з ринку РФ, ще в 2005 р. така частка становила 7,8%.

РФ – найбільший торговий партнер України, що споживає український експорт, це вказує як на важливість розвитку торговельних відносин, так і на високий рівень залежності українського експорту від кон'юнктури на російському внутрішньому ринку. За даними Держкомстату, у 2011 р. зовнішньоторговельний оборот України з Росією склав 55,5 млрд. дол., в той час як з ЄС – 27 – 50,7 млрд. дол. У структурі зовнішньої торгівлі товарами і послугами за 2011 р. зовнішньоторговельний оборот України з РФ склав 32,5%, експорт – 31,0%, а за 2011 р. відповідно: 29,6% і 31,1%. Також слід зазначити, що в зовнішньоторговельному обороті з РФ в Україну сформувалося стійке негативне сальдо (5,4 млрд. дол. за підсумками 2012 р.), що зумовлено значними постачаннями мінеральних продуктів з Росії [5]. Також важливим фактором є те, що надходження до доходної частини консолідованого бюджету значно вищі від торгівлі з МС ніж із ЄС, пропорція 60:40.

Імпортна місткість ринку РФ найбільшою мірою формується ринком продукції машинобудування (42,1%), продовольчих товарів і сільськогосподарської сировини (17,6%), що зумовлено наявністю значного дефіциту відповідних товарів на внутрішньому ринку. Значну імпорتنу ємність має російський ринок продукції хімічної промисловості (16% сукупних поставок або 27,1 млрд. дол.).

Товарна структура поставок на внутрішній ринок РФ з України майже повністю відповідає структурі сукупного імпорту Росії. Домінуючу роль відіграє продукція машинобудування (майже 34%), продовольчі товари та сільськогосподарську сировину (16%), металургійна продукція (більше 21%), а також продукція хімічної промисловості (майже 10%).

Металургійна продукція становить основу експортної спеціалізації України на всіх ринках, у тому числі – російському, вона займає важливі позиції. У структурі експорту товарів неблагородні метали та вироби з них у 2011 р. склали 32,3%, а в 2012 р. – 27,15%. У контексті підвищення ролі українських підприємств для модернізації та оновлення російської економіки локомотивом може стати саме металургія. Разом з тим у цій сфері також відбувається динамічне заміщення українських постачальників. Тільки за останні 4–5 років частка України в покритті імпоротної ємності внутрішнього ринку металургійної продукції РФ знизилася з 32,1% до 18,4%.

Разом з тим зміцнили позиції на російському ринку українські виробники мінеральної сировини. Поставки з України мінеральних продуктів забезпечують 1/5 імпортних потреб ринку РФ, тоді як нещодавно не досягали 10% (машино- та приладобудування – 4,5%, недорогоцінні метали та вироби з них – 18,4%, деревина і целюлозно-паперові вироби – 11,9%, вироби зі шкіри, текстиль – 1,1%, продукція хімпрому – 3,2%, продтовари – 5,1%).

Значні шанси на посилення своєї ролі в процесі модернізації російської економіки мають ук-

раїнські виробники машинобудівної продукції, які сьогодні забезпечують 4,5% імпортних потреб РФ в цих товарах. Існує значний нереалізований потенціал на цьому ринку, адже імпортна ємність відповідного ринку РФ перевищила 68 млрд. дол., і це без урахування додаткових потреб невідкладної модернізації секторів російської економіки.

Ключовим аспектом є абсолютне домінування України серед країн СНД у структурі забезпечення імпоротної ємності російського ринку машинобудування (все машинобудування – 87,3% країн СНД, прилади та апарати оптичні, медико-хірургічні – 84,2%, транспортні засоби та шляхове обладнання – 80,0%, електрообладнання, механізми – 91,0%).[3]

У цілому за рівнем технологічності імпортна ємність російського ринку сформована під впливом зростаючого попиту на товари високого рівня технологічності. На відповідні товари сукупно доводилося 53,5% товарного імпорту РФ. До цих товарних позицій належить продукція машинобудівного комплексу, яка охоплює: складне і високоточне обладнання; складові частини і агрегати енергетичного приладобудування; продукцію верстатобудування; авіаційну продукцію тощо. Така висока потреба в технологічній продукції вказує на значний потенціал цього ринку і очевидну неспроможність промисловості власними виробничими потужностями РФ швидко подолати розрив в технічному і технологічному відставанні.

Абсолютною перевагою в структурі імпортних товарних поставок в РФ за ступенем промислової переробки користуються товари повного циклу або продукція кінцевого споживання, на яку припадає понад 70% імпорту. Це ще раз підкреслює обмежені можливості російської промисловості по задоволенню зростаючих потреб внутрішнього ринку. Водночас, з урахуванням необхідності здійснення модернізації, орієнтація імпоротної ємності російського ринку на готову продукцію визначати розгортання серйозних ризиків і для російських виробників, в тому числі і тих, які мають коопераційні зв'язки з українськими підприємствами. Фактично відбувається масштабна експансія іноземних компаній які витісняють російських виробників з власного ринку. Найбільшу частку в забезпеченні імпортних потреб російського ринку мають українські виробники середньо- і низько технологічної продукції (12,9% і 4,9% відповідно).

Не менш перспективним для підвищення ролі вітчизняних підприємств є сегмент напівфабрикатів і конструкційних матеріалів, який охоплює передусім значну частину металургійних виробів, де Україна володіє значними конкурентними перевагами. Насамперед зростання ролі відповідної української продукції має відбутися за рахунок відновлення втрачених позицій (у 2009 р. частка склала 10,1% в російському імпорті напівфабрикатів, а ще в 2005 р. вона становила 14,5%). Наступне посилення ролі українських підприємств може відбутися за рахунок розширення ринку в умовах реалізації масштабних модернізаційних проектів в РФ.

Всього зовнішньоторговельне співробітництво України і РФ не є паритетним, про що, зокрема, свідчить значне від'ємне сальдо і різна структура товарообміну. Так за 2011 р. негативне сальдо при торгівлі товарами склало – 9,3 млрд. дол., а за 2012 р. – 9,8 млрд. дол. При торгівлі ж послугами, сальдо позитивне: за 2011 р. +4,7 млрд. дол., за 2012 р. +4,4 млрд. дол. При цьому характер співробітництва вказує на високу зацікавленість і потреба двох сторін в його збереженні та розвитку [5].

Триває робота щодо вдосконалення чинної нормативної правової бази співробітництва в галузі космічної діяльності. Також необхідно відзначити, що цілий ряд аварій, які за останній час відбулися в космічній галузі РФ, більшою мірою пояснюються розривом зв'язків з науково-виробничим комплексом України, а також потужної космічної школи світового рівня, яка існувала в Україні.

Враховуючи, що Україна має власну зацікавленість у завоюванні нових сегментів на світовому ринку озброєнь, кооперація на взаємовигідній основі з РФ у цій сфері може бути для України досить продуктивною.

Важливе значення, крім товарів відіграють і послуги, так позитивне сальдо за 2011 рік торгівлі послугами із РФ склало +4,7 млрд. дол. США, а за 2012 рік. +4,4 млрд. дол. США.

Поміж інших видів ринкових послуг великий попит пред'являється на послуги авіаційного транспорту. Зокрема, експорт цих послуг з України до країн СНД у вартісному виразі подвоївся, а його частка у структурі експорту ринкових послуг досягла 30%. Проте до країн ЄС його обсяг скоротився на 38%, а частка зменшилась на 1%.

Необхідно визнати, що країни СНД не належать до основних споживачів українських інформаційно-технологічних послуг: сукупний товарообіг становить 15-21% порівняно з тим, який існує з країнами ЄС. Між тим Україна входить до п'ятірки світових лідерів за обсягами експорту програмних продуктів, поступаючись лише Індії, Китаю, Росії та випереджаючи Бразилію. У нашій державі ІТ-технології розвиваються прискореними темпами і все більше завойовують собі місце в економіці. В ІТ сфері в Україні працює майже 3,2 тисячі підприємств, у яких зайнято 215 тисяч людей, у

тому числі 40 тисяч із них – це висококваліфіковані спеціалісти, котрі займаються безпосередньо ІТ-технологіями. Окрім того, біля 2 тисяч різних компаній також займаються розробкою програмної індустрії. Щорічно вони виробляють продукції на суму понад 12 мільярдів гривень, з якої 79% продукції на 9,5 мільярдів гривень – експортується.

Необхідно зазначити, що коли західні банки покидають фінансовий ринок України, на український ринок зайшли великі російські банки («Дочірній банк Сбербанку Росії», «ВТБ Банк», «БМ Банк», «Енергобанк», «Акціонерний комерційний промислово-інвестиційний банк», «Банк Петрокоммерц-Україна», «Банк Руский Стандарт»).

Разом з тим, на фоні зростання рівня життя у країнах СНД динамічно підвищується попит на українські освітні, медичні та рекреаційні послуги у першу чергу РФ. [7]

Крім вищевикладеного, необхідно зауважити наступне. Якщо при нормальних умовах розвитку економіки можна було б іти на деякі ризики із партнерами РФ та МС, то в умовах, коли загальний рівень економічної безпеки України знаходиться в незадовільній зоні, а зовнішньоекономічна безпека в небезпечній зоні, то існуючі ризики в певний момент перетворюються не лише на загрози, а на небезпеки, які можуть спричинити в любий момент системну кризу і це потрібно враховувати при прийнятті рішень, адже за такі дії необхідно нести відповідальність.

Основними факторами економічної безпеки України являються: погіршення цінової кон'юнктури та зниження попиту на зовнішніх ринках. В цілому зниження рівня зовнішньоекономічної безпеки порівняно з 2011 р. становило 5 в.п. (до 30% у 2012 р.), що є найнижчим значенням як на ретроспективному ряді рівнів цієї складової, так і серед інших складових економічної безпеки за підсумками 2012 р.

Вирішальний вплив на динаміку рівня зовнішньоекономічної безпеки мало зменшення коефіцієнта покриття експортом імпорту, який знижується третій рік поспіль (0,97 – у 2009 р.; 0,95 – у 2010 р., 0,9 – у 2011 р., 0,86 – у 2012 р.) внаслідок випереджаючого зростання обсягів імпорту товарів та послуг над обсягами експортних операцій.

Погіршилися показники ефективності використання транзитних потужностей магістральної системи України. Так, обсяги транзитних перевезень вантажів трубопровідним транспортом у 2012 р. знизилися на 17,3%. Як наслідок, знизилась завантаженість потужностей при транзиті газу (з 58,4% від проектної потужності на виході української газотранспортної системи у 2011 р. або 104,2 млрд. м. куб. до 47,2% або 84,3 млрд. м. куб. у 2012 р.). Завантаженість потужностей при транзиті нафти у 2012 році також знизилась і становила менше третини від пропускнуєї спроможності на виході нафтотранспортної системи (з 31,7% або 17,8 млн. тон у 2011 році до 26% або 17,6 млн. тон у 2012 р.) [8].

Зниження обсягів транзиту енергоносіїв територією України було пов'язано як зі зниженням попиту на них у країнах ЄС в умовах погіршення загальнооекономічної ситуації та активізації програм з енергозбереження, так і із вжиттям Російською Федерацією заходів щодо диверсифікації ринків і маршрутів експорту енергоресурсів в обхід території України.

Високий ступінь відкритості національної економіки в умовах низької конкурентоспроможності вітчизняного виробництва, його значної енерго- та матеріалозатратності, низького технологічного рівня експортної продукції і надалі буде призводити до розбалансування зовнішньоекономічної діяльності в умовах нестабільного розвитку світових ринків.

Зменшення показника виробничої безпеки у 2012 р. порівняно із 2011 р. становило 5 в. п. (до 53% від оптимального значення).

Несприятлива зовнішньоекономічна кон'юнктура (рецесійні тенденції в окремих країнах Європи і формування низької цінової динаміки на українські товари на зовнішньому ринку) та нестача кредитних ресурсів негативно вплинули на динаміку промислового виробництва (зниження на 0,5% проти зростання на 8% у 2011 р.). Варто зазначити, що промисловість України є суттєво залежною від зовнішньоекономічної кон'юнктури через високу експортну складову та превалювання у структурі експорту сировинної та з низькою ступеню обробки продукції, ціна на яку є більш схильною до коливань на світовому ринку. Як наслідок, рентабельність операційної діяльності промислових підприємств знизилась з 4,7% у 2011 р. до 3,3% у 2012 р.

На даний час існують значні потенційні загрози, зокрема у бюджетній та грошово-кредитній сферах, які здатні спровокувати погіршення фінансової стійкості України, а саме:

подальше зростання дефіциту державного бюджету (за даними Міністерства фінансів про виконання державного бюджету України дефіцит збільшився з 16,9 млрд. грн. за 7 місяців 2012 р. до 30,3 млрд. грн. за підсумками січня-липня 2013 р.);

зростання обсягу непродуктивного відпливу фінансових ресурсів (до 12,4% від ВВП проти 9,7% у І півріччі 2012 р.), що призводить до значної втрати валютних резервів;

низькі темпи відновлення кредитування національної економіки (зростання кредитів, наданих резидентам становило лише 5,3% протягом січня-липня 2013 р.) в умовах високої вартості залучення депозитів та зменшення обсягів довгострокового кредитування;

високий рівень доларизації економіки;

Погіршення рівня інвестиційно-інноваційної безпеки (на 1 в.п. порівняно з 2011 р.) до 34% від оптимального значення було обумовлено як загальноекономічними тенденціями (уповільнення економічного зростання в Україні протягом 2012 р.), так і наявністю системних внутрішніх ризиків (складність ведення бізнесу, низька правова захищеність власності).

Відповідно, знизилось відношення чистого приросту прямих іноземних інвестицій до ВВП (з 4,2% ВВП у 2011 р. до 3,8% ВВП у 2012 р.), що з точки зору безпеки є недостатнім для забезпечення економічного зростання (оптимальна зона значення індикатора становить 7%–10% від ВВП).

Також значно скоротилися обсяги наданих інвестиційних кредитів порівняно з обсягом 2011 р. Так, відношення обсягу кредитів, наданих банками нефінансовим корпораціям та домашнім господарствам на придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості, до ВВП зменшилось з 6,8% у 2011 р. до 4,7% у 2012 р.

Крім того, негативний вплив на рівень інвестиційно-інноваційної безпеки у 2012 р. мала тенденція до скорочення кількості спеціалістів, які виконують науково-технічні роботи (82 тис. осіб у 2012 р. проти 85 тис. осіб у 2011 р.). Загалом кількість дослідників та техніків, які виконують науково-технічні роботи, починаючи з 1995 щороку невпинно знижується і в цілому за 18 років чисельність спеціалістів скоротилась у 2,2 рази. За таких умов наукове, науково-технічне та технологічне відставання від провідних країн світу у подальшому буде лише посилюватися, що безумовно впливатиме на зниження рівня конкурентоспроможності вітчизняної економіки [8].

З огляду на низьку кредитну активність та загальний дефіцит фінансових ресурсів в Україні суттєве покращення рівня інноваційно-інвестиційної безпеки у середньостроковій перспективі є малоімовірним. Тому питання залучення іноземних інвестицій, створення сприятливого інвестиційного клімату та збільшення рівня бюджетного фінансування наукових досліджень, мають залишатися пріоритетом економічної політики у середньостроковій перспективі.

Необхідно зауважити, що проведені розрахунки Євразійським банком показали, що станом на 01.01.2013 р. із 50,3 млрд. дол. США прямих іноземних інвестицій в Україну із врахуванням офшорних, 18 млрд. дол. США – вклали країни МС. Основним джерелом в український реальний сектор економіки має стати реалізація уже узгоджених спільних проектів з РФ на загальну суму 56 млрд. дол. США.

Актуальними напрямками розвитку співробітництва на сьогодні є:

1. Будівництво енергоблоків №3 та №4 Хмельницької АЕС. Вартість проекту – 36,8 млрд. грн. Термін реалізації – 2018 р. На сьогодні підписано відповідну міжурядову угоду, а також прийнято Закон України «Про розміщення, проектування та будівництво енергоблоків №3 та №4 Хмельницької АЕС».

2. Будівництво заводу з виробництва ядерного палива в Україні. Вартість проекту – 2,4 млрд. грн. (крім того, вартість технології – 1,1 млрд. грн., будівництво об'єктів соціального призначення – 0,24 млрд. грн.). Термін реалізації – 2015 р., 2020 р. На підставі урядового рішення підписано Угоду між українським ДК «Ядерне паливо» і російським ВАТ «ТВЕЛ».

Для російської сторони одним з основних питань є інтеграція активів атомних енергопромислових комплексів України і РФ. Решта поточних питань співробітництва, у т.ч. спірних, залежить саме від врегулювання проблеми, пов'язаної з інтеграцією українських активів. Іншим болючим для російської сторони питанням гарантії довгострокового забезпечення всіх українських АЕС виключно російським ядерним паливом.

Російська сторона розраховує на позитивне для неї рішення цих питань у разі приєднання України до Митного союзу. Підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС ймовірно розцінюється Росією як чинник, що надає невизначеності у перспективі досягнення нею цих цілей.

Великий потенціал співробітництва в торгово-економічній, паливно-енергетичній, транспортній і науково-технічній сферах в авіаційній промисловості, міжрегіональному і прикордонному співробітництві, а також в АПК та ОПК. Розширення спільної кооперації у галузі нано- і біотехнологій, фундаментальних і прикладних досліджень.

**Висновки.** По теорії економічної інтеграції, за отриманими математико-економічними розрахунками та експертними оцінками, узгодженим преференцій і гарантій, інтеграція України в МС і ЄП є найбільш прийнятною. Крім зовнішньої торгівлі на прийнятних взаємовигідних умовах, будуть вирішені питання міжнародного кредитування та інвестицій, які є ключовими питаннями для

забезпечення економічної безпеки України.

Російський внутрішній ринок є ключовим споживачем української продукції, 40% всіх поставок займає високотехнологічна продукція; за споживанням кінцевої продукції – близько 60% постачань з України. Проведена політика імпортозаміщення РФ, безумовно, негативно відобразиться на економіці України.

Таким чином, необхідно не допустити розриву існуючих зв'язків у сферах енергетики, інновацій, створення зернового пулу і багатьох інших масштабних проектів і програм. З цією метою необхідно розробити план заходів щодо застосування технічних регламентів МС і переходу на альтернативну і безальтернативну форму технічного регулювання, а також прийняти пакет угод, що регулюють функціонування МС і ЄЕП.

Україна має обрати такий варіант співпраці зі своїми торговельними партнерами як на заході так і на сході, який був би оптимальний і не призводив би до протистояння між ЄС та МС. У разі послідовних дій, коли верх беруть політичні амбіції над здоровим глуздом і економічним прагматизмом може виникнути ситуація, коли втрати як для України так і для РФ можуть скласти 16–17 млрд. дол. США. Але РФ більш економічно потужна країна і вона має значно вищий рівень фінансової стійкості, в той час як для України цей тягар може бути непосильний.

#### Література:

1. Взаимная торговля товарами государств-членов Таможенного союза и единого экономического пространства за I квартал 2013 г. // Статистический бюллетень. – М.: 2013. – С. 11, 97.
2. О повышении устойчивости экономик стран Единого экономического пространства перед лицом кризисных процессов в мировой экономике. – М.: 2013. – С. 24, 56.
3. Поважнюк С. С. Оценка значения украинских предприятий для российской экономики на современном этапе ее модернизации и обновления : отчет о научно-исследовательской работе / С. С. Поважнюк, Я. Б. Базилюк, Д. Ю. Венцовский и др. – К., 2010. – С. 180.
4. Социально-экономическое положение России (январь-февраль 2012 г.). – 2 часть. // Федеральная служба государственной статистики. Исполнительный комитет СНГ. – М.: 2012. – 449 с.
5. Структура товарообміну [Електронний ресурс] // Офіційний веб-сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Матеріали протоколу засідання Комітету по вопросам экономического сотрудничества Российско-украинской межгосударственной комиссии.
7. Структурні зміни у світовій економіці та їх відображення у зовнішній торгівлі України високотехнологічними послугами // Науково-аналітична записка». – С. 15–37.
8. Стан економічної безпеки України : аналітична записка. – С. 11–29.



**Радзівська С. О.***канд. економ. наук, канд. філол. наук, доцент,  
Державний економіко-технологічний університет транспорту*

## **ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ШАНХАЙСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СПІВРОБІТНИЦТВА**

## **ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СВЯЗИ УКРАИНЫ СО СТРАНАМИ ШАНХАЙСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ СОТРУДНИЧЕСТВА**

## **UKRAINE'S TRADE- ECONOMIC RELATIONS WITH THE COUNTRIES OF THE SHANGHAI COOPERATION ORGANIZATION**

У статті проаналізовано сучасний стан і перспективи розвитку торговельно-економічних зв'язків України з країнами Шанхайської організації співробітництва (ШОС). У зв'язку з тим, що Росія і Китай є основними торговельними партнерами України, покращання зовнішньоекономічних зв'язків України з цією регіональною міжнародною організацією набуває особливого значення і стає реально можливим завдяки впливу історичного і цивілізаційного факторів – давнім і добре розвинутим зв'язкам України з Росією. Реалізація домовленостей, досягнутих під час шостого засідання Російсько-Української міждержавної комісії у грудні 2013 року, сприятиме успішнішому розвитку азійського вектора інтеграції країни. Аналіз динаміки сальдо і товарної структури товарообігу між Україною і країнами-учасницями ШОС свідчить про необхідність підвищення в експорті питомої ваги високотехнологічної продукції таких галузей промисловості, як ракетно-космічна, авіабудування, суднобудування, машинобудування, ядерна промисловість.

**Ключові слова:** країни-учасниці ШОС, товарообіг, сальдо, товарна структура.

В статье проанализированы современное состояние и перспективы развития торгово-экономических связей Украины со странами Шанхайской организации сотрудничества (ШОС). В связи с тем, что Россия и Китай являются основными торговыми партнерами Украины, улучшение внешнеэкономических связей Украины с региональной международной организацией приобретает особое значение и становится реально осуществимым благодаря влиянию исторического и цивилизационного факторов – давним и хорошо развитым связям Украины с Россией. Реализация договоренностей, достигнутых во время шестого заседания Российско-Украинской межгосударственной комиссии в декабре 2013 года, позволит Украине успешнее развивать азиатский вектор интеграции. Анализ динамики сальдо и товарной структуры товарооборота между Украиной и ШОС свидетельствует о необходимости повышения в экспорте удельного веса высокотехнологичной продукции таких отраслей промышленности, как ракетно-космическая, авиастроение, судностроение, машиностроение, ядерная промышленность.

**Ключевые слова:** страны-участницы ШОС, товарооборот, сальдо, товарная структура.

The current state and the prospects for development of trade and economic relations between Ukraine and the countries of the Shanghai Cooperation Organization (SCO) are analyzed in the paper. Since Russia and China are the main trade partners of Ukraine, the improvement in development of external economic relations between Ukraine and the international organization is becoming important and will be achieved due to historical and civilization factors – long and well-developed relations between Ukraine and Russia. The arrangements agreed at the sixth Russia-Ukraine Intergovernmental Commission in December 2013 will promote successful strengthening of the Asian integration vector for Ukraine. The analysis of

*dynamics of trade balance and the analysis of commodity composition of trade turnover between Ukraine and the SCO show that it is important to increase in export the share of high-technology goods, such as rocket industry, aircraft engineering, shipbuilding, mechanical engineering, nuclear industry.*

**Key words:** *SCO members, trade turnover, trade balance, commodity composition of trade.*

**Вступ.** Аналіз світових економічних процесів свідчить, що “центр тяжіння” світу зміщується до Азії. Це викликає необхідність розбудови моделі стратегічної рівноваги України, яка б відповідала сучасним викликам на глобальному рівні. Президент України В. Ф. Янукович відзначив чотири стратегічні напрями зовнішньої політики країни: Європа, РФ, США і Китай [1, с. 248-249]. Тому актуальним і об’єктивно обумовленим стає завдання розвитку торговельно-економічних зв’язків України з країнами, що формують Шанхайську Організацію Співробітництва (ШОС), членами якої є Росія і Китай.

Вчені приділяють значну увагу міжнародним економічним процесам, зокрема закономірності зміни лідерства у світовій економічній системі розглянуто у роботі В. Г. Герасимчука [2], геополітичні проекти світових «центрів сили» в Центральній Азії – у праці А. А. Соболева [3]; динамічність розвитку інтеграційних процесів в АТР – у наукових розвідках Д. В. Єфременка [4], В. А. Майка, Ю. В. Швед, А. А. Акаєва, А. В. Коротаєва, С. Ю. Малкова, пріоритети України в АТР – у Г. Є. Лоссовського, Г. М. Перепелиці, О. О. Чубрикової та інших вчених. Розвиток торговельно-економічних зв’язків України з країнами ШОС не було всебічно висвітлено, що зумовлює актуальність даного дослідження.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає у визначенні сучасного стану і перспектив розвитку торговельно-економічних зв’язків України з ШОС.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких завдань: навести тренди динаміки розвитку товарообігу України з країнами ШОС, розрахувати сальдо торгівлі товарами, розглянути товарну структуру товарообігу між Україною і ШОС, визначити роль розвитку торговельно-економічних відносин з огляду на необхідність вирішення проблеми подолання від’ємного сальдо зовнішньої торгівлі шляхом збільшення експорту товарів із значною часткою доданої вартості.

**Методологія.** Дослідження виконано на основі застосування методології системного підходу, монографічного дослідження, методів порівняння і статистичного аналізу.

**Результати дослідження.** За питомою вагою у зовнішньоторговельному обігу України країни Азії є третіми після країн ЄЕС та ЄС. У торгівлі з країнами ЄЕС та ЄС Україна має від’ємне сальдо, а у торгівлі з країнами Азії – позитивне. Тому для України збільшення обсягів торгівлі з азіатськими країнами є необхідним для подолання загального від’ємного зовнішньоторговельного сальдо, стабілізації, зменшення і виплати великого зовнішнього боргу. Тобто, стратегічним інтересам України відповідає подальше зміцнення та розширення відносин з азіатськими країнами та сприйняття азіатського напрямку як важливої складової української зовнішньої політики [5, с. 35].

Реальною формою зміцнення позицій України в Азіатському регіоні є її участь в економіко-політичних, регіональних, а також транснаціональних і трансрегіональних структурах як спостерігача або партнера по діалогу із перспективою залучення до багатосторонніх проектів чи отримання преференцій у регіональних зонах вільної торгівлі [6, с. 5], на користь чого і свідчать наміри нашої держави отримати статус спостерігача в ШОС [7].

Членами ШОС є Росія, Казахстан, Китай, Киргизстан, Таджикистан та Узбекистан. Країни співпрацюють в галузі торгівлі, технологій, енергетики тощо; організація динамічно трансформується, перетворюючись на євразійське об’єднання. Якщо розглянути широкий інтеграційний контур, який охоплює всю Європу та країни Східної Азії, то інтеграційним центром (яким є Україна в інтеграційному контурі ЄС – МС) в ньому буде Росія, в той час як ШОС відіграватиме важливу роль у процесах євразійської інтеграції [4]. На думку американського експерта з економічної та національної безпеки Ф.Стейкелбека, ШОС є серйозним геополітичним супротивником США [8].

З встановленням в ШОС режиму зони вільної торгівлі теоретично Україна, яка має такий режим з усіма, крім Китаю, її учасницями, могла б приєднатися до цієї організації і посилити участь в інтеграційних процесах в межах євразійського простору. Важливим фактором реалізації такої можливості й успішного розвитку торговельно-економічних відносин України з ШОС є членство у ній Росії та інших країн – колишніх радянських республік, з якими Україна має давні добре розвинені торговельні відносини.

Успішному розвитку торговельно-економічних зв’язків України з ШОС сприятиме й те, що 5 грудня 2013 року КНР зобов’язалась надати Україні гарантії ядерної безпеки у випадку, якщо Україна стане жертвою агресії із застосуванням ядерної зброї або буде знаходитися під загрозою такої агресії [9].

Питома вага торгівлі товарами у всій торгівлі товарами і послугами України у 2012 році становить 88,35%. Тому розглянемо специфіку торговельно-економічних зв'язків у торгівлі товарами.

Динаміку зовнішньоторговельного обігу України з країнами-учасницями ШОС на відрізок часу 2001–2012 рр. представлено в табл. 1.

Таблиця 1

**Динаміка зовнішньоторговельного обігу України з країнами ШОС, млн. дол. США**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Росія	9493	9506,2	12957	18014,1	20332,6	22437,7
Казахстан	783,4	582,5	799,6	1017,8	853,5	1792
Китай	737,7	959,6	1521,9	1570,4	2521,6	2855,1
Киргизстан	7,8	10,4	16,3	20,6	31,6	38,0
Таджикистан	36,3	45,8	36,3	28,6	46,9	39,8
Узбекистан	302,3	95,9	244	198,1	355,9	628,6

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Росія	29506,7	35162,7	21730,7	35626,1	48951,8	45050
Казахстан	3120,1	4951,5	3452,3	2066,6	3533,4	3954,2
Китай	3739,2	6149	4168,7	6017	8448,3	9676,8
Киргизстан	71,4	83,7	83,8	75,0	111,3	133,6
Таджикистан	51,2	77,7	80,4	74,7	60,2	108
Узбекистан	892,9	2713,6	2047	310,2	997,7	544,9

Джерело: розраховано автором за [10].

Розраховані за даними табл. 1 тренди динаміки розвитку товарообігу України з країнами ШОС мають такий вигляд:

$$y_{\text{Russia}} = 3409x + 3572,5; \quad y_{\text{China}} = 776,06x - 1013,9;$$

$$y_{\text{Kazakhstan}} = 336,02x + 58,1; \quad y_{\text{Uzbekistan}} = 97,308x + 145,09;$$

$$y_{\text{Kirghizstan}} = 11,219x - 15,962; \quad y_{\text{Tajikistan}} = 5,4192x + 21,933.$$

Найбільш динамічно розвиваються торговельні відносини України з Росією, Китаєм, Казахстаном, Узбекистаном. Обсяги товарообігу України з Киргизстаном, Таджикистаном мають тенденцію до незначного зростання.

Таблиця 2

**Динаміка сальдо торгівлі товарами України з країнами ШОС, млн. дол. США**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Росія	-2134	-3128	-4334,2	-6241,7	-5352,4	-5136,3
Китай	346,5	440,2	483,5	88	-1099,4	-1765,7
Казахстан	-548,6	-183,3	-186	227,8	-480,7	-139,4
Киргизстан	2,6	1,8	7,7	20,6	31,6	38,0
Таджикистан	33,1	40,0	28,3	28,6	46,9	39,8
Узбекистан	-83,7	40,3	-76,8	58,9	-54,7	207,4

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Росія	-4169,7	-3665,7	-4740,9	-8769,9	-9312,6	-9786,5
Китай	-2375,8	-5054	-1299,9	-3383,8	-4088,3	-6122,4
Казахстан	-253,1	-1286,3	-615,5	534,2	181,6	964,4
Киргизстан	71,4	83,7	83,8	75,0	111,3	120,6
Таджикистан	51,2	77,7	80,4	74,7	60,2	93,6
Узбекистан	-199,1	-1523	-1234,6	146,8	-290,1	326,9

Джерело: розраховано автором за [10].

Важливою характеристикою торгівлі з цими країнами є динаміка сальдо торгівлі, яка свідчить про те, що у торгівлі з основними з них імпорт значно перевищує експорт (табл. 2).

Доречно зазначити, що товарообіг Росії як світового гравця із країнами АТР у найближчі 5–10 років має перевищити торговельний оборот із Євросоюзом, тобто російський економічний вектор переорієнтовується із Заходу на Схід [3, с. 161]. Після кризи ЄС поступово втрачає свої позиції на світовій арені, переорієнтовується на ринки азіатських країн. Виходячи з цього і Україні, зберігаючи і розвиваючи економічні зв'язки з країнами ЄС, також необхідно розвивати їх з азіатськими державами.

Розглянемо товарну структуру торгівлі України з Китаєм у 2012 році [10]. Експорт України до Китаю дорівнює 1777177,6 тис. дол. США, імпорт – 7899639,6 тис. дол. США, сальдо від'ємне і значне – (-6122462,0 тис. дол. США). Експорт формують жири та олії рослинного та тваринного походження – 4%; руди, шлаки і зола – 80,5; органічні хімічні сполуки – 2,5; чорні метали – 1,1; реактори ядерні, котли і машини – 3,5; електричні машини – 1,0%. Імпорт формують товари більш широкого асортименту, основу якого становлять такі: органічні хімічні сполуки – 1,9%; пластмаси, полімерні матеріали – 5,7; каучук, гума – 1,4; вироби із шкіри – 3,1; одяг та додаткові речі до нього, трикотажні – 2,6; одяг та додаткові речі до нього, текстильні – 4,4; керамічні вироби – 1,6; чорні метали – 2,3; вироби з чорних металів – 3,1; алюміній і вироби з нього – 1,1; реактори ядерні, котли і машини – 10,9; електричні машини – 25,4; залізничні локомотиви – 1,4; засоби наземного транспорту, крім залізничного – 4,0; прилади та апарати оптичні, фотографічні – 1,5; меблі – 2,7; іграшки – 3,3%.

Тобто, в експорті до Китаю продукція машинобудування становить незначний відсоток, Україна відіграє роль сировинного придатка Китаю. Імпорт формується переважно з товарів, які здатна виробляти українська промисловість. Перед Україною постає завдання змінити характер відносин з Китаєм шляхом посилення свого високотехнологічного експорту, а також – зменшенням імпорту товарів, які можуть бути вироблені власним товаровиробником.

Експорт України до Російської Федерації дорівнює 17631,7 млн. дол. США, імпорт – 27418,3 млн. дол. США, сальдо від'ємне 97860,5 млн. дол. США. Експорт містить: чорні метали – 13,2; реактори ядерні, котли, машини – 12,9; залізничні локомотиви – 14,9%. Імпорт становлять такі товари: палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки – 65,6%; чорні метали – 4, реактори ядерні, котли, машини – 4,8%. Аналіз співвідношення питомої ваги основних товарних груп у експорті й імпорті України до/з Російської Федерації свідчить про збереження внутрішньогалузевої торгівлі.

Казахстан отримує від України товарів на суму 2459251,4 тис. дол. США, а експортує в Україну – на суму 1494884,5 тис. дол. США, сальдо позитивне і становить 964366,9 тис. дол. США. Експорт формують: вироби з чорних металів – 18,7%; реактори ядерні, котли, машини – 7,7; залізничні локомотиви – 30,6%. Імпорт становлять: палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки – 82,1%.

Товарну структуру торгівлі України з Росією та Казахстаном детально розглянуто нами у роботі [11]. У наступних роках торгівля з цими країнами визначатиметься у рамках відносин України з Митним союзом Білорусії, Казахстану і Росії, відповідно до результатів переговорів у Москві між Президентом України і Росії у 17 грудня 2013 року торгівля має добрі перспективи.

Серед решти країн ШОС на особливу увагу заслуговує Узбекистан. Експорт України до Узбекистану дорівнює 435930,8 тис. дол. США, імпорт – 108961,9 тис. дол. США, сальдо позитивне 326968,90 тис. дол. США. Експорт формують: жири та олії тваринного або рослинного походження – 5,7%; готові продукти із зерна – 1,5; фармацевтична продукція – 11,7; деревина і вироби з деревини – 4,1; папір та картон – 4,8; вироби з чорних металів – 10,1; реактори ядерні, котли, машини – 37,6; електричні машини – 2,4%. Імпорт – істівні плоди та горіхи – 8,1%; тютюн і промислові замітники тютюну – 3,4; палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки – 5,6; добрива – 6,4; бавовна – 11,3;

цинк і вироби з нього – 25,5; засоби наземного транспорту, крім залізничного – 25,5%.

Тобто, значну частину експорту України становлять високотехнологічні товари. Водночас потребує поглибленого аналізу імпорту України з Узбекистану, що зумовлено високою часткою наземного транспорту, крім залізничного. Слід враховувати й те, що Узбекистан може стати альтернативним джерелом надходження в Україну енергоносіїв.

Киргизстан отримує від України товарів на суму 127050,6 тис. дол. США, а експортує в Україну – на суму 6521,2 тис. дол. США, сальдо позитивне і становить 120529,40 тис. дол. США. Експорт України формують: жири та олії тваринного або рослинного походження – 6,4%; цукор і кондитерські вироби з цукру – 12,3; какао та продукти з нього – 15,2; готові продукти із зерна – 12,1%; реактори ядерні, котли, машини – 5,7; електричні машини – 7,5; меблі – 3,9%. Імпорту України з Киргизстану формують: тютюн і промислові замітники тютюну – 33,5%; шкури – 4,4; бавовна – 8,9; інструменти, ножові вироби – 3,8; електричні машини – 27,2%.

Тобто, у відносинах з Киргизстаном Україна використовує свій науково-технічний потенціал. Разом з тим значну частину імпорту становлять товари, які не є вкрай необхідними, наприклад: тютюн. Цікавим є той факт, що електричні машини в експорті України до Киргизстану становлять значно меншу питому вагу, ніж в їх імпорті з Киргизстану.

Експорт України до Таджикистану дорівнює 100810,6 тис. дол. США, імпорту – 7199,9 тис. дол. США, сальдо позитивне 93610,70 тис. дол. США. Експорт містить: какао та продукти з нього – 11,1%; готові продукти із зерна – 5,0; палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки – 4,0; фармацевтична продукція – 4,5; папір та картон – 3,7; реактори ядерні, котли, машини – 13,9; електричні машини – 6,0; залізничні локомотиви – 36,7%. Імпорту становлять такі товари: їстівні плоди та горіхи – 31,7%; бавовна – 36,5; алюміній і вироби з нього – 30,1%.

Отже, у відносинах з Киргизстаном і Таджикистаном Україна позиціонує себе як високотехнологічна держава.

Наведені дані дозволяють виявити той факт, що розвиток економічних відносин з країнами ШОС сприятиме вирішенню Україною проблеми збільшення експорту товарів із значною часткою доданої вартості.

Висновки. Проведене дослідження сучасного стану і перспектив розвитку торговельно-економічних зв'язків України з ШОС дозволяє одержати нове обґрунтування їх кардинального значення для створення умов успішного розвитку виробництва п'ятого і шостого технологічних укладів, підвищення в експорті питомої ваги високотехнологічної продукції таких галузей промисловості, як ракетно-космічна, авіабудування, суднобудування, машинобудування, ядерна промисловість.

Новизною характеризується висновок, що, виходячи із взаємного переплетення виробництва високотехнологічних товарів України і Росії забезпечити експорт високотехнологічної продукції до ШОС, як і до третіх країн, стане легше у тісному співробітництві.

Цьому сприятиме й підписаний у грудні 2013 року Договір про дружбу і співробітництво між Україною і Китаєм, затверджена Програма розвитку відносин стратегічного партнерства між Україною і КНР на 2014-2018 рр., згідно з якими основними напрямками співпраці між країнами є авіабудування, енергетика, космічна галузь та розвиток інфраструктури.

Перспективним є аналіз розвитку торговельно-економічних зв'язків України з ШОС у галузі послуг. Нагальність таких досліджень посилюється підтримкою Україною намірів Китаю щодо відновлення Великого шовкового шляху, який посилить роль України як торговельного мосту між Сходом і Заходом, сприятиме у межах парадигми євразійської інтеграції утвердженню Великої Європи від Лісабона до Владивостока.

### Література:

1. Мокрецький А. Ч. Китайсько-українські відносини в світлі концепції «стратегічного рівноважності» України / А. Ч. Мокрецький // Китай в мировій і регіональній політиці. Історія і сучасність. Вип. XVIII / складено, отв. редактор Е. І. Сафронова. – М.: ІДВ РАН, 2013. – С. 232–253.
2. Герасимчук В. Г. Лідерство у світовій економіці: від «G7» до «E7» / В. Г. Герасимчук // Економічний вісник НТУУ «КПІ»: зб. наук. пр. 2013 (10), Гол. ред. О. А. Гавриш. – К.: НТУУ «КПІ», 2013. – С. 75–81.
3. Соболев А. А. Геополітичні проекти світових «центрів сили» в Центральній Азії / А. А. Соболев // Стратегічні пріоритети. – 2013. – № 1. – С. 155–163. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/public/File/Str\\_prioritetu/SP\\_1\\_2013.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/Str_prioritetu/SP_1_2013.pdf).
4. Ефременко Д. В. Контури євразійської інтеграції / Д. В. Ефременко // Портал ІНІОН РАН. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rkr.inion.ru>; дата публікації – 06.09.2013г.; [www.ukros.ru](http://www.ukros.ru).
5. Гончарук А. З. Пріоритетні питання політики України щодо країн Азії. Аналітична доповідь // А. З. Гончарук, О. К. Микал, А. М. Кобзаренко. – К.: НІСД, 2011. – 46 с. [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/pyt\\_Azua-dbec8.pdf](http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/pyt_Azua-dbec8.pdf) .

6. Майко В. А. Зовнішньополітичні та економічні пріоритети України у країнах Центральної, Південної і Південно-Східної Азії / В. А. Майко // Економічний часопис. – 2011. – № 9-10. – С. 3–7.

7. Глава держави: Україна хотіла б отримати статус спостерігача в ШОС. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/news/25123.html>

8. Stakelbeck F. W. Jr. The Shanghai Cooperation Organization / F. W. Stakelbeck Jr. – Режим доступу: FrontPageMagazine.com, 8 August 2005, <http://www.frontpagemag.com/Articles/Printable.asp?>

9. Miles Yu. Inside China: Ukraine gets nuclear umbrella / Yu. Miles // The Washington Times. 12.12.2013. - <http://www.washingtontimes.com/news/2013/dec/12/inside-china-ukraine-gets-nuke-umbrella/?page=all>

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

11. Радзівська С. О. Торговельно-економічні зв'язки України з країнами ЄС та ЄЕП: сучасний стан та перспективи розвитку / С. О. Радзівська // Зовнішня торгівля. – 2013. – № 3. – С. 42–62.

УДК 331.556 (477)

**Сирочук Н.А.**

*канд. економ. наук, викладач*

*Рівненська філія ПВНЗ „Європейський університет”*

## **МІЖНАРОДНА ТРУДОВА МІГРАЦІЯ УКРАЇНЦІВ ДО КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ**

### **МЕЖДУНАРОДНАЯ ТРУДОВАЯ МИГРАЦИЯ УКРАИНСКОГО НАСЕЛЕНИЯ В СТРАНЫ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ**

#### **UKRAINIAN INTERNATIONAL MIGRATION TO THE EUROPEAN UNION. FACTORS OF MIGRATION**

*В статті досліджено сутність та сучасний стан трудової міграції в Україні, зокрема динаміку еміграції та імміграції. Визначено структуру трудових мігрантів за гендерною ознакою, за віковими групами, рівнем освіти та сферою зайнятості. Досліджена географічна спрямованість та рівень участі різних регіонів України у трудовій міграції, виявлено причини такого розподілу. Проведено аналіз ситуації на ринку праці та відтворення робочої сили в Україні та світі, динаміки рівня безробіття та розміру заробітної плати. Проаналізовано динаміку грошових переказів з-за кордону та їх розподіл за країнами. Доведено вплив цих переказів на добробут сімей мігрантів та економіку країни в цілому. Здійснено порівняльний аналіз міграційної політики України із світовою практикою, в т.ч. щодо репатріації трудових мігрантів. Запропоновані заходи щодо покращення міграційної політики в Україні. Визначено фактори впливу на трудову міграцію та її наслідки. Сформульовано особливості міграції українців до країн ЄС в сучасних економічних і політичних умовах. Зроблено прогноз щодо динаміки кількості емігрантів до країн Євросоюзу.*

**Ключові слова:** міжнародна трудова міграція, ринок праці, фактори впливу на міграцію, європейська інтеграція

*В статье исследована сущность и современное состояние трудовой миграции в Украине, в том числе динамику эмиграции и иммиграции. Определена структура трудовых мигрантов по половому признаку, по возрастным группам, уровню образования и сферой занятости. Изучена географическая направленность и уровень участия различных регионов Украины в трудовой миграции, выявлены причины такого распределения. Проведен анализ ситуации на рынке труда и воспроизводства рабочей силы в Украине и мире, динамики уровня безработицы и размера заработной платы. Проанализирована динамика денежных переводов из-за границы и их распределение по странам. Доказано влияние этих переводов на благосостояние семей мигрантов и экономику страны в целом. Осуществлен сравнительный анализ миграционной политики Украины с мировой практикой, в т.ч. о репатриации трудовых мигрантов. Предложено меры по улучшению миграционной политики в Украине. Определены факторы влияния на трудовую миграцию и ее последствия. Сформулированы особенности миграции украинского населения в страны ЕС в современных экономических и политических условиях. Сделан прогноз относительно динамики количества эмигрантов в страны Евросоюза.*

**Ключевые слова:** международная трудовая миграция, рынок труда, факторы влияния на миграцию, европейская интеграция

*The article considers the essence and current state of labor migration in Ukraine, the dynamics of emigration and immigration. The structure of migrant workers by gender, age group, level of education and employment were described. The geographic focus and level of participation of different regions of Ukraine in labor migration, revealed the reasons for this distribution were investigated. The article analysed the current situation on the labor market and the reproduction of the labor force in Ukraine and abroad, the dynamics of unemployment and wage rates. The article analysed dynamics of remittances from abroad and their distribution by country. The influence of remittances on the welfare of families and the economy was investigated. The article considers the comparative analysis of migration policy in Ukraine with international practice, including on repatriation of migrant workers. The measures for improving migration policy in Ukraine were proposed. The factors of influence on labor migration and its consequences were revealed. The features Ukrainian migration to the EU were disclosed in the current economic and political conditions. Made forecast of dynamics of the number of immigrants to the EU.*

**Keywords:** international labor migration, labor market, factors of migration, European integration

**Вступ.** Особливістю розвитку світової економіки нашої епохи є її глобалізація, що проявляється у вільному переливанні капіталів, матеріальних і трудових ресурсів. Міжнародна трудова міграція, масштаби та інтенсивність якої у цих умовах є значною, здійснює перерозподіл робочої сили між країнами, що впливає на ситуацію на ринках праці кожної з країн, рівень зайнятості, безробіття, розмір заробітної плати, розподіл доходів. Враховуючи несприятливу демографічну ситуацію, старіння населення, збільшення тривалості життя, і як наслідок збільшення витрат на пенсії, що негативно впливає на бюджети промислово-розвинутих країн, вони будуть стимулювати залучення іммігрантів, в т.ч. і з України. В той же час, чисельність українців також зменшується, а соціально-економічні умови змушують шукати роботу за кордоном. Таким чином виникає проблема забезпеченості ринку праці України висококваліфікованими працівниками, що здатні розвивати бізнес і сприяти економічному зростанню України.

Питання трудової міграції розглядаються у працях таких вітчизняних науковців як О. В. Астахова, М. М. Вівчарик, Т. О. Гнатюк, Ю. П. Гуменюк, В. Капітан, І. П. Майданік, О. А. Малиновська, М. Ю. Приз, І. В. Ховрах. Не зважаючи на те, що важливі аспекти трудової міграції відображені у працях зазначених вчених, окремі важливі проблеми, зокрема міграційні процеси в Україні в умовах європейської інтеграції, ще достатньою мірою не дістали теоретичного та практичного вирішення.

Політична та економічна нестабільність, що характерні для сучасної України, сприятимуть формуванню міграційних потоків в Україні, що зумовлює актуальність теми дослідження. Визначення основних факторів впливу на міграційні процеси в Україні в сучасних умовах дасть змогу розробити заходи щодо покращення міграційної політики, а в результаті і економічного розвитку країни.

Постановка завдання. Метою даної статті є визначення факторів впливу на процеси міграції в Україні в умовах європейської інтеграції.

Зокрема, ситуація на внутрішньому і зовнішньому ринках праці України потребує врахування зміни політичної ситуації в країні, багато статистичних аналізів потребують оновлення. Необхідно також визначити фактори впливу на рівень міграції в Україні в сучасних політико-економічних умовах, встановити причинно-наслідкові зв'язки.

**Методологія.** У статті використано такі методи дослідження економічних явищ: методи узагальнення, аналізу та синтезу, абстрактно-логічного й системного аналізу, метод порівняння, факторний аналіз.

Теоретичною і методологічною основою дослідження стали праці вітчизняних фахівців в галузі міжнародної міграції робочої сили, законодавчі акти. В статті використанні статистичні дані Державної служби статистики, звіту щодо методології, організації проведення та результатів модульного вибіркового обстеження з питань трудової міграції в Україні (2013), Міграційного профілю України (2013), дані Національного банку України щодо грошових переказів. Розглянуто Проект Угоди про асоціацію України, з однієї сторони, та країн-членів Європейського Союзу, з іншої сторони (2014).

**Результати дослідження.** Міжнародна міграція – це переселення людей, що залишають країну свого походження або постійного місця проживання, в іншу країну тимчасово або постійно» [1, с. 32]. Зміни кількості емігрантів та іммігрантів України представлена на рис. 1.

### Міграційний рух населення в Україні

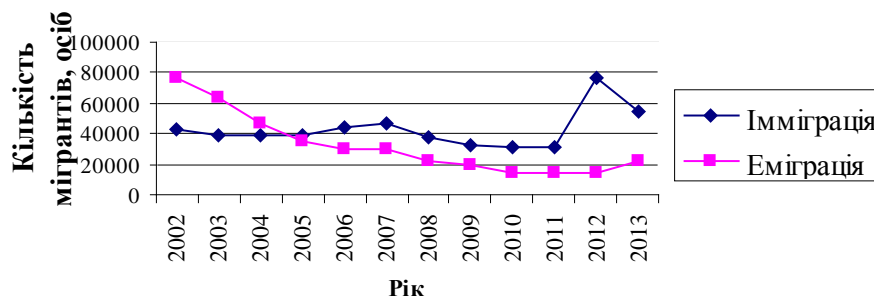


Рис. 1. Динаміка міграційних процесів в Україні в 2002 - 2013 роках [2]

За даними Державної служби статистики України кількість емігрантів на протязі досліджуваного періоду поступово знижується від 76 264 особи у 2002 році до 14 517 осіб у 2012 році. На фоні загальної тенденції до зростання, в період фінансово-економічної кризи 2008-2009 років спостерігається спад кількості іммігрантів. Різке зростання спостерігається у 2012 році до 76 361 особи. Щодо сальдо міграції, то на початку досліджуваного періоду воно є від'ємним, а з 2005 року спостерігається перевищення кількості іммігрантів над емігрантами.

Проте слід розрізняти поняття міграції та трудової міграції. Суть терміна „трудова міграція” визначають як переміщення особи з метою тимчасового працевлаштування, що супроводжується перетинанням державного кордону (зовнішня трудова міграція) або меж адміністративно-територіальних одиниць України (внутрішня трудова міграція) [3, с. 474 - 475]. Відповідно до Європейської конвенції про правовий статус трудових мігрантів, термін „трудова міграція” означає громадянина Договірної Сторони, якому інша Договірна Сторона дозволила перебувати на її території для здійснення оплачуваної роботи [4]. Тобто обов'язковою умовою трудової міграції є працевлаштування. Міграція ж є більш загальним поняттям і крім отримання роботи може мати і інші цілі (об'єднання родин, туризм, відвідування родичів, навчання тощо).

На початку 1990-х рр. трудова міграція розгорталася у формі масових поїздок до сусідніх країн з дешевими товарами вітчизняного виробництва з метою придбання предметів широкого вжитку. Свого піку виїзд на роботу за кордон досяг на межі тисячоліть. У наступні роки, що відзначалися певним похваленням економіки України, виїзд на заробітки чисельно стабілізувався і почав поступово зменшуватися.

Обстеження трудової міграції, проведеного у 2012 р. виявило 1,2 млн. осіб, або 3,4 % населення у віці 15-70 років, які працювали або шукали роботу за кордоном. Серед населення працездатного віку частка трудових мігрантів у цьому періоді складала 4,1 % (в 2008 році – 5,1 %). Серед загальної кількості трудових мігрантів майже половину (48,5 %) склали короткострокові трудові мігранти, понад третину – особи, що повернулися до України і лише кожний сьомий трудовий мігрант працював за кордоном 12 місяців та більше [5, с. 29].

Гендерний розподіл українських трудових мігрантів наступний: чоловіки – 66 % та жінки – 34 %. Кількість сільських жителів перевищує тих, хто приїхав із міста (відповідно 54 % проти 46 %). За віковими групами трудові мігранти розподіляються таким чином. Близько чверті – мігранти віком



40 - 49 років, п'яту частину становлять мігранти віком 30 - 34 роки, по 15 % припадає на групи віком 25 - 29, 35 - 39 та 50 - 59 років. Таким чином середній вік становить 37 років. 65 % трудових мігрантів мають повну загальну середню освіту, 30 % вищу освіту (проте половина з них лише базову або неповну вищу освіту) [5].

Найпопулярніші сфери працевлаштування українських трудових мігрантів представлені на рис. 3.

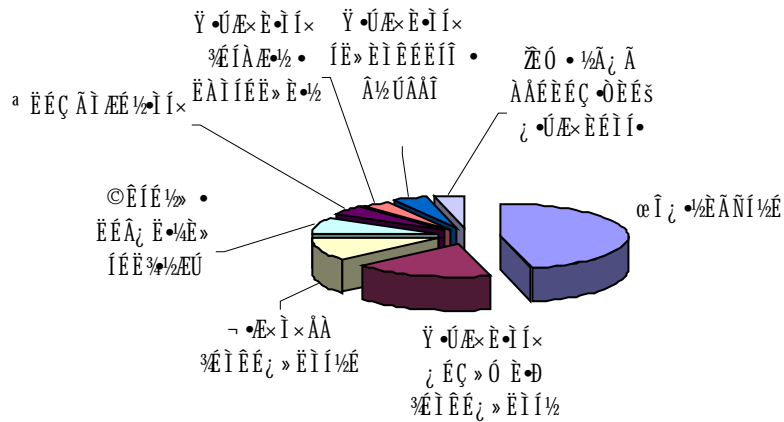


Рис. 3. Основні сфери зайнятості працівників-мігрантів у 2010 - 2012 роках [6]

Потоки трудових мігрантів спрямовані в основному до сусідніх країн – Російська федерація (43 %), Польща (14 %), Чеська республіка (13 %), та до країн з привабливішими умовами – Італія (13 %), Іспанія (5 %), Німеччина (2 %) (рис. 4). Причому до Росії та Чеської республіки виїждять в основному чоловіки, де вони працюють на будівництві, тоді як серед мігруючих до Італії та Угорщини переважають жінки, де вони працюють відповідно в якості домашньої прислуги та у сільському господарстві.

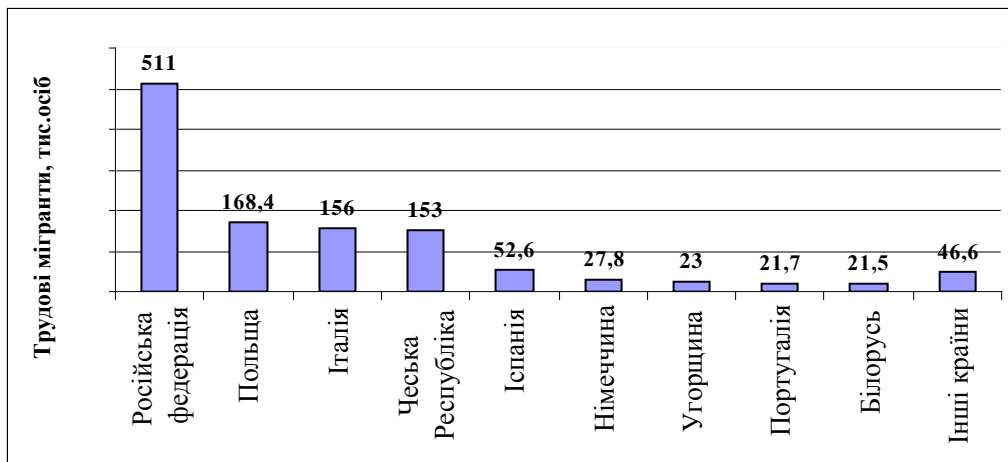


Рис. 4. Трудові мігранти за країнами перебування, 2010 - 2012 рр. [5]

Рівень участі населення різних регіонів у трудовій міграції та географічна спрямованість також є різними. Найвищою інтенсивністю міграції є у західних областях, найнижчою у центральних. На сході рівень участі визначається як низький. Такий розподіл пов'язаний із близькістю регіону до державних кордонів чи столиці (як альтернативи міграції) України, історичні зв'язки. Лідером за кількістю трудових мігрантів є Закарпатська область. Найбільша країна-реципієнт закарпатців – Чеська Республіка. Жителі Чернівецької області працюють переважно в країнах Євросоюзу; Івано-Франківської, Львівської і Тернопільської обирають Польщу, Росію та Італію; Рівненської та Волинської – сусідню Білорусію та Польщу. Російська федерація є основною країною призначення для вихідців східних, центральних, північних, і південних областей.

Визначимо основні фактори впливу на міграційні процеси в Україні та світі. В першу чергу, обсяг трудової міграції залежить від демографічної ситуації в країні, а саме від забезпеченості ринку пра-

ці населенням працездатного віку. Незважаючи на те, що з 2001 року коефіцієнт народжуваності в Україні поступово зростає, він не забезпечує простого відтворення населення, що підкріплюється і високим рівнем смертності українців. За даними Держстату у 2012 році загальна чисельність населення становила 45,5 млн. осіб, із них 22 млн. осіб (48 %) – економічно активне населення у віці 15 - 70 років і лише 45 % були працевлаштованими. Більше половини зайнятого населення – це особи у віці старше 40 років, що свідчить про старіння робочої сили. Несприятлива демографічна ситуація в Україні не сприятиме зменшенню еміграції, а навпаки збільшенню імміграції. Ситуація в світі, зокрема в промислово розвинених країнах є наступною: в результаті скорочення народжуваності та старіння населення утворюються диспропорції на ринках праці і вони відчують потребу в залученні іноземної робочої сили. Це сприяє збільшенню кількості трудових мігрантів з України.

Другим фактором є ситуація на ринку праці, зокрема рівень безробіття та кількість наявних робочих місць. Динаміка рівня безробіття протягом 2000 - 2012 рр. зображена на рис. 6.

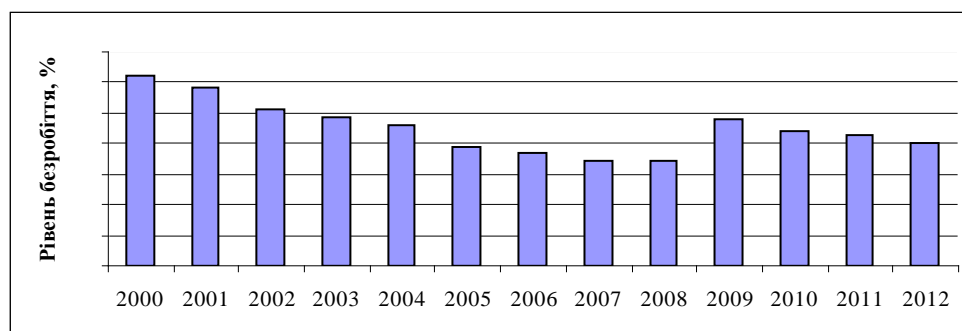


Рис. 6. Динаміка рівня безробіття в Україні за методологією МОП серед осіб працездатного віку в 2000 - 2012 рр. [2]

На обліку у Державній службі зайнятості протягом 2012 року перебувало 1 826,1 тис. незайнятих громадян. На 1 вакансію претендувало 11 осіб. Із загальної кількості безробітних 42 % складала молодь у віці до 35 років. Проте, на думку вітчизняних аналітиків, сьогодення інформація, що надається Державною службою статистики, занижує фактичний рівень безробіття приблизно в 5 разів. Причиною цього є наявність багатоваріантного прихованого безробіття. Воно існує у вигляді „оплачуваного безробіття” – безстрокових відпусток, неповного робочого тижня, скороченого робочого дня тощо, оскільки державі вигідніше виплачувати працівникам мізерну платню, аніж переводити їх у статус безробітних. І, нарешті, воно функціонує у традиційному для порівняльно-розподільної системи вигляді „оплачуваного байдикування”, що нерідко є наслідком включення до штатного розпису надлишку вакансій [7, с. 44]. Таким чином, явне і приховане безробіття – це безперечно фактори, що сприяють збільшенню трудової міграції українців за кордон.

Одним із найбільш важливих факторів є розмір заробітної плати.

За даними обстеження середньомісячний заробіток одного трудового мігранта становив 930 доларів, що майже втричі більше ніж у середньому на одного штатного працівника, зайнятого в економіці України – 330 доларів (в 2008 р. – 817 доларів). Заробіток чоловіків був вищим за заробіток жінок: 996 та 813 доларів відповідно [5, с. 55]. Розміри середньомісячного заробітку українських мігрантів в різних країнах представлені на рис. 5.

Заробітки мігрантів, які є як мінімум в три рази вищими, ніж в Україні, мають і позитивні наслідки. По-перше, заробітчани отримують роботу, по-друге, зменшується напруга на вітчизняному ринку праці, і по-третє, вони здійснюють перекази зароблених коштів своїм родичам у економіку України. Обсяги переказів з-за кордону у 2007 - 2012 роках представлені у табл. 1.

Перекази, що надійшли в 2012 році як оплата праці (тобто від працівників, які працюють за кордоном менше року), становили 4,6 млрд. дол. Частка переказів у формі оплати праці має тенденцію до зростання: в 2008 році вона становила лише 49,0 %, в 2012 досягла 61,4 % [8, с. 82].

Розподіл грошових переказів за країнами характеризується високим ступенем концентрації: понад 70 % переказів здійснювалося із семи країн. Лідером залишилася Росія – до 2,3 млрд. дол. Загалом на країни СНД у 2012 році припадало 40,1 % обсягу грошових переказів із-за кордону. З інших країн світу найбільше переказів надходило з США та Німеччини (відповідно 9,3 та 6,2 % від загального обсягу грошових переказів в Україну). Загалом з країн ЄС надійшло 2,3 млрд. дол. [8, с. 82].

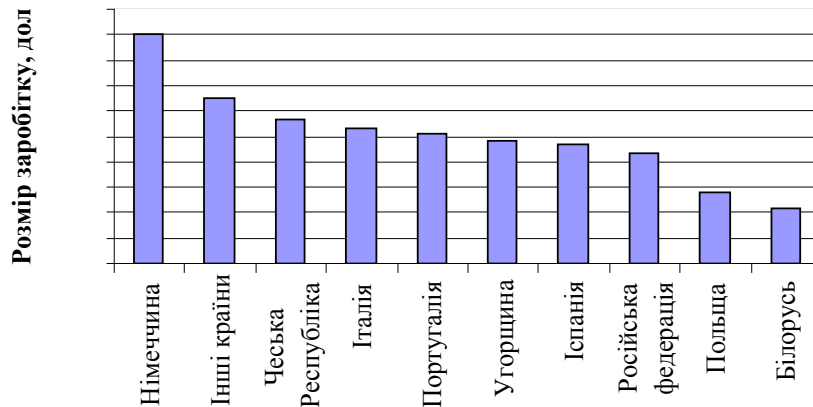


Рис. 5. Розмір середньомісячного заробітку українського мігранта в різних країнах, 2010 - 2012 рр. [5, с. 57]

Таблиця 1

**Обсяги приватних грошових переказів із-за кордону [8, с. 81]**

Рік	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Обсяги грошових переказів, млн. дол.	4922	6177	5370	5862	7019	7526
Обсяг грошових переказів у % до ВВП	3,4	3,4	4,6	4,3	4,3	4,3

Перекази з Росії обумовлені не стільки трудовою міграцією, скільки тісними сімейними зв'язками населення. Перекази із США та Німеччини, хоча частково і пов'язані з трудовою міграцією, проте частково є наслідком численної етнічної еміграції з України до цих країн (евреї, німці). Однозначно пов'язані з трудовою міграцією перекази з Італії, а також Греції [9, с. 128].

Тим не менше, перекази заробітчан покращують умови життя сімей мігрантів, що в свою чергу підвищує платоспроможний попит. Негативним залишається той факт, що більшість надісланих коштів витрачається на споживання, і лише у поодиноких випадках може інвестуватися у розвиток бізнесу. Таким чином, рівень заробітної плати – це чи не найважливіший фактор, який сприятиме еміграції українців. Оскільки оплата праці навіть не висококваліфікованих робіт у країнах Європейського Союзу є в рази вищою в порівнянні не тільки з Україною, а й з країнами СНД, можна припустити, що після спрощення візового режиму, кількість емігрантів збільшиться.

Міграційна політика країни. В умовах посилення конкуренції за людські ресурси одним із напрямів міграційної політики багатьох країн стає заохочення повернення на батьківщину співвітчизників.

Так, наприклад, набути громадянства Угорщини можна проживаючи на території інших держав. Умови для цього мінімальні: несудимість, базове знання угорської мови чи угорське походження [10, с. 139].

У Польщі власники „карти поляка”, яку можна отримати, якщо довести, що хоча б хтось із предків був поляком, можуть працювати у Польщі без додаткових дозволів, займатися підприємництвом, навчатися із громадянами країни на рівних умовах. З 2006 року громадяни України, Білорусі та Росії отримали право на тимчасове працевлаштування (до 6 місяців упродовж року) без спеціальних дозволів. У 2014 році в Польщі набуває чинності новий закон про іноземців, відповідно до якого дозвіл на проживання одночасно означатиме й дозвіл на працевлаштування [10, с. 140-141].

В Росії в 2006 році було підписано указ президента „Про заходи з надання сприяння добровільному переселенню в Російську федерацію співвітчизників, які проживають за кордоном”, відповідно до якої були відкриті представництва Федеральної міграційної служби Росії за кордоном. Зокрема в Україні спеціалісти ФМС працювали в Києві, Харкові, Одесі, Львові. Згодом учасників програми прирівняли до громадян Росії щодо сплати податку – 13 % замість 30 % для нерезидентів [10, с. 140-141].

Програми повернення талановитої молоді розробляються з 60-х рр. 20 ст. різними країнами, серед яких Туреччина, Індія, Південна Корея та інші. Такі програми передбачають направлення

студентів на навчання або працю в країни Європи або США із обов'язковим поверненням до країни походження. Деякі міжнародні організації, серед яких МОМ (за фінансової підтримки ЄС), Програма розвитку ООН, також започатковують програми сприяння поверненню інтелектуального капіталу. Існують також двосторонні програми з Німеччиною і Францією [11, с. 24].

Іноземна політика щодо підтримки співвітчизників за кордоном, в т.ч. на території України сприяє втраті Україною своїх громадян у разі гіршої економічної ситуації, ніж в сусідніх державах.

На жаль, в Україні, на відміну від багатьох країн, ресурс репатріації співвітчизників задіяний недостатньо. Хоча сприяння їй неодноразово декларувалося як один із пріоритетів міграційної політики, не було закону, який визначав би статус репатріантів, державна допомога при здійсненні репатріації та облаштуванні на батьківщині не надавалася. Таким чином міграційна політика України має бути направленою на залучення іммігрантів (в першу чергу вихідців з України) через співпрацю з діаспорою, здійснення спеціальних заходів, створення спеціального органу виконавчої влади, а також на запобігання еміграційному впливові через задоволення потреб етнічних меншин, працевлаштування громадян у сусідніх державах як альтернативи переселення та розвиток транскордонного співробітництва [10, с. 144].

Досвід європейських країн показує, що до зворотної міграції трудових мігрантів у країну-походження призводить покращення її економічного стану, забезпечення прав людини.

Політична ситуація в країні. На сьогоднішній день цей фактор є особливо актуальним для України. Звернемося до світового досвіду. Наприкінці ХХ ст. Угорщині довелося прийняти десятки тисяч біженців, передусім етнічних угорців, які масово рятувалися від конфліктів та політичної нестабільності в колишній Югославії та Румунії, що створювало неабиякі труднощі. Проте із нормалізацією життя на Балканах, вступом до ЄС Словаччини та Румунії, де проживає численна угорська меншина, цей потік скоротився. Натомість значна частина угорської молоді, насамперед кваліфікованої, орієнтована на працевлаштування в багатших країнах Євросоюзу [10, с. 140].

Як складеться політична ситуація в Україні прогнозувати навіть на найближчу перспективу важко. Можна стверджувати лише про наявність політичної нестабільності. В разі нестабілізації ситуації можна очікувати збільшення виїздів за кордон національних меншин з України. Навіть у випадку стабілізації ситуації, враховуючи політичні події, які відбулися в Україні з початку 2014 року, можна прогнозувати зменшення кількості мігруючих до Росії, особливо це стосується мігрантів із західних областей. Як альтернативу мігранти можуть обрати країни Європейського Союзу, крім того цьому сприятиме і спрощення візового режиму.

У ст. 18 Проекту Угоди про асоціацію України та Європейського Союзу зазначається, що „існуючі можливості доступу до зайнятості для українських працівників, надані державами-членами згідно із двосторонніми договорами, мають бути збережені, а у разі можливості, покращені”, а також те, що „Рада Асоціації зобов'язується розглянути можливість надання інших більш сприятливих положень у додаткових сферах, зокрема можливості доступу до професійного навчання, згідно із законами, умовами та процедурами, чинними у державах-членах та в ЄС, при цьому беручи до уваги ситуацію на ринку праці у державах-членах та в ЄС” [12, с. 20]. Проаналізувавши все вище зазначене, можна виділити наступні наслідки еміграції (табл. 2).

Таблиця 2

### Позитивні та негативні наслідки еміграції

Позитивні наслідки	Негативні наслідки
Надходження коштів в країну	Втрата найпродуктивнішої частини власної робочої сили ( молоді, науковців, фахівців)
Послаблення напруги на ринку праці	Втрата кваліфікації більшістю трудових мігрантів, які працюють не за спеціальністю
Зменшення рівня безробіття	Вкладення державою коштів у підготовку фахівців, які реалізують свої здібності і створюють додаткову вартість за кордоном
Покращення добробуту сімей мігрантів	Нелегальна трудова міграція не здійснює відрахувань до пенсійного та соціального фондів
Можливість реалізувати свої здібності	Отримання мігрантами громадянства країни міграції, що погіршує демографічну ситуацію
	Повернення трудових мігрантів пенсійного віку
	Розпад сімей, проблема соціального „сирітства”
	Ризик потрапляння в ситуацію торгівлі людьми (сексуальна експлуатація за кордоном, трудове рабство)

**Висновки.** Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки і узагальнення.

Доведено, що основними факторами впливу на рівень трудової міграції українців за кордон в умовах європейської інтеграції в сучасній політико-економічній ситуації є демографічна ситуація, рівень безробіття, розмір заробітної плати, міграційна політика, а також політична ситуація в Україні та світі.

На основі аналізу, встановлено напрям впливу кожного із факторів на динаміку кількості трудових мігрантів. Так, зокрема, скорочення та старіння населення в країнах ЄС, наявність прихованого безробіття в Україні, проблеми працевлаштування молоді після здобуття освіти, перевищення розміру заробітної плати в 3-5 раз в країнах ЄС в порівнянні з Україною, і найвищими рівнями заробітної плати серед усіх країн-реципієнтів українських мігрантів, відсутність конкретних заходів в Україні спрямованих на репатріацію українців і натомість наявність таких заходів в іноземних країнах, політична нестабільність в Україні – все це фактори, які сприяють збільшенню кількості мігрантів до країн ЄС. Підписання Угоди про асоціацію України та Європейського Союзу також сприятиме збільшенню кількості трудових мігрантів, зокрема за рахунок спрощення візового режиму, а також сприяння мобільності населення.

Здійснено порівняльний аналіз міграційної політики України та розвинених країн, в т.ч. країн Євросоюзу. Виявлено відсутність конкретних заходів щодо репатріації українців, як шляху збільшення кваліфікованої робочої сили в Україні. Запропоновано напрямки здійснення міграційної політики в Україні.

Доведено, що на даний момент найбільший вплив на подальшу динаміку і географічну спрямованість міграції, матиме такий фактор як політична ситуація в країні.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження: набув подальшого розвитку факторний аналіз трудової міграції українців до країн Євросоюзу, що на відмінну від попередніх, проводився з врахуванням складної політичної ситуації в Україні (а саме політичної нестабільності в Україні, підписання угоди про Асоціацію України та країн Євросоюзу та складних політичних відносин з Росією), що дало змогу визначити найвагомим фактором впливу на розміри та географічну структуру трудової міграції в Україні в сучасних умовах політичну ситуацію в країні.

Практичне значення отриманих результатів дослідження: визначення основних факторів впливу на трудову міграцію українців, результати порівняльного аналізу з світовою практикою, запропоновані заходи щодо репатріації співвітчизників мають практичне значення для формування міграційної політики України.

Напрямом подальших досліджень є розробка методичних підходів щодо визначення потенціалу трудових емігрантів та іммігрантів України, визначення впливу міграції на внутрішній і зовнішній ринки праці.

Отже, міграційна політика високо розвинених країн Євросоюзу спрямована на залучення іммігрантів, в т.ч. і українців, що сприяє збільшенню міграції. Проте, всі заходи іноземних країн не матимуть значення для українського емігранта, якщо як альтернативу він матиме перспективи на Батьківщині. Якщо після стабілізації політичної ситуації в Україні, економіка країни розвиватиметься таким чином, що український мігрант матиме можливість отримати гідну заробітну плату, щоб забезпечити нормальні умови життя для своєї родини, соціальні гарантії, сприятливі умови для ведення бізнесу, у нього не буде потреби шукати низько кваліфіковану роботу чи роботу з високим рівнем травматизму за кордоном. Особливо перспективним, у цьому напрямку є, розробка заходів, для повернення на батьківщину молоді, яка навчається за кордоном, і може використовувати отриманий світовий досвід для ведення бізнесу в Україні.

### Література:

1. Док. ООН А/CN.4/SER.A/1993/Add.1 // Ежегодник комиссии международного права. – Т. 2. Нью-Йорк; Женева: ООН, 1993. – Р. 32, 254–259.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Капітан В. Трудова міграція як аспект проблеми зайнятості в Україні / В. Капітан // Ефективність державного управління. – 2012. – Вип. 32. – С. 474-481.
4. Європейська конвенція про правовий статус трудящих-мігрантів [Електронний ресурс] : ратифікована з застереженням Законом № 755-V (755-16) від 16.03.2007 р. – Режим доступу : <http://iom.org.ua/ua/legislation-ukr/migration-related-legislation-ukr/workers-and-members-of-their-families.html> .
5. Звіт щодо методології організації проведення та результатів модульного вибіркового обстеження з

питань трудової міграції в Україні / Міжнародна організація праці. Група технічної підтримки з питань гідної праці та Бюро МОП для країн Центральної та Східної Європи – Будапешт, 2013. – С. 98.

6. Міграційний профіль України 2013 [Електронний ресурс] / Міграційна служба України. – Режим доступу : [http://dmsu.gov.ua/images/files/UKR\\_Migration\\_%20Profile\\_2013.pdf](http://dmsu.gov.ua/images/files/UKR_Migration_%20Profile_2013.pdf)

7. Білокудря А. В. Проблеми зайнятості та відтворення робочої сили в Україні / А. В. Білокудря // Управління розвитком. – 2013. – №14 (154). – С. 42-45.

8. Огляд приватних грошових переказів в Україну, що відображаються в статистиці платіжного балансу [Електронний ресурс] / Національний банк України – Режим доступу: [http://www.bank.gov.ua/Publication/econom/Balans/Ogl\\_grosh\\_perekaz.pdf](http://www.bank.gov.ua/Publication/econom/Balans/Ogl_grosh_perekaz.pdf)

9. Малиновська О. А. Трудові мігранти з України в країнах ЄС та їхні перекази на батьківщину у післякризовий період / О. А. Малиновська, І. П. Майданік // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. – 2012. – Вип. 11. – С.125-143.

10. Малиновська О. А. Політика сусідніх країн щодо співвітчизників як інструмент поповнення людських ресурсів: виклики та уроки для України / О. А. Малиновська // Стратегічні пріоритети. – №3(28). – 2013. – С.138-146.

11. Гнатюк Т. О. Добровільна зворотна міграція: досвід країн ЄС та перспективи України / Т. О. Гнатюк // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер: Політологія. – 2011. – Т. 175, Вип.163. – С. 22-25.

12. Проект угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом і його державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://comeuroint.rada.gov.ua/komevoint/doccatalog/document?id=56219>

УДК 338.001.36

**Шевчук О.А.**

*канд. економ. наук, доцент*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **ДИНАМІКА СТАНУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

### **ДИНАМИКА СОСТОЯНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ**

#### ***DYNAMICS OF FOREIGN TRADE ACTIVITIES OF ENGINEERING ENTERPRISES IN UKRAINE***

*В межах статті проведено аналіз експортної складової діяльності машинобудівних підприємств України, як однієї з основних чинників становлення лідерства на світовому ринку, що дозволило виявити динаміку виробництва та реалізації галузі.*

*На основі динаміки виробництва і реалізації галузі виявлено основні проблеми розвитку машинобудівних підприємств України. Відзначено, що ці проблеми покликані двома основними факторами. А саме: внутрішніми чинниками - використанням застарілих технологій; високим рівнем зносу основних виробничих фондів, низьким рівнем інноваційної активності. А також зовнішніми*

факторами, серед яких доміантними виступають: розвинений машинобудівний комплекс постіндустріальних стан Заходу і розвиток машинобудівного виробництва в азіатському регіоні, і в першу чергу в КНР.

Зазначено, що поштовхом для активізації експортного потенціалу машинобудівних підприємств має стати формування надійного правового поля.

На основі моніторингу експортного потенціалу машинобудівних підприємств встановлено, що для реформування вітчизняного машинобудівного комплексу необхідно створити умови для ефективного використання наукового потенціалу. Це дозволить зменшити капітало-, енерго- та матеріалоємність виробництва та збільшити частку високотехнологічного виробництва.

**Ключові слова:** експорт, ефективність діяльності, машинобудівна галузь, правове поле

*В статье проведен анализ экспортной составляющей деятельности машиностроительных предприятий Украины, как одного из основных факторов становления лидерства на мировом рынке. Это позволило выявить динамику производства и реализации области.*

*На основе динамики производства и реализации отрасли выявлены основные проблемы развития машиностроительных предприятий Украины. Отмечено, что эти проблемы обусловлены двумя основными факторами. А именно: внутренними факторами - использованием устаревших технологий, высоким уровнем износа основных производственных фондов, низким уровнем инновационной активности. А также внешними факторами, среди которых доминантными являются: развитый машиностроительный комплекс постиндустриальных состоянии Запада и развитие машиностроительного производства в азиатском регионе.*

*Указано, что толчком для активизации экспортного потенциала машиностроительных предприятий должно стать формирование надежного правового поля.*

*На основе мониторинга экспортного потенциала машиностроительных предприятий установлено, что для реформирования отечественного машиностроительного комплекса необходимо создать условия для эффективного использования научного потенциала. Это позволит снизить капиталоемкость, энерго- и материалоемкость производства и увеличить долю высокотехнологичного производства.*

**Ключевые слова:** экспорт, эффективность деятельности, машиностроительная отрасль, правовое поле

*In the article the analysis of export activity of machine-building enterprises of Ukraine as one of the main factors affecting the development of leadership on the world market. It has allowed to reveal the dynamics of the production and sales area.*

*Based on dynamics of the production and sale sector the basic problems of development of machine-building enterprises of Ukraine. Noted that these problems are called by two major factors. Namely: internal factors - use of obsolete technologies, high level of wear of the basic production assets, low level of innovative activity. As well as external factors, among which are dominant: a developed machine-building complex of the post-industrial state of West and development of machine-building production in the Asian region, and first of all in China.*

*Indicated that the impetus for enhancing the export potential of the machine-building enterprises should be the formation of a reliable legal framework.*

*Based on the monitoring of the export potential of the machine-building enterprises established that for the reform of domestic machine-building complex is necessary to create conditions for the effective use of scientific potential. This will allow reduction of capital, energy and material intensity of production and increase the share of high-tech production.*

**Keywords:** export performance activities, machine building industry, legal field

**Вступ.** З точки зору імперативів розвитку промислових підприємств, одним з основних чинників становлення лідерства на світовому ринку є зовнішньоекономічна діяльність. У визначеному контексті, мова ведеться про доступ українських виробників промислової продукції на світовий ринок.

Загалом, дослідженню питань зовнішньоекономічної діяльності в контексті розвитку процесів глобалізації у науковому середовищі присвячена велика кількість робіт. Серед яких, необхідно виділити наукові праці А.Гальчинського, Д.Лук'яненко, В.Гейця, Я.Жаліло, В. Беседіна, С. Солнцева та інших науковців [1-4], де можна відокремити низку певних тенденцій, що впливають на формування імперативів розвитку промислових підприємств в умовах розвитку процесів глобалізації бізнесу, динамізму кон'юнктури світового ринку та інтеграції українських товаровиробників у світову систе-

му господарювання. А саме:

- зміни в розвитку продуктивних сил та виробничих відносин у світовому господарстві;
- зміна пріоритетів міжнародної торгівлі в напрямку високотехнологічної та наукоємної продукції;
- збільшення обсягів торгів послугами;
- розширення науково-технічної та інвестиційно-виробничої кооперації.

Загальновідомо, що одним із засобів розширення бізнесу, збільшення доходів підприємства та можливістю отримання певного економічного статусу підприємства у загальносвітовій стратифікаційній системі – є експорт товарів.

Щодо формування експортно-орієнтованих підприємств, то необхідно виділити ряд позитивних факторів, що визначають імперативи розвитку таких економічних агентів.

По-перше, зважаючи на той факт, що зовнішній ринок є більш динамічним та конкурентоспроможним ніж внутрішній, промислові підприємства мають розвиватися більш активно.

По-друге, експорт надає можливості економічним агентам розвивати свою діяльність до рівня, що виходить за межі попиту національного ринку.

По-третє, експортна орієнтація сприяє підвищенню конкурентоспроможності національних товарів на світовому ринку.

І на останок, така орієнтація підвищує економічний статус підприємств на світовому ринку.

**Постановка задачі.** В зв'язку з чим, виникає необхідність більш ґрунтовного огляду експортної складової зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств України.

**Методологія.** Основним методологічним принципом, що сформульовано в роботі є семантичні закономірності формування конкурентоспроможних промислових підприємства в умовах розвитку процесів глобалізації.

**Основні результати.** Зазначимо, що зазвичай, більшість розвинених країн спеціалізується саме на виробництві машинобудівної галузі. Це пояснюється, перш за все тим, що частка машинобудування у вартості експорту країни свідчить про високу технологічність та наукоємність промисловості, яка:

- забезпечує механізацію та автоматизацію виробництва;
- сприяє розвитку інших високотехнологічних сегментів ринку ( як то біо- і нанотехнологій; виробництва сучасних матеріалів; мікро-і фото електроніки);
- використовується в якості проміжних товарів інших сегментів галузі, таких як електронне машинобудування, автомобілебудування, виробництво медичного обладнання, виробництво інструменту тощо;
- є необхідною компонентою для здійснення капіталовкладень у інші сектори економіки, як то текстильна, целюлозно-паперова, добувна промисловість, будівництво і сільське господарство;
- відображає ступінь залучення національної галузі в міжнародному поділі праці;
- рівень затребуваності продукції на світовому ринку, пов'язаний, насамперед, з її якістю.

В той же самий час, необхідно зазначити, що за роки незалежності Україна займає вкрай незначне місце у світовій торгівлі машинобудівною продукцією (табл. 1)

Таблиця 1

**Світовий експорт машин, устаткування і транспортних засобів (МУТЗ)**

	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Світовий експорт товарів	6459000	10508000	16160000	12554000	15283000	18319000	18401000
В тому числі							
експорт МУТЗ	2632561	3839458	5333160	4207174	5092722	5758613	5757734
Азія	849618	1348888	1951775	1601817	2106520	2333065	2377290
В тому числі							
Японія	329754	381371	484250	337829	457952	480216	476028
Китай	82600	352234	674065	591128	781074	902599	965288



Закінчення табл. 1

	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Європа в цілому							
	1105508	1721032	2389755	1814832	2023937	2338274	2219324
В тому числі							
ЄС (27)	1067533	1653729	2277871	1728927	1932356	2231577	2118776
Велико-британія	134313	152290	148947	123355	141659	163563	163043
Італія	92406	139432	205702	151088	160069	184622	171530
Німеччина	290819	498257	703364	525524	604752	707010	679164
Франція	159430	200525	237235	183506	201081	220777	214376
Інші країни							
США	412199	431915	547053	441531	522037	581767	626731
Росія	5511	10055	16956	12042	16709	21131	19420
Україна	1795	4475	10625	6586	8900	11564	12956

\* Побудовано на основі даних World Trade Organization (WTO).

[Електронний ресурс] Режим доступу <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBStatProgramSeries.aspx?Language=E>

Сьогодні, частка експорту машин, устаткування і транспортних засобів у світовому експорті українських промислових підприємств становить тільки 0.23%, в той час як частка найбільш розвинених країн Європи в середньому становить 3-4% (Великобританія - 2.84%, Італія 2.98%, Франція 3.72%).

Такий низький рівень пояснюється, перш за все, трьома основними причинами.

По-перше, внутрішніми факторами. Серед яких необхідно виділити високий рівень зносу основних виробничих фондів (близько 65%); нездатність самостійно розробляти, створювати і запускати в серійне виробництво нову продукцію та виробляти кінцеву продукцію; відсутність серійного виробництва продукції; майже повна орієнтованість на російський ринок і ринки країн пострадянського простору а також критична залежність від російських комплектуючих; нестача високоліквідних оборотних засобів; низький рівень інноваційної активності та відсутність ряду високотехнологічних галузей ІТ-індустрії, які у сукупності призводять до технологічного відставання машинобудівної галузі від конкурентів розвинених країн.

По-друге, українське машинобудування опинилося у тисках між "традиційним" машинобудівним комплексом постіндустріальних країн Заходу. Так, сьогодні, найбільшими експортерами західного регіону є Німеччина, де частка експорту машин, устаткування і транспортних засобів складає 11.8% від усього світового експорту та США з часткою експорту - 10.86%.

І по-третє, машинобудування стрімко набирає обороти у азіатському регіоні, і в першу чергу КНР.

Так, наприклад, сьогодні частка експорту продукції машинобудування Японії становить - 8.27%, а найбільшим експортером машинобудування в світі є Китай, частка експорту якого складає - 16.77% від загального експорту машин, устаткування і транспортних засобів.

Це пояснюється тим, що зазвичай на долю машинобудівних підприємств приходить 35-50 відсотків загального обсягу випуску продукції. Так, у Китаї – частка становить 32.5%, у Італії – 36.4%, Великобританії – 39.6%, Японії – 51.5%, Німеччині – 53.6%. В Україні ця частка становить тільки 10,9% [5, с. 264] попри той факт, що за часів СРСР машинобудування займало 31% від загального обсягу промислового виробництва.

Зазвичай, продукцію підприємств машинобудування розділяють на три основні групи, що займають найбільшу часту у загальному експорті країни (табл.2). А саме:

- важке машинобудування;
- електротехніка, приладобудування, верстатобудування;
- транспортне машинобудування ( тракторне і сільськогосподарське машинобудування; залізничне машинобудування; автомобільна промисловість; літакобудування).

## Основні види експортної продукції машинобудівної галузі

Країни	Частка у експорті країни	Спеціалізація	Найкрупніші корпорації
Китай	47.1%	Машинобудування; електротехніка, в тому числі, побутова, електронно- обчислювальні машини, засоби зв'язку	Машинобудування: «China Shipbuilding Industry Corporation»; «SEC»; «ShangGong Group»; «New jack Sewing Machine»; «Xi'an Aircraft Industry»; «Bluestar Group» Електротехнічні компанії: «Chontdo Electronics»; «Nantonin»;
Японія	59.6%	суднобудування, електротехніка й електроніка, автомобілебудування, залізничний рухомий склад, прядильне і ткацьке устаткування	Електротехнічна промисловість: «Sony»; «Matsushita Electric Industrial»; «Toshiba Corporation»; «Hitachi Ltd» Машинобудування: «Mitsubishi Heavy Industries» Автомобілебудування: «Nissan Motors» «Toyota Motors»
Німеччина	48.2%	Автомобілебудування електротехнічна промисловість; загальне машинобудування;	Електротехнічна промисловість: «Siemens», AEG, «Telefunken»; «OSRAM»; Автомобілебудування: Volkswagenwerk, Audi, BMW, DaimlerChrysler, Porsche Opel (General-Motors); Машинобудування: «Vaillant»; «Thyssen Krupp Metal Cutting»; «SMS «Group» «Grob-Gruppe» «Vallourec & Mannesmann tubes» «Vesuvius» «Heller»; «Deckel Maho Gildemeister»
США	40.5%	Всі види машинобудівної продукції: від найвищої до середнього та низького ступеня складності	Автомобільні: «General Motors», «FORD Motors», «Chrysler Corporation»; «Navistar International» Обчислювальна техніка: «International Business Machines — IBM». Електроніка: «General Electric », «American Telephone and Telegraph». Авіаційні: «Boeing», «General Dynamics», «McDonnell – Douglas»; «Uniled Technologies»; «Empresa Brasileira de Aronautica SA (Embraer)» Електротехнічні компанії: «Vfetinghouse Electric»; «General Electric»; «Singer»; Машинобудівні компанії: «Dresser Industries»; «LTV»
Росія	3.7%	авіабудування, Електротехнічна промисловість автомобілебудування	Літакобудування: «Сухий», «Миг», «Берієв», «Туполев», «Камов», «Міль», «Ільюшин». Електротехніка: ВАТ «Силові машини». Автомобільні: ВАТ «КАМАЗ», ВАТ «АВТО-ВАЗ»8
Україна	1.9%	важке машинобудування, автомобілебудування; вагонобудування; суднобудування, сільськогосподарське машинобудування, верстатобудування, приладобудування	Машинобудування: «Новокраматорський машинобудівний завод»; Концерн «Азовмаш»; ТОВ «Краматорський завод енергетичного машинобудування» Електротяжмаш»; «Арснал» Енергетичне машинобудування: «Турбоатом»; «Мотор-Січ» Вагонобудування Крюковський вагонобудівний завод; «Азовзагмаша» та «Дніпроовагонмаш» . Автомобілебудування; ЛАЗ, Богдан Моторс, Електротехнічні компанії: ПАТ «Завод «Лтава»; ПАТ «Науково-виробничий концерн «Наука» Авіаційні: «Мотор-Січ»; «Івченко-Прогрес»; «Антонов»; «Аерола»; «Аеропракт»; «ДП «Івченко-Прогрес»)

\*побудовано автором на основі даних International Trade Statistics Yearbook: [Електронний ресурс] Режим доступу <http://comtrade.un.org/pb/CountryPagesNew.aspx?y=2012>

Щодо української машинобудівної галузі, то необхідно зазначити, що з моменту отримання незалежності відбулась зміна структури промислового виробництва у бік збільшення частки капітало-, енерго- та матеріалоємних виробництв та зменшення частки високотехнологічного виробництва, що призвело до зменшення обсягів внутрішнього споживання та обсягів експорту цієї галузі.

Це стосується кожної групи машинобудівних підприємств.

Так, незважаючи на той факт, переважна частина виробництва важкого машинобудування призначена для виготовлення металургійного устаткування, прокатних станів, спеціальних металорізальних верстатів для металургії, обладнання для доменних і сталеплавильних печей, гірничодобувного обладнання для залізорудної промисловості і бурових верстатів, в той же час українські підприємства гірничо-металургійного комплексу віддають перевагу обладнанню світових лідерів машинобудування, таких як «SMS Demag», «Siemens-VAI» та «Danieli».

Це відбувається за рахунок того, що якість продукції означених компаній набагато вище за якість, надійність та ефективність українських товаровиробників внаслідок науково-технічного відставання вітчизняних машинобудівних заводів. Крім того, сьогодні українські машинобудівельники не в змозі реалізовувати повний виробничий цикл великих проектів. І, на останок, значні ставки кредитування не сприяють розвитку машинобудівного виробництва.

В результаті чого, українські машинобудівельні підприємства змушені виробляти запчастини, а також працювати субпідрядниками у іноземних компаній. Про це свідчить той факт, що українські підприємства повністю виключені із світового рейтингу основних країн-виробників металообробного обладнання (МОО).

Так згідно даних Gardner Business Media, Inc., сьогодні основними експортерами металообробного обладнання виступає 28 країн, що забезпечують 92% світового виробництва МОО (табл.3).

Таблиця 3

**Світове виробництво МОО (у млн. дол.)**

		<b>2011</b>	<b>2012</b>
	Всього	94344,1	93205,4
1	КНР	28270,0	27540,0
2	Японія	18326,6	18252,9
3	Німеччина	13373,7	13622,9
4	Республіка Корея	5754,0	5705,0
5	Італія	5912,6	5667,7
6	Тайвань	5160,0	5430,0
7	США	4676,7	4983,2
8	Швейцарія	3607,0	3199,3
9	Іспанія	1072,6	1060,3
10	Австрія	971,1	1032,0
11	Франція	855,6	805,8
12	Чехія	646,0	728,4
13	Індія	880,0	720,7
14	Канада	639,3	693,0
15	Великобританія	731,5	649,8
16	Туреччина	659,4	649,0
17	Бразилія	891,3	643,2
18	Нідерланди	407,6	402,3

		2011	2012
19	Бельгія	357,5	296,9
20	Росія	263,0	263,0*
21	Швеція	218,4	201,8
22	Фінляндія	196,2	185,1
23	Австралія	150,0	155,0
24	Мексика	122,4	122,4
25	Данія	76,5	70,0
26	Португалія	50,1	46,3
27	Румунія	42,5	42,5
28	Аргентина	32,4	36,4

\* Побудовано за даними; Gardner Business Media, Inc. . 2013 World Machine-Tool Output and Consumption Survey. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.gardnerweb.com/articles/2013-world-machine-tool-output-and-consumption-survey>

В той же самий час, серед українських товаровиробників важкого машинобудування необхідно виділити наступні підприємства, діяльність яких сконцентрована на верстатобудуванні та наданні послуг з високоточною механічною обробкою: ВАТ «Краматорський завод важкого верстатобудування» та ВАТ «Харвест», що входить до харківської групи У.П.Е.К.

Щодо підприємств енергетичного машинобудування, то необхідно зазначити, що їх основною спеціалізацією є виробництво устаткування для всіх видів електростанцій, в тому числі парових гідравлічних турбін, атомних реакторів, генераторів, котлів, дизельних моторів, електроапаратури, кабелю тощо.

Серед українських підприємств, що належать до головних експортерів українського енергетичного машинобудування необхідно виділити ВАТ «Турбоатом», що входить до числа провідних світових виробників всіх видів турбін для теплових електростанцій, атомних електростанцій і теплоелектроцентралей; гідравлічних турбін для гідроелектростанцій і гідроелектростанцій; а також газових турбін і парогазових установок для ТЕС. Сьогодні, продукція цього підприємства експортується у 45 країн світу. Щодо транспортного машинобудування, то необхідно зазначити, за останній період, відбувається хоч і незначне, проте стабільне підвищення рівня експорту продукції. Так, за останній рік, експорт засобів наземного транспорту, літальних апаратів та плавучих засобів збільшився на 1.6% і становить 8.7% від загального експорту країни.

Серед підприємств, що займаються транспортним машинобудуванням, найгірші показники демонструють підприємства, що випускають сільськогосподарську техніку.

Найбільшу конкурентоспроможність демонструють підприємства, що спеціалізуються на випуску рухомого залізничного складу, серед яких домінують місце належить ПАТ «Крюківський вагонобудівний завод», продукція якого експортується більше ніж у двадцять країн світу.

Щодо літакобудування, то необхідно зазначити, що незважаючи на той факт, що Україна входить до числа держав, які мають повний цикл виробництва власних літаків, сьогодні, експортний потенціал галузі, базується на реалізації старої техніки, що призводить до зменшення обсягів експорту продукції. Так, якщо у 2005 році було експортовано 28 літаків, то у 2012 – тільки п'ять.

Серед найбільш активних замовників українського авіаційної промисловості необхідно відзначити країни СНД, яким було поставлено більше 28% від загального обсягу, далі йдуть близькосхідні держави, поставки в які складають близько 25% від загального обсягу. Потім слід Європа (19 відсотків), африканські держави (11,5 відсотків), Азія (більше 8 %), Сполучені Штати Америки (5,5 % від загальних обсягів поставок).

Серед основних підприємств означеної групи, необхідно виділити «Антонов», «Завод 410 цивільної авіації» і державне авіаційно-виробниче підприємство Харкова.

Зазначимо, що поштовхом для активізації експортного потенціалу машинобудівних підприємств повинно стати формування надійного правового поля. Тому, протягом 2012-2013 року розроблено та ухвалено наступні нормативно-правові акти:

– Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу» [6], яким передбачено створення та

підготовка серійного виробництва нової техніки та обладнання для агропромислового комплексу; визначено ступень локалізації виробництва підприємствами вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу; розширено сферу фінансової підтримки та запроваджено механізми фінансового забезпечення лізингових операцій по закупівлі сільськогосподарської техніки.

– Кабінетом Міністрів України затверджено «План першочергових заходів з виконання Державної програми розвитку внутрішнього виробництва» [7], який, зокрема, включає заходи щодо створення сприятливих умов для розвитку машинобудівного комплексу, створенню сучасних машин, механізмів та обладнання для потреб енергетичного, важкого, металургійного, транспортного та електротехнічного машинобудування а також для забезпечення розвитку вітчизняного конкурентоспроможного легкового автомобілебудування. З метою підвищення якості продукції машинобудування передбачено технічне переоснащення виробництв шляхом впровадження новітніх технологій, обладнання, створення умов для імпортозаміщення шляхом освоєння випуску нових видів продукції. Крім того, з метою розширення експортного потенціалу машинобудівної галузі передбачено створення умов для співпраці підприємств вітчизняної машинобудівної галузі з підприємствами країн - членів СОТ, у тому числі Російської Федерації.

– Закон України «Про індустриальні парки» [8], що передбачає здійснення промислової модернізації країни та відновлення конкурентоспроможності національного товаровиробника на ринку глобальних інвестицій;

– нова редакція Закону України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» [9], що визначає концептуальні засади державного регулювання у сфері трансферу технологій, закріплює можливість отримання цільової субсидії на трансфер технологій та передбачає можливість закордонного патентування винаходів (промислових зразків).

– Розпорядження Кабінету Міністрів України «Концепція реформування державної політики в інноваційній сфері» [10] та «Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері на період до 2014 року» [11], які передбачають створення умов для впровадження інновацій, функціонування інноваційної інфраструктури та ринку інновацій і технологій; технологічних платформ та інноваційних кластерів; і як наслідок формування інноваційної культури.

– Закон України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» [12], що визначає концептуальні засади державної політики в інвестиційній сфері щодо стимулювання залучення інвестицій у пріоритетні галузі економіки протягом 2013-2032 років.

– Внесено зміни до Закону України «Про розвиток літакобудівної промисловості» [13], що передбачає державну підтримку збуту авіаційної техніки вітчизняного виробництва шляхом запровадження механізму часткової компенсації ставки за кредитами комерційних банків для суб'єктів господарювання, які здійснюють купівлю цієї техніки.

– Кабінетом Міністрів України затверджена «Державна програма активізації розвитку економіки на 2013—2014 роки» [14], що передбачає розвиток машинобудівного комплексу України, проведення модернізації та технічного переоснащення підприємств машинобудівного комплексу та забезпечення комплексної державної підтримки розвитку пріоритетних високотехнологічних галузей.

**Висновки.** Результат дослідження полягає в тому, що автором визначено, що основними імперативами розвитку промислових підприємств стає випуск та реалізація високотехнологічної наукоємної продукції, що надає можливості для отримання успіху на світовому ринку.

За результатами проведених досліджень динаміки виробництва і реалізації галузі набуло подальшого розвитку визначення пріоритетних факторів, що здійснюють найбільший вплив на формування експортного потенціалу підприємства.

На основі аналізу домінантних параметрів експортного потенціалу машинобудівних підприємств визначено, що сьогодні найбільш перспективними з точки зору отримання високих позицій у світових рейтингах мають підприємства в таких галузях машинобудування як авіаційна галузь, енергомашинобудування, електротехніка та приладобудування.

На основі моніторингу експортного потенціалу підприємств машинобудування встановлено, що для реформування вітчизняного металургійного комплексу необхідно створити умови для ефективного використання наукового потенціалу. Це дозволить знизити капітало-, енерго- і матеріаломісткість виробництв і збільшити частку високотехнологічного виробництва.

Отже перспективою подальшого дослідження у визначеному напрямку повинно стати поглиблене дослідження творчого наукового потенціалу машинобудівних підприємств.

### Література:

1. Лук'яненко Д.Г. Глобалізація та конкурентоспроможність: методологія досліджень і системних оцінок. / Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: Монографія: У 2 т. – Т.1 / Д.Г. Лук'яненко, А.М. Поручник, Л.Л. Антонюк та ін.; За заг. ред. Д.Г.Лук'яненка, А.М. Поручника. – К.: КНЕУ, 2006. – 816 с.

2. Гейць В. М. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні / НАН України; Інститут економічного прогнозування / [Скрипниченко М. І., Приходько Т. І., Демяненко В. В., Тіменко Н. М.] За ред. В.М. Гейця / . — Х. : Форт, 2003. — 440с. : рис. — Бібліогр.: с. 419-430.
3. Аналітична доповідь / [Жаліло Я.А., Покришка Д.С., Белінська Я.В., Бережний Я.В.] — К. : НІСД, 2012. — 144 с.
4. Беседін В. Ф. Економіка України: глобальні виклики і національні перспективи : Колективна монографія / [Беседін В.Ф., Музиченко А.С. та ін.] За ред. В.Ф.Беседіна, А.С.Музиченко. — Науково-дослідний економічний ін-т, Уманський держ. педагогічний ун-т ім. Павла Тичини. — К. : НДЕІ, 2009. — 492 с.
5. Промисловість України у 2007–2010 роках Статистичний збірник. [Електронний ресурс] / За редакцією Л.М. Овденко. К.: ТОВ «Август Трейд». 2011, с. 307. Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу»/ Верховна Рада України; Закон від 06.11.2012 № 5478-VI
7. «План першочергових заходів з виконання Державної програми розвитку внутрішнього виробництва» Постанова Кабінету Міністрів України від 7 листопада 2012 р
8. Закон України «Про індустриальні парки» / Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 22, ст.212) [Із змінами, внесеними згідно із Законом № 406-VII від 04.07.2013]
9. Закон України «Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій» від 2 жовтня 2012 р. № 5407-V
10. Концепція реформування державної політики в інноваційній сфері / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 10 вересня 2012 р. № 691-р
11. Про затвердження плану заходів щодо реалізації Концепції реформування державної політики в інноваційній сфері на період до 2014 року»./ / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.04.2013 № 234-р
12. Закон України «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць» від 6 вересня 2012 р. № 5205-VI / Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 32, ст.410
13. Закон України Про внесення зміни до Закону України “Про розвиток літакобудівної промисловості” щодо державної підтримки збуту авіаційної техніки вітчизняного виробництва / Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 17, ст.156
14. «Державна програма активізації розвитку економіки на 2013—2014 роки» / Постановою Кабінету Міністрів України від 27 лютого 2013 р. № 187

#### References:

1. Luk'janenko D.G. Globalizacija ta konkurentospromozhnist': metodologija doslidzhen' i systemnyh ocinok. / Upravlinnja mizhnarodnoju konkurentospromozhnistju v umovah globalizacii' ekonomichnogo rozvytku: Monografija: U 2 t. — T.I / D.G. Luk'janenko, A.M. Poruchnyk, L.L. Antonjuk ta in.; Za zag. red. D.G.Luk'janenka, A.M. Poruchnyka. — K.: KNEU, 2006. — 816 s.
2. Gejc' V. M. Transformacijni procesy ta ekonomichne zrostanja v Ukrai'ni / NAN Ukrai'ny; Instytut ekonomichnogo prognozuvannja / [Skrjpnycenko M. I., Pryhod'ko T. I., Demjanenko V. V., Timenko N. M.] Za red. V.M. Gejca / . — H. : Fort, 2003. — 440s. : rys. — Bibliogr.: s. 419-430.
3. Analitychna dopovid' / [Zhalilo Ja.A., Pokryshka D.S., Belins'ka Ja.V., Berezhnyj Ja.V.] — K. : NISD, 2012. — 144 s.
4. Besedin V. F. Ekonomika Ukrai'ny: global'ni vyklyky i nacional'ni perspektyvy : Kolektyvna monografija / [Besedin V.F., Muzychenko A.S. ta in.] Za red. V.F.Besedina, A.S.Muzychenko. — Naukovo-doslidnyj ekonomichnyj in-t, Umans'kyj derzh. pedagogichnyj un-t im. Pavla Tychny. — K. : NDEI, 2009. — 492 s.
5. Promyslovist' Ukrai'ny u 2007–2010 rokah Statystychnyj zbirnyk. [Elektronnyj resurs] / Za redakcijeju L.M. Ovdenko. K.: TOV «Avgust Trejd». 2011, s. 307. Rezhym dostupu <http://www.ukrstat.gov.ua/>
6. Zakon Ukrai'ny «Pro vnesennja zmin do Zakonu Ukrai'ny «Pro stymuljuvannja rozvytku vitchyznjanogo mashynobuduvannja dlja agropromyslovogo kompleksu»/ Verhovna Rada Ukrai'ny; Zakon vid 06.11.2012 № 5478-VI
7. «Plan pershochergovyh zahodiv z vykonannja Derzhavnoi' programy rozvytku vnutrishn'ogo vyrobnyctva» Postanova Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 7 lystopada 2012 r
8. Zakon Ukrai'ny «Pro industrial'ni parky» / Vidomosti Verhovnoi' Rady (VVR), 2013, № 22, st.212) [Iz zminamy, vneseny my zgidno iz Zakonom № 406-VII vid 04.07.2013]
9. Zakon Ukrai'ny «Pro derzhavne reguljuvannja dijal'nosti u sferi transferu tehnologij» vid 2 zhovtnja 2012 r. № 5407-V
10. Konceptija reformuvannja derzhavnoi' polityky v innovacijnij sferi / Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 10 veresnja 2012 r. № 691-p
11. Pro zatverdzhennja planu zahodiv shhodo realizacii' Konceptii' reformuvannja derzhavnoi' polityky v innovacijnij sferi na period do 2014 roku»./ / Rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 01.04.2013 № 234-r
12. Zakon Ukrai'ny «Pro stymuljuvannja investycijnoi' dijal'nosti u priorytetnyh galuzjah ekonomiky z metoju stvorennja novyh robochych misc'» vid 6 veresnja 2012 r. № 5205-VI / Vidomosti Verhovnoi' Rady (VVR), 2013, № 32, st.410
13. Zakon Ukrai'ny Pro vnesennja zminy do Zakonu Ukrai'ny “Pro rozvytok litakobudivnoi' promyslovosti” shhodo derzhavnoi' pidtrymky zbutu aviacijnoi' tehniky vitchyznjanogo vyrobnyctva / Vidomosti Verhovnoi' Rady (VVR), 2013, № 17, st.156
14. «Derzhavna programa aktyvizacii' rozvytku ekonomiky na 2013—2014 roky» / Postanovoju Kabinetu Ministriv Ukrai'ny vid 27 ljutogo 2013 r. № 187

**ГАЛУЗЕВА ЕКОНОМІКА**

УДК 339.13.07:620.9

**Барановська А.А.,  
Базь М.О.***канд. економ. наук  
Національний технічний університет України «КПІ»***РИНОК СОЛЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ:  
ДИНАМІКА ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ****РЫНОК СОЛНЕЧНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ УКРАИНЫ:  
ДИНАМИКА И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ****THE UKRAINIAN SOLAR ENERGETICS MARKET:  
DYNAMICS AND MAIN TENDENCIES**

*У статті проаналізовано основні проблеми та перспективи ринку альтернативної енергетики в Україні та одного з найбільш швидкозростаючого сектору - сонячної енергетики. Розглянута динаміка розвитку сонячної енергетики, проведений аналіз інвестиційного клімату України у сфері ВДЕ, а також описані основні умови ведення бізнесу в даній сфері. Зроблені висновки, визначені основні проблемні питання у сфері розвитку альтернативної енергетики в Україні, розглянуто співробітництво національних та іноземних компаній у цій області.*

*Наведено основні положення та аналіз законодавства України з питань виробництва електричної енергії з відновлюваних джерел та її продажу за «зеленим» тарифом, а також розглянуто практику застосування такого законодавства. Викладено власну позицію відповідно “Оновленої енергетичної стратегії України до 2030 року”, яка могла би стати одним із ключових інструментів довгострокового планування розвитку країни, особливо в частині розвитку альтернативної енергетики.*

*Визначені основні вітчизняні виробники фотовольтаїки та сировини для сонячної енергетики, та можливості кооперації різних виробників при різних сценаріях зміни законодавства в частині “місцевої складової”.*

**Ключові слова:** *альтернативна енергетика, відновлювальні джерела енергії (ВДЕ), ринок сонячної енергетики, фотовольтаїка.*

*В статье проанализированы основные проблемы и перспективы рынка альтернативной энергетики в Украине, и одного из наиболее быстрорастущих секторов - солнечной энергетики. Рассмотрена динамика развития солнечной энергетики, проведен анализ инвестиционного климата Украины в сфере возобновляемых источников энергии, а также описаны основные условия ведения бизнеса в данной сфере. Сделаны выводы, определены основные проблемные вопросы в сфере развития альтернативной энергетики в Украине, рассмотрено сотрудничество национальных и иностранных компаний в этой области.*

*Приведены основные положения и анализ законодательства Украины по вопросам производства электрической энергии из возобновляемых источников и ее продажи по “зеленому” тарифу, а также рассмотрена практика применения такого законодательства. Изложена собственная позиция в отношении “Обновленной энергетической стратегии Украины до 2030 года”, которая могла бы стать одним из ключевых инструментов долгосрочного планирования развития страны,*

особенно в части розвитку альтернативной енергетики.

*Определены основные отечественные производители фотовольтаики и сырья для солнечной энергетики, а также возможности кооперации различных производителей при разных сценариях изменений законодательства по части "местной составляющей".*

**Ключевые слова:** альтернативная энергетика, возобновляемые источники энергии (ВИЭ), рынок солнечной энергетики, фотовольтаика.

*There are main problems and perspectives of the Ukrainian alternative energetics market and one of its most briskly-developing sectors – solar energy analyzed in the article. The solar energy development dynamics is reviewed, the analysis of the Ukrainian investment climate in the realm of renewable energy sources is conducted, as well as there are main conditions of the Doing Business in this realm presented. The conclusions are drawn, the main problematic points in the realm of the development of the alternative energetics in the Ukraine are determined, the collaboration of the national and foreign enterprises of the field is reviewed.*

*There are the main regulations adduced and analysis of the Ukrainian legislation on the issues of the electrical energy production by means of renewable sources and its sale at the "green" tariff conducted, as well as the practice of implementation of such legislation is analyzed. The own attitude towards the "Updated energetics strategy of Ukraine up to 2030" is announced, the one which might become one of the key instruments of the long-term country development planning, particularly in the realm of the alternative energetics development.*

*The main home producers of the photovoltaics and solar energetics raw materials are determined, and there are opportunities of the cooperation of the diverse producers by different legislation changes in the realm of local component scenarios.*

**Keywords:** alternative energy, renewable energy sources (RES), the market for solar energy, photovoltaic.

**Вступ.** Незворотне вичерпання світових вуглеводневих запасів, зростаюча ціна на енергоносії, проблеми екологічного забруднення навколишнього середовища змушують більшість розвинених країн формувати свої енергетичні стратегії, спрямовані на розвиток альтернативної енергетики.

Міжнародне енергетичне агентство вважає, що в 2030 році в усьому світі енергія, отримана від сонця, вітру, води, тепла землі, а також з біомаси, збільшиться в два рази порівняно із сьогоднішнім днем і складе 16% від всього виробництва [8].

У найближчі десятиліття очікується перехід всієї світової економіки на нову енергетичну стратегію, в основі якої лежить часткова заміна традиційних енергоресурсів екологічно безпечними поновлюваними джерелами енергії. Директива 2009/28/ЄС зобов'язує країни - члени ЄС досягти до 2020 року 20% частки енергії з відновлюваних джерел у валовому загальному споживанні енергії в Європі.

Питанням розвитку відновлювальних джерел енергії в Україні та світі присвячені роботи таких вчених, як В.О.Бараннік, В.В.Вербинський, А.Візе, А.А.Долінський, Б.Заннер, С.Ф.Єрмілов, М.Кальтшмітт, А.Е.Конеченков, С.О.Кудря, В.І.Кукушкін, У.Нордгаус, Є.В.Обухов, У.Пау, Є.І.Сухін, Г.Шеер, В.Штрайхер, А.Р.Щокін, Р.Юнг та ін.

Аналіз наукових джерел свідчить про значний інтерес з боку дослідників та практиків до питань впровадження в енергетику альтернативних джерел енергії та пошуку шляхів підвищення їх конкурентоспроможності, проте виявлено певні аспекти, які потребують подальшого опрацювання. Зокрема, в роботах зазначених авторів відсутня об'єктивна оцінка сучасного стану розвитку альтернативної енергетики нашої держави, не приділено достатньої уваги аналізу останніх змін законодавства, що формує передумови її розвитку.

Цим обумовлений вибір теми дослідження, а також постановка мети, завдань, розробка методології та структури.

Актуальність проблеми пов'язана із зростаючим інтересом до нетрадиційних, в першу чергу, поновлювальних та екологічно-чистих джерел енергії. Цей інтерес пов'язаний з тим, що Україна задовольняє власні потреби в енергоресурсах на рівні 50%, тобто всі інші ресурси доводиться імпортувати [3]. Тож питання зниження енергозалежності через формування ефективної програми енергозбереження та розвитку альтернативної енергетики України відноситься до стратегічно важливих, які потребують нагального вирішення.

**Постановка завдання.** Виходячи з наведеного, доцільним є визначення сучасного стану та перспектив розвитку відновлювальних джерел енергії в Україні, та зокрема ринку сонячної енергетики.

**Методологія.** Методологічною базою проведеного дослідження є системний підхід, сучасні



теоретичні, практичні та наукові методи пізнання: порівняльний аналіз і метод логічного узагальнення, що найбільше відповідають тематиці проведеного дослідження. Інформаційною базою для дослідження послуговували дані Асоціації учасників ринку альтернативних видів палива та енергії України (АПЕУ), статистичні дані ДП НЕК «УКРЕНЕРГО».

**Результати дослідження.** В Україні загальний річний технічно досяжний енергетичний потенціал альтернативних джерел енергії в перерахунку на умовне паливо становить близько 63 млн. тонн. Україна, маючи значний потенціал для розвитку відновлювальних джерел енергії, сьогодні, на жаль, використовує його вкрай неефективно, оскільки частка «зеленої» електроенергії становить лише близько 1% в енергобалансі країни [3].

В той же час, в останні роки в Україні поновлювана енергетика розвивається інтенсивніше, ніж традиційна. Станом на кінець 2013 року понад 100 компаній експлуатували 170 електростанцій на ВДЕ [5]. Будівництво таких енергооб'єктів супроводжується розвитком виробництва високотехнологічного обладнання для «зеленої» енергетики.

За даними Асоціації учасників ринку альтернативних видів палива та енергії України (АПЕУ), розвиток відновлюваної енергетики за останні три роки забезпечив створення понад 15 тис. робочих місць. У найближчі 2-3 роки ця цифра може збільшитися в 4-5 разів. Локалізація виробництва дозволить, поміж іншого, поліпшити платіжний баланс України за рахунок скорочення імпорту дорогого устаткування для відновлюваної енергетики, і збільшити експорт такого устаткування в майбутньому.

Серед альтернативних джерел енергії сонячна енергетика на основі фотовольтаїки на сьогоднішній день займає одне з найпомітніших місць в Україні. Незважаючи на те, що протягом останніх двох років світова індустрія фотовольтаїки знаходиться в стані кризи, пов'язаному з перевиробництвом і, як результат, падінням цін нижче собівартості та банкрутством багатьох підприємств галузі, що вплинуло і на стан української галузі, цей сектор енергетики все ж таки залишається одним із самих швидко зростаючих, що спонукає фахівців приділяти йому особливу увагу.

Весь 2012 рік і перша половина 2013 року виявилися найважчим періодом в історії українських підприємств, що виробляють обладнання та матеріали для фотовольтаїки. По суті, в Україні в 2012 році в плановому режимі працював лише один «Завод напівпровідників», який саме в 2012 році отримав перші промислові партії полікремнію і вийшов на проектну виробничу потужність. Однак, вже в 2013 році навіть це підприємство працювало з перебоями.

Найбільше в Україні і Східній Європі підприємство з виробництва кремнієвих злитків і пластин - ТОВ «Піллар», слідом за фактичним банкрутством свого іспанського підрозділу Silicio Solar, змушене було зупинити власне виробництво в Києві. За підсумками 2012 року, завантаження виробничих потужностей заводу не перевищувало 50%. У 2013 році підприємство, пропрацювавши до травня, змушене було знову зупинити виробництво. Причина - низькі ціни на традиційних ринках збуту продукції компанії в Європі і, як наслідок, відсутність продажів і коштів для ведення операційної діяльності.

Зазнав серйозних труднощів і єдиний в Україні виробник готових сонячних модулів - ПАТ «Квазар». Компанія працює у стані мінімального завантаження вже кілька років, за цей час встигла частково втратити технічний персонал на високотехнологічному виробництві сонячних елементів. По суті, в готовності до роботи з повним завантаженням у компанії сьогодні знаходяться лише два підрозділи: з різання пластин, а також по збірці готових модулів.

2013 рік став переломним в історії розвитку відновлювальних джерел енергії (ВДЕ) в Україні. Процеси, що відбуваються в секторах відновлюваної енергетики в країні, визначалися, в першу чергу, змінами в законодавстві. Згідно Закону України «Про Електроенергетику» з 1 липня 2013 року набула чинності вимога забезпечення 30% місцевої складової при створенні об'єктів на основі ВДЕ для отримання такими об'єктами права на «зелений» тариф [1]. Одночасно Законом введена процедура розрахунку місцевої складової, що припускає, що кожна ланка в циклі виробництва обладнання для об'єктів ВДЕ відповідає фіксованому відсотку місцевої складової. До набрання чинності даного Закону, в Україні діяла вимога 15% місцевої складової, виконання/невиконання якої встановлювалося Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики (НКРЕ) «в ручному режимі». Незважаючи на те, що нові правила забезпечують більш чіткий і прозорий механізм підтвердження української частки в обладнанні, сама процедура розрахунку і отримання підтверджуючого сертифіката виявилася новою для учасників ринку і вимагає часу для її освоєння. Крім того бар'єр у 30% є досить високим, лише поодинокі компанії здатні його подолати за рахунок існуючих власних виробничих можливостей. До таких належать: українська компанія ПАТ «Квазар» в кооперації з ТОВ «Піллар» та австрійська компанія Activ Solar, яка має власне виробниц-

тво в Україні сировини для сонячної енергетики, а саме полікремнію на «Заводі напівпровідників» в м. Запоріжжя. У більшості випадків забезпечення 30% місцевої складової вимагає від учасників ринку кооперації, або інвестицій у розширення власного бізнесу. Як результат, адаптація до нового законодавства виявилася процесом досить болючим і тривалим, в першу чергу, для сектора сонячної енергетики.

Другий негативна сторона Закону в тому, що в ньому не було враховано фактор часу на адаптацію. Наявність в Законі норми, що збільшує вимогу місцевої складової до 50% вже з 1 липня 2014 року, фактично розтягнула час «турбулентності» на ринках ВДЕ України на 1,5 року. Більш того, 50% є в принципі непереборним бар'єром для більшості учасників ринку. Як результат, з середини 2013 р. спостерігається суттєве «охолодження» ринку відновлюваної енергетики в Україні практично у всіх його секторах - гравці ринку і потенційні інвестори зайняли вичікувальну позицію, відклавши свої плани інвестування в ВДЕ до прояснення ситуації на ринку. В той же час, сьогодні активно обговорюються чергові зміни до законодавства, покликані стабілізувати ринок. Більшість як учасників ринку, так і приймаючих рішення чиновників сходяться на думці про необґрунтованість збільшення з 1-го липня 2014 вимоги місцевої складової до 50%. В даний час розглядається два варіанти змін в законодавстві:

- фіксація на тривалий час вимоги місцевої складової на діючому рівні в 30%, до якого вже адаптувалися багато учасників ринку, і, відповідно, скасування запланованого згідно із законодавством підвищення до 50% з літа 2014 року;

- зниження вимоги місцевої складової до 25%, запропоноване Мінекономіки.

До липня 2014 року питання має вирішитися шляхом прийняття змін до статті 173 Закону України «Про електроенергетику».

У разі, якщо до законодавства будуть внесені зміни, що подовжують дію вимоги 30% місцевої складової на великий проміжок часу і, тим самим, забезпечують бізнесу більш стабільні і більш прийнятні правила гри, кількість щорічних інсталяцій СЕС в Україні вийде на середній рівень останніх двох років (200-300 МВт), при цьому основними гравцями ринку будуть все той же Activ Solar (використання китайських сонячних модулів з полікремнію українського виробництва), а також численні зв'язки типу «збірка модулів - кремнієві пластини», що працюють на основі виробничої бази ТОВ «Піллар» (виробничі потужності - 150 МВт кремнієвих пластин в рік). Під реалізацію цих зв'язок в країну може переміститися з Європи досить багато збанкрутих виробництв по збірці модулів.

У разі реалізації сценарію Мінекономіки - зменшення вимоги місцевої складової до 25% - в Україні будуть створені умови, коли кожен з українських виробників («Завод напівпровідників», «Піллар», «Квазар», «Prolog Semicor LTD», «Силікон») зможуть вести власну гру із залучення інвестицій та інсталяції СЕС. Одночасно, в силу невеликих необхідних інвестицій, в країну може бути спрямований неконтрольований потік виробництв по збірці модулів. Кожне таке виробництво (типовий приклад - в 2012 році у Львівській області з'явився цех американської компанії «Progeny Solar») отримує зелене світло для самостійної гри на ринку інсталяцій. У таких умовах, існуючим сьогодні українським виробникам може просто не знайтися «місця під сонцем» в жорсткій конкуренції з модулями, що збираються в країні з дешевших китайських компонентів.

Окремо слід відзначити можливості для продавців обладнання для СЕС, що відкрилися з 1 січня 2014 року на новому ринку малих електростанцій, що встановлюються на дахах домоволодінь (до 10 кВт). Даний сегмент ринку отримує «зелений» тариф на рівні 0,35 Євро за 1кВт\*год виробленої електроенергії. Однак, незважаючи на відсутність вимоги місцевої складової для малих електростанцій і, відповідно, привабливості даного напрямку для інвесторів, перспективи цієї частини ринку поки вельми туманні, оскільки досі не розроблений механізм реалізації (ні з технічної, ні з бюрократичної точки зору) власниками СЕС приватних домоволодінь свого права на отримання «зеленого» тарифу.

Міжнародна компанія IHS у своїй доповіді заявила, що сумарна встановлена потужність фотоелектричних електростанцій, які будуть побудовані в Україні до 2017 року, становитиме 2,2 ГВт. При цьому, згідно з огляду IHS ринків фотовольтаїки, Україна увійде до п'ятірки найбільших нових ринків з розвитку сонячної енергетики в світі завдяки створеній за останні кілька років системі стимулювання розвитку відновлюваної енергетики. Висновки компанії будуються на позитивній динаміці розвитку сонячної енергетики України за останні роки. Динаміка розвитку сонячної енергетики України в 2009-2013 рр. наведена на рис. 1.

Позитивна динаміка спостерігається також в розвитку інших секторів відновлювальної енергетики (вітроенергетика, біоенергетика, мала гідроенергетика). В той же час, згідно з «Оновленою енергетичною стратегією України на період до 2030 року» передбачається збільшення частки електроенергії з відновлювальних джерел лише до 10% від встановленої потужності або 5-7 ГВт, що практично гальмує розвиток ВДЕ [4].

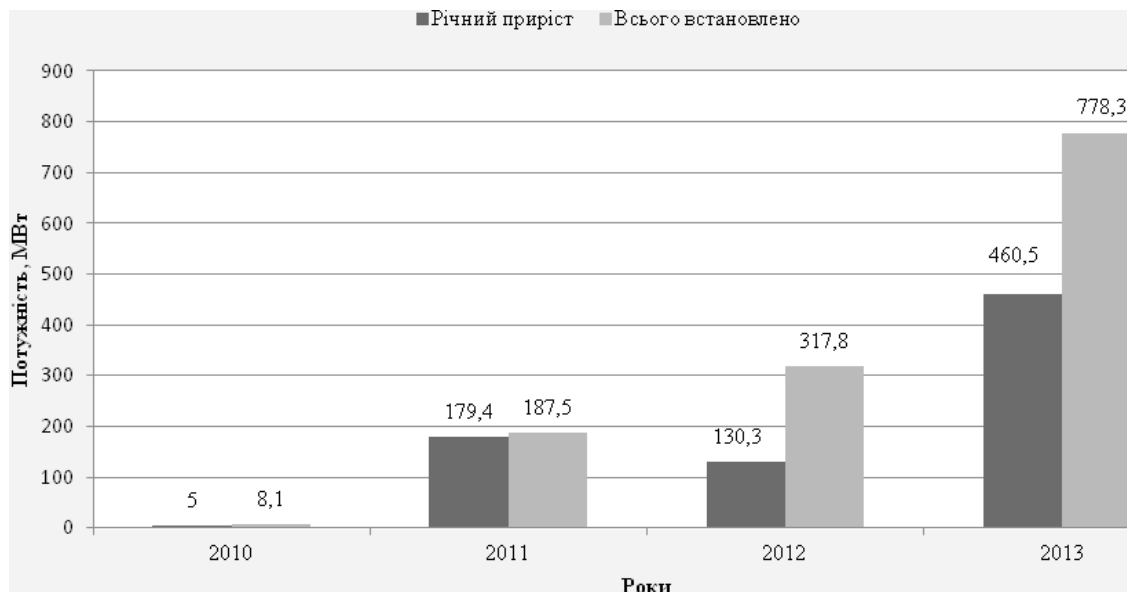


Рис. 1. Динаміка розвитку сонячної енергетики України за 2009-2013 рр., [6]

Документ відверто переслідує одну ціль - відстояти інтереси підприємств теплової генерації, які належать компанії ДТЕК. Це має пояснення, саме фонд власника ДТЕК "Ефективне управління" і розробляв Оновлену стратегію.

В стратегії не враховані пропозиції профільного органу - Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження України. За їхніми даними, цільовий показник сукупної потужності нетрадиційної й відновлюваної енергетики в Україні до 2030 року має скласти 22% від установленної потужності, або 17 ГВт.

Це приблизно відповідає показникам стратегії, яка ухвалювалася у 2006 р., де частка нетрадиційної й відновлюваної енергетики у загальному паливно-енергетичному балансі країни до 2030 року повинна була зрости до 19%.

Власне, автори стратегії мали би пам'ятати, що при приєднанні України до європейського Енергетичного співтовариства, наша країна зобов'язалася імплементувати Директиву 2001/77/ЄС стосовно сприяння використання на внутрішньому ринку електроенергії, виробленої з відновлюваних джерел енергії.

Ця Директива була доповнена Директивою 2009/28/ЄС. Документи встановлюють мету щодо частки споживання енергії, виробленої з відновлюваних джерел енергії – вона має скласти вже у 2020 році не менше 20% - так званий план "20-20-20". Договір про Енергетичну Хартію також зобов'язує країни-члени приділяти особливу увагу розвитку цього сектора енергетики.

У той же час аналіз стратегії у частині прогностичного виробництва "зеленої" електроенергії дає ще більш негативну картину. Базовий сценарій проекту передбачає, що у загальному виробництві електроенергії частка відновлювальних джерел становитиме у 2020 році всього 1,69%, а у 2030 - всього 4,6% [4].

Але при цьому, темпи розвитку відновлювальної енергетики в останні роки показують, що параметру у 4,6% виробництва електроенергії можна досягнути вже у 2014-2015 роках, а до 2020 р. Україна може досягнути показника у 7-8%.

Відповідно до Стратегії, можливий економічний потенціал розвитку сонячної генерації в Україні становить близько 4 ГВт, до 2030 р. планується встановити 1,5–2,5 ГВт. В той же час, в Німеччині, де рівень сонячного випромінювання значно нижчий, ніж в Україні, на сьогодні вже встановлено більше 35 ГВт фотоелектричних модулів і цей показник зростає.

Таким чином, зміни в Стратегії це шлях в нікуди, вони можуть призвести до значного розчарування інвесторів та зменшення інтересу до цього сектору енергетики. Аналіз цього документу наводить на думку, що Міністерство енергетики та вугільної промисловості не зацікавлене у розвитку ВДЕ, а робить ставку на традиційні енергоресурси. Пропонований міністерством шлях розвитку української енергетики не відповідає світовим тенденціям та повинен бути переглянутий новим Кабінетом міністрів.

В даний час сонячна енергетика є галуззю, яка регулюється швидше державою, ніж ринковим середовищем. Тому її слід розглядати саме в цьому контексті. Очевидно, що окремо ні ініціативи при-

ватного бізнесу, ні спроби втручання держави в цю галузь до швидкого результату не приведуть.

Експертне опитування учасників галузевого ринку, яке було проведено аудиторською компанією KPMG Europe LLP спільно з IBCentre, визначило основні перешкоди для збільшення використання ВДЕ в Україні та інвестицій в їх розробку. Дані опитування наведені на рис. 2.



Рис. 2. Перешкоди для збільшення використання ВДЕ, [2]

Однією з ключових перешкод для розвитку сонячної енергетики в Україні експертами галузевого ринку визначено високу вартість встановленої потужності сонячних фотоелектричних перетворювачів і, відповідно, електроенергії, генерованої сонячною електростанцією. Хоча за останні роки вартість фотоелектричних модулів на світовому ринку опустилася нижче 1 долара за Вт, вона все ще залишається високою.

Розрахунки для фотоелектричних станцій потужністю 50, 250 і 1000 кВт при поточному рівні цін на обладнання та будівельно-монтажні роботи показують, що окупність проектів сонячних електростанцій змінюється від 8,5 років для наземних сонячних електростанцій, побудованих на півночі України, до 5 років для сонячних електростанцій, розташованих на дахах будівель в південних областях [7]. А в випадку заміни дорогого енергоємного способу електрозабезпечення на базі дизельного генератора на сонячну електростанцію термін окупності не перевищує одного року.

Основні інвестиції на ринку України зосереджені в сегменті великих та середніх наземних фотоелектричних станцій. В той же час в Україні сьогодні створені привабливі умови для будівництва електростанцій на дахах як промислових і муніципальних будівель, так і приватних будинків.

У короткостроковій перспективі ринок сонячної енергетики України продовжить свій розвиток за рахунок великих та середніх наземних електростанцій, втім подальший розвиток галузі, на думку фахівців Центру Відновлюваної Енергетики - за системами, що розташовуються на покрівлях будівель потужність, а також установками фотовольтаїки на дахах приватних домогосподарств потужністю. Вже на сьогоднішній день існує законодавча норма з надання "зеленого" тарифу для приватних осіб на дахові установки потужністю до 10кВт. Розвиток сегмента невеликих побутових сонячних електростанцій і можливість отримання для них "зеленого тарифу" дозволить сформувати повноцінну індустрію сонячної енергетики, в яку будуть залучені українські виробники обладнання, проектні організації, інсталюатори.

**Висновки.** Результати дослідження мають як теоретичне так і практичне значення, та можуть бути використані в подальших дослідженнях вітчизняного ринку сонячної енергетики. Наукова новизна отриманих результатів полягає у визначенні та аналізі чинників, що впливають на розвиток ринку сонячної енергетики в Україні, та прогнозування його стану в найближчі роки.

В результаті було визначено, що сонячна енергетика в Україні, як і в країнах Євросоюзу, в даний час прискорено розвивається. Українською владою було здійснено ряд кроків по стимулюванню альтернативної галузі енергетики, але існує ряд проблем, які потребують держаного врегулювання. Дуже важливо створити чіткі правила гри на ринку, налагодити механізми роботи та взаємодії у межах законодавчих норм у реальних проектах, і заручитися підтримкою населення.

Вступивши в Європейське енергетичне співтовариство, Україна зробила свій політичний вибір на користь поновлюваних джерел електроенергії. Великі промислові сонячні електростанції були першими, які не тільки підтвердили, що це можливо, але і продемонстрували успішний досвід.

**Література:**

1. Про внесення змін до Закону України “Про електроенергетику” щодо стимулювання виробництва електроенергії з альтернативних джерел енергії - Бюлетень “Відомості Верховної Ради України”, №51 від 20 грудня 2013 р., ст.714
2. Енергетичний сектор України. Дослідження на основі опитування учасників галузевого ринку. KPMG Europe LLP в Україні у співпраці з IBCentre. Січень 2013 р.
3. Пріоритетні напрямки державної політики у сфері забезпечення енергетичної безпеки. Аналітична доповідь, Національний інститут стратегічних досліджень, Київ, 2012
4. Розпорядження Кабінету міністрів України №1071-р від 24 липня 2013р. “Про схвалення Енергетичної стратегії України на період до 2030 року”.
5. Аналітичні огляди Асоціації учасників ринку альтернативних видів палива та енергії України (АПЕУ) [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.apeu.info/uk/analitika>
6. ДП НЕК “УКРЕНЕРГО”. Щорічні звіти “Зміни встановленої потужності ОЕС України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrenergo.energy.gov.ua/ukrenergo/control/uk/publish/category>
7. Отчет ЕРІА (European Photovoltaic Industry Association) «Global market Outlook for Photovoltaics 2013-2017» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://rentechno.com/articles/solar-payback.html>
8. International Energy Agency. World Energy Outlook 2013 [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://www.eia.gov/forecasts/ieo/pdf/0484\(2013\).pdf](http://www.eia.gov/forecasts/ieo/pdf/0484(2013).pdf)

УДК 338.5

**Дергачова В.В.***доктор економ. наук, професор,***Бедик О.В.***Національний технічний університет України «КПІ»*

## **СТАНОВЛЕННЯ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ**

## **СТАНОВЛЕНИЕ ВОЗОБНОВИТЕЛЬНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В УКРАИНЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА**

## **EMERGENCE RENEWABLE ENERGY IN UKRAINE AS A COMPONENT OF THE STATE ECONOMIC SECURITY**

*В статті досліджено процеси, що відбуваються в світовій альтернативній енергетиці, та їх вплив на український енергетичний комплекс. Подано оцінку сучасного стану альтернативної енергетики як інструменту забезпечення енергетичної безпеки України, конкурентоспроможності та економічної незалежності держави. Проведено аналіз перспектив поступового заміщення виробництва електроенергії з традиційних паливно-енергетичних ресурсів альтернативними джерелами. Охарактеризовано аспекти державної підтримки розвитку сонячної енергетики, обґрунтовано переваги застосування сонячних енергетичних установок. Особливу увагу акцентовано на значному впливі виробництва енергії з відновлювальних джерел на стан майбутнього паливно-енергетичного балансу країни.*

**Ключові слова:** енергетична політика, енергетична безпека, енергетична стратегія.

*В статье исследованы тенденции, происходящие в мировой энергетике, и их влияние на украинский энергетический комплекс. Дана оценка современного состояния альтернативной энергетики в Украине, как инструмента обеспечения энергетической безопасности, ее непосредственное влияние на конкурентоспособность государства, национальную безопасность, международный имидж Украины и все секторы её экономики. Проведен анализ перспектив постепенного замещения производства электроэнергии из традиционных топливо - энергетических ресурсов альтернативными источниками. Охарактеризованы аспекты государственной поддержки развития солнечной энергетики, обоснованы преимущества применения солнечных энергетических установок. Особое внимание акцентировано на значительном влиянии производства энергии из возобновляемых источников на состояние будущего топливо - энергетического баланса страны.*

**Ключевые слова:** энергетическая политика, энергетическая безопасность, энергетическая стратегия.

*The article highlights the main trends and processes in the global energy sector and their impact on the Ukrainian energy sector. Made assessment of the current situation with renewable energy as a tool for ensuring investment, its direct impact on the competitiveness of Ukraine, its national security. Analyzed the prospects of gradual replacement electricity made from conventional fuels by electricity made from alternative energy sources. Described aspects of state support for the development of solar energy, the advantages of using solar power plants. Particular attention is paid to the significant impact of energy production from renewable sources for the state's future energy balance.*

**Keywords:** energy policy, energy security, energy strategy.

**Вступ.** Прогнозоване зростання світових цін на нафту та природний газу в найближчі десятиліття стимулюватимуть розвиток нетрадиційних та відновлювальних джерел енергії. Зростання потужностей сонячних полів та великі об'єми електроенергії, що будуть ними вироблятися, забезпечать стабільність у виробництві енергії та підвищать рівень енергетичної безпеки країни.

Сонячна електроенергетика довела свої переваги на європейських ринках. За даними Європейської асоціації фотоелектричної промисловості, за останні десять, виробництво електроенергії з допомогою геліо-енергетичних установок показує швидке зростання. Наприкінці 2009 року, сукупний світовий обсяг встановленої потужності таких установок становив 24 ГВт. Рік по тому це було 40,7 ГВт, а в кінці 2011 року було 71,1 ГВт. У 2012 році встановлено більше 100 ГВт. Глобально – ці потужності здатні виробляти 110 ТВт електроенергії щороку, що є достатнім для задоволення щорічних потреб у споживанні електроенергії понад 30 мільйонів європейських домашніх господарств [1].

Тому важливою умовою підвищення конкурентоспроможності національної енергетичної системи є здатність ефективно використовувати ресурси геліо-енергетики та передові технології в цій галузі, завдяки яким забезпечуються процес постійного зменшення собівартості виробництва сонячної електроенергії.

Актуальність даної теми визначається інноваційною діяльністю, що постійно знижує собівартість виробництва сонячної електроенергії та змінює структуру енергетичного балансу світу та України, формулює пріоритети розвитку національної енергетики на найближчі 15-20 років з врахуванням економічних, геополітичних, технологічних та екологічних факторів.

Проблеми структури енергетичного балансу та енергетичної безпеки присвячені роботи численних науковців серед яких слід відзначити В. Баранніка, О. Власюка, М. Земляного, В. Микитенка, Є. Сухіна, О. Суходолю, А. Шевцова та інших.

Аналіз наукових робіт зазначених авторів свідчить про низький рівень доступності фінансування в галузі. Крім того на державному рівні не приділяється достатньої уваги розвитку альтернативній енергетиці, як фактору, що здатен суттєво вплинути на формування сучасного та майбутнього стану енергетичного балансу країни.

**Постановка завдання.** В процесі написання даної наукової статті були поставлені такі цілі дослідження: аналіз процесів інвестування в сонячну енергетику в світі та Україні, виявлення тенденцій розвитку; обґрунтування зниження собівартості виробництва сонячної електроенергії як фактору впливу на інвестиції в енергетику України, надання рекомендацій щодо державної підтримки альтернативної енергетики з метою підвищення конкурентоспроможності енергетики України та енергетичної безпеки держави.

**Методологія.** В процесі дослідження використовувались методи порівняння та узагальнення, метод аналізу для виявлення впливу окремих факторів на структуру енергетичного балансу України.

**Результати дослідження.** Двадцять років тому виробництво однієї кіловат-години в сонячній енергетиці коштувало 1 євро. Сьогодні ж воно обходиться менш ніж в 10 євроцентів, а до кінця 2020 р. собівартість електроенергії, що генерується з сонячного світла за допомогою фотоелектричних модулів, зрівняється з вартістю струму, виробленого традиційною енергетикою. Для порівняння, на сьогодні в Україні від усієї генерації (від різних станцій – атомних, гідро, вітрових тощо) середня ціна кіловату складає 54 копійки.

11 червня 2012 року вийшли у світ Звіт REN21 «Renewables 2012 Global Status Report» [2]. та тематично близька публікація Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP) «Про глобальні тенденції інвестування у відновлювану енергетику» [3].

У минулому 2012 році загальний світовий обсяг інвестицій у відновлювану енергетику (враховуючи невеликі гідроенергетичні проекти) становив 244 млрд доларів США, що на 12% менше порівняно з 2011 роком (279 млрд доларів США), але це все-таки більше на 8% ніж у 2010 році (227 млрд доларів США) [3].

У світовому енергетичному секторі частка відновлюваних джерел енергії постійно зростає і в 2012 році склала 19% всіх енергетичних потужностей, введених у світі в 2011-2012 роках [2].

Всього на кінець 2012 року, потужність енергетики з відновлювальних джерел у всьому світі перевищила 1470 ГВт, показавши приріст 8,5% у порівнянні з 2011 роком. Електрична генеруюча потужність гідроенергетики зросла на 3% до (990 ГВт), інших поновлюваних джерела енергії зросла на 21,5% (480 ГВт) з яких 26% (124,8 ГВт) припадає на сонячну енергетику [2].

Протягом останніх трьох років ціна на сонячні модулі знизилася майже на 50%, а вартість наземних вітрогенераторів – майже на 10%. Такі зміни сприяли зростанню конкурентоспроможності цих двох провідних технологій отримання електроенергії з відновлюваних джерел у порівнянні з такими традиційними джерелами енергії як вугілля і газ.

Сумарний обсяг інвестицій у 2012 році в сонячну енергетику склав 147 млрд доларів США, що становило 57% від загальної суми інвестицій в альтернативну енергетику [4].

Згідно даних Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження України, сумарна встановлена потужність об'єктів відновлюваної енергетики в Україні на сьогодні складає 411 МВт (107 діючих об'єктів – 76 гідроелектростанцій, 18 сонячних електростанцій, 11 вітряних парків і два біоенергетичні об'єкти), або 0,8% в електроенергетичному балансі країни. У 2011 році в експлуатацію було введено 257 МВт потужностей альтернативної енергетики. У 2012 році введено в експлуатацію сонячних електростанцій сумарною потужністю – 290 МВт [5].

Тому політика українського уряду щодо альтернативної енергетики зазнає постійних і суттєвих змін. Першим рішучим кроком до розроблення чіткої довгострокової енергетичної політики України, стратегії розвитку енергетики та забезпечення енергетичної безпеки стало Розпорядження Президента України «Про розроблення Енергетичної стратегії України на період до 2030 року та дальшу перспективу» від 27 лютого 2001 р. №42/2001, яка була розроблена та схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України [6].

Уряд України почав постійно звертати увагу на питання збереження енергії, ефективного використання енергоресурсів, розвитку відновлювальних та альтернативних джерел енергії. Внесено зміни до Державної цільової економічної програми енергоефективності на 2015-2030 роки ( Постанова Уряду № 587 від 14.07.10 ), що стосуються конкретної допомоги в реалізації проектів відновлюваної енергетики. Зокрема додано пункт про реалізацію проектів з будівництва сонячних установок для виробництва електроенергії та задоволення потреб у гарячому водопостачанні.

Згідно Постанови Кабінету Міністрів України № 704 від 11.08.10, прописано конкретне фінансування програми «Підтримка виконання Енергетичної стратегії України в галузі енергоефективності та відновлювальних джерел енергії» [7]. Фактично, це одні з перших значних коштів, виділених Урядом на програми відновлюваних джерел електроенергії (ВДЕ).

Собівартість є важливим показником для забезпечення ефективного розвитку енергетичних ринків. Вона є безпосереднім відображенням витрат та основним сигналом, що забезпечує ефективне використання коштів та прийняття інвестиційних рішень. Висока собівартість виробництва електроенергії є серйозною проблемою українського електроенергетичного сектору, тому нинішня тенденція зменшення собівартості виробництва сонячної електроенергії на фоні постійного збільшення номінальних цін є позитивним сигналом для інвесторів (загальне збільшення ціни за 2003-2010 рр. становить 330%).

Тому на засіданні Комітету з економічних реформ було оприлюднено десять пріоритетних національних проектів. Один з проектів спрямований на розвиток альтернативних джерел енергії. Це проект «Енергія природи» з будівництва вітрових і сонячних електростанцій потужністю 2000 МВт.

Бюджет проекту становить 3 млрд. євро, і ці витрати мають окупитися за сім років при виробництві електроенергії в обсязі 26,8 млрд. кВт/год. на рік.

Згідно з інформаційним бюлетенем ІМЕPOWER № 27 від 21.10.2013 року з питань відновлюваної енергетики [7], встановлена потужність українських електростанцій, що використовують відновлювані джерела енергії, станом на червень 2013 року досягла 0,9 ГВт, що складає 1,7% у структурі енерго-виробництва в країні. Це включає в себе 569,5 МВт сонячної енергії, 330,4 МВт вітряної енергії, 74 МВт енергії малих ГЕС і 7,3 МВт електроенергії, отримуваної від електростанцій, що використовують біогаз і біомасу.

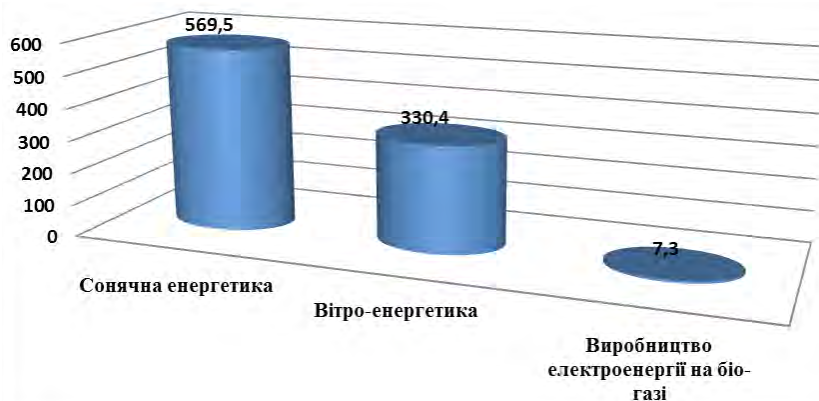


Рис. 1. Встановлена потужність з виробництва електроенергії в Україні з відновлюваних джерел станом на початок 2013 року (МВт) [7]

Виробництво електроенергії електростанціями, що використовують відновлювані джерела енергії, у 1-му півріччі 2013 року (за винятком великих ГЕС) зросло до 246,1 ГВт-ч (сонце), 316,9 ГВт-ч (вітер), 158 ГВт-ч (малі ГЕС) та 13,5 ГВт-ч (біомаса та біогаз).



Рис. 2. Виробництво електроенергії в Україні з відновлюваних джерел у 1-му півріччі 2013 року (GWh) [8]

Наведена вище статистика збільшення виробництва енергії з відновлювальних джерел говорить про те, що уряд країни вбачає свою незалежність у розвитку відновлювальних джерел енергії, а компанії, що розвивають сонячну енергетику, стають конкурентоздатними за рахунок швидкого здешевлення виробництва електроенергії у порівнянні із традиційними видами енергії.

Мова йде про так званий мережевий паритет, коли собівартість електроенергії, виробленої за допомогою фотоелектричних модулів, знижуються до рівня цін на електрику, яку споживач отримує із централізованої мережі. Уряд швидко зреагував на цю тенденцію на законодавчому рівні. 20 листопада 2012 року Президентом України Віктором Януковичем було підписано Закон України № 5485-VI «Про внесення змін до Закону України «Про електроенергетику» щодо стимулювання виробництва електроенергії з альтернативних джерел енергії», який набув чинності з 01.04.2013 року [9].

За цим законом коефіцієнт «зеленого» тарифу після 2014, 2019 та 2024 років, зменшується відповідно на десять, двадцять та тридцять відсотків від його базової величини. До 01.04.2013 року величина «зеленого» тарифу для суб'єктів господарювання, які виробляють електричну енергію



наземними об'єктами електроенергетики з енергії сонячного випромінювання, встановлювалася на рівні роздрібного тарифу для споживачів другого класу напруги, помноженого на коефіцієнт «зеленого» тарифу 4,8.

Рівень рентабельності виробництва електроенергії за допомогою кремнієвих сонячних батарей в Україні з урахуванням такого «зеленого тарифу» становить 53% [10]. Тому виробництво електроенергії з допомогою кремнієвих сонячних батарей в Україні, навіть після зменшення розміру «зеленого тарифу» залишатиметься однією з найбільш інвестиційно привабливих.

**Висновок.** Аналіз тенденцій розвитку ринку показує, що собівартість виробництва електроенергії в сонячній енергетиці постійно знижується, а ціна на електроенергію в Україні є штучно заниженою і буде постійно зростати. Важливим зауваженням також є те, що ціна на електроенергію для промисловості зростає кожен рік і ринок сонячної енергетики буде активно розвиватися. За шість місяців нинішнього року в Україні були побудовані та введені в експлуатацію 12 великих об'єктів загальною потужністю 167,7 мВт. Таким чином, загальна встановлена потужність наших сонячних електростанцій в Україні збільшилася на 51,4 %, до 494 МВт. Інвестиції в галузь сонячної енергетики в першому півріччі 2013 року склали більше ніж 360 млн. євро.

На нашу думку, для України не варто обирати гомогенну енергетичну стратегію – вугільну, газову чи атомну. Потрібно сконцентрувати увагу на збереженні можливостей доступу до всіх джерел енергії, спираючись на світові тенденції розвитку енерготехнологій та створювати необхідні передумови для розвитку комерційного виробництва енергії з поновлювальних джерел. Активізація інвестиційної діяльності може бути досягнута за рахунок непрямих методів фінансування (наприклад, цільова надбавка до тарифу).

Енергетична безпека є однією з найважливіших складових економічної безпеки будь-якої країни і завдяки розвитку альтернативної енергетики та згідно взятих на себе зобов'язань перед Європейським енергетичним співтовариством, частка поновлюваних джерел енергії (ВДЕ) у 2030 році повинна скласти не менше 12% у загальному енергобалансі. Поки що, ця заява не збігається з прогнозами Енергетичної стратегії України на період до 2030 року із змінами і доповненнями, внесеними розпорядженням Міністерства палива та енергетики України від 26 березня 2008 року, в якій відсоток відновлюваних джерел енергії (вітру, сонця) за песимістичним сценарієм становитиме у 2030 році лише 1,9% від загального обсягу енергії [11].

#### Література:

1. Global Market Outlook for Photovoltaics 2013-2017: [Електронний ресурс]. – С.13 – Режим доступу: <http://www.epia.org/news/publications>
2. Renewables Global Status Report 2012: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ren21.net/Portals/0/documents/Resources/GSR/2013/GSR2013\\_lowres.pdf](http://www.ren21.net/Portals/0/documents/Resources/GSR/2013/GSR2013_lowres.pdf)
3. Global trends in renewable energy 2013: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unep.org/publications/>
4. Офіційний веб-сайт Державного агентства з енергоефективності та енергозбереження України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sae.gov.ua/archives/2287>
5. Розпорядження Президента України «Про розроблення Енергетичної стратегії України на період до 2030 року та дальшу перспективу» від 27 лютого 2001 р. № 42/2001-рп // Сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/42/2001-%D1%80%D0%BF>
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Питання виконання у 2010 році Угоди про фінансування програми «Підтримка виконання Енергетичної стратегії України в галузі енергоефективності та відновлювальних джерел енергії» від 11 серпня 2010 р. № 704 // Сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/704-2010-%D0%BF>
7. Офіційний веб-сайт інтернет-видання ІМЕPOWER [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://imerpower.files.wordpress.com/2013/10/ukraine-renewable-energy-newsletter-27.pdf>
8. Закон України № 5485-VI «Про внесення змін до Закону України «Про електроенергетику» щодо стимулювання виробництва електроенергії з альтернативних джерел енергії» // Сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/5485-17>
9. Офіційний веб-сайт інтернет-видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1979>
10. Офіційний веб-сайт інтернет-видання USELF [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uself.com.ua/index.php?id=28&type=98&L=2>
11. Офіційний веб-сайт інтернет-видання «ЛІГА:ЗАКОН» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/FIN3853Z.htm](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN3853Z.htm)

## ТАКСОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ

## ТАКСОНОМИЧЕСКОЙ АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ

## TAXONOMIC ANALYSIS OF STRATEGY DEVELOPMENT ENTERPRISES ALTERNATIVE ENERGY

Стаття присвячена дослідженню тенденцій розвитку підприємств альтернативної енергетики та формування стратегії в контексті методу таксономії. Автором ідентифіковано коло діагностичних ознак для здійснення таксономічного аналізу. Базисними компонентами, що забезпечують ефективну стратегію розвитку підприємства визначено ресурсно-сировинну, фінансово-економічну, інвестиційно-інноваційну, маркетингову, управлінську та кадрову. Відповідно до кожної компоненти діяльності підприємства виокремлено проблематику її функціонування та надано пропозиції щодо усунення недоліків. На основі якісних індикаторів домінантних напрямів оцінки стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики представлено авторське бачення концептуальної дескриптивної моделі таксономічного аналізу. Використовуючи запропонований підхід проведено аналіз динаміки компонент діяльності підприємства, за результатами якого надано практичні рекомендації щодо покращення інвестиційно-інноваційної компоненти діяльності виробничо-економічної системи. Розроблений науково-методичний підхід таксономічної оцінки стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики є передумовою формування інтегрального коефіцієнта.

**Ключові слова:** таксономічний аналіз, прямий і модифікований коефіцієнт розвитку, вектор-еталон, компоненти діяльності підприємства.

Статья посвящена исследованию тенденций развития предприятий альтернативной энергетики и формирования стратегии в контексте метода таксономии. Автором идентифицировано круг диагностических признаков для осуществления таксономического анализа. Базисными компонентами, обеспечивающими эффективную стратегию развития предприятия определено ресурсно-сырьевую, финансово-экономическую, инвестиционно-инновационную, маркетинговую, управленческую и кадровую. По каждой компоненты деятельности предприятия выделено проблематику ее функционирования и даны предложения по устранению недостатков. На основании качественных индикаторов доминантных направлений оценки стратегии развития предприятий альтернативной энергетики представлено авторское видение концептуальной дескриптивной модели таксономического анализа. Используя данный подход проведен анализ динамики компонент деятельности предприятия, по результатам которого даны практические рекомендации по улучшению инвестиционно-инновационной компоненты деятельности производственно-экономической системы. Разработанный научно-методический подход таксономической оценки стратегии развития предприятий альтернативной энергетики является предпосылкой формирования интегрального коэффициента.

**Ключевые слова:** таксономический анализ, прямой и модифицированный коэффициент развития, вектор-эталон, компоненты деятельности предприятия.

The article investigates trends in the alternative energy business and strategy formation in the context of the method of taxonomy. The author has identified the range of diagnostic features to perform taxonomic analysis. Basic components which provide an effective development strategy defined resource and raw material, financial, economic, investment and innovation, marketing, management and human resources. Under each component of the company singled out the problems of operation

*and provided suggestions for deficiencies. Based on qualitative indicators of dominant directions assess enterprise development strategy of alternative energy presents the author's vision of a conceptual model of descriptive taxonomic analysis. Using this approach the analysis of the dynamics of a component of the company, which resulted in practical recommendations for improving the investment and innovation components of production and economic system. The scientific and methodical approach taxonomic evaluation of enterprise development strategy of alternative energy is a prerequisite for the formation of integral factor.*

**Keywords:** *taxonomic analysis, direct and modified coefficient, vector-standard, components of the enterprise.*

**Вступ.** Інноваційний тип розвитку економіки зумовлює активізацію використання принципово нових прогресивних технологій, переходу до випуску високотехнологічної продукції, прогресивно-організаційних й управлінських рішень в діяльності виробничо-економічної системи, де однією з тенденцій є розвиток підприємств альтернативної енергетики.

Каталізатором реалізації управлінських рішень щодо формування стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики є діагностика впливу економічного середовища, з метою ідентифікації та нейтралізації негативних факторів.

В економічній науці часом непросто проводити дослідження статистичними методами, які спираються на розподіл багатовимірної випадкової величини, адже число доступних спостережень, які містяться в сукупності даних, як правило, невелике. У загальному вигляді проблему упорядкування багатовимірних об'єктів або процесів щодо заданого нормативного вектора-еталона вирішує таксономія. На основі методу таксономії можливою є побудова узагальнюючої оцінки складного об'єкта або процесу. Даний метод набув широкого застосування в економіці підприємства, зокрема в підведенні підсумків роботи, оцінці виконання плану, аналізі фінансового стану суб'єктів господарювання та їх підрозділів. Застосування цього методу пов'язане зі складністю досліджуваних економічних явищ і процесів, їх багатогранністю та неоднозначністю. У цих умовах дати цілісну оцінку вказаних явищ за допомогою одного показника неможливо. Тому використовується система різнойменних показників які необхідно систематизувати та аналізувати для прийняття раціональних управлінських рішень. Саме таксономічні методи мають потужний арсенал алгоритмів систематизації і можуть вирішити проблему оцінки стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики.

Дослідженню формування стратегії розвитку підприємства присвячені праці багатьох відомих вітчизняних і закордонних вчених Ансофф І.[2], Глюк В. [3], Довгань Л. [4], Пономаренко В. [6], Селезьнова Г. [7] та інші. Питання застосування методів багатовимірного аналізу висвітлені в роботах Айвазяна С., Бажаєва З., Городного В.[1], Плюти В.[5] та інших. Проте, не зважаючи на їх широке використання, в науково-методичні підходи щодо оцінки стратегії розвитку підприємства методи таксономічного аналізу досі не імplementовані.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є адаптація таксономічних методів для проведення аналізу ефективності формування стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики в різних сферах його діяльності, а саме: ресурсно-сировинній, фінансово-економічній, інвестиційно-інноваційній, управлінській, маркетинговій й кадровій. Найважливішим етапом кількісної оцінки стратегії розвитку підприємств є розробка концептуальної дескриптивної моделі таксономічного аналізу. Завданнями дослідження є: визначення сутності та особливостей розрахунку таксономічного показника; розрахунок та інтерпретація показника таксономії.

**Методологія.** Методологічною базою дослідження виступають: сукупність способів наукового пізнання, загальнонаукові принципи, системний підхід, таксономічний метод до формування та оцінки стратегії підприємства.

**Результати дослідження.** Всесвітній саміт ООН із стійкого розвитку, який відбувся у 2002 р. в Йоганнесбурзі, ще раз підтвердив: екологічно чиста альтернативна енергетика є головним питанням стабільного розвитку суспільства сьогодні та безпечного майбутнього завтра [1, с. 22]. Перспективним напрямом розвитку альтернативної енергетики є використання екологічно чистого твердого біопалива – паливних брикетів та гранул, що виготовляють з відходів біомаси. Біомаса – це вуглецевомісткі органічні речовини рослинного і тваринного походження. Україна володіє значним потенціалом біомаси, доступної для виробництва енергії, основну частину яких становлять відходи деревини, енергетичний потенціал представлений більш ніж 2 млн. т.у.п. на рік та дає змогу замінити понад 1 млрд. кубометрів природного газу [27]. Використання біомаси як сировини для виготовлення екологічно чистого твердого біопалива є актуальним завданням, оскільки вирішує питання отримання додаткової теплової енергії та покращує екологічну ситуацію навколишнього середовища. Каталізатором розвитку альтернативної енергетики є підприємства, що виготовля-

ють паливні брикети та гранули. Ідентифікацію особливостей діяльності підприємств біоенергетики необхідно здійснювати в синергетичному зв'язку, залежно від стану паливно-енергетичного комплексу, результатів впровадження проектів альтернативної енергетики та факторного впливу зовнішнього середовища. Виокремимо наступні особливості:

- Тверде біопаливо (паливні брикети та гранули) є екологічно чистим продуктом, що використовують для отримання теплової енергії;
- Комплексне застосування наявного потенціалу всіх видів альтернативної енергетики, біопалива зокрема, дозволить забезпечити енергоефективність та енергонезалежність нашої країни;
- Виробники біопалива 80% продукції реалізують на зовнішньому ринку, переважно до європейських країн;
- Слаборозвинутий внутрішній ринок, що спричинено повільним впровадженням біопаливних технологій;
- Вирішення проблеми комплексного використання й утилізації відходів сільськогосподарських та деревообробних підприємств;
- Попит на паливні брикети та гранули перевищує пропозицію, що характеризує перспективність даного виду діяльності;
- Активізує розвиток галузі машинобудування (завдяки виробництву обладнання (гранулятор, прес, сушильне обладнання), яке використовують у процесі виробництва твердого біопалива і в процесі реалізації проектів альтернативної енергетики (біопаливні котли);
- Висока залежність від сировинної бази в умовах інтенсифікації виробництва;
- Розвиток біоенергетики має особливо важливе значення, оскільки використання альтернативних джерел енергії на середньоєвропейському рівні – одна з вимог Європейського Союзу до країн-кандидатів.

Базисом розвитку альтернативної енергетики є господарсько – економічна діяльність виробничо-економічної системи, що виготовляє паливні брикети та гранули. Сучасні реалії вимагають від підприємств формування ефективної стратегії розвитку, проте без оцінювання результатів їх діяльності це неможливо. Комплексний аналіз наукових праць дозволив запропонувати таксономічний метод для оцінки системоутворюючих компонент при формуванні стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики.

Таксономічний показник розраховується за класичним алгоритмом таксономічного аналізу [1, с. 668—675]: формування матриці спостережень, стандартизація значень елементів матриці спостережень, ідентифікація вектора-еталона, визначення відстані між окремими спостереженнями і вектором-еталоном, розрахунок таксономічного коефіцієнту розвитку. Основні формули для розрахунку таксономічного показника представлені в табл. 1.

Таблиця 1

## Формули для розрахунку таксономічного показника

Визначення показників	Формула	Інтерпретація показників формули
Стандартизація показників матриці	$Z = \frac{X_i}{\bar{X}_i}$	$X_i$ - вихідне значення показника; $\bar{X}_i$ - середнє значення і-го показника;
Визначення відстані між точкою-одиницею та еталоном	$C_{io} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (z_{ij} - z_{oj})^2}$	де $z_{ij}$ - стандартизоване значення j-го показника в період часу і; $z_{oj}$ - стандартизоване значення і-го показника в еталоні;
Таксономічний показник розвитку	$K_i = 1 - d_i$	$d_i$ – показник відхилення показників підприємства за і-й рік від еталону;
Відхилення показників і-го року від еталону		$C_c$ – загальна відстань між показниками діяльності підприємства та прийнятим еталоном за аналізований проміжок часу;

Визначення показників	Формула	Інтерпретація показників формули
Загальна відстань між показниками та еталоном	$C_o = \bar{C}_o + 2S_o$	$\bar{C}_o$ – середня відстань між показниками та еталоном; $S_o$ – середньоквадратичне відхилення;
Середня відстань	$\bar{C}_o = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m C_{io}$	m – кількість років, за які проводиться аналіз;
Середньоквадратичне відхилення	$S_o = \sqrt{\frac{1}{m} \sum (C_{io} - \bar{C}_o)^2}$	$\bar{C}_o$ – середня відстань між показниками та еталоном;

Оцінювання має передбачати певний узагальнюючий метод побудови оцінок якісних індикаторів, що забезпечує розв'язання проблематики стратегічного розвитку незалежно від кількості елементів, які входять до виробничо-економічної системи, яка модулюється, і форми взаємозв'язку між ними. Зведення ряду різних за своїми характеристиками індикаторів до єдиного узагальнюючого показника дозволяє визначити відмінність досягнутого стану від бази порівняння в цілому за групою показників. Для повноти охоплення вихідної інформації на основі аналізу літературних джерел, експертної оцінки сформовано перелік якісних індикаторів діагностики рівня стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики за домінуючими напрямками (табл. 2).

Базисними компонентами, що забезпечують ефективну стратегію розвитку підприємства є ресурсно-сировинна, фінансово-економічна, інвестиційно-інноваційна, маркетингова, управлінська та кадрова. Діагностика стратегії розвитку виробничо-економічної системи та системоутворюючих компонент в контексті методу таксономічного аналізу здійснюється з метою ідентифікації передумов її формування. Враховуючі всі ідентифіковані атрибути, що мають вплив на стратегічні орієнтири підприємства альтернативної енергетики автором запропоновано концептуальну дескриптивну модель таксономічного аналізу стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики представлено на рис. 1.

Таблиця 2

### Якісні індикатори домінуючих напрямів діагностики стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики

№	Компонента оцінки	Якісні індикатори
1.	Ресурсно-сировинна	Коефіцієнт зносу (X1); Коефіцієнт оборотності (X2); Темп зростання випуску продукції (X3); Коефіцієнт ритмічності (X4); Коефіцієнт зіставлення продуктивності праці та заробітної плати (X5).
2.	Фінансово-економічна	Z-коефіцієнт за моделлю Р. Ліса (X6); коефіцієнт абсолютної ліквідності (X7); коефіцієнт автономії (X8); коефіцієнт мобільності (X9); коефіцієнт швидкої ліквідності (X10).
3.	Інвестиційно-інноваційна	Коефіцієнт упровадження інноваційних технологій (X11); коефіцієнт оновлення основних засобів (X12); коефіцієнт прибутковості активів (X13); коефіцієнт прибутковості власного капіталу (X14); індекс рентабельності інвестицій (X15).
4.	Управлінська	Коефіцієнт раціональності структури управління (X16); коефіцієнт децентралізації системи управління (X17); коефіцієнт контролю (X18); коефіцієнт рентабельності управління (X19); коефіцієнт ефективності витрат на управління (X20).
5.	Маркетингова	Коефіцієнт реалізації товарної продукції (X21); коефіцієнт освоєння ринку (X22); коефіцієнт рентабельності продажу (X23); коефіцієнт рівня цін (X24); коефіцієнт зміни обсягу продажів (X25).
6.	Кадрова	Коефіцієнт плинності персоналу (X26); коефіцієнт стабільності кадрів (X27); коефіцієнт співвідношення управлінського та виробничого персоналу (X28); коефіцієнт підвищення кваліфікації (X29); коефіцієнт стабільності кадрів апарату управління (X30).

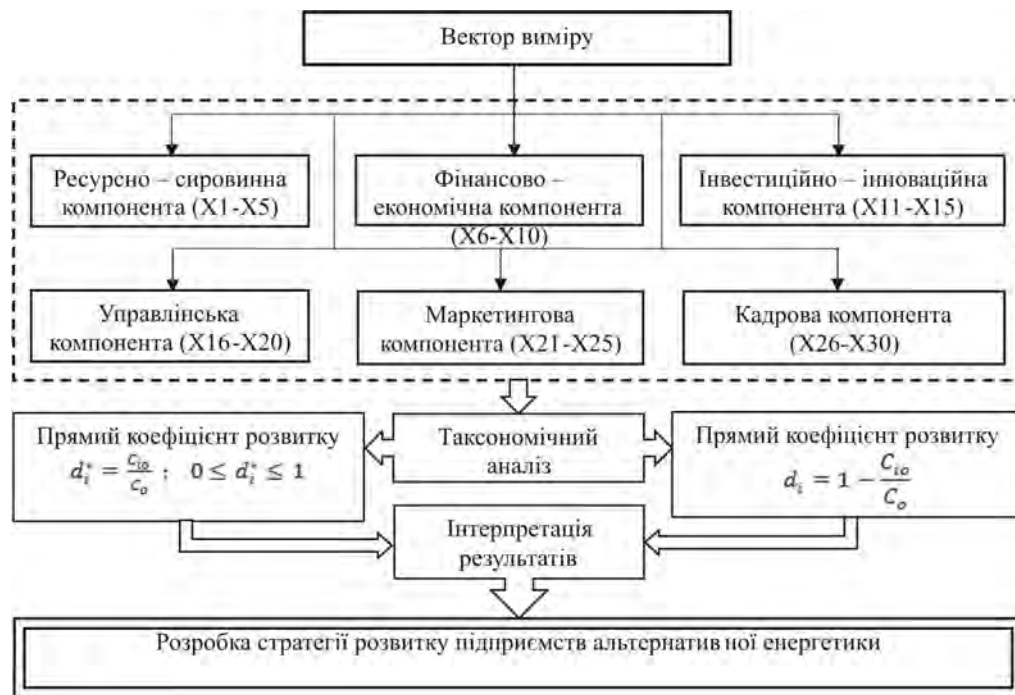


Рис. 1. Концептуальна дескриптивна модель таксономічного аналізу стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики

Таблиця 3

### Характеристика ресурсно-сировинної компоненти

№	Проблематика	Шляхи вирішення
1.	Використання доступного та недорогого вітчизняного обладнання для виробництва біопалива, що є менш ефективним порівняно з іноземними аналогами	Модернізація технічного обладнання і технологічних процесів. Прийняття участі в програмах розробки та експериментування інновативного обладнання та комплектуючих на заводах іноземного виробника.
2.	Залежність підприємства від постачання сировини	Диверсифікація джерел постачання сировини; активізація незалежності від постачальників сировини.
3.	Висока собівартість продукції	Максимальне зниження собівартості продукції шляхом оптимізації затрат
4.	Значна частина продукції не відповідає європейським стандартам якості	Дотримання умов реалізації технологічних процесів виготовлення біопалива, удосконалення організації контролю якості.
5.	Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів на обсяги виробництва та реалізації	Стимулювання безпосередніх виробників продукції з метою нарощування виробництва і товарообігу.

Джерело: розроблено автором

Здатність виробничого процесу біопаливної продукції до швидких змін визначається складом ресурсів, їх специфікою, рівнем інтегрованості і мобільністю. Підприємства альтернативної енергетики стикаються з більш великими витратами при рекомбінації ресурсів. Відповідно, для отримання успішного результату більшого значення набуває фінансово-економічна компонента.

Фактором негативних перспектив останнім часом є відсутність чітких концептуальних підходів до формування та реалізації інвестиційної політики, яка б передбачала розмежування стратегії і тактики в інвестиційному процесі. У стратегічному контексті інвестиційна політика має забезпечувати розвиток підприємства на основі мобілізації та раціонального використання ресурсів. Проте на підприємствах альтернативної енергетики така політика не акцентується на вирішення завдань щодо подолання конкретних поточних ситуацій, які формують тенденції негативного впливу на стратегічні орієнтири.

**Характеристика фінансово-економічної компоненти**

№	Проблематика	Шляхи вирішення
1.	Нераціональне використання фінансово-економічних ресурсів	Розробка ефективної фінансової стратегії.
2.	Нестійкий рівень платоспроможності	Застосування критеріїв платоспроможності з урахуванням особливостей діяльності підприємства;
3.	Брак коштів на придбання нового обладнання	Залучення кредитних коштів, участь в інвестиційних програмах розвитку підприємств альтернативної енергетики.
4.	Високий ступінь залежності від позикових коштів	Диверсифікація джерел позикових коштів.
5.	Дебіторська заборгованість	Управління дебіторською заборгованістю, співробітництво з надійними партнерами; зміна умов договорів з покупцями для перетворення довгострокової дебіторської заборгованості в короткострокову.

Джерело: розроблено автором

В умовах обмеженості інвестицій потрібне ранжирування проблематики стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики в контексті концентрації ресурсів та раціональне використання їх для вирішення першочергових завдань сприяючи реалізації вибраній стратегії інвестиційної політики.

Таблиця 5

**Характеристика інвестиційно-інноваційної компоненти**

№	Проблематика	Шляхи вирішення
1.	Повільне впровадження у виробництво інноваційних технологій	Інтенсифікації виробництва на основі залучення вітчизняних та іноземних інвестицій.
2.	Бар'єри залучення інвестицій	Формування прибуткових пропозицій для інвесторів.
3.	Дефіцит коштів для впровадження інновацій	Прийняття участі в програмах розробки та експериментування інновативного обладнання та комплектуючих вітчизняного виробника
4.	Брак інформації щодо можливостей участі в інвестиційних програмах, грантах	Співпраця з органами влади різних рівнів з метою залучення різних видів інвестицій
5.	Дорогі іноземні інноваційні технології	Співпраця з вітчизняними машинобудівними підприємствами у сфері розробки більш доступних інноваційних технологій виробництва біопалива

Джерело: розроблено автором

Однією з проблем підприємств альтернативної енергетики являється неадаптованість керівництва до використання сучасних інструментів стратегічного управління. Підприємства планують свою діяльність припускаючи, що оточуюче середовище буде дисипативним. Виробничо-економічна система альтернативної енергетики є інновативною і управління нею повинно базуватись на використанні сучасних науково-методичних положень.

Розробка маркетингової стратегії підприємства передбачає вивчення та оцінку альтернативних напрямків розвитку та вибір для реалізації оптимальної стратегічної альтернативи. Максимізації ефективності діяльності підприємств альтернативної енергетики необхідно приділяти значну увагу не лише поточним тактичним проблемам і завданням, але й розробляти стратегічні засади реалізації політики маркетингу, що має бути спрямована на подолання проблем і максимізацію вигоди від позитивних коливань на ринку енергетики та в економіці в цілому.

Ефективна система управління повинна базуватись на синергетичному зв'язку керівництва і працівників підприємства, представленого, як єдиний механізм, де кожен працівник розуміє цілі підприємства. Продуктивність праці, мотивація і творчий потенціал персоналу є важливими конкурентними перевагами, які визначають успіх формування та реалізації стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики.

**Характеристика управлінської компоненти**

№	Проблематика	Шляхи вирішення
1.	Невідповідність організаційної структури стратегії підприємства	Формування організаційної структури відповідно масштабу і характеру виробництва
2.	Використання неефективних методів управління персоналом	Застосування новітніх підходів до управління персоналом з врахуванням специфіки та умов праці
3.	Проблеми з впровадження інноваційних підходів до управління підприємством	Адаптація керівних кадрів до сучасних тенденцій управління
4.	Низький рівень кваліфікації молодих фахівців у сфері управління	Підвищення рівня кваліфікації молодих спеціалістів шляхом проведення тренінгів, залучення в роботу конференцій та ін.
5.	Недосконала управлінська інфраструктура	Комплексне використання всіх компонентів з метою прийняття ефективних управлінських рішень.

Джерело: розроблено автором

Таблиця 7

**Характеристика маркетингової компоненти**

№	Проблематика	Шляхи вирішення
1.	Не вивчена кон'юнктура ринку	Необхідність досліджувати кон'юнктура ринку враховуючи специфіку і тенденції діяльності підприємств альтернативної енергетики.
2.	Поява на ринку великої кількості посередницьких структур, що диктують виробникам біопалива не вигідні цінові умови	Співпраця з покупцями напряму без участі посередницьких структур, кооперування зусиль з іншими виробниками з метою забезпечити необхідні об'єми продукції, що необхідна покупцеві, як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. пошук та аналіз додаткових шляхів збуту;

Кожне підприємство повинно ідентифікувати свої стратегічні орієнтири та чітко уявляти, як воно буде розвивати свій потенціал успіху, домінантним вектором якого являються можливості персоналу. За різних варіантів стратегії для виробничо-економічної системи альтернативної енергетики в цілому чи окремих структурних підрозділах необхідно чітко розуміння того, за допомогою яких кадрових ресурсів можна їх реалізувати. Розробка стратегії повинна здійснюватись з урахуванням поточних і майбутніх можливостей персоналу.

Ідентифіковані проблеми функціонування системоутворюючих компонент підприємств альтернативної енергетики та визначення пропозицій щодо їх вирішення є важливим кроком до побудови ефективної моделі розвитку в контексті тактичних та стратегічних орієнтирів підприємств, що виготовляють біопаливо. З метою нейтралізації виокремлених недоліків господарсько-економічної діяльності виробників біопалива та знаходження оптимального вектору розвитку, необхідне їх врахування різними інституціями при розробці програм підтримки та реалізації проектів альтернативної енергетики. Використовуючи запропоновану нами концептуальну дескриптивну модель таксономічного аналізу ідентифіковано таксономічні коефіцієнти розвитку для кожної домінантної компоненти підприємства ТОВ «Нова енергія ЛТД» за 2011 та 2012 роки (табл. 9).

Отже, результати діагностики домінантних компонент показує що коефіцієнт таксономії на підприємстві ТОВ «Нова енергія ЛТД» значно зріс у поточному році порівняно з базовим, окрім інвестиційно-інноваційної сфери, що свідчить на користь діяльності підприємства. Це говорить про те, що підприємство веде прибуткову діяльність, раціонально використовує наявні у нього ресурси та має значні внутрішні конкурентні переваги. Такі переваги можуть бути використані керівництвом підприємства для подальшого розвитку та збільшення ринкової частки. Негативними результатами діагностики є значне зниження індикаторів інноваційно-інвестиційної компоненти, що в перспективі може негативно відобразитися на роботі підприємства. Оскільки підприємство недостатньо



інвестує кошти у модернізацію та удосконалення своєї діяльності, його продукція може втратити свою привабливість та конкурентоспроможність, тобто стати неприбутковою. Також варто акцентувати увагу на нерівномірність розвитку різних компонент підприємств. Очевидно, що кошти вкладаються нерівномірно, більша увага приділена оптимізації управлінської та фінансово-економічної компонент. В результаті в перспективі така тенденція може призвести до порушення ритмічності роботи підприємства і невідповідності розвитку окремих компонент діяльності загальним потребам підприємства.

Таблиця 8

## Характеристика кадрової компоненти

№	Проблематика	Шляхи вирішення
1.	Недостатність висококваліфікованих кадрів, що мають досвід та знання в сфері альтернативної енергетики	Співпраця з міжнародними організаціями, експертами, державними інституціями з метою вирішення навчання персоналу.
2.	Плинність кадрів	Створення належних умов праці, мотивація персоналу.
3.	Низька мотивація	Використання методів мотивації, як економічних так і соціально-психологічних
4.	Недостатній рівень заробітної плати	Зміна форм і умов оплати праці, збільшення фонду оплати праці
5.	Відсутність спеціальних курсів для підвищення техніко-економічних знань кадрового складу	Співпраця з ВУЗами та науковими організаціями з метою організації спеціальних курсів, що підвищать рівень кваліфікації персоналу.

Джерело: розроблено автором

Таблиця 9

## Визначення відстані між показником і еталоном

Компонента	С <sub>ю</sub> , 2011 р.	С <sub>ю</sub> , 2012 р.	$\bar{C}_0$	S <sub>0</sub>	C <sub>0</sub>	d <sub>i</sub> , 2011 р.	d <sub>i</sub> , 2012 р.	K <sub>i</sub> , 2011 р.	K <sub>i</sub> , 2012 р.
Ресурсно-сировинна	0,6978	0,1676	0,4328	0,2651	0,968	0,7247	0,174	0,2753	0,826
Фінансово-економічна	0,186	0,1054	0,1457	0,04	0,2257	0,8241	0,467	0,1759	0,533
Інвестиційно-інноваційна	0,968	1,229	1,098	0,13	1,36	0,711	0,903	0,288	0,096
Управлінська	0,8521	0,0735	0,4628	0,3894	1,2416	0,6863	0,0592	0,3137	0,9408
Маркетингова	1,8196	0,7979	1,3088	0,5109	2,3306	0,780	0,342	0,219	0,533
Кадрова	0,5036	0,3764	0,7503	0,0672	0,6521	0,5198	0,5639	0,4629	0,7082

Розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства ТОВ «Нова енергія ЛТД»

**Висновки.** Науковою новизною є застосування методу таксономії для діагностики стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики, для цього автором запропоновано використовувати концептуальну дескриптивну модель таксономічного аналізу. Результати проведеного дослідження доводять прикладну цінність таксономічного методу для проведення діагностики ефективності формування стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики. В статті ідентифіковано якісні індикатори для проведення даного таксономічного аналізу які представлені показниками  $[x_1 - x_{30}]$ . Напрямами подальших досліджень є розробка науково-методичних та практичних рекомендацій щодо стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики залежно від рівня значення коефіцієнту розвитку.

## Література:

1. Айвазян С. Классификация многомерных наблюдений / С. Айвазян, З. Бажаева, О. Староверова. — М.: Статистика, 1974. — 769 с.
2. Ансоф И. Стратегическое управление / И. Ансоф. — М. : Экономика, 1989. — 519 с.
3. Glueck W. F. Business Policy and Strategic Management / W. F. Glueck — New York: McGraw — Hill, 1980. — 115 p.
4. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: навч. посібник / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. — К.: ЦУЛ, 2011. — 440 с.
5. Pluta W. Wielowymiarowa analiza por wnawcza w badaniach ekonomicznych Metody taksonomiczn i analizy czynnikowej / W. Pluta — Warszawa. — 1977— 245 p.
6. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, О. М. Кизим. — Х.: Вид. дім «ІНЖЕК», 2003. — 328 с.
7. Селезньова Г. О. Стратегія підприємства: навч. посібн. / Г. О. Селезньова. — Х.: Вид. ХНЕУ, 2007. — 240 с.
8. Цивенкова Н.М. Альтернативні джерела енергії: чи врятують вони Україну від енергетичної залежності та екологічної катастрофи? / Н.М. Цивенкова, О.О. Самилін // Новини агротехніки. — 2009. — № 1. — С. 22-25.

УДК 330.33.012.4:620.9

Кологривов Я. І.

Національний технічний університет України «КПІ»

## СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИКИ: ЦИКЛІЧНІСТЬ РОЗВИТКУ ТА ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭНЕРГЕТИКИ: ЦИКЛИЧНОСТЬ РАЗВИТИЯ И ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ

## STRATEGICAL DEVELOPMENT OF ENERGY ENTERPRISES: CUCLICAL DEVELOPMENT AND LIFE CYCLE

*У статті окреслено процес, підходи та вимоги до реалізації концепції стратегічного управління підприємством. Надано характеристику особливостям процесу стратегічного планування. Запропоновано здійснювати науковий пошук у зрізі таких трьох складових як «термін технологічного розриву», «величину технологічного розриву» та «життєвого циклу товару». Проаналізовано структуру життєвого циклу виробу за міжнародним стандартом ISO 9000. Запропоновано розглядати можливість розвитку концепції життєвого циклу товару з позицій циклічності економічного розвитку. Зазначені особливості функціонування енергопідприємств з огляду розвитку технології альтернативної, нетрадиційної чи «зеленої» енергетики. Виокремлено й актуалізовано питання формування та реалізації стратегії розвитку підприємств енергетики як важливого фактора підвищення рівня енергетичної безпеки. Запропоновано здійснювати процес реалізації стратегій в енергетичній сфері як диверсифікованого розвитку з врахуванням циклічності економічних процесів.*

**Ключові слова:** циклічність, життєвий цикл, стратегія, енергетика, стратегічне планування

*В статье обозначены процесс, подходы и требования к реализации концепции стратегического управления предприятием. Охарактеризованы особенности процесса стратегического планирования. Предложено осуществлять научный поиск в срезе следующих трех составляющих, таких как «срок технологического разрыва», «величина технологического разрыва» и «жизненный*

цикл товара». Проаналізована структура життєвого циклу изделия по міжнародному стандарту ISO 9000. Предложено рассматривать возможность развития концепции життєвого циклу товара с позиций цикличности економічного розвитку. Указанны особенности функционирования энергопредприятий, учитывая развития технологии альтернативной нетрадиционной или «зеленой» энергетик. Выделен и актуализирован вопрос формирования и реализации стратегии развития предприятий энергетик как важного фактора повышения уровня энергетической безопасности. Предложено осуществлять процесс реализации стратегий в энергетической сфере как диверсифицированного развития с учетом цикличности економіческих процессов.

**Ключевые слова:** цикличность, життєвий цикл, стратегия, энергетика, стратегическое планирование

*The article outlines the process, approaches, and requirements for implementing the concept of strategic management. First, we characterize strategic planning process. We further offer to conduct scientific research in the three following areas: “technological gap”, “size of the technological gap” and “product life cycle”. Furthermore, we analyze the structure of product life cycle according to international standard ISO 9000. We apply concept of cyclical economic development when we analyze product life cycle. As follows, we review the functionality features of energy enterprises using alternative, non-traditional, and “green” energies. Later we determine the importance of implementing the strategy of developing energy enterprises to enhance energy security. We will try to develop a concept of product life cycle in cyclical economy within categories and definitions of strategic enterprise management. Finally, we outline strategies needed to develop energy space as a diversity strategy in cyclical economy.*

**Keywords:** cycles, productlifecycle, energyenterprises, strategicplanning

**Вступ.** Формування та реалізація стратегій є однією з основних завдань стратегічного управління. Стратегічне управління за своєю суттю містить реалізацію концепції, в якій поєднуються системний, цільовий та інтегральний підходи до виробничо-комерційної діяльності підприємств, що дозволяє установлювати, насамперед, довгострокові цілі розвитку з урахуванням наявних можливостей та приводити їх до відповідності шляхом розроблення та реалізації саме стратегій. До вимог функціонування системи стратегічного управління належать: забезпечення цілісності підсистем стратегічного управління, планування стратегічних змін та реалізація стратегій, узгодженість між планом стратегічних змін та поточним управлінням. Заслужують на увагу вітчизняні розробки у цій сфері, а саме [1, с. 351 – 357; 2, с. 91 – 95].

Визначальне місце у системі стратегічного управління посідає стратегічне планування. Процес стратегічного планування являє собою реалізацію у довгостроковій перспективі набору певних дій та рішень. Такі дії призводять, як правило, до розробки специфічних стратегій, які призначені для того, щоб досягти певних (поставлених) цілей. Отже, для того, щоб проаналізувати сутність, види та рівні стратегій, необхідно дослідити теоретичні засади стратегічного планування та управління з огляду стадій життєвого циклу. Саме тому зазначене є актуальним.

На сьогодні в науковій літературі існують різні підходи до визначення стадій життєвого циклу підприємства, починаючи ще з роботи [3]. Зокрема, автор [4, с. 374] зазначає, що «життєвий цикл підприємства» – це період часу від початку діяльності підприємства до припинення його існування або оновлення на нових засадах. С. В. Корягіна вважає, що «життєвий цикл підприємства – це сукупність стадій, які утворюють закінчене коло розвитку протягом певного відрізка еволюції підприємства, після якого його цінності і напрями діяльності можуть принципово змінюватися» [5, с. 26]. На думку автора, життєвий цикл підприємства вказує на циклічність його розвитку та проходження певних стадій (етапів), які відображають характер виробничо-комерційної діяльності.

**Постановка завдання.** Метою статті є формування системи стратегічного розвитку підприємств енергетики на основі елементів циклічності та засад концепції життєвого циклу. Для зазначеного доцільним є наступне: розробити стратегію розвитку підприємств на основі результатів дослідження теоретичних засад та практики підприємницької діяльності на основі поєднання теорії циклічності розвитку з концепцією життєвого циклу в стратегії розвитку підприємств енергетики; запропонувати науковий доробок для практичної реалізації для підприємств енергетики: галузі, яка на сьогодні швидкими темпами розвиває альтернативну, нетрадиційну та «зелену» складові енергетики. Науковою проблемою є дослідження дещо розрізнених концепцій життєвого циклу та циклічності розвитку у науковому середовищі.

**Методологія.** Теоретико-методичну основу дослідження забезпечує системний та комплексний підходи до аналізу динамічних процесів на значних проміжках часу на мікро- та макрорівні. Методологічну основу становлять концептуальні положення циклічності розвитку та концепції життє-

тевого циклу виробу (товару, підприємства тощо). У статті використано теоретичні розробки провідних іноземних та вітчизняних вчених.

**Результати дослідження.** Особливістю стратегічного управління є те, що воно має забезпечити досягнення стратегічних цілей та збереження організацією оптимальної позиції у зовнішньому середовищі. Для цього організація має визначати пріоритетні цілі та розробляти відповідні орієнтири використання своїх можливостей. Стратегічні цілі визначають, у свою чергу, відповідні стратегічні завдання та альтернативні шляхи їх досягнення.

Визначальне місце у системі стратегічного управління підприємства посідають процеси стратегічного планування. А сам процес стратегічного планування являє собою реалізацію у часі набору певних дій та рішень. Такі дії призводять, як правило, до розробки специфічних стратегій, які призначені для того, щоб досягти певних (поставлених) цілей.

Розгляд динаміки будь-яких показників на значному періоді часу (саме з позицій стратегічного управління) потребує врахування низки факторів, що впливають на ту чи іншу тенденцію. Стосовно рівня наукоємності, то в [6, с. 29] запропоновано враховувати окремо такі поняття як «термін технологічного розриву» та «величину технологічного розриву». Проте доцільним є пов'язувати такі динамічні процеси з поняттям «життєвого циклу» товару, підприємства, технології, галузі тощо. Можна висунути гіпотезу, що термін технологічного розриву пов'язаний з етапами цього циклу, а величина саме технологічного розриву підпорядковується спіралеподібному розвитку, тобто пов'язано з циклічними процесами (рис. 1).

Дослідження категоріального апарату саме терміну та величини технологічного розриву важливо поєднувати не тільки з певними етапами життєвого циклу на цій шкалі часу, а й простежувати розвиток тих чи інших нововведень. До того ж актуальним є розгляд періоду, який безпосередньо використовується у інструментарії стратегічного планування. Так, термін і величина – це змінні, які можуть значно залежати від впливу значної кількості факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. А «період стратегічного планування» є прерогатива вищого керівництва, тобто у нашому випадку суб'єктивного фактора. Саме керівник вирішує те, на який горизонт має розроблятися стратегічний план. До того ж, об'єктивно і значною мірою цей період (горизонт) досить суттєво залежить від специфіки галузі, у якій функціонує підприємство. Тобто у суперечність вступають об'єктивні передумови та суб'єктивний чинник. Отже це породжує проблемну ситуацію і окреслює область теоретичних досліджень.

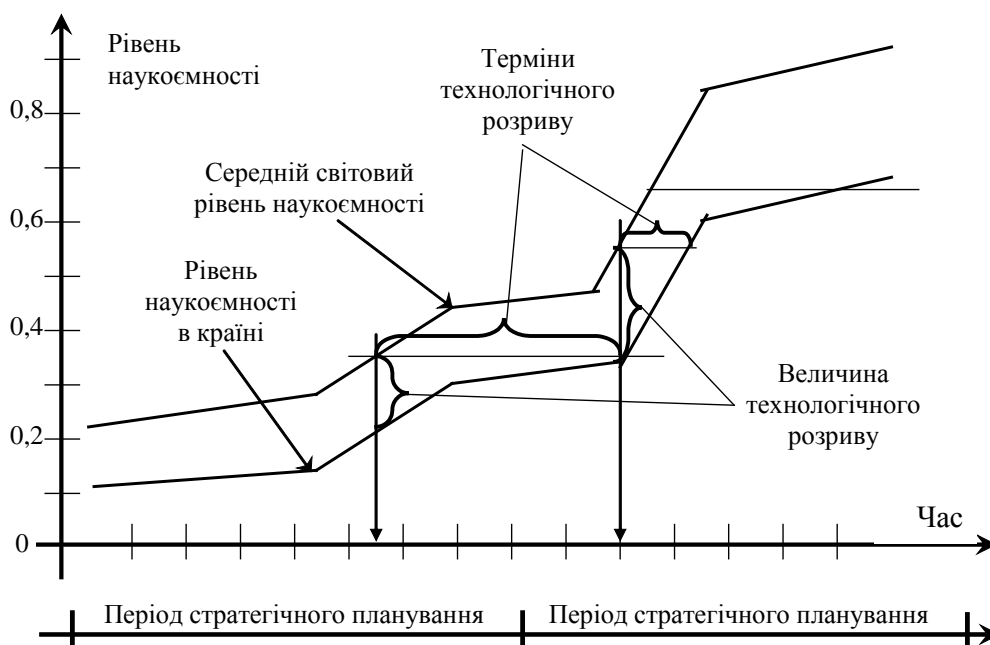


Рис. 1. Модель врахування величини та терміну технологічного розриву з огляду на періоди стратегічного планування (розроблено автором на основі [6])

Ця обставина дозволить оцінити низку складових суперечностей цієї проблемної ситуації: від технології та виробу до підприємства та галузі. Подібним до цього є інтегральний життєвий цикл виробу, який запропоновано у міжнародній системі якості продукції ISO 9000 [7].

Структура життєвого циклу виробу за прийнятим підходом Міжнародної організації по стандартизації складається з таких етапів: 1) маркетинг; 2) дослідження та розробки; 3) матеріально-технічне забезпечення; 4) підготовка і розробка виробничих (технологічних) процесів; 5) виробництво; 6) контроль, випробування та дослідження продукції у процесі виробництва і вихідний контроль; 7) упаковка та зберігання готової продукції; 8) реалізація продукції; 9) монтаж і експлуатація; 10) технічна допомога в сервісі та забезпеченні; 11) утилізація після використання.

Зважаючи на категоріально-понятійний апарат стратегічного управління, яке передбачає охоплення значних проміжків часу, пропонується у статті розглянути можливість розвитку концепції життєвого циклу товару з позицій циклічності економічного розвитку. Концептуальна модель приведена на рис. 2.

Приведені концептуальні засади поєднання циклічності розвитку з позицій чергування короткострокових і довгострокових циклів та життєвих циклів товару. Стосовно останнього, то нами виділяються та класифікуються життєві цикли наступним чином: 1) у межах короткострокового циклу; 2) у межах декількох короткострокових циклів; 3) цикл, спад якого припадає на закінчення циклу; 4) у межах довгострокового циклу. Зазначимо, що є можливість комбінувати й інші співвідношення, проте вони не приведені у цій концепції.

При проведенні дослідження теорій, що стосуються концепції життєвого циклу, встановлено, що науковці виділяють від трьох до десяти стадій розвитку підприємства, що відрізняються назвами та змістом. Більш оптимальним, на нашу думку, є виділення у життєвому циклі підприємства п'яти стадій його розвитку, а саме: зародження, становлення, зростання, зрілість та занепад.

Окреслення стадій життєвого циклу надає вищому керівництву підприємства можливість виявити стратегічні напрями розвитку підприємства та попередити ймовірність настання кризових явищ, зокрема банкрутства. Знання стадії життєвого циклу дозволяє розпізнати критичні точки розвитку підприємства, які вказуватимуть на рівень ризику виникнення негативних наслідків у процесі його виробничо-комерційної діяльності, розробити та впровадити необхідні заходи з реструктуризації.

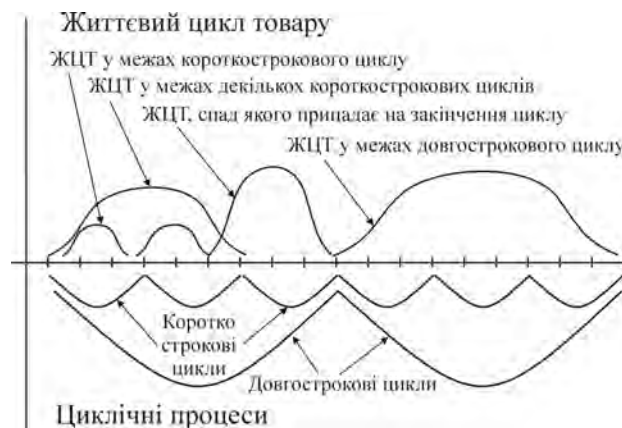


Рис. 2. Концептуальні засади часового перетину періодів циклічних процесів та життєвого циклу товару (розроблено автором)

Проте, зазначене опосередковано стосується підприємств такої галузі, як енергетика, яка є досить консервативною, технології якої досить рідко, а то і впродовж десятків років практично не змінюються. Звичайно, окремі технології так званої альтернативної, нетрадиційної чи «зеленої» енергетики останнім часом досить швидко розвиваються, проте ключові позиції у переважній більшості країн ще на посіли.

У будь-якому випадку енергетика відноситься до стратегічно важливих галузей України. Це обумовлює пріоритетність інноваційного розвитку енергетичного сектору, а це, в свою чергу, актуалізує підвищення рівня енергетичної безпеки України.

У 2013 році в експлуатації на території України знаходяться 539 МВт потужностей електростанцій, які генерують електроенергію тільки з відновлюваних джерел енергії. Цей показник на 50 % перевищує обсяг потужностей, що були введені у 2012 році, що свідчить про позитивну динаміку розвитку саме відновлюваної енергетики. На початок 2014 р. встановлена потужність працюючих по «зеленому» тарифу об'єктів відновлюваної енергетики склала понад 1,2 ГВт. Потужності сонячної енергетики, які працюють за «зеленим» тарифом, зросли за 2013 рік з 0,37 ГВт до 0,75 ГВт, вітроенергетика – з 0,28 ГВт до 0,37 ГВт, біомаса – з 4,2 МВт до 17,2 МВт. До того ж в 2013 році за

«зеленим» тарифом розпочали функціонування біогазові електростанції потужністю 6,5 МВт [8].

Енергетика є базовою сферою для функціонування та розвитку підприємств національної економіки, вона відіграє суттєву роль у суспільному житті та має значний вплив на навколишнє середовище. Проте технологічно застаріле обладнання у провідних галузях економіки України, спричиняють високу енергоємність продукції та, відповідно, низький рівень конкурентоспроможності промислових підприємств. Зазначене разом із зовнішньою енергетичною залежністю від енергоносіїв актуалізує питання формування та реалізації стратегії розвитку підприємств енергетики як важливого фактора підвищення рівня енергетичної безпеки та зумовлює необхідність у державній стратегії розвитку енергетики. Зазначене у динаміці слід розглядати з позицій взаємодії із суб'єктами господарювання на глобальному рівні, що зумовлює постановку перед науковцями дослідження проблемних сфер, які стосуються циклічності розвитку.

У цьому випадку особливої уваги потребує саме такий продукт як «енергія», який є специфічним і досить важко говорити про його життєвий цикл з класичних позицій. Особливо це стосується електроенергії, яка одразу споживається, будучи тільки що виробленою. У такому випадку аналіз циклів має стосуватися, насамперед, обладнання для виробництва та розподілу енергії. У стратегічному аспекті при виникненні та розвитку якихось нововведень, які були б більш ефективнішими, ніж існуючі технології зберігання електроенергії, мова може йти про циклічність розвитку саме технології зберігання (акумуляування).

Висновки. Отже, реалізація положень циклічності у технологічному та в економічному аспектах дасть можливість підвищити енергетичну безпеку України та розвинути конкурентні переваги в інших галузях економіки. Зазначене є можливістю реалізувати на засадах розвитку відновлюваної енергетики, яка вже має певні якісні зрушення у рамках виконання Енергетичної стратегії України до 2030 року. Це потребує диверсифікованого енергетичного розвитку з врахуванням циклічності економічних процесів.

Наукова новизна полягає у набутті подальшого розвитку концептуальних засад циклічних процесів у економіці та життєвого циклу виробу з метою можливості дослідження окремих закономірностей у функціонуванні підприємств енергетики, яке, на відміну від існуючих підходів, дає можливість виявити співвідношення економічних циклів в економіці загалом та життєвого циклу виробу, товару, підприємства зокрема.

Практичне значення міститься у можливості для підприємств енергетики здійснити упереджений розвиток тих чи інших технологій альтернативної, нетрадиційної та «зеленої» енергетики з врахуванням життєвого циклу та циклічності розвитку.

Напрямок подальших досліджень: досить важливим є подальший науковий пошук у співвідношенні життєвого циклу та циклічності розвитку у зрізі динаміки процесів, а саме синтезу методики, яка дала б можливість інтегральним показником визначити рівень впливу цього співвідношення на діяльність підприємств енергетичної сфери.

### Література:

1. Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком : монографія / за заг. ред. О. А. Біловодської. – Суми : Університетська книга, 2012. – 432 с.
2. Стратегія підприємства: адаптація організацій до впливу світових суспільно-економічних процесів : монографія / [Наливайко А. П., Решетняк Т. І., Євдокимова Н. М. та ін. ; за ред. д-ра екон. наук, проф. А. П. Наливайка.] – К. : КНЕУ, 2013. – 454 с.
3. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры: доклады и их обсуждение в Институте экономики / Н. Д. Кондратьев, Д. И. Опарин // М. 1928. – 287 с.
4. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр: Эльга, 2011. – Т. 2. – 688 с.
5. Корягіна С. В. Дослідження розвитку підприємств на стадіях їхнього життєвого циклу / С. В. Корягіна // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2006. – № 4 (554). – С. 24 – 29.
6. Войтко С. В. Управління розвитком наукомістких виробництв : монографія / С. В. Войтко // – К. : ВПІ «Політехніка», 2012. – 280 с.
7. Міжнародна організація по стандартизації [Electronic Resource] – Режим доступу : <http://www.iso.org/iso/home.htm>
8. В Україні вже 1,2 ГВт «альтернативних» енергопотужностей - Держенергоефективності [Electronic Resource] – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2014/02/03/318117>

## ІННОВАЦІЙНЕ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

## ИННОВАЦИОННОЕ МАШИНОСТРОЕНИЯ УКРАИНЫ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

## INNOVATIVE MECHANICAL ENGINEERING OF UKRAINE: SITUATION AND PERSPECTIVES

У статті проаналізовано, на основі статистичних даних за останні сім років, сучасний стан підприємств інноваційного машинобудування України, а також, розглянуті питання щодо тенденцій і перспектив його подальшого розвитку. Проведено аналіз темпів зростання інноваційного машинобудування порівняно з іншими галузями промисловості, де застосовуються інновації та визначено місце України у даному сегменті порівняно з економічно розвинутими країнами світу. Детально розглянуті напрямки, за якими здійснюється інноваційна діяльність та джерела її фінансування. Проаналізовано: практичний результат проведених науково-дослідних розробок, а саме, кількості підприємств, що реалізує інноваційну продукцію та займається виготовленням високих технологій; частка нової продукції на ринку представлена такими підприємствами; проблеми реєстрації об'єктів інтелектуальної власності (патентів, промислових зразків і т.д.) у галузі. З'ясовані причини, що заважають розвитку напрямку та запропоновано рекомендації щодо покращення його стану.

**Ключові слова:** інноваційне машинобудування, інновація, інтелектуальна власність.

В статье проанализированы, на основании статистических данных за последние семь лет, современное состояние предприятий инновационного машиностроения Украины, а также, рассмотрены вопросы о тенденциях и перспективах его дальнейшего развития. Проведен анализ темпов роста инновационного машиностроения по сравнению с другими отраслями промышленности, где применяются инновации и определено место Украины в данном сегменте по сравнению с экономически развитыми странами мира. Подробно рассмотрены направления, по которым осуществляется инновационная деятельность и источники ее финансирования. Проанализированы: практический результат проведенных научно-исследовательских разработок, а именно, количества предприятий, реализует инновационную продукцию и занимается изготовлением высоких технологий; доля новой продукции на рынке представлена такими предприятиями, проблемы регистрации объектов интеллектуальной собственности (патентов, промышленных образцов и т.д.) в области. Выявлены причины, мешающие развитию направления и предложены рекомендации по улучшению его состояния.

**Ключевые слова:** инновационное машиностроение, инновация, интеллектуальная собственность.

The article analyses, based on statistics for the last seven years, the current state of business innovation engineering of Ukraine and consider trends and prospects for its further development. Analysed the growth rate of innovative engineering, compared with other industries that use innovation and Ukraine's place in this segment compared to economically developed countries defined. Is carefully examined ways in which innovation activities carried out and sources of it funding. Analysed: the bottom line conducted research developments, such as the number of companies that sells innovative products and manufactures high technology, the share of new products in the market represented by such companies, the problem of registration of intellectual property rights (patents, industrial designs, etc.) in the industry. Reasons that hinder the development direction is defined and provides recommendations on improving the environment.

**Keywords:** innovative engineering, innovation, intellectual property.

**Вступ.** Машинобудування є базовою галуззю промисловості України, від якої залежать провідні галузі економіки і стабільність їх функціонування. Не підлягає сумніву необхідність забезпечення стійкого розвитку машинобудування для розвитку всієї промисловості. Для цього необхідно, в першу чергу, підвищувати конкурентноздатність продукції на світовому ринку, що неможливо без застосування нових технологій і інноваційних рішень.

Інноваційні процеси, що відбуваються у машинобудуванні мають неоднозначну оцінку з боку вчених. Так, Савченко С. М. [3], Колесов С. В. вважають, що стан розвитку є незадовільним, а Тарасова Н. В., Клименко Л. П., Ємельянов В. М. [6] вважають, що останнім часом намітились значні тенденції до покращення. Таким чином, виникає необхідність аналізу стану інноваційного машинобудування в Україні на базі достовірних статистичних даних, з'ясування тенденцій та перспектив його розвитку.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз стану підприємств інноваційного машинобудування України, в тому числі аналіз наступних його показників: кількість підприємств, що використовують інновації та витрачають кошти на інноваційну діяльність; напрямки та джерела таких витрат; кількість підприємств, що впроваджують у виробництво нові види продукції та інноваційні процеси; обсяги реалізації даної продукції в Україні та за її межами та рентабельність (збитковість) таких підприємств.

**Методологія.** Методологічною базою дослідження є такі загальнонаукові та спеціальні методи, як: статистичний, графічний, системний методи, порівняльний аналіз, метод логічного узагальнення.

**Результати дослідження.** В Україні інноваційну діяльність у 2011 році проводили 1679 підприємств, і одну з провідних позицій з розробки інноваційних продуктів займали підприємства машинобудування (24, 5%). Саме цей напрямок разом з приладобудуванням було визначено Верховною Радою України одним з найважливіших стратегічних пріоритетних напрямків розвитку інноваційної діяльності в 2011 - 2021 рр. [1].

Проаналізувавши сучасний стан підприємств, що займаються інноваційною діяльністю в машинобудуванні та промисловості, загалом можна сказати, що з 2006 року кількість підприємств, що використовують інновації поступово зростає, але темп приросту таких підприємств в машинобудуванні є нижчим ніж у промисловості в цілому (Рис. 1).

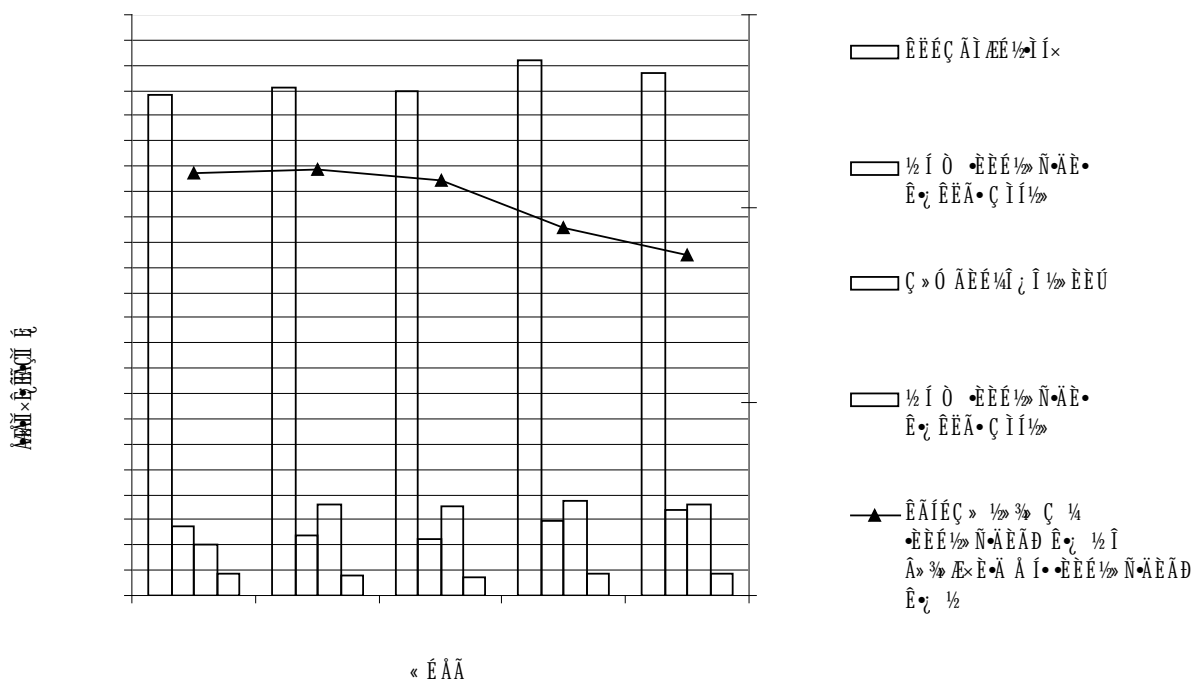


Рис. 1. Кількість інноваційно-активних підприємств у промисловості та машинобудуванні України (побудовано на основі [2])

Проте, машинобудування залишається однією з провідних галузей, що використовують інновації і займає другу позицію за часткою інноваційних підприємств в Україні (після підприємств з виробництва коксу та нафтопереробки). У 2011 році 24,5 % машинобудівних підприємств використовували інновації (рівень застосування інновацій для промисловості в цілому становив 16, 2%), але цей показник потребує покращення, оскільки є досить низьким у порівнянні з розвинутими країнами світу. Так, у Японії та Німеччині його значення становить 35 % від загальної кількості підприємств; у Франції, Австрії – 41 - 43 %; Данії, Фінляндії – 51 - 55 %.



Для даного аналізу важливим є показник проведення науково-дослідних розробок (далі НДР), проведення яких виділяє підприємство серед конкурентів, даючи можливість впроваджувати нові досягнення науки, на відміну від тих підприємств, що купують закордонні, найчастіше вже застарілі, технології. Згідно з даними, наведеними в Табл. 1, відзначається тенденція до зменшення підприємств, що проводять зовнішні НДР, та спостерігається незначна тенденція до збільшення підприємств, що ведуть внутрішні НДР. Так, у 2011 році 32, 7% підприємств, віднесених до інноваційних, займалися проведенням внутрішніх НДР.

Таблиця 1

**Кількість підприємств, що впроваджували інновації в машинобудуванні за напрямками у 2005-2011 рр.**

Показники	2005	2007	2008	2009	2010	2011
Кількість підприємств	1793	1809	1888	1925	1881	1811
Здійснювали інноваційну діяльність	394	421	400	406	417	443
У тому числі витрачали кошти на						
внутрішні НДР	169	161	152	142	139	145
зовнішні НДР	н/д	57	56	54	53	48
придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	174	224	230	208	209	248
інші зовнішні знання	н/д	46	42	31	37	38
навчання та підготовку персоналу	н/д	н/д	81	99	83	99
ринкове запровадження інновацій	н/д	н/д	63	54	51	61
інші цілі	73	171	88	70	70	84

(побудовано на основі [2, 3]), од.

Порівнюючи з 2010 р. кількість підприємств, що витрачали кошти на інноваційну діяльність в машинобудуванні зростає на 6 %, а обсяг інноваційних витрат становив 2,7 млрд. грн. проти 2,5 млрд. грн. у 2010 р. (Рис. 2).

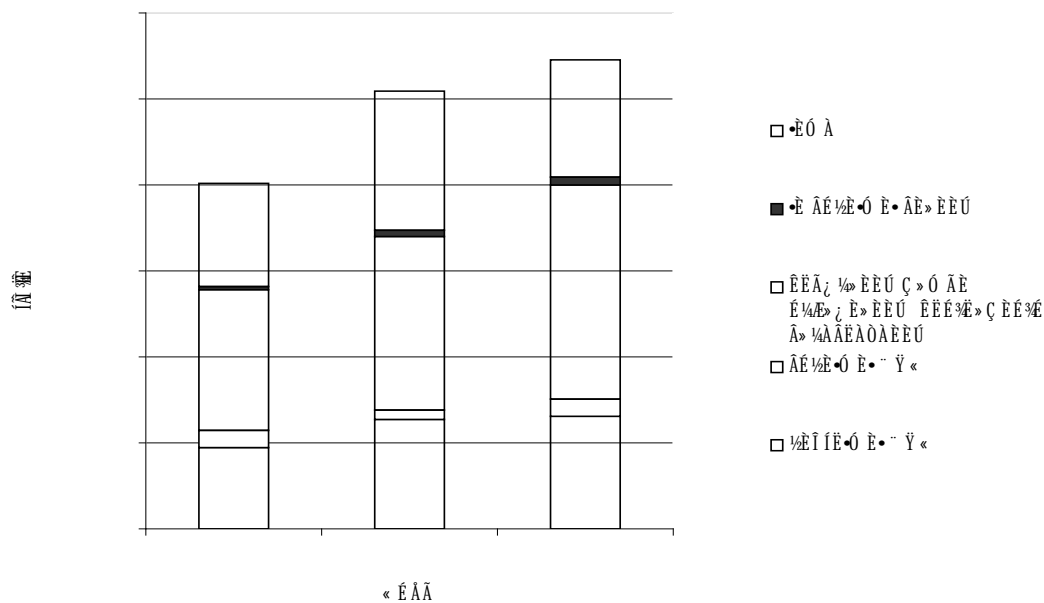


Рис. 2. Розподіл фінансування на проведення інноваційної діяльності на машинобудівних підприємствах у 2009-2011 рр. (побудовано на основі [4])

Варто зауважити, що майже половину цих коштів було витрачено на закупівлю машин, обладнання та програмного забезпечення, а на проведення НДР було витрачено 0,75 млрд. грн., понад 87 % яких були проведені за власний рахунок підприємств.

Причиною такої ситуації є недостатній обсяг фінансування, спрямований на науково-дослідні розробки, в тому числі низький рівень залучення коштів з держбюджету та зі сторони інвесторів.

За даними держкомстату за період 2005 - 2011 рр., основну частину коштів, що витрачаються на інновації, становили власні кошти підприємств (87 - 91 %). Фінансування з бюджету було надзвичайно низьким і знаходилося на рівні 0,5 - 4 % від загального обсягу. Фінансування з боку вітчизняних та іноземних інвесторів мало тенденцію до зниження і становило 0,24 - 5 %, а також спостерігалися проблеми при видачі кредитів, частка яких становила лише 0,4 - 4,2 % (Рис. 3).

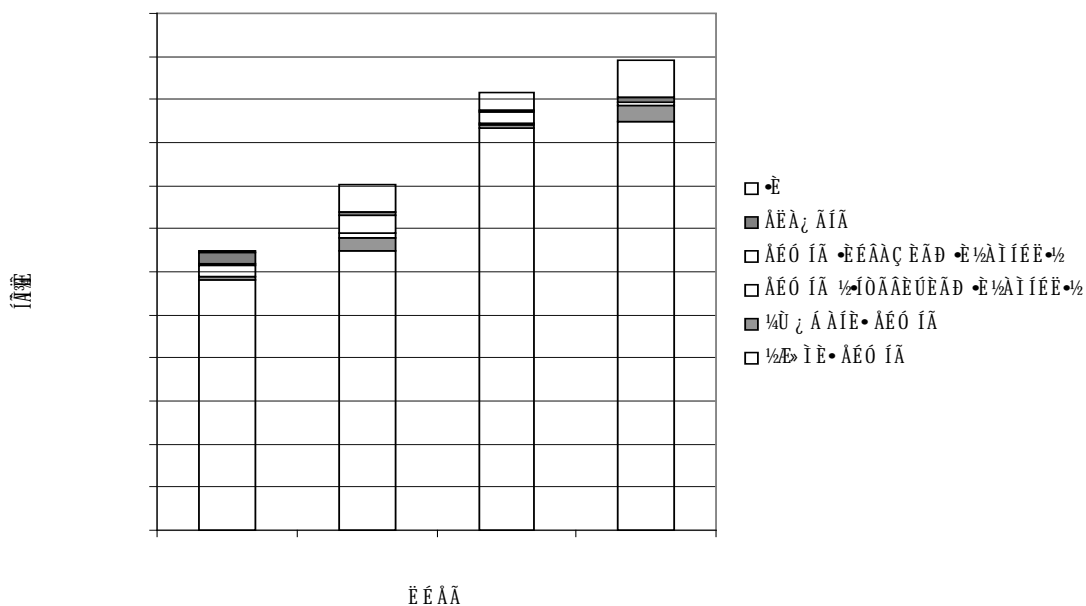


Рис. 3. Розподіл джерел фінансування на проведення інноваційної діяльності у машинобудуванні у 2005-2011 рр. (побудовано на основі [4])

Для визначення місця України серед інших країн по рівню витрат на НДР в галузі машинобудування проаналізуємо наступну статистику (Табл. 2).

Таблиця 2

**Інвестування у НДР в галузі машинобудування за 2012 р.  
(побудовано автором на основі [2, 5])**

Країна	млрд. евро.
Європейський союз	8,76
Сполучені штати Америки	6,25
Японія	5
Україна	0,273

Явними світовими лідерами у галузі машинобудування є США та Японія. Серед країн ЄС лідером у даній галузі є Німеччина. Крім того, останнім часом, позиції решти країн учасників ЄС погіршилися у зв'язку з тим, що кількість коштів, що були вкладені в країни, що розвиваються європейськими інвесторами, є більшою ніж інвестиції, вкладені в країни ЄС.

Проте, важливим є не тільки кількість підприємств, що проводить інноваційну діяльність та обсяг фінансування, а практичний результат від такої діяльності. Тобто кількість підприємств, що реалізує інноваційну продукцію та частка нової продукції на ринку представлена такими підприємствами (Рис. 4). Так, у 2011 році 75 % українських підприємств реалізовували продукцію, що була

новою для них та 40 % підприємств реалізовували інноваційну продукцію, що була абсолютно новою для ринку.

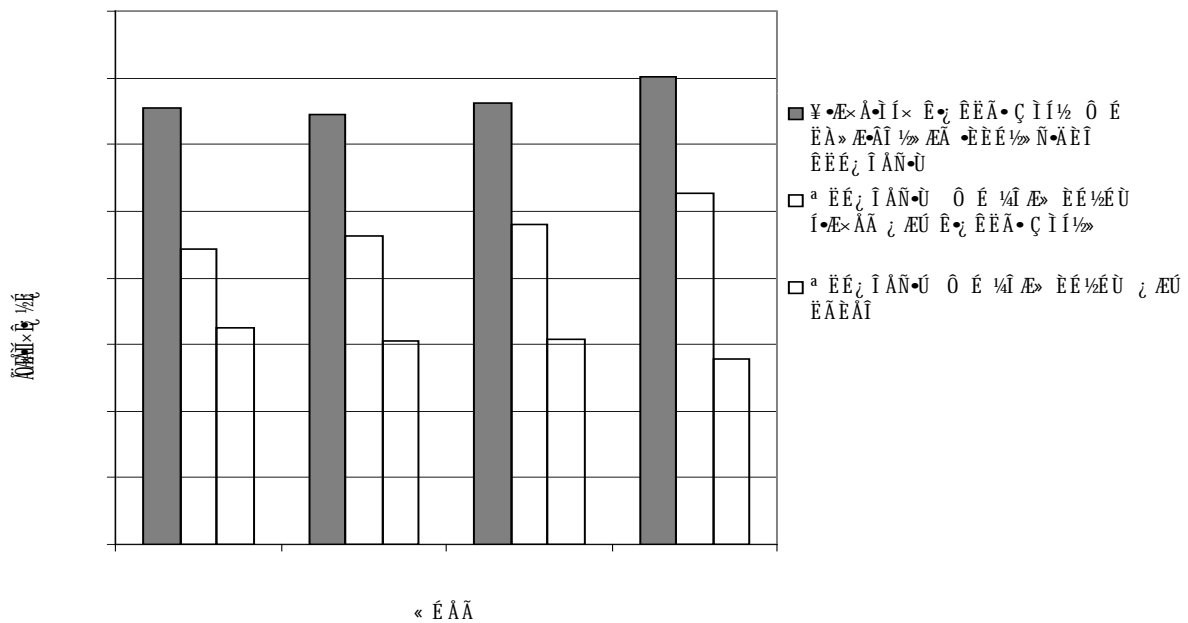


Рис. 4. Кількість підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію (побудовано на основі [2])

Протягом звітного періоду успішними новаторами (ті підприємства, що впроваджували у виробництво нові види продукції та інноваційні процеси) стали 389 підприємств, що на 4 % більше ніж у попередньому періоді.

У 2011 р. 60 підприємств впровадило 1527 найменувань інноваційної продукції, що на 31% більше ніж у 2010 р. З них 756 становили нові види машин, устаткування, приладів та апаратів. Новими, виключно для ринку, були 643 найменувань, або 42 % від загальної кількості, а інноваційні процеси впроваджували 178 підприємств, з яких 161 - впровадили 1599 нових або вдосконалених методів обробки та виробництва продукції, в т.ч. маловідходних і ресурсозберігаючих - 222 процесів.

Проаналізувавши дані щодо обсягу реалізованої інноваційної продукції в машинобудуванні можна сказати про зростання попиту на вітчизняну продукцію на світовому ринку, що говорить про перспективність і конкурентоспроможність напрямку інноваційного машинобудування (Табл. 3).

Так, 66, 8 % інноваційної продукції, створеної в промисловості, йшла на експорт і 74, 8 % інноваційної продукції, що була реалізована, складалася з продукції створеної завдяки машинобудуванню.

Таблиця 3

**Обсяг реалізованої інноваційної продукції підприємств машинобудування, млрд. грн. (побудовано на основі [2, 4])**

Показники	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Обсяг інноваційної продукції	9,2	8,8	13,4	17,8	9,7	10,8	11,3
у % до реалізованої промислової продукції	18,2	14,8	15,6	16,8	13,0	10,5	8,2
Продукція реалізована за межі України	6,3	3,4	5,62	8,2	6,5	8,1	8,4
Питома вага інноваційної продукції, реалізованої за межі України по промисловості, % загального обсягу інноваційної продукції промисловості	50,0	41,4	36,5	51,6	42,0	58,7	66,8
Питома вага інноваційної продукції, реалізованої за межі України по машинобудівному комплексу, % загального обсягу інноваційної продукції машинобудівного комплексу	68,4	38,6	41,9	46,1	66,4	74,7	74,8

На експорт інноваційну продукцію поставляли 169 підприємств в обсязі 8, 4 млрд. грн. (проти 8, 1 млрд. грн. у 2010 р.) та частка реалізованої інноваційної продукції, що була новою для ринку України, становила 49, 8 % загального обсягу реалізованої інноваційної продукції (Табл. 4).

Таблиця 4

**Кількість машинобудівних підприємств,  
що впроваджували інновації (побудовано на основі [2]), од.**

	2005	2010	2011
Впроваджували нові технологічні процеси	1273	1428	1599
В т. ч. маловідходні, ресурсозберігаючі	429	241	222
Освоєно виробництво інноваційних видів продукції	1223	1047	1527
В т.ч. машин, устаткування, апаратів, приладів	628	598	756
З них нові для ринку	н/д	284	332

Оскільки, важливою умовою розвитку підприємств є наявність об'єктів інтелектуальної власності (патентів, промислових зразків і т.д.), проаналізуємо даний аспект відносно підприємств машинобудівного комплексу України та порівняємо зі світовим досвідом.

У 2011 році 350 підприємств використовували високі технології та 27 займалися їх створенням. Було створено 76 нових високих технологій (2 з яких за державним замовленням). З них 6 є принципово нові для світу, та 63 є новими для України. Також, 195 підприємств придбали 355 нових технологій (що на 51 % більше, ніж у 2010 р.), 79 з яких – за межами України.

За цей же період було отримано 64 охоронних документів на винахід, 83 - на корисну модель. У порівнянні з іншими країнами це досить низький показник (Табл. 5).

Таблиця 5

**Кількість заявок на отримання міжнародних патентів у галузі машинобудування  
у 2006-2008 рр. (побудовано на основі [5]), од.**

Країна	Кількість заявок
Великобританія	1500
ЄС-27	22065
США	9044
Японія	7808
Китай	798
Усього у світі	45202

Однією з причин такого стану є ціна та складність оформлення міжнародних патентів.

Рівень рентабельності машинобудівних підприємств за період 2005-2011 рр. наведено на рис. 5.

**Висновки.** Отже, провівши аналіз статистичних даних можна зробити висновки, що напрямок інноваційного машинобудування є перспективним, про це свідчить постійне зростання попиту на продукцію інноваційного машинобудування на світовому ринку. На українських підприємствах існує база для проведення НДР та створення високих технологій, проте, на даний момент напрямок розвинутий недостатньо і для забезпечення конкурентоспроможності даної галузі та вихід її продукції на нові ринки необхідним є збільшення фінансування НДР галузі, в першу чергу, з боку держави, а також залучення інвесторів, оскільки, на даний момент такі розробки здійснюються за власний рахунок підприємств, що сповільнює розвиток галузі. Наступним етапом для створення перспектив розвитку та виходу з кризи підприємства машинобудування має бути пошук нових стратегій існування, зокрема, такою стратегією може виступити стратегія злиття і поглинання компаній в різних варіантах вертикальної, горизонтальної, діагональної чи змішаної інтеграції.

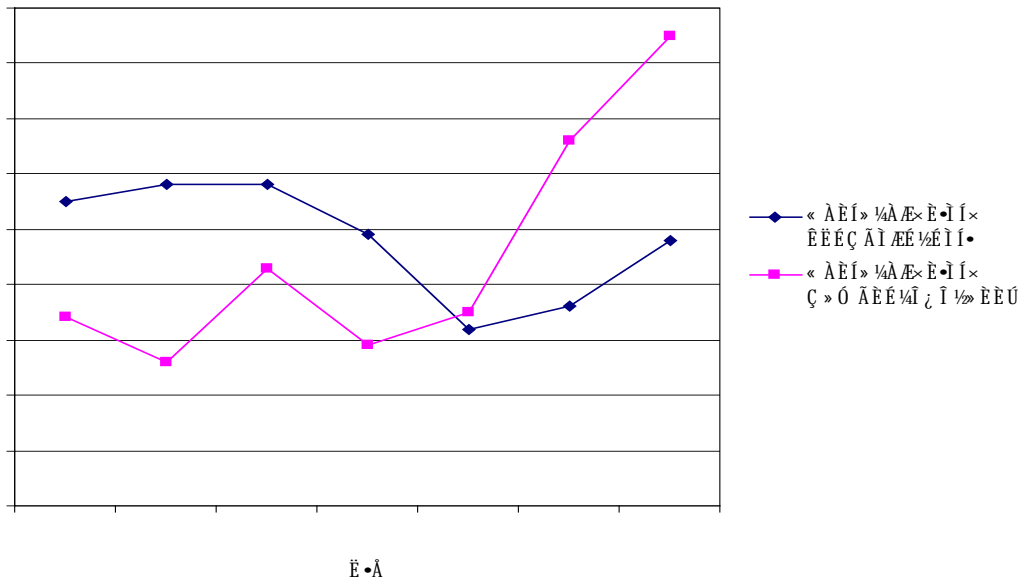


Рис. 5. Динаміка рентабельності промисловості та машинобудування України у 2005-2011рр. (побудовано на основі [4])

До основних елементів наукової новизни даного дослідження можна віднести наступне: визначення основних тенденцій розвитку підприємств інноваційного машинобудування України; аналіз та узагальнення причин, що заважають розвитку напрямку; визначення передумов розвитку таких підприємств в сучасних економічних умовах.

Вважаємо доцільним більш глибоке дослідження наступних питань: формування інтеграційних комплексів на базі підприємств інноваційного машинобудування – їх переваги, недоліки та перспективи.

#### Література:

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08.09.2011 №3715-17 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
2. Наукова та інноваційна діяльність в Україні / Статистичний збірник. – К.: ДП „Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України”. – 2012. – 305 с.
3. Гавриш О. А. Інноваційний чинник конкурентоспроможності Українських машинобудівних підприємств / О. А. Гавриш, С. М. Савченко // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=464>.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
5. An introduction to Mechanical Engineering: Study on the Competitiveness of the EU Mechanical Engineering Industry. – Ecorys. – 2012. – 320 p.
6. Тарасова Н. В. Промисловість України: тенденції, проблеми, перспективи / Тарасова Н. В., Клименко Л. П., Ємельянов В. М. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2011. – 320 с.

## СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОЕНИЯ

## CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT PROSPECTS FOR INNOVATION SYSTEMS OF MACHINE BUILDING ENTERPRISES

У статті розглянуто сутність та умови функціонування інноваційних систем підприємств машинобудування. Досліджено динаміку виробництва інноваційної продукції підприємствами галузі та напрями проведення інновацій. Для аналізу результатів діяльності інноваційних систем було запропоновано схему «умови-результати», у якій до умов відносяться інтелектуальні, науково-технічні та фінансові ресурси, та виробничі потужності, а результатами є реалізація інноваційної продукції, реєстрація патентів та трансфер технологій. Під час визначення основних проблем та перспектив розвитку підприємств машинобудування було проаналізовано чинники позитивного та негативно-го впливу на інноваційні системи як на сучасному етапі їх розвитку, так і в майбутньому. Запропоновано заходи щодо підвищення ефективності функціонування інноваційних систем підприємств машинобудування, першочерговими з яких є проведення технічного переозброєння виробництва на інноваційній основі та використання під час виробництва інноваційної продукції результатів не лише власних, а й зовнішніх НДР.

**Ключові слова:** інноваційна система підприємства, машинобудування, проблеми та перспективи розвитку інноваційних систем.

В статье рассмотрены сущность и условия функционирования инновационных систем предприятий машиностроения. Исследована динамика производства инновационной продукции предприятиями отрасли и направления проведения инноваций. Для анализа результатов деятельности инновационных систем была предложена схема «условия - результаты», в которой к условиям относятся интеллектуальные, научно - технические и финансовые ресурсы, и производственные мощности, а результатами являются реализация инновационной продукции, регистрация патентов и трансфер технологий. При определении основных проблем и перспектив развития предприятий машиностроения были проанализированы факторы позитивного и негативного влияния на инновационные системы как на современном этапе их развития, так и в будущем. Предложены мероприятия по повышению эффективности функционирования инновационных систем предприятий машиностроения, первоочередными из которых являются проведение технического перевооружения производства на инновационной основе и использования при производстве инновационной продукции результатов не только собственных, но и внешних НИР.

**Ключевые слова:** инновационная система предприятия, машиностроение, проблемы и перспективы развития инновационных систем.

*The article considers the essence and conditions of machine building enterprise's innovation systems. The dynamics of manufacturing of innovative products by the enterprises and directions of innovations were investigated. To analyze the performance of innovation systems was proposed scheme "conditions - results", which refer to the conditions of intellectual , scientific, technical and financial resources, as*

*well as manufacturing facilities. The results include realization of innovative products, registration of patents and technology transfer. When identifying the main problems and prospects of machine building enterprises were analyzed factors of positive and negative influence on innovation systems both at the present stage of their development, and in the future. Were proposed some measures to improve the functioning of innovation systems of machine building enterprises. The most important measures are technical re-equipment of production on the basis of innovation and the use of external R&D in the manufacture of innovative products.*

**Keywords:** *innovative system of the enterprise, machine building, problems and prospects of development of innovation systems.*

**Вступ.** У сучасних умовах скорочення життєвих циклів товарів, стійку конкурентну позицію на ринку підприємство може забезпечити собі за допомогою перманентного інноваційного розвитку. Найбільш швидко інноваційні процеси відбуваються у електронній та електротехнічній галузях, хоча у структурі промисловості свої позиції впевнено тримає машинобудування. Підтримка здобутків вітчизняних підприємств у машинобудівному комплексі може забезпечити не тільки втримання позицій, але й лідерство серед світових виробників певних видів інноваційної продукції.

Питання розвитку інноваційної діяльності на підприємствах машинобудування ґрунтовно вивчаються такими науковцями, як: Б.М. Данилишин, В.М. Довбня [2], які досліджували проблеми розвитку машинобудівного комплексу в період трансформації економіки України, О.В. Собкевич, Є.В. Белашов [3], що вивчали потенціал машинобудівної галузі, а також багатьма державними уставами, які збирали та обробляли статистичні дані стосовно інноваційної діяльності машинобудівних підприємств [4-6], основних показників розвитку машинобудівної промисловості [7], реєстрації охоронних документів на винаходи та корисні моделі в машинобудуванні [9].

**Постановка завдання.** Метою дослідження є визначення особливостей функціонування інноваційних систем підприємств машинобудування та надання практичних рекомендації щодо усунення факторів, які стримують їх розвиток. Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: визначити умови функціонування інноваційних систем підприємств машинобудування для виявлення елементів, що на них впливають; проаналізувати результати діяльності інноваційно активних машинобудівних підприємств шляхом порівняння ключових показників за останні п'ять років; запропонувати заходи щодо подолання проблемних ситуацій для підвищення інновативності вітчизняних підприємств машинобудування.

**Методологія.** У роботі використовуються методи аналізу та синтезу (для визначення умов та результатів функціонування інноваційних систем), наукового узагальнення та порівняння (під час виявлення проблем та перспектив розвитку інноваційних систем підприємств машинобудування).

**Результати дослідження.** Продукція машинобудування – четверта за величиною в структурі експорту вітчизняних товарів (9,9% від загального обсягу експорту товарів у 2012 році) після недорогоцінних металів та виробів з них (29,6 %), продукції АПК та харчової промисловості (23,0 %), а також мінеральних продуктів (11,9 %). Основні споживачі продукції, традиційно, – підприємства Росії та інших країн СНД, однак українська продукція користується попитом і в азіатських, і середньоазіатських країнах (особливо це стосується енергетичного та авіаційного підсекторів) [1].

У колективній монографії «Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи» зазначається, що машинобудівний комплекс України об'єднує 11267 підприємств, з яких 146 - великих, 1834 - середніх та 9287 - малих з виробництва різноманітних машин і устаткування, приладів і апаратури, тощо [2]. Ці підприємства функціонують у різних галузях, які можна розподілити на такі групи: важке, транспортне, сільськогосподарське, електротехнічне та приладобудування.

Аналіз динаміки промислового виробництва у машинобудівній промисловості (табл. 1) свідчить про стабільний розвиток галузі протягом 2005-2007 рр., зумовлений як внутрішнім попитом, так і нарощуванням обсягів експортних поставок, в основному до РФ, Німеччини, Польщі, Угорщини та Індії. Унаслідок світової фінансово-економічної кризи у 2008 р. відбулось уповільнення зростання обсягу виробництва машинобудівної промисловості, а в 2009 р. – його падіння на 44,9 %, що виявилось найсуттєвішим серед усіх інших видів промислової діяльності [3].

У 2010-2011 рр. у галузі досягнуто збільшення обсягів виробництва на 36,1 % і 17,2 % відповідно, проте у 2012 р. обсяги виробництва зменшились на 6 % унаслідок, в основному, уповільнення розвитку країн – основних торговельних партнерів України і відповідного зниження зовнішнього попиту. Падіння обсягів виробництва відбулось майже за усіма позиціями, крім виробництва устаткування холодильного і морозильного промислового, що пов'язано зі збільшенням попиту з боку підприємств роздрібної торгівлі, харчової промисловості, а також нарощуванням експортних поставок [3].

## Індекси виробництва у машинобудівній промисловості, % до попереднього періоду

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Машинобудування	107,1	111,8	119,0	100,3	55,1	136,1	117,2	94,0
у тому числі:								
виробництво машин та устаткування	112,2	102,9	103,0	98,2	62,4	121,1	112,5	90,0
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	90,8	110,7	129,1	93,2	71,8	124,2	114,7	88,4
виробництво транспортних засобів та устаткування	112,4	119,1	130,0	105,7	42,1	161,9	122,6	101,1

Джерело: складено за даними [4]

Незважаючи на зменшення за останні три роки загальної кількості підприємств машинобудування, число інноваційно активних підприємств у галузі зростає (рис. 1).

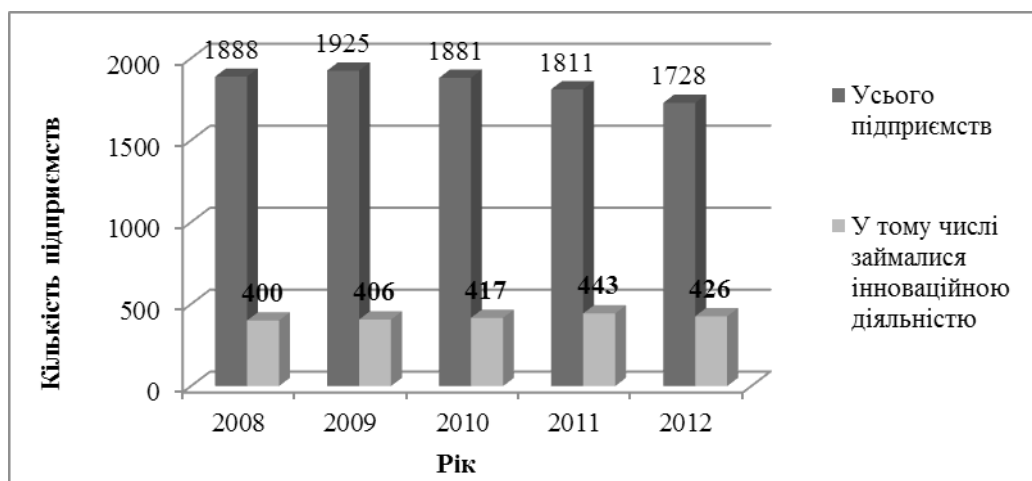


Рис. 1. Динаміка інноваційно активних машинобудівних підприємств  
Джерело: складено за даними [5]

Це означає, що керівництво підприємств машинобудівного комплексу усвідомлює, що інновації стали не просто достатньою, а необхідною умовою відстоювання власних конкурентних позицій на ринку. А отже, на підприємствах вже сформовано, або перебувають на стадії формування відповідні інноваційні системи сукупність елементів організаційного, структурного та функціонального характеру, які в процесі взаємодії визначають умови реалізації інноваційної діяльності та її забезпечення з метою комерціалізації результатів НДДКР, їх створення, обміну, адаптації і трансферу, що забезпечує розвиток та підвищення інновативності підприємства.

Сучасний стан інноваційних систем підприємств машинобудування можна визначити, проаналізувавши основні напрями інноваційної діяльності цих підприємств (табл. 2).

Найбільш активно у період 2008-2012 рр. українські машинобудівні підприємства витрачали кошти на придбання інноваційного обладнання, машин та програмного забезпечення. У майбутньому можна очікувати подальшого зростання даного показника, адже оновлення застарілого обладнання є одним з пріоритетних напрямів розвитку промислових підприємств України. Найменше підприємства галузі зацікавлені в купівлі результатів зовнішніх НДР. На наш погляд, така тенденція не є позитивною, адже проведення власних НДДКР є високовартісним процесом, і не кожне підприємство володіє всіма необхідними для цього ресурсами. Використання зовнішніх інновацій могло б сприяти розвитку підприємства, підвищенню його інвестиційної та інноваційної привабливості в майбутньому.



**Підприємства машинобудування за напрямками проведених інновацій**

Рік	Усього	У тому числі займалися інноваційною діяльністю	З них витрачали кошти на						
			Внутрішні НДР	Зовнішні НДР	придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	інші зовнішні знання	навчання та підготовку персоналу	Ринкове запровадження інновацій	інші
2008	1888	400	152	56	230	42	81	63	88
2009	1925	406	142	54	208	31	99	54	70
2010	1881	417	139	53	209	37	83	51	70
2011	1811	443	145	48	248	38	99	61	84
2012	1728	426	122	50	256	28	99	46	67

Джерело: складено на основі [5]

Для більш детального аналізу доцільним вважається запропонувати таку схему визначення стану інноваційних систем підприємств машинобудування (рис.2).



Рис. 2. Схема «умови-результати» функціонування інноваційних систем підприємств машинобудування  
Джерело: розроблено автором

Отже, розглянемо кожну з компонентів схеми більш детально.

Інтелектуальні ресурси. Для ефективного та результативного функціонування інноваційної системи підприємства важливою є якість підготовки персоналу. Наявність у складі працівників, що мають науковий ступінь може істотно вплинути на проведення НДДКР. Тенденції щодо цього показника відображено в табл. 3.

Таблиця 3

**Кількість науковців, що працюють на промислових підприємствах, науково-виробничих об'єднаннях України, осіб**

	2008	2009	2010	2011	2012
Кандидати наук, усього	77763	81169	84000	84979	88057
з них працюють в промисловості	1317	963	948	857	885
Доктори наук, усього	13423	13866	14418	14895	15592
з них працюють в промисловості	83	51	46	41	45

Джерело: складено за даними [5]

Незважаючи на постійно зростаючу кількість науковців, на промислових підприємствах, науково-виробничих об'єднаннях працює не більше 0,5% загальної кількості докторів, та не більше 1,5% кандидатів наук.

Науково-технічні ресурси. Значну їх частку становлять внутрішні та зовнішні НДР (табл. 2). Також до них відноситься ступінь новизни інноваційної продукції, яку виробляє підприємство. (табл. 4).

Проаналізувавши дані табл. 4 можна сказати, що навіть та інноваційна продукція, яка виробляється, є, переважно не новою для ринку.

Виробничі потужності. Ця категорія є надзвичайно змістовною для нашого дослідження. Достатньо розглянути навіть один показник – знос основних засобів, який відображає стан матеріально-технічної бази, тобто базису інноваційної системи підприємства (рис.3).

Показники зносу обладнання в машинобудівній галузі є найвищими серед усіх галузей промисловості, що становить загрозу для її подальшого інноваційного розвитку.

Фінансові ресурси. Розподіл обсягу фінансування інноваційної діяльності машинобудівних підприємств за джерелами відображено в табл. 5.

У структурі фінансування інноваційної діяльності в машинобудуванні переважають власні кошти підприємств, відсоткова частка яких у 2010 році сягнула майже 92% від загального обсягу фінансування. Кошти державного бюджету не перевищують 4% за період 2008-2012 рр., децю більшою є частка інших джерел фінансування інноваційної діяльності від 0,65% у 2008 році до 7,92% у 2011 році. За таких умов підприємствам варто знайти альтернативні джерела фінансування, наприклад, різноманітні форми кооперування з іншими підприємствами, у тому числі у складі корпоративних структур.

Таблиця 4

#### Виробництво інноваційних видів продукції підприємствами машинобудування

Рік	Освоєно виробництво інноваційних видів продукції, найменувань		У тому числі машин, устаткування, апаратів, приладів	
	усього	з них нових для ринку	усього	з них нових для ринку
2008	1100	537	702	474
2009	1266	440	569	308
2010	1047	394	598	284
2011	1527	643	756	332
2012	1609	450	881	324

Джерело: складено за даними [5]

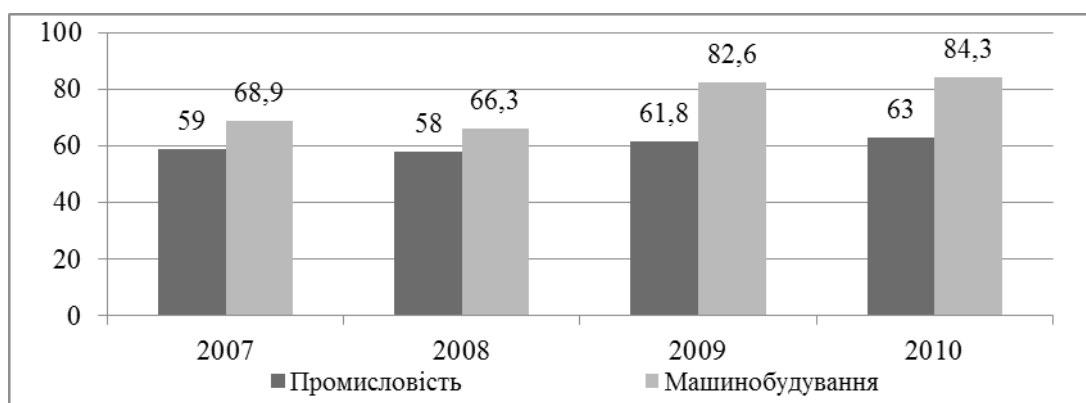


Рис.3. Ступінь зносу основних засобів, %  
Джерело: складено за даними [6,7]

Таблиця 5

Джерела фінансування інноваційної діяльності підприємств машинобудування, ( тис. грн.)

Рік	Усього	У тому числі за рахунок коштів							інших
		власних	держбюджету	Місцевих бюджетів	Позабюджетних фондів	Вітчизняних інвесторів	Іноземних інвесторів	кредитів	
2008	3000508,3	2301270,8	120213,6	5897,2	-	168613,7	60743,6	324440,9	19328,5
2009	2005961,0	1617971,6	80584,3	-	-	22860,7	102186,4	27460,6	154897,4
2010	2541619,9	2334726,4	14790,7	49,0	-	14456,8	63786,3	10205,0	103605,7
2011	2731693,4	2376529,3	86355,3	-	-	6812,8	13935,2	31581,0	216479,8
2012	3079143,5	2183484,3	47405,4	85,0	25,4	62795,3	384306,9	214443,4	186597,8

Джерело: складено за даними [5]

Отже, детально проаналізувавши всі умови функціонування інноваційних систем підприємств машинобудування доцільно визначити, яких результатів вони досягли.

Реалізація інноваційної продукції. Визначивши кількість підприємств, що виробляють інноваційну продукцію, необхідно знати які з них змогли її реалізувати (рис. 4).



Рис. 4. Реалізація інноваційної продукції підприємствами машинобудування

Джерело: складено за даними [5]

Машинобудівний комплекс посідає друге місце серед галузей промисловості, після харчової, за показниками виробництва та реалізації інноваційних видів продукції. І якщо, кількість підприємств, що виробляють та реалізують інноваційну продукцію зростає, то «якість» цих інновацій, а саме показник новизни для ринку цієї продукції має тенденцію до зниження. Однією з причин є висока вартість проведення НДДКР, а враховуючи, що основним джерелом фінансування інновацій у машинобудуванні є власні кошти (табл..5), підприємства не мають необхідних ресурсів для виробництва унікальної продукції.

Реєстрація патентів. Способом відображення науково-технічної та інноваційної діяльності на підприємстві можуть слугувати патенти, що є власністю підприємства та науковим доробком його працівників. Патент – це засіб захисту винаходу, і в цій якості він може інтерпретуватись як показник винахідницької діяльності. Вони можуть надавати інформацію про технологічну складову винаходу (зокрема, його технічної області) та географічне розміщення винахідницького процесу, а також віддзеркалюють співпрацю даного підприємства з іншими підприємствами галузі, в тому числі й

іноземними [8]. Проаналізуємо винахідницьку активність машинобудівних підприємств за період 2008-2012 років (табл.6)

Таблиця 6

**Надходження заявок та реєстрація охоронних документів на винаходи та корисні моделі в машинобудуванні протягом 2008 – 2012 років (національні заявники-юридичні особи)**

	Надійшло заявок					Зареєстровано охоронних документів				
	2008	2009	2010	2011	2012	2008	2009	2010	2011	2012
Виробництво машин та устаткування	217	82	112	118	118	250	132	98	113	102
Виробництво електричного і електронного устаткування	73	50	33	44	44	173	80	42	45	38
Виробництво транспортного устаткування	33	15	30	27	24	51	24	26	25	30

Джерело: складено на основі [9]

Різниця у кількості зареєстрованих заявок та виданих патентів (табл.6) пояснюється тим, що процедура реєстрації може тривати до трьох років, тобто подані в 2008 році документи не обов'язково були зареєстровані в цьому ж році. Але спостерігається загальна тенденція до зменшення як кількості заявок на отримання патенту в усіх сферах машинобудування, так і кількості виданих охоронних документів на винаходи та корисні моделі.

Трансфер технологій. У структурі трансферу, як результативна складова, нас більше цікавить кількість переданих технологій, але придбання технологій також відображає ступінь розвитку, а отже й ефективність інноваційної системи підприємства (табл.7).

У структурі трансферу технологій в машинобудівній промисловості переважає придбання технологій, зокрема вітчизняних. Лише у 2009 році серед залучених нових технологій переважали закордонні.

Що стосується передачі нових технологій, то їх обсяг практично дорівнює нулю, і цей показник робить галузь неконкурентоспроможною на світовому ринку високих технологій. Така ситуація частково пояснюється значним ступенем зносу основних засобів у машинобудуванні (рис. 3), адже нові технології практично неможливо створювати на морально та фізично застарілому обладнанні.

Таблиця 7

**Трансфер технологій машинобудівних підприємств України у 2008-2012 роках, од**

Рік	Придбання нових технологій		Передача нових технологій	
	в Україні	за межами України	в Україні	за межами України
2008	273	95	6	-
2009	372	393	-	1
2010	122	58	-	2
2011	276	79	16	2
2012	219	54	3	6

Джерело: складено за даними [5]

На основі узагальнення отриманих даних щодо умов та результатів функціонування, необхідно

окреслити основні проблеми на сучасному етапі та перспективи розвитку в майбутньому інноваційних систем машинобудівних підприємств (табл.8).

Таблиця 8

**Проблеми та перспективи розвитку інноваційних систем підприємств машинобудування**

	Сучасний стан	Майбутній стан
Чинники позитивного впливу	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Традиції та досвід виробництва машинобудівної продукції в Україні.</li> <li>2. Наявність окремих підприємств, які випускають унікальну продукцію, не лише для внутрішнього, а й для зовнішнього ринку.</li> <li>3. Наявність галузевих науково-дослідних установ (НДІ і КБ), де працюють висококваліфіковані фахівці (хоча їх середній вік у деяких структурах сягає 50 років).</li> <li>4. Зростання кількості підприємств, що випускають інноваційну продукцію.</li> <li>5. Зростання обсягів виробництва інноваційних видів продукції.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Покращення інноваційної привабливості підприємств з метою залучення нових клієнтів та інвесторів.</li> <li>2. Для підприємств, що входять до корпоративних структур: налагодження співпраці з іншими членами корпорації в інноваційній сфері.</li> <li>3. Використання відкритого підходу щодо створення інноваційної продукції.</li> <li>4. Можливості розширення географії експорту інноваційної продукції у країни Азії, Африки та Південної Америки.</li> </ol>
Чинники негативного впливу	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інноваційна продукція, що випускається, є переважно новою для підприємства, а не для ринку.</li> <li>2. Небажання вітчизняних підприємств використовувати зовнішні НДР та інші зовнішні знання.</li> <li>3. Експорт переважно в країни СНД.</li> <li>4. Продукція переважно є неконкурентоспроможною у порівнянні з продукцією розвинених країн.</li> <li>5. Значна зношеність та ресурсоємність виробничих потужностей.</li> <li>6. Відсутність портфеля перспективних розробок продукції машинобудування для запровадження у виробництво.</li> <li>7. Не сформовано корпоративної культури компаній щодо інноваційного розвитку.</li> <li>8. Низька привабливість галузі щодо залучення молодих кадрів.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Залежність від політичної ситуації в країні (особливо стосовно експорту в країни СНД).</li> <li>2. Постійно зростаючі обсяги імпорту продукції, у тому числі й інноваційної.</li> <li>3. Зменшення кількості поданих заявок та зареєстрованих охоронних документів на винаходи та корисні моделі в машинобудуванні.</li> <li>4. Відсутність належної уваги з боку держави щодо інноваційного розвитку машинобудування.</li> <li>5. Поглиблення економічної кризи як в середині країни, так і в усьому світі.</li> </ol>

Джерело: розроблено автором

Як зазначено у табл. 8, на сучасному етапі розвитку інноваційних систем підприємств машинобудування існують чинники як позитивного, так і негативного впливу, а також ті, що сприятимуть, або ускладнюватимуть їх еволюцію в майбутньому.

**Висновки.** Наукова новизна одержаних результатів полягає у вдосконаленні методичних підходів до визначення ефективності функціонування інноваційних систем підприємств машинобудування шляхом використання схеми «умови-результати», яка покликана виявити сильні та слабкі сторони даних інноваційних систем. Під час проведення дослідження виявилось, що темпи зростання кількості інноваційно активних підприємств у машинобудуванні є незначними, інноваційна продукція, обсяги виробництва якої поступово зростають, переважно, є новою лише для самого підприємства, а залучення до процесу виробництва результатів зовнішніх НДДКР практично дорівнює нулю. Також набули подальшого розвитку пропозиції щодо покращення ефективності функціонування інноваційних систем підприємств машинобудування, які, на відміну від існуючих, дозволяють сформулювати комплекс рекомендацій з урахуванням фактора інновативності, а саме:

1) налагодити співпрацю машинобудівних підприємств з науковими установами та залучати до процесів НДДКР фахівців з науковими ступеннями;

2) провести технічне переозброєння виробництва на інноваційній основі;

3) використовувати під час виробництва інноваційної продукції результати не лише власних, а й зовнішніх НДР;

4) поглибити диверсифікацію фінансування виробництва інноваційної продукції. Шляхи реалізації цих рекомендацій можуть стати предметом для подальших наукових досліджень. Результати дослідження можуть бути використані вітчизняними підприємствами машинобудування під час оцінювання та вдосконалення діяльності їх інноваційних систем.

#### Література:

1. Соціально-економічний розвиток України за січень-серпень 2012 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Данилишин Б.М. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи: [Монографія] / Під заг. ред. чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. - Ніжин: ТОВ "Вид-во "Аспект-Поліграф", 2007. - 308с.
3. Собкевич О.В. «Щодо реалізації потенціалу машинобудівної галузі у стратегії імпортозаміщення». Аналітична записка [Електронний ресурс] / О.В. Собкевич, Є.В. Белашов – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1110/>
4. Інформація Держстату України «Індекси промислової продукції»(2000-2012 рр.). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Збірники Держстату «Наукова та інноваційна діяльність в Україні» за 2009-2012 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Під ред. О.Г.Осауленка – Київ. – ТОВ «Август Трейд». – 2012
7. Промисловість України у 2007–2010 роках. Статистичний збірник / За ред. Л.М. Овденко. – Київ. – 2011
8. OECD PATENT STATISTICS MANUAL 2009, 158 Pages – ISBN 978-92-64-05412-7. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.sourceoecd.org/scienceIT/9789264054127](http://www.sourceoecd.org/scienceIT/9789264054127)
9. Промислова власність у цифрах. Показники діяльності Державної служби інтелектуальної власності України та Державного підприємства «Український інститут промислової власності» за 2012 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://wdc.org.ua/uk/node/130745>

УДК 330.342

Кузнєцова К.О.

Національний технічний університет України «КПІ»

## ПЕРІОДИ СТАНОВЛЕННЯ ЕНЕРГЕТИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

## ПЕРИОДЫ СТАНОВЛЕНИЯ ЭНЕРГЕТИКИ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

## THE ENERGY FORMATION PERIODS AND FEATURES OF ELECTRICITY ENTERPRISES FUNCTIONING

*Дослідження розвитку та функціонування енергетичних систем проявляється в необхідності вивчення явищ, що протікають в них, у часових та соціальних взаємозв'язках, об'єктивно необхідної спадкоємності старого та нового. З початку ХХ ст. енергетика характеризується значним впливом на всі сфери життя та життєдіяльності людини, таким чином її варто розглядати як життєзабезпечуючий техногенний фактор, який суттєво впливає на людську цивілізацію. В даній науковій статті було систематизовано основні періоди, що визначають етапи розвитку та становлення енергетики як галузі народного господарства, що дає змогу зрозуміти передумови, які лягли в основу сучасних*

процесів, які відбуваються в енергетиці країн світу. Було визначено та обґрунтовано специфічні особливості функціонування енергетичних підприємств з огляду на особливості технологічного процесу виробництва електроенергії, які дають змогу більш адекватно зрозуміти природу електроенергетики та надають можливість для подальших досліджень щодо розробки нових оптимальних механізмів підвищення конкурентоспроможності енергетичних підприємств.

**Ключові слова:** електроенергетика, енергетичне підприємство, особливості, період становлення, технологічний процес, функціонування.

*Исследование развития и функционирования энергетических систем проявляется в необходимости изучения явлений, протекающих в них, во временных и социальных взаимосвязях, объективно необходимой преемственности старого и нового. С начала XX в. энергетика характеризуется значительным влиянием на все сферы жизни и жизнедеятельности человека, таким образом, ее следует рассматривать как жизнеобеспечивающий техногенный фактор, который существенно влияет на человеческую цивилизацию. В данной научной статье были систематизированы основные периоды, определяющие этапы развития и становления энергетике как отрасли народного хозяйства, что позволяет понять предпосылки, которые легли в основу современных процессов, происходящих в энергетике стран мира. Были определены и обоснованы специфические особенности функционирования энергетических предприятий в силу особенностей технологического процесса производства электроэнергии, которые позволяют более адекватно понять природу электроэнергетики, и предоставляют возможность для дальнейших исследований по разработке новых оптимальных механизмов повышения конкурентоспособности энергетических предприятий.*

**Ключевые слова:** электроэнергетика, энергетическое предприятие, особенности, период становления, технологический процесс, функционирование.

*Research development and operation of power energy systems is manifested in the need to study phenomena occurring in them, time and social interactions, objectively necessary continuity of old and new. Since the beginning of XX century, energy is characterized by a significant effect on all aspects of human life and thus it should be considered a life-supporting man-made factor that significantly affects the human civilization. In this research article it was systematized the main periods that define the stages of energy development and formation as a sector of the economy, which makes it possible to understand the conditions that formed the basis of modern processes that occur in the energy world. It was identified and substantiated the specific features of the energy enterprises cause of the peculiarities of the process of electricity production that do enable more adequately understand the nature of power and providing opportunities for further research to develop new mechanisms to improve the competitiveness of energy enterprises.*

**Keywords:** electricity, energy enterprise, features, period of formation, technological process, functioning.

**Вступ.** Системний підхід при дослідженні розвитку та функціонування великих технічних систем (включаючи сучасні енергетичні системи) проявляється в необхідності вивчення явищ, що протікають в них, у часових та соціальних взаємозв'язках, об'єктивно необхідної спадкоємності старого та нового. Вивчення історії людського суспільства загалом та історії техніки, зокрема, дозволяє простежити складний процес становлення та розвитку людини та техніки.

Електротехніка є однією з перших галузей техніки, що виникла в результаті практичного застосування відкриттів «фундаментальної» науки. Її історія – це і процес перетворення суто наукового комплексу дослідів в одну з життєзабезпечуючих галузей країни, і процес появи обширної сфери науково-технічного знання. На різних етапах розвитку енергетики варто зазначити велику кількість різноманітних якісних змін, які особливо помітні, якщо вони поширюються на суміжні галузі техніки та конкретне промислове виробництво. Оскільки енергетика практично з початку XX ст. характеризується значним впливом на всі сфери життя та життєдіяльності людства, вона має бути об'єктом дослідження з метою подальшого прогресивного розвитку цивілізації.

**Постановка завдання.** Становлення та розвиток енергетики проходить разом з розвитком всіх галузей техніки та економіки, соціально-суспільних, наукових та культурних відносин. З огляду на це, енергетичну галузь варто розглядати як життєзабезпечуючий техногенний фактор, який суттєво впливає на людську цивілізацію.

Однією з важливіших закономірностей розвитку електроенергетики є історична зумовленість важливих відкриттів та винаходів. Вони, частіше за все, можливі лише тоді, коли створюються

об'єктивні передумови потреби суспільства у тому чи іншому технічному об'єкті, а можливість його створення визначається досягненнями науки та техніки того етапу розвитку, на якому знаходиться людство до моменту появи цих передумов.

Поглиблене дослідження енергетичних систем, причини їх формування, технологічні особливості електроенергії як товару, що зумовлюють особливості функціонування енергетичних підприємств вивчаються в працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема, Д.В. Зеркалов, І.О. Кузнецова, Л.Д. Гітельман [6], Б.В. Папков [1], О.М. Суходоля, В.О. Точилін, А.А. Туkenov [5], В.Є. Фортов [3], І.А. Франчук, В.І. Цаплін та інші. Проте на сучасному етапі розвитку електроенергетичної галузі України загалом та її окремих підприємств, у часи докорінних структурних перетворень, дані питання, на наш погляд, вимагають поглибленого вивчення.

Основними цілями даної статті є поглиблене вивчення та систематизація основних періодів становлення та розвитку енергетики, аналіз сучасних поглядів з питання формування енергетичних систем та визначення особливостей функціонування енергетичних підприємств.

**Методологія.** Під час проведення даного дослідження використовувались методи порівняння та узагальнення, історичний та логічний методи, метод аналізу та систематизації.

**Результати дослідження.** Останнім часом через особливу важливість енергетичної проблеми в сучасному світі не лише технологи, а й економісти, історики, філософи почали звертатися до хронологічних особливостей оволодіння електроенергією людством. З огляду на зростаючі обмеження з використання не відтворюваних енергоресурсів це є нагальною необхідністю з метою дослідження подальших шляхів розвитку суспільства.

Основні періоди становлення та розвитку енергетики представлені у таблиці.

Таблиця

Основні періоди становлення та розвитку енергетики

№	Назва періоду	Століття / Роки	Характеристика
1.	Стародавній	з III тисячоліття до н.е.	антропогенна енергетика, в основі якої використання джерел енергії з низькою теплотворною здатністю (в основному, деревина). Застосування такого виду палива сприяло певним соціально-економічним трансформаціям, зокрема, необхідність підтримання вогню стала одним з факторів створення первісної общини та поділу праці
2.	Середньо-вічний	з XIV ст.	основа є використання енергії вітру, води, деревного вугілля, мускульної сили тварин та людей. У цей час відбувається виникнення та удосконалення землеробних технологій, розвиток рудної та ковальської справи, металургії, парових машин та ін. Все це сприяло таким соціально-економічним трансформаціям, як: формування постійних поселень та перших держав, проблеми взаємовідносин між землеробними областями та районами з новими способами виробництва, воєнна справа
3.	Новий: вугільний	з XVIII ст.	індустріальна революція, викликана перетворенням теплової енергії в механічну роботу. В цей час набуває широкого використання пароплави, паровози, локомотиви
4.	Новий: нафтогазовий	з початку XX ст.	масова електрифікація, розвиток радіо, телебачення та авіації. Енергетична статистика визначила, що з 1860 р. відбуваються «довгі хвилі» розвитку світової енергетики, протягом яких відбувся вихід нафти та природного газу на лідируючі позиції джерел енергії
5.	Новий: атомний	з 40-50-х рр. XX ст.	масове будівництво та введення в експлуатацію атомних електростанцій (АЕС), що сприяло таким соціально-економічним трансформаціям, як: виникнення нової галузі електроенергетики, посилення можливостей політичного контролю та воєнної справи, створення системи електротехнічної освіти та оформлення соціальних співтовариств – наукового, інженерного, гуманітарного
6.	Сучасний	з початку XXI ст.	інтернаціональний обмін інформацією, який має різноманітні прогнози перспектив розвитку енергетики. Крім того, соціально-економічними результатами введення нового періоду є: масовість соціальних комунікацій, що дають можливість культурній експансії та політичного впливу; розвиток глобалізації; введення п'ятого фактору виробництва – інформації

Складено автором на основі [1]



За один рік людство спалює величезну кількість викопного палива, на вироблення якого природа витратила мільйони років. За останні 100 років світове споживання енергії зросло приблизно у 24 рази. За даними Міжнародного енергетичного агентства [2] до середини XXI ст. енергоспоживання зросте ще в два рази. Особливої гостроти енергетичні проблеми набули у зв'язку з сильними процесами глобалізації світової економіки, негативним впливом систем енергетики на оточуюче навколишнє середовище, виснаженням в перспективі недорогих традиційних енергетичних джерел, що ставить під загрозу можливість сталого розвитку людства.

В електроенергетиці України до цих проблем додаються також складнощі переходу до конкурентного ринку, брак інвестицій для модернізації та оновлення енергетичного обладнання, надійність електропостачання та ін.

Розробка нових енергетичних технологій, пов'язаних з освоєнням нових чи вдосконалених фізичних процесів перетворення енергії, мають шанс на реальне практичне застосування лише у випадку виконання ряду критеріїв економічної, екологічної та соціальної ефективності. У зв'язку з цим актуальним є влучне визначення сучасної енергетики: «енергетика – це фізика плюс економіка» [3].

Непропорційність розвитку світової електроенергетики демонструється великим розривом в енергоспоживанні розвинутих країн та країн, що розвиваються. Більша частина світового виробництва електроенергії припадає на невелику групу країн, серед яких США, Франція, Японія, Китай, Росія, Канада, Німеччина, Франція. У 2010 р. виробництво електроенергії у розвинутих країнах складало 65% від сумарного виробництва, в країнах, що розвиваються – 22%, в країнах з перехідною економікою – 13% [4].

Енергія є основоположним фактором економічного зростання, розвитку та соціального добробуту країни. Частина паливно-енергетичного комплексу (ПЕК), яка забезпечує народне господарство перетвореними енергоносіями, включає електроенергетику та теплоенергетику. Їх головна суспільна місія полягає в забезпеченні енергетичної безпеки підприємства, регіону та країни в цілому.

Електроенергія є високотехнологічним продуктом, який потребує складної організації процесу генерації, передачі, розподілу та споживання. Таким чином, електроенергетичні підприємства мають певні специфічні особливості, які зумовлюються технологічним процесом енергозабезпечення:

1. Співпадіння в часі процесів виробництва та споживання енергії. Ця головна технологічна особливість викликана неможливістю широкомасштабного комерційного акумулювання електроенергії разом з високою швидкістю транспортування. З цього випливає, що режим виробництва електроенергії визначається режимом її споживання. При хронологічній нерівномірності споживання енергії попит на неї в кожен момент часу повинен покриватися в чіткій відповідності з графіком навантаження конкретного споживача. Таким чином, в даному періоді часу споживач повинен бути забезпечений не тільки певним обсягом енергії, а й відповідною потужністю. Технологічна єдність виробництва та споживання електроенергії вимагає тісної взаємодії електроенергетичних підприємств та споживачів, основними напрямками якої є: раціоналізація режимів енергоспоживання; формування взаємовигідних тарифів на енергію; координація планів розвитку електроенергетичних підприємств.

2. Безперервний характер виробничого процесу. Ця особливість зумовлює високий рівень автоматизації виробництва та управління технологічним процесом. Таким чином, електроенергетика належить до малотрудомістких галузей народного господарства, а у виробничих витратах енергетичних підприємств складова з оплати праці займає незначну частину. При цьому чисельність персоналу визначається встановленою потужністю та не залежить від виробництва електроенергії (тобто від режиму використання цієї потужності).

3. Електроенергетичні підприємства працюють паралельно та поєднані в електроенергетичну систему (ЕЕС). ЕЕС – це сукупність електричних станцій та споживачів електроенергії, об'єднаних процесом виробництва, передачі, розподілення та споживання електроенергії, які поєднані між собою електричними мережами [5]. Сучасні ЕЕС (включаючи Об'єднану енергетичну систему України (ОЕС)), є складними утвореннями, які повинні регулюватися та управлятися централізовано на державному рівні. Їх основне призначення полягає в стійкому надійному постачанні електроенергії всім споживачам, що знаходяться на даній території.

4. Складність та особливі умови роботи енергетичного обладнання. Енергетичне обладнання електростанцій відрізняється конструктивною складністю, високою капітало- та металоємністю. Таким чином, капітальні ремонти основного устаткування відрізняються тривалістю та високими витратами.

5. Висока аварійність енергетичних підприємств. Через застосування шкідливих речовин, протікання небезпечних та складних технологічних процесів на енергетичних підприємствах при виробництві електроенергії, вихід з ладу устаткування може призвести до широкомасштабних аварій та завдання великих збитків не лише підприємству, а й галузі та країні в цілому.

6. Неможливість використання альтернативних видів транспортування електроенергії. Таким чином підприємства електроенергетики або повинні мати власні електричні мережі, або заключати контракти на користування електричними мережами інших підприємств. Крім того, технічні та економічні можливості транспортування електроенергії на відстані понад 1000 км обмежені.

7. Взаємозамінність генеруючих установок. Установки, що виробляють електроенергію, можуть використовувати різні первинні енергоресурси: органічне паливо (вугілля, природний газ, нафту, мазут тощо); ядерне паливо; відновлювальні джерела енергії (вітрову, сонячну, геотермальну тощо). Технологічна взаємозамінність енергоустановок зумовлює багатоваріантність вирішення задачі енергозабезпечення території.

8. Низький коефіцієнт корисної дії (ККД). Електроенергія відноситься до порівняно паливомістких галузей народного господарства. На великих теплоелектростанціях (ТЕС) ККД становить близько 40-60%. Таким чином, основна складова витрат пов'язана з паливом (50-70% собівартості). В таких умовах може загостритися проблема надійності паливозабезпечення.

9. Якість електроенергії є стабільною (відповідає певним стандартам). Одним із факторів конкурентоспроможності підприємства є якість товарів, які виробляються. Проте якість самої електроенергії як товару покращити неможливо. Таким чином, при збалансуванні попиту та пропозиції виробники і постачальники електроенергії діють в умовах цінової конкуренції. Крім того, електроенергія є незамінним товаром, тому поняття конкурентоспроможності продукції при дослідженні електроенергетичних підприємств розглядати не має сенсу.

10. Вплив на навколишнє середовище. Технологія виробництва електроенергії на ТЕС та АЕС полягає у безперервному викиді великої кількості тепла в навколишнє оточуюче середовище. Це зумовлює складнощі у виборі відповідних площ, які б дозволяли забезпечити викиди тепла в безпосередній близькості від них. ККД у більшості сучасних АЕС (нижчий ніж у ТЕС) призводить до більших потреб в охолоджуючій воді, відповідно, до більших затрат на гідротехнічні споруди. Теплове «забруднення» навколишнього оточуючого середовища створює значні екологічні проблеми та потребує великих витрат на спорудження та експлуатацію спеціальних природоохоронних технічних пристроїв. Крім того, варто завжди пам'ятати про небезпеку системних аварій, які можуть спричинити викиди шкідливих речовин, особливо на АЕС.

11. Принцип соціальної відповідальності. Тобто стійке забезпечення попиту на електроенергію на основі надійного, безпечного та екологічного енергозабезпечення з мінімальними навантаженнями на природні паливно-енергетичні ресурси.

12. Тривалі строки окупності інвестицій в енергетичні підприємства. Енергетичні об'єкти є особливо капіталомісткими, що зумовлює тривалість окупності інвестиційних проектів та обережність інвесторів до вкладання коштів в енергетичні підприємства. Крім того, співвідношення між ціною продажу електроенергії та вартістю основного капіталу є несприятливим для інвестора. Положення ускладнюється з урахуванням українських реалій. Тому проблема залучення інвестицій в енергетику України набуває особливої гостроти [6; 7].

**Висновки.** Енергетична галузь та, зокрема, діяльність енергетичних підприємств є важливою ланкою у ланцюгу розвитку та функціонування економіки будь-якої країни світу. В той же час вона характеризується значною складністю, ризикованістю та соціальною відповідальністю. У зв'язку з цим енергетична стратегія держави повинна орієнтуватися на знаходження оптимального співвідношення процесів лібералізації ринку електроенергії України та участі держави у регулюванні цього ринку (з огляду принципи, відображені в прийнятому Законі України «Про засади функціонування ринку електричної енергії України» від 24.10.2013 р.).

Систематизація основних періодів, що визначають етапи розвитку та становлення енергетики як галузі народного господарства, дає змогу зрозуміти передумови, які лягли в основі сучасних процесів, що відбуваються в енергетиці країн світу. А визначення та обґрунтування специфічних особливостей функціонування енергетичних підприємств, з огляду на особливості технологічного процесу виробництва електроенергії, дають змогу більш адекватного розуміння природи електроенергетики та можливості для подальших досліджень щодо розробки нових оптимальних механізмів підвищення конкурентоспроможності енергетичних підприємств.

#### Література:

1. Папков Б.В. Становление и развитие электротехники и электроэнергетики: краткая хроника событий и фактов / Б.В. Папков. – Нижний Новгород: изд-во «Кварц», 2011. – 216 с.
2. Офіційний веб-сайт Міжнародного енергетичного агентства. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.iea.org/](http://www.iea.org/)
3. Фортов В.Е. Энергетика в современном мире / В.Е. Фортов, О.С. Попель. – Долгопрудный: издательский дом «Интеллект», 2011. – 168 с.
4. Офіційний веб-сайт Центрального розвідного агентства. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.cia.gov/](http://www.cia.gov/)
5. Туkenov A.A. Рынок электроэнергетики: от монополии к конкуренции. / А.А. Туkenov. – М.: Энергоатомиздат, 2007. – 416 с.
6. Гительман Л.Д., Ратников Б.Е. Энергетический бизнес: учеб. пособие / Л.Д. Гительман, Б.Е. Ратников. – М.: Дело, 2006. – 600 с.
7. Офіційний веб-сайт Державного комітету України з енергозбереження. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://necin.com.ua/>

**ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ  
ГАЗОРОЗПОДІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

**УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ  
ГАЗОРАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ**

**THREATS TO ECONOMIC SECURITY  
OF GAS DISTRIBUTION ENTERPRISES**

*В статті наголошено на ролі газорозподільних підприємств як підприємств інфраструктурної сфери в системі суспільного виробництва. Зазначена першочерговість врахування її при розбудові підходів до управління економічною безпекою газорозподільних підприємств. Розглянуті загрози економічній безпеці запропоновані рядом авторів. На основі аналізу яких, виділені три рівні загроз економічній безпеці, що відрізняються за своєю специфічністю: універсальні, специфічні, вузькоспецифічні.*

*Зазначено, що незалежно від рівня специфічності загроз, настання небезпеки досліджуваних підприємств, в порівнянні із підприємствами сфери основного виробництва, спричинить особливий, специфічний вплив, а саме, відіб'ється на діяльності усіх без винятку підприємств сфери основного виробництва і населенні, що використовують інфраструктурні послуги.*

*Запропонована в якості економічної категорії, що описує стан економічної небезпеки підприємств інфраструктурної сфери - категорія руйнація інфраструктури. Наведені фактори, що сприяють підвищенню ризику розповсюдження цього явища.*

**Ключові слова:** газорозподільні підприємства, загрози економічній безпеці газорозподільних підприємств

*В статье отмечена роль газораспределительных предприятий как предприятий инфраструктурной сферы в системе общественного воспроизводства. Указана первоочередность учета ее при разработке подходов к управлению экономической безопасностью газораспределительных предприятий. Рассмотрены угрозы экономической безопасности, предложенные рядом авторов. На основе анализа которых, выделено три уровня угроз экономической безопасности отличающихся своей специфичностью: универсальные, специфические и узкоспецифические.*

*Отмечено, что независимо от уровня специфичности угроз, наступление опасности исследуемых предприятий, по сравнению с предприятиями сферы основного производства, повлечет особое, специфическое влияние, а именно, отразится на деятельности всех без исключения предприятий сферы основного производства и населении, использующих инфраструктурные услуги.*

*Предложена в качестве экономической категории, описывающей состояние экономической опасности предприятий инфраструктурной сферы – категория разрушение инфраструктуры. Указаны факторы, способствующие повышению риска распространения этого явления.*

**Ключевые слова:** газораспределительные предприятия, угрозы экономической безопасности газораспределительных предприятий

*The article highlighted the role of gas distribution enterprises as enterprises infrastructural sphere in the system of social production. It contains a primary consideration when developing approaches to managing economic security of gas distribution companies. Considered threats to the economic security offered by a number of authors. The analysis of them identified three levels of threats to economic security, differing in their specificity: universal, specific and narrowly-specific .*

*It is noted that regardless of the level of specificity of threats, offensive risk of the investigated companies, if compared with companies in the realm of primary production, will lead a special, specific effects, namely – it will influence the activity of all, without exception, enterprises in the primary production*

and of the population which consume the infrastructure services.

As an economic category it is proposed the category of the infrastructure destruction which describes the state of economic risk of the enterprises of the infrastructural sphere. The factors that contribute to an increased risk of this phenomenon are indicated.

**Keywords:** gas distribution company, threats to economic security of gas distribution companies

**Вступ.** Газорозподільні підприємства виступають заключною ланкою в газотранспортній системі, що сполучає постачальника послуг з безпосереднім споживачем. Тривалий час в Україні перевага надавалась вивченню питань газотранзиту через інтерес до нього з боку світового співтовариства, але нарощування негативних тенденцій пов'язаних з газорозподілом актуалізувало і цей сегмент досліджень.

Здавалося б, газорозподільні підприємства – це монопольні утворення, якими постійно опікується держава. Хоч незалежний регулюючий орган і керує процесами встановлення регульованих тарифів і прийняття інших рішень, але в порівнянні з малим бізнесом, ці підприємства завжди будуть у вигаді. Однак справа не тільки в матеріальному становищі газорозподільних підприємств. Коли мова йде про підприємства інфраструктури, на перший план виступають інші чинники. Один з них - це роль, яку відіграють ці підприємства у процесі суспільного відтворення. Сьогодні підприємство може працювати, забезпечуючи послугами з газорозподілу споживачів, отримувати певний прибуток, розподіляти його на виплату дивідендів, неефективно використовувати інвестиційні кошти, а завтра, територія на якій воно знаходиться, через недалекоглядну політику нещадної експлуатації, може опинитися без газу, або ж статися аварійна ситуація.

Активи, що знаходяться в розпорядженні газорозподільних підприємств відносяться до критичних інфраструктур, які визначені в [1, с.2] як активи, що мають велике значення для підтримання життєво важливих соціальних функцій, здоров'я, економічного і соціального благополуччя людей і порушення чи руйнування яких матимуть значний вплив на державу в результаті її неспроможності підтримувати ці функції.

Економічній безпеці підприємств в останнє десятиріччя присвятили свої праці такі науковці, як Безбожний В.Л., Бондаренко О.М., Бончук Г.І., Кабанов А.А, Камишова Е.В Капітула С.В., Клима В.М, Коваленко Є.В., Кравчук П.Я., Манцуров І.Г., Мацова А.С., Міщенко С.П., Нусінова О.В., Прус Н.В., Руснак Л.Р., Селюченко Н.Є, Соколова Є.А. [2-6] та інші.

Вивчення наукових праць з економічної безпеки підприємств привело до висновку, що автори, враховуючи в своїх дослідженнях виключно галузеві їх особливості, не використовують надбань економічної теорії, що значною мірою обмежує результати досліджень. Так, газорозподільні підприємства відносяться до підприємств інфраструктурної сфери, входять до складу так званих «критичних» інфраструктур, підпадають під дію теорій суспільного і приватного блага, теорії природної монополії. Таким чином, висновки, що випливають з цих теорій, мають відіграти роль при дослідженні загроз економічній безпеці підприємств поряд з врахуванням галузевих їх особливостей.

Газорозподільні, як і будь-які інші підприємства інфраструктурної сфери, надають послуги із забезпечення нормальних умов для функціонування всього основного виробництва і життєдіяльності населення. Тобто розуміння інфраструктурної, забезпечуючої суті цих підприємств, дозволяє, зрозуміти, що досягнення стану їх економічної небезпеки, яке визначимо як руйнація інфраструктури, негативним чином відіб'ється на усьому процесі суспільного відтворення.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є виявлення специфіки загроз економічній безпеці газорозподільних підприємств як підприємств інфраструктурної сфери в порівнянні з підприємствами сфери основного виробництва. Розподіл загроз економічній безпеці зазначених підприємств в залежності від рівня їх специфічності. З'ясування причинно-наслідкових зв'язків між реалізацією загроз і досягненням стану «руйнації», що унеможливить надання підприємствам і населенню послуг інфраструктурного характеру і може спричинити не тільки негативні мультиплікативні ефекти на економічний стан певної території, а взагалі загрожуватиме нормальному функціонуванню суспільства. Визначення категорії руйнація інфраструктури та виділення факторів, які сприяють розповсюдженню такого економічного явища.

**Методологія.** При здійсненні дослідження в якості емпіричних методів дослідження використані спостереження та опис процесів пов'язаних з функціонуванням газорозподільних підприємств, що дали змогу в подальшому застосувати методи узагальнення, аналізу і синтезу.

**Результати дослідження.** На етапі розробки підходів до управління економічною безпекою підприємств відбувається виділення загроз економічній безпеці газорозподільних підприємств.

Загроза, як зазначено в [7, с.48] – це дія дестабілізуючих природних і (або) суб'єктивних фак-

торів, що можуть спричинити потенційні чи реальні збитки, порушення цілісності процесів, об'єктів чи системи та погіршення їх стану, які здатні викликати небезпеку.

Виділяють внутрішні, на які підприємство має вплив, та зовнішні, на які вплив не можливий, або вкрай обмежений, загрози економічній безпеці.

Розглянемо варіанти загроз економічній безпеці підприємств запропоновані авторами.

Так, Міщенко М.П. [8, с.191], до внутрішніх загроз включає дії пасивності (у тому числі умисні і ненавмисні) співробітників підприємства, що суперечать інтересам його комерційної діяльності, наслідком яких можуть бути нанесення економічного збитку компанії, витік або втрата інформаційних ресурсів (у тому числі відомостей, що становлять комерційну таємницю), підрив її ділового іміджу в бізнес-колах, виникнення проблем у взаємостосунках з реальними і потенційними партнерами, конфліктних ситуацій з конкурентами, правоохоронними органами і органами контролю, а до зовнішніх: протиправна діяльність кримінальних структур, конкурентів, фірм і фізичних осіб, що займаються промисловим шпигунством або шахрайством, неспроможних ділових партнерів, раніше звільнених за різну провину співробітників підприємства, а також правопорушення з боку корумпованих елементів з представників правоохоронних органів і органів контролю. Зрозуміло, що названі загрози можуть виникати на підприємствах будь-яких галузей, тобто вони є свого роду універсальними.

Якщо ж проаналізувати загрози, що пропонує дослідник економічної безпеки окремої галузі, то видно, що поряд з властивими усім галузям, з'являються такі, що, насамперед, характерні для конкретної, і, можуть не зустрічатися при дослідженні інших. Так, Бондаренко О.М. [9, с.7], досліджуючи проблеми авіаційних перевезень, серед внутрішніх загроз, виділяє проблему неплатежів, велику кредиторську та дебіторську заборгованість, нерентабельність повітряних ліній, відсутність сучасної авіаційної техніки, спад авіаційних перевезень, низький рівень кадрів, низький рівень рентабельності, а з зовнішніх відсутність інвестицій, відсутність чіткої правової бази, відсутність державної підтримки національному авіабудуванню та розвитку повітряного транспорту, конкуренція, недосконала система оподаткування, безпека польотів, недостатні інноваційні процеси. Так, відсутність державної підтримки не може пропонуватися в якості загрози економічній безпеці на потенційно високодохідних підприємствах, але й повітряні перевезення не єдина галузь, яка потребує цієї підтримки. Можливо, навіть, точніше було б в якості загрози запропонувати не відпрацьованість, або ж низький рівень залучення державно-приватного партнерства.

Головне ж, що впливає з попередніх міркувань: не тільки в галузевій належності проявляється специфічність загроз економічній безпеці підприємств, є ще один, а ймовірно більше кількість факторів, що їх визначають. Так поділ суспільного виробництва на дві сфери інфраструктурну і основне виробництво дозволяє виділити в окремі групи загрози, які властиві кожній з них.

Для згрупування загроз, що притаманні не тільки підприємствам окремих галузей, а більш укрупнено, виникає потреба розподіляти їх на складові: універсальні (загальні), специфічні й вузькоспецифічні. Під універсальними загрозами економічній безпеці на зазначених рівнях, слід розуміти ті, що властиві усім без винятку підприємствам, або галузям; під специфічними, загрози що виділяються на різних підприємствах у зв'язку із роллю останніх у відтворювальному процесі (підприємства сфери основного виробництва і інфраструктури); до вузькоспецифічних загроз належать ті, що відносяться конкретно до діяльності окремих підприємств, виходячи із їх галузевих особливостей.

В таблиці наведені приклади універсальних, специфічних і вузькоспецифічних загроз економічній безпеці. Наприклад, сезонні коливання в попиті на споживання газу характерні не всім підприємствам, і не повною мірою підприємствам інфраструктурної сфери, тому віднесемо їх до вузькоспецифічних.

Походження специфічних загроз економічній безпеці газорозподільних підприємств впливають із їх технологічних особливостей. Не всі підприємства, що відносяться до підприємств інфраструктурної сфери є природномонопольними, але всі природні монополії, що згадуються у однойменному ЗУ [10] є інфраструктурою. На відміну від сфери дії інших ніж природномонопольні ринків, в систему економічних інтересів, які протиставляються і потребують узгодження включаються додаткові суб'єкти. Тому виникає завдання пошуку найефективнішого способу задоволення потреб суспільства і бізнесу в особливих послугах, послугах, що надаються на ринках для яких не властива конкуренція, а звідси і не існує економічного стимулу до підвищення ефективності. Як свідчить практика, менеджмент газорозподільних підприємств на Україні вдається до роздування витрат, оскільки згідно [11] методика розрахунку тарифів базується саме на основі витрат.

**Складові загроз економічній безпеці газорозподільних підприємств  
за рівнем специфічності**

Види загроз	Універсальні	Специфічні	Вузькоспецифічні
Зовнішні	Стан законодавчої бази, в тому числі недосконала система оподаткування; зміна політичної і економічної ситуації; рейдерські захоплення і поглинання; корумпованість провладних структур	Використання неефективного методу тарифоутворення на ринках регульованого тарифу; більша в порівнянні з підприємствами сфери основного виробництва кількість органів, що контролюють діяльність підприємств, затвердження регулюючими органами програм реконструкції і модернізації підприємств; суперечність між суспільними потребами і економічними інтересами власників підприємства; не відпрацьованість на законодавчому рівні і низький рівень залучення державно-приватного партнерства; непрозорі приватизаційні процеси	Сезонні коливання в попиті на послуги газорозподілу (в 10 разів); велика кількість споживачів, яких не можливо обирати, навіть, якщо виявляться неплатоспроможними; залежність від цін на газ; застарілість технічних регламентів обслуговування; відсутність методик виявлення, і оцінки екологічного збитку, пов'язаного з господарською діяльністю газорозподільних підприємств; не відпрацьованість механізмів фінансування заходів, з ліквідації екологічного збитку, пов'язаного з діяльністю досліджуваних підприємств
Внутрішні	Ймовірний витік інформації; моральна застарілість і зношеність обладнання; значні обсяги дебіторської і кредиторської заборгованості; відтік кваліфікованої робочої сили через неконкурентну заробітну плату; низький рівень організації праці; навмисні, або ненавмисні дії, або бездіяльність відповідальних осіб; забруднення навколишнього середовища	Встановлення монополюно високих цін на ринках нерегульованого тарифу; схильність до роздування витрат; не сприйнятливості до інновацій через відсутність конкуренції	Значні втрати в мережі газу при постачанні; відсутність чи недостатня кількість сучасних систем обліку та диспетчеризації; відсутність технічного аудиту для отримання підтвердження (або коригування) шляхів технічної модернізації; відсутність можливості залучати кошти для пришвидшення виконання підпрограм технічного переозброєння; невідповідність встановлених середньомісячних норм споживання газу населенням обсягам фактично спожитого ним газу; різниця у похибці вимірювання обсягів газу приладами обліку на газорозподільних підприємствах та у споживачів, як суб'єктів господарювання, так і населення; не облікові витоки газу

Для газорозподільних підприємств важлива роль належить зовнішнім загрозам економічній безпеці, оскільки і персонал, і керівництво підприємства обмежені в можливостях прийняття рішень через державне регулювання в багатьох напрямках діяльності підприємства. Завдання регулюючого органу розв'язати суперечність між економічними інтересами підприємців, які вкладають свої капітали в природномонопольні сфери, і суспільними потребами людей.

Тому вирішальною зовнішньою загрозою економічній безпеці газорозподільних підприємств, яку ми інтерпретуємо як універсальну, притаманну не тільки підприємствам інфраструктурної сфери, виступає корумпованість провладних структур, які здатні сприяти переходу досліджуваних підприємств у власність «ефективних», орієнтованих на отримання тимчасової власної вигоди, або вирішення задач, що можуть вступати в протиріччя з економічними, або політичними інтересами країни. В разі вступу в дію такого важеля, усі інші види загроз, як зовнішніх, так, і внутрішніх, не матимуть значення.

Загроза універсальна - наслідки від її настання специфічні, притаманні інфраструктурному підприємству, вони відбиваються не тільки на результатах діяльності окремого підприємства, а й на усьому процесі відтворення. Якщо така діяльність наблизитиме настання стану «руйнації» інфраструктури, а це в першу чергу стосуватиметься певної території через технологічні особливості (газорозподільні підприємства розташовані в Київській області, обслуговуватимуть підприємства і населення Київської області), то конкурентоспроможність підприємств сфери основного виробництва конкретної території знижуватиметься.

Наслідки від настання загроз економічній безпеці газорозподільного підприємства потребують окремого розгляду. Коли підприємство, що відноситься до сфери основного виробництва, досягне критичної «точки неповернення», втратить свої позиції, збанкрутує, суспільство звичайно зазнає втрат через тимчасове збільшення кількості безробітних, недоотримання державою внесків і податків і т.д. Причому наслідки тим масштабніше, чим більше за обсягами підприємство. Однак продукцію, що виробляло таке підприємство, можна, або завезти з іншої території України, або ж імпортувати. Що ж до газорозподільних підприємств, то зрозуміло, що наслідки від настання «точки неповернення» в газорозподілі не можливо нівелювати ні збільшенням імпорту, ні завезенням з іншої території країни, оскільки результати праці (газорозподільну послугу) цього підприємства не можливо не накопичити, не імпортувати, її виробництво і безпосереднє надання споживачу співпадають в часі. Навряд чи на певній території знайдуться паралельно набудовані газорозподільні потужності. Тобто будь-які загрози, і універсальні, і специфічні, здатні спричинити особливі, відмінні від сфери основного виробництва наслідки. Вони безумовно відрізнятимуться в залежності від величини заподіяної шкоди, але спричинять негативний мультиплікуючий ефект на економічні процеси території, що відноситься до сфери обслуговування регіональним газорозподільним підприємством.

Термін «руйнація» інфраструктури, в останні десятиріччя, згадують не тільки як результат природних катаклізмів чи техногенних катастроф, а як результат економічної діяльності, а скоріше бездіяльності людей. Вагома роль в формуванні цього економічного явища відводиться країнам пострадянського простору. Так, в доповіді Міжнародної кризової групи ( ICG ) «Центральна Азія : Руйнування і розпад » (Central Asia: Decay and Decline), опублікованому 3 лютого 2011 року, зазначається, що поступово, але неухильно руйнуються і занепадають: дороги, електростанції, лікарні і школи, побудовані за радянських часів, і, що, не менш важливо, зникають спеціалісти, які могли б супроводжувати підтримання їх в належному стані. Після здобуття незалежності місцева влада доклала мало зусиль для того, щоб зберегти або поліпшити інфраструктуру, а виділені для цієї мети кошти були, в основному, « з'їдені » корупцією. [13, с.3]

Наука, покликана виконувати завдання породжені практикою, вимагає тлумачення і вивчення категорії «руйнація» інфраструктури. Ця категорія не однозначна, але в загальному вигляді визначається, на нашу думку, як процеси, пов'язані з виходом з ладу під впливом негативних наслідків життєдіяльності людей, в тому числі через експлуатацію (фізичний знос), а також під дією сил природи, такого обсягу інфраструктурних потужностей, відновлення яких, в будь-якій перспективі, є малоімовірним, а негативні наслідки складно прогнозованими.

Слід зазначити, що певною мірою від техногенних катастроф і від дії природних катаклізмів не застрахована жодна країна. Проблема значного фізичного зносу інфраструктурних потужностей в різних країнах світу широко описується в засобах масової інформації. Руйнація інфраструктури притаманна в значній мірі країнам пострадянського простору.

Підвищують ризик розповсюдження такого явища наступні фактори:

- 1) успадкована від СРСР інфраструктура не відповідала потребам звуженого відтворення новостворених країн;
- 2) економічний спад спричинив хронічне недофінансування простого відтворення інфраструктурних потужностей;
- 3) не тільки приватний сектор, а й державний практично не приймав участі у розбудові об'єктів інфраструктури з врахуванням інновацій, притаманних прогресивному світу;

4) низькоефективне державне управління підприємствами інфраструктурної сфери: відсутність розрахунків пов'язаних з виділенням пріоритетних об'єктів, що підлягали першочерговій підтримці з боку держави та розробці дій, пов'язаних з їх модернізацією тощо.

**Висновки.** Наукова новизна одержаних результатів полягає у формулюванні нового підходу до управління економічною безпекою газорозподільних підприємств, що на відміну від існуючих, ґрунтується на врахуванні інфраструктурної природи останніх, тобто враховує обслуговуючу роль їх в процесі суспільного відтворення, порушення виконання якої здатне спричинити негативний мультиплікуючий ефект на економічні процеси суспільства і рівень життя населення. В зв'язку з цим, запропоновано виділяти універсальні, специфічні і вузькоспецифічні загрози економічній безпеці газорозподільних підприємств. Визначено, що не дивлячись на рівень загроз, що можуть настати, результат буде мати особливий, специфічний в порівнянні із підприємствами сфери основного виробництва вплив на економічні процеси, в першу чергу території, що підпадає під сферу дії розташованого на ній газорозподільного підприємства і пояснюється природою послуг, що надають підприємства інфраструктури.

У зв'язку з розповсюдженням, в першу чергу, на територіях пострадянського простору, процесів, що здатні спричинити зупинку інфраструктурного забезпечення підприємств сфери основного виробництва і населення, запропоновано трактування терміну «руйнація» інфраструктури, що поряд з врахуванням традиційних причин їх настання містить «економічний» фактор, що спричиняється значним зносом, невиваженою інфраструктурною політикою з боку уряду, обмеженими можливостями бюджетів, недалекоглядністю менеджменту підприємств.

Враховуючи теперішні реалії української економіки, коли впроваджені жорсткі бюджетні обмеження і пряма заборона місцевим бюджетам використовувати кошти на капітальні потреби, можна стверджувати, що не дивлячись на ймовірність позитивних зрушень в далекоглядній перспективі, в короткотерміновому періоді, ситуація з рівнем економічної безпеки газорозподільних підприємств може ускладнитись. Складно прогнозованим виступають наслідки від підвищення тарифів на газ для населення через ймовірне зниження платіжної дисципліни і не виважену державну політику в вирішенні питання адресного субсидіювання незахищених верств населення.

Подальші дослідження мають проводитися в напрямі виділення і опису рівнів економічної безпеки газорозподільних підприємств що слугуватиме розробленням теоретичних підходів до якісного і підґрунтям для кількісного її оцінювання.

### Література:

1. COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT on a new approach to the European Programme for Critical Infrastructure Protection./ Making European Critical Infrastructures Brussels, 28.8.2013 - SWD(2013) 318 final more secure.- 17 p. – [Електронний ресурс] - Режим доступу : [http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/what-we-do/policies/crisis-and-terrorism/critical-infrastructure/docs/swd\\_2013\\_318\\_on\\_epcip\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/what-we-do/policies/crisis-and-terrorism/critical-infrastructure/docs/swd_2013_318_on_epcip_en.pdf)
2. Кабанов А.А., Бончук Г.И. Внутренние и внешние угрозы экономической безопасности предприятия./ А.А.Кабанов., Г.И. Бончук.// Вестник Санкт-Петербургского университета России.- 2008 - №1(37) – с.120-126 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://elibrary.ru/download/96032235.pdf>
3. Коваленко Е.В. Об основных угрозах экономической безопасности предприятий в современных условиях хозяйствования / Е.В. Коваленко// Луганский национальный аграрный университет. – 2010 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem\\_biol/nvlnau/ekon/2010\\_16/kovalenko.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvlnau/ekon/2010_16/kovalenko.pdf)
4. Мацова А.С. Экономическая безопасность и управления рисками туристских предприятий./ А.С. Мацова // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». Том 22 (61).- 2009 г. №2.- с.201-211.
5. Руснак Л.Р. Фактори загроз зовнішнього середовища економічної безпеки підприємства / Л.Р. Руснак // Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук «Економічна наука XXI століття: реалії та перспективи.-Наукова організація «Перспектива» .- 2013.- Част.II. – 125-129 с.
6. Соколова Е.А. Экономическая безопасность предприятий реального сектора экономики: внутренние угрозы и возможности./ Е.А.Соколова.// Вестник МГОУ.- Серия «Экономика и право» - Москва – 2001, №4(6).- с.48-50. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://elibrary.ru/download/46477029.pdf>
7. Франчук В.І. Діагностика загроз економічній безпеці акціонерного товариства./ В.І.Франчук.// Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право), - 1(52) – 2011- с. 46-51- (економіка)
8. Міщенко С.П. Концептуальні аспекти економічної безпеки підприємств у ринковій економіці./ С.П. Міщенко// Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011 - №2 - с.190-195
9. Оцінка економічної безпеки авіакомпанії: автореф. дис.канд.екон.наук: 08.07.04/ О.М. Бондаренко; Нац.авіац. ун-т. – К., 2004. – 19 с.: рис. – укр.
10. Закон України «Про природні монополії» № 1682-III від 20.04.2000 – [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1682-14/page2>



11. Постанова Національної комісії з регулювання енергетики «Методика розрахунку тарифів на транспортування та постачання природного газу для підприємств з газопостачання та газифікації» - № 983 від 04.09.2002 – [Електронний ресурс] - Режим доступу : [http://www.ngbi.com.ua/cgi-bin/normative.cgi?cmd=get\\_text&id=437](http://www.ngbi.com.ua/cgi-bin/normative.cgi?cmd=get_text&id=437)

12. CENTRAL ASIA: DECA Y AND DECLINE Asia Report N°201/ Internacional Crisis Group working to prevent conflict worldwide – 3 February 2011 – с.47 [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://www.crisisgroup.org/~media/Files/asia/central-asia/201%20Central%20Asia%20-%20Decay%20and%20Decline.ashx>

УДК 338.3

**Чукурна О. П.**

канд. економ. наук, доцент

Одеській національний політехнічний університет

## **НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В КОНТЕКСТІ НЕОІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ**

### **НАПРАВЛЕННЯ РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОБЛАСТИ В КОНТЕКСТЕ НЕОИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ**

### **DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING INDUSTRY ARE IN CONTEXT OF NEOINDUSTRIALIZATION**

*В статті розглянуто рівень розвитку машинобудівної галузі в умовах нової промислової політики - неоіндустріалізації. Проаналізований технологічний уклад української економіки, та перспективи його подальшого розвитку. Виявлено, що українська економіка знаходиться на рівні третього технологічного укладу, який характеризується використанням в промисловому виробництві електроенергії, як основного джерела енергії, розвитком важкого машинобудування та електротехнічної промисловості, пріоритетним розвитком хімічної промисловості. Проаналізовано статистичну інформацію щодо стану розвитку машинобудування за останні 10 років. Визначені фактори, які впливають на місце української промисловості в міжнародному розподілі праці. Окремо охарактеризовані економічні фактори, які впливають на рівень розвитку машинобудування. Для машинобудування основним фактором є залежність багатьох його галузей від ресурсів та енергії, які постачаються з країн СНД. Визначені умови модернізації сучасної економіки та машинобудівельної галузі й переходу до нової концепції неоіндустріалізму.*

**Ключові слова:** машинобудівельна галузь, неоіндустріалізація, технологічний уклад, фактори розвитку машинобудування.

*В статье рассмотрен уровень развития машиностроительной отрасли в условиях новой промышленной политики - неоиндустриализации. Проанализирован технологический уклад украинской экономики и перспективы ее развития. Выведено, что украинская экономика находится на уровне третьего технологического уклада, который характеризуется использованием в промышленном производстве электроэнергии, как основного источника энергии, развитием тяжелого машиностроения и электротехнической промышленности, приоритетном развитии химической промышленности. Проанализирована статистическая информация о состоянии развития машиностроения за последние 10 лет. Определены факторы, которые влияют на место украинской*

промышленности в международном разделении труда. Отдельно охарактеризованы экономические факторы, которые влияют на уровень развития машиностроения. Для машиностроения основным фактором является зависимость многих отраслей промышленности от ресурсов и энергии, которая поставляется из стран СНГ. Определены условия модернизации современной экономики и машиностроительной отрасли и перехода к новой концепции неоиндустриализма.

**Ключевые слова:** машиностроительная отрасль, неоиндустриализация, технологический уклад, факторы развития машиностроения.

*In the article the level of development of machine-building industry is considered in the conditions of new industrial politics - neoindustrialization. Analysed technological mode of the Ukrainian economy, and prospects of her development. It is educed that the Ukrainian economy is at the level of development of the third technological mode, that is characterized by the use in the industrial production of electric power, development of heavy engineering and electrical engineering industry, priority development of chemical industry. Statistical information is analysed on development of engineer status for 10 last year. Certain factors that influence into place of Ukrainian industry in the international division of labor. Economic factors that influence on the level of development of engineer are separately described. For an engineer a basic factor there is dependence of many industries of industry on resources and energy that is supplied from the countries of the CIS. Certain terms of modernization of modern economy and machine-building industry and passing are to new conception of neoindustrialization.*

**Keywords:** machine building, neoindustrializatsiya, technological structure, factors of engineering.

**Вступ.** За останнє десятиріччя розвиток української економіки перебуває у стані диспропорційних зрушень. Економічний розвиток країни залежить від появи нових факторів, які впливають на економічний уклад країни, таких як рівень глобалізації економіки, розширення комунікативного простору та її технологічний уклад.

Питання технологічного укладу країни пов'язано із розвитком галузей промисловості. В Україні саме машинобудування є досить розгалуженою сферою економіки. Історично склалася така ситуація, що машинобудування з часів СРСР розвивалося дуже стрімко на базі української економіки. Тому, в умовах реформування економіки України постає питання модернізації промисловості, як базису технологічного укладу країни. З особливою гостротою ця проблематика стає в умовах переходу ряду розвинених країн до нової концепції промислового розвитку – неоіндустріалізації.

Згідно з державною програмою активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки, були запропоновані напрямки розвитку машинобудування за рахунок впровадження політики імпортозаміщення. Розвиток внутрішнього ринку держави визначає стан економічного та технологічного розвитку країни та значною мірою залежить від повноцінного функціонування промисловості. Володіючи потужним інтелектуальним і технологічним потенціалом, промисловість є тим фундаментом, основою розвитку не тільки внутрішнього ринку України, але й розширенням зовнішнього. Саме тому, відповідно до Програми економічних реформ на 2010-2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» від 02.06.2010 р. [4] сформовано принципи та етапи довгострокового економічного зростання на основі реформування та модернізації економічної політики у державі та функціонування й розвитку її системи. Одним з основних організаційно-економічних заходів проведення цих реформ повинна стати модернізація та технологічне оновлення машинобудівельної галузі України, що сприятиме поживленню в економіці.

**Постановка завдання.** Метою статті є аналіз напрямків розвитку машинобудівної галузі України в умовах зміни технологічного укладу та переходу до неоіндустріалізації.

**Методологія.** Теоретичною основою дослідження є системний підхід до аналізу напрямків, які впливають на стратегічний розвиток підприємств машинобудівельної галузі в контексті зміни технологічного укладу та переходу до неоіндустріалізму.

**Результати дослідження.** В наукових працях багатьох українських вчених-економістів висвітлені проблеми модернізації промисловості. Наприклад, О. Амоша [1], В. Вишневський, Л. Збарзська [1] визначають, що розвиток економік провідних країн світу відповідає новому технологічному укладу – неоіндустріалізму.

Концепція неоіндустріалізму виникла, як наслідок розвитку інформаційної економіки та економіки знань. Більшість вчених прийшли до висновку, що інформація не може існувати відокремлено від виробничих процесів. Більш того, виробництва бере участь в створенні ВВП країни та є базовим елементом в його структурі.

Проведений аналіз показав, що в сьогоденні, машинобудування є основою економічного ус-

трою будь-якої країни. В сучасних умовах саме машинобудуванню належить важлива роль в прискоренні науково-технічного прогресу. Ця галузь економіки забезпечує засобами виробництва інші галузі економіки, тим самим сприяє оновленню та накопиченню капіталу. Капіталізація економіки тісно пов'язана з технологічним устроєм країни.

Як свідчать статистичні дані, в економічно розвинених країнах на частку машинобудування приходить від 30% до 50% від загального обсягу випуску промислової продукції. Так, частка машинобудування в Німеччині складає 53,6%, Японії – 51,5%, Англії – 39,6%, Італії – 36,4%, Китаї -35,2%, в США - 10%, в Росії – 18%. Це забезпечує технічне переобладнання всієї промисловості кожні 8-10 років. [5].

Якщо розглянути структуру економіки України за 1990-2011 рр., то стає очевидним, що частка промисловості складає 32%, на другому місці знаходиться сільське господарство (13%), а на третьому – транспорт (11%) (рис. 1).

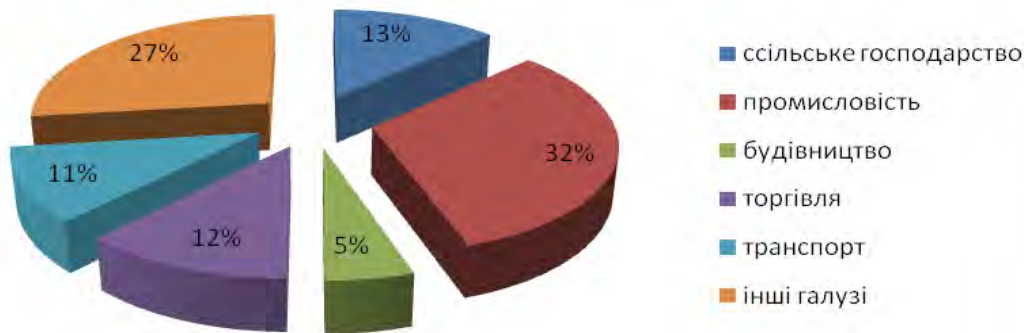


Рис. 1. Структура економіки України за 1990-2011 рр. за галузями [2]

Розглядаючи структуру зайнятості за галузями економіки за 2011 рік видно, що найбільша зайнятість спостерігається у готельно-ресторанному господарстві (24%), на другому місці знаходиться сільське та лісове господарство (17%), на третьому місці – промисловість (16%), торгівля займає четверте місце в цьому розподілі (12%). Інші сфери зайнятості мають низькі показники (рис.2.).

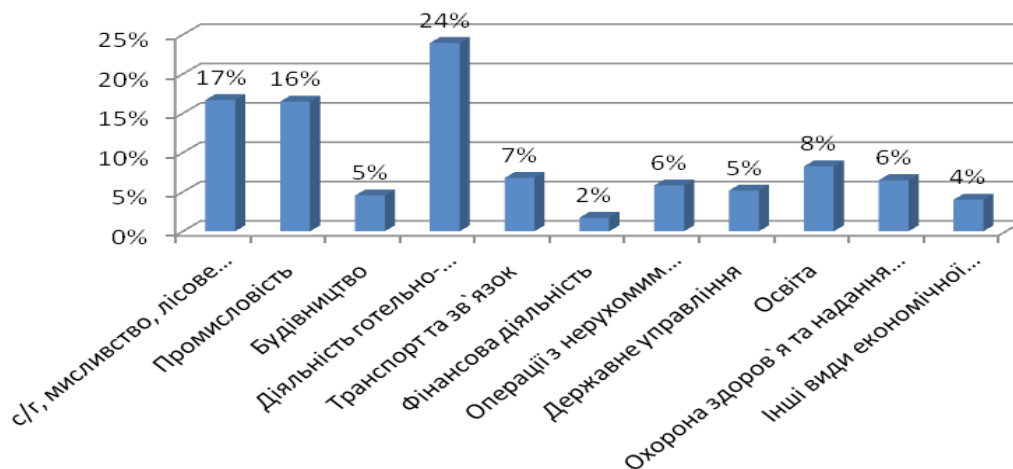


Рис. 2. Структура зайнятості за галузями економіки в Україні за 2011 рік згідно даних Держкомстату [2]

Статистична інформація свідчить про те, що в українській економіці спостерігається чітка спрямованість на промислове виробництво. В структурі економіки промисловість займає перше місце (32%), а за часткою зайнятості населення промисловість займає третє місце (16%). З представлених даних видно, що в економічному устрої спостерігається збереження базових галузей – сільського господарства та промисловості. При чому, ці галузі економіки вносять великий вклад в розвиток економіки, оскільки саме в них здійснюються інноваційні розробки із застосуванням нових технологій.

Необхідність в технологічних змінах проявляється тоді, коли попередній технологічний уклад повністю вичерпує свої можливості та постає перед переходом до нового. Тенденції, які притаманні сучасному економічному укладу позначаються на розвитку підприємств машинобудівного комплексу, що значною мірою відбувається на рівні конкурентоспроможності економіки країни.

Якщо розглянути технологічні уклади та їхній вплив на розвиток економіки, то стає очевидним, що стрімкий розвиток однієї галузі промисловості сприяв розвитку суміжних галузей.

В сьогоденні українська економіка знаходиться в третьому технологічному укладі, який базується на використанні в промисловому виробництві електроенергії, розвитку важкого машинобудування та електротехнічної промисловості, пріоритетному розвитку хімічної промисловості. Цей технологічний уклад сформувався у більшості розвинених країн світу в період 1880 по 1930 рр. та характеризувався освоєнням нових видів ресурсів та широким розповсюдженням радіозв'язку і телекомунікацій, масовим виробництвом автомобілів та літаків, кольорових металів, алюмінію, пластмас, товарів тривалого користування. Таким чином, українська економіка значно відстає від розвитку провідних країн світу з точки зору її матеріало-, ресурсо- та енергоємності. Все це відбувається на рівні конкурентоспроможності продукції українських виробників.

Статистичні дані також підтверджують те, що близько 58% виробленої продукції припадає на найнижчий – третій технологічний уклад (технології промисловості будівельних матеріалів, чорної металургії, суднобудування, обробки металу, легкої, деревообробної, целюлозно-паперової промисловості) та 38% - на четвертий технологічний уклад. За показником фінансування науково-технічних розробок склалася така ситуація: майже 70% коштів поглинає четвертий і лише 23% - п'ятий технологічний уклади. В технологічній частині капітальних вкладень 83% припадає на третій технологічний уклад і лише 10% - на четвертий [1].

Незважаючи на те, що українська економіка знаходиться в третьому технологічному укладі, в контексті орієнтації на концепцію неоіндустріалізації слід визначити напрямки промисловості, які є пріоритетними для країни та розвивати їх. При реалізації цієї мети важлива роль відводиться саме машинобудівній галузі, для розвитку якої в Україні є необхідний потенціал. Вектор розвитку машинобудівної галузі багато в чому залежить від місця країни в міжнародному розподілі праці. Місце України в міжнародному розподілі праці обумовлено особливостями розвитку її національної економіки та впливом світових процесів на неї, до яких можна віднести: рівень розвитку науково-технічного прогресу та впровадження інновацій; ступень впровадження системи трансферу технологій в базових галузях промисловості; структура попиту на світовому ринку на українські товари; проникнення транснаціональних корпорацій в українську економіку, які сприяють її капіталізації;

Серед перелічених факторів, можна відокремити найбільш значущі економічні фактори, які впливають на рівень розвитку машинобудування: конкурентоспроможність продукції машинобудівних підприємств на світових ринках, яка багато в чому залежить від ресурсо- та енергоємності виробництва; структура національної промисловості та її організаційний механізм; історичні особливості розвитку країни та місце її галузей промисловості в замкнутому технологічному циклі; залежність багатьох галузей промисловості від ресурсів та енергії, яка постачається з країн СНД; технологічний цикл багатьох галузей країни тісно пов'язаний з ринками збуту країн СНД; використання методів трансфертного ціноутворення при формуванні цін на продукцію багатьох підприємств машинобудівної галузі; особливості попиту на продукцію машинобудування, структура якого залежить від специфіки ринків збуту.

На сьогодні багатогалузевий машинобудівний комплекс - потужний сектор промисловості України, який об'єднує більше 11 тис. підприємств. Частка машинобудівної галузі в українській промисловості перевищує 11%, а його частка у ВВП країни складає близько 12% (рис.3.). В машинобудуванні зосереджена понад 15% вартості основних засобів, майже 6% оборотних активів вітчизняної промисловості та більше 22% загальної кількості найнятих робітників.

Машинобудівний комплекс України охоплює понад 20 спеціалізованих галузей, тобто практично усі галузі машинобудування. Залежно від того, на який ринок орієнтована продукція, яка випускається підприємствами машинобудівного комплексу, їх умовно можна об'єднати в 5 груп:

- група галузей інвестиційного машинобудування (важке машинобудування), розвиток яких визначається, передусім, інвестиційною активністю металургійного, будівельного, енергетичного і транспортно-технічного комплексів;

- група підприємств тракторного і сільськогосподарського машинобудування, машинобудування для переробних галузей АПК і підприємств легкої промисловості, залежних від платоспроможності сільгоспвиробників і переробників сільськогосподарської продукції, а також частково від попиту населення;

- залізничне машинобудування, яке спрямоване на задоволення попиту залізничного господарства країни;

- автомобільна промисловість, випуск продукції якої орієнтований на попит кінцевих споживачів (виробництво легкових автомобілів), а також на потреби підприємств, фірм і виконавчих органів влади (виробництво вантажівок і автобусів);

- електротехніка, приладобудування, верстатобудування - група наукомістких галузей, так званих комплектуючих, які розвиваються внаслідок за потребами всіх інших галузей промисловості, включаючи й саме машинобудування.



Рис. 3. Розподіл обсягів реалізованої промислової продукції України за видами діяльності в 2011 році [2]

Показники розвитку машинобудівельної галузі можуть бути виражені через індекси промислової продукції, які показують темп зростання її виробництва (рис.4.)

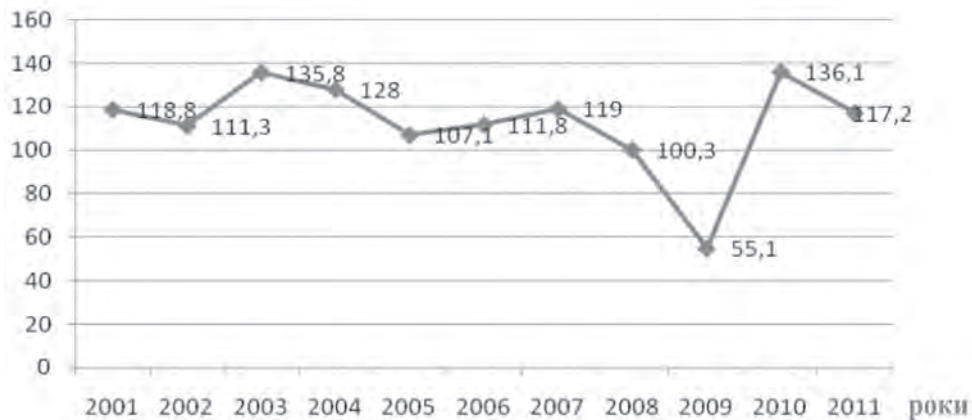


Рис.4. Індекси промислової продукції машинобудівельної галузі України

Видно, що індекси промислової продукції машинобудівельної галузі значно упали після кризи 2008 року. В 2009 році індекс склав 55,1% від попереднього 2008 року. Але, починаючи з 2010 року індекс почав стрімко зростати и склав 136,1% зростання. Повільне зростання індексу промислового розвитку спостерігається у 2011 році – 117,2% .

Якщо розглянути індекси промислової продукції машинобудування України за видами діяльності (таблиця), то видно, що галузями, які найбільш динамічно розвивалися за 2010-2011рр. були виробництво інших транспортних засобів (2010р. - 172%; 2011р. - 122,9%); на другому місці знаходиться виробництво транспортних засобів та устаткування (2010р. – 161,9%; 2011р. - 122,6%); на

третьому місці знаходиться виробництво автомобілів, причепів та напівпричепів (2010р. – 123,8%; 2011р. – 121,5%).

Таблиця 1

**Індекси промислової продукції машинобудівельної галузі України за видами діяльності (у % до попереднього року)**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Машинобудування, всього, в т.ч.:	111,3	135,8	128	107,1	111,8	119	100,3	55,1	136,1	117,2
виробництво машин та устаткування	100,4	121,4	118,9	112,2	102,9	103	98,2	62,4	121,1	112,5
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	108,1	119,2	149,3	90,8	110,7	129,1	93,2	71,8	124,2	114,7
виробництво транспортних засобів та устаткування	129,6	162,1	124,6	112,4	119,1	130	105,7	42,1	161,9	122,6
виробництво автомобілів, причепів та напівпричепів	123,3	219,2	163,3	122,8	136,6	142,5	107,4	19,2	123,8	121,5
виробництво інших транспортних засобів	131,5	145,1	106,8	104,4	105	121,2	104,3	61,3	172	122,9
виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	101,1	104,7	98,9	102,9	106,7	102,3	98,2	88,9	109,5	105,3

Вищеперелічені галузі машинобудування динамічно розвиваються за рахунок орієнтації на внутрішній ринок. Таким чином, в Україні є можливості, які можна використовувати для розвитку інших галузей машинобудівельного комплексу. Для їх виявлення необхідно проводити дослідження структури попиту на її продукцію на внутрішньому та зовнішньому ринках та впроваджувати програму поступової модернізації основних фондів з метою виробництва конкурентоспроможної продукції, орієнтованої на задоволення попиту. Крім того, виникає необхідність у дослідженні структури ціни та калькуляції сировини і матеріалів, необхідних для випуску продукції машинобудування з метою пошуку таких ресурсів, які сприятимуть скороченню енергоємності та ресурсоємності виробництва.

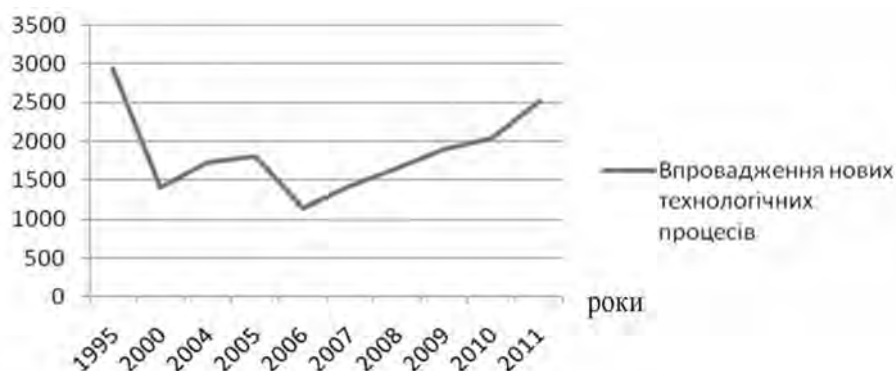


Рис. 4. Рівень впровадження нових технологічних процесів в економіці України за період з 1995 по 2011 рр [6]

Однією з головних умов модернізації сучасної економіки та машинобудівельної галузі й переходу до нової концепції неоіндустріалізму повинна стати інноваційна діяльність. Як показує досвід розвинених країн світу, джерелом постійних інноваційних ініціатив є наукомістке машинобудування. Саме тому структура машинобудівного виробництва США, Німеччини, Японії, Англії характеризується переважанням частки наукомісткого виробництва [5]. В Україні інноваційна політика промислових підприємств має тенденцію до поживлення, починаючи з 2006 року. На рис.4. представлено рівень впровадження нових технологічних процесів в економіці України. Як видно з рисунку, ця тенденція має циклічний характер.

Якщо в 2008 кількість підприємств, впроваджували інновації складала 1160, то вже у 2011 році їх кількість зросла до 1327, тобто темп зростання склав 114%. При чому, відсоток підприємств, які впроваджували технологічні процеси зріс до показника 45,6% в 2011 році. В тому числі підприємства, які впроваджували маловідходні та ресурсозберігаючі технології склали 18,1%; підприємства, які освоювали виробництво інноваційної продукції у 2011 році складають 55,1% від загальної кількості підприємств-новаторів. З них відсоток тих, хто освоював нові види техніки складає 16,4%. Таким чином, за останні п'ять років спостерігається загальна тенденція щодо інноваційної активності промислових підприємств в Україні [6].

На рис.5. представлено структуру промислових підприємств за видами інноваційної діяльності за 2011 рік.

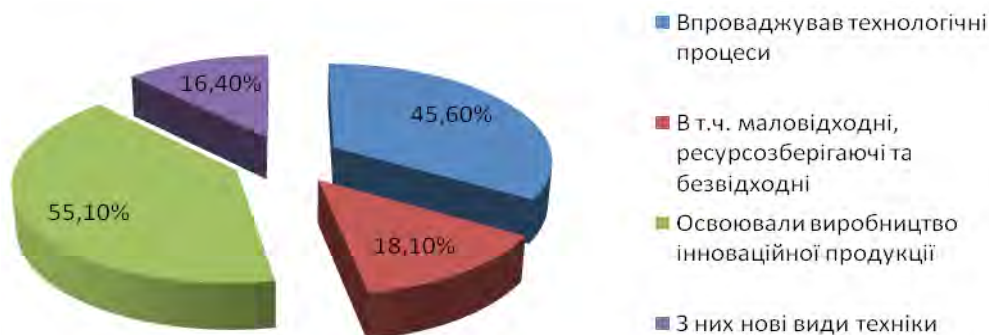


Рис.5. Структура промислових підприємств за видами інноваційної діяльності з 2011 рік [6]

Складність сучасних технологій і створення на їх базі сучасного наукомісткого продукту вимагають концентрації фінансового і інтелектуального капіталу. В рамках однієї країни неможливо створити весь відтворюючий технологічний ланцюжок. Тому розробка і виробництво сучасного наукомісткого продукту перейшли національні межі та призвели до створення великих транснаціональних корпорацій.

В сьогоднішній невелика кількість найбільших транснаціональних структур володіє більшою половиною світового виробництва наукомісткої продукції. Саме тому змінилося поняття ринку і конкуренції на ринку.

Конкурентоспроможність на сучасному етапі означає, передусім, здатність зайняти місце у відтворюючому транснаціональному ланцюжку і утримувати його при всіх її модифікаціях. Поняття «внутрішнього ринку» стає відсутнім. Наукомісткий продукт, який створюється, і світ економіки нині є складним переплетенням національно-державних економічних просторів і транснаціональних економічних структур.

В таких реаліях умовою національної конкурентоспроможності є наявність потужних національних виробничих науково-технічних структур, здатних вбудуватися в конфігурацію міжнародних виробничих зв'язків.

В Україні сьогодні такі підприємства відсутні, українська економіка залишається в стороні від світового технічного прогресу, випускаючи багато видів продукції на практично неконкурентоспроможних зразках виробничих потужностей.

В Україні потрібно налагоджувати систему наукових досліджень та науковий потенціал для вирішення проблем промислового розвитку машинобудівельної галузі економіки країни.

Наприклад, в США щорічно на наукові дослідження в машинобудуванні витрачається в середньому 2-2,5% ВВП, в країнах Євросоюзу - близько 3% ВВП. В Україні ця цифра обчислюється всього декількома десятками мільйонів доларів.

**Висновки.** Підводячи підсумок всьому вищесказаному, можна відмітити, що за останні 10 років трансформації економіки в машинобудівному комплексі країни спостерігається скорочення виробничого потенціалу та частки продукції машинобудування в промисловому виробництві України. З особливою гостротою ця тенденція проявилася після кризи 2008 року. Але, за останні роки, машинобудівельна галузі поступово налагоджує свою діяльність.

Подальший розвиток машинобудівельної галузі України повинен базуватися на активній інноваційній політиці та залученні інвестицій. В сьогоденні амортизаційних знос основних фондів машинобудівельної галузі складає близько 70%. Через нестачу фінансових ресурсів дуже повільно вирішуються проблеми відновлення виробничого потенціалу галузі на основі використання інноваційних технологій і реалізації вітчизняних наукових розробок, подальшої зміни структури товарного виробництва і розвитку наукомісткого машинобудування, забезпечення конкурентоспроможності кінцевої продукції.

В зв'язку з цим уряд України повинен докласти максимальні зусилля для стимулювання інвестиційної діяльності машинобудівників. Необхідно надати підприємствам всілякі податкові пільги на проведення масштабних проектів з модернізації виробничих потужностей. Необхідно вирішити питання з відшкодуванням ПДВ. Машинобудування - це тривалі контракти, замовлення може виконуватися впродовж 6-18 місяців. При отриманні передоплати держава відразу вилучає з обороту 20% від нього у вигляді ПДВ. Відшкодування ПДВ, у кращому разі, відбувається після виконання замовлення. Таким чином, ця обставина посилює катастрофічну ситуацію з дефіцитом обігових коштів.

Одним з перспективних напрямків розвитку машинобудівельної галузі промисловості та стимулювання розвитку виробництва його продукції, необхідно забезпечити вітчизняних виробників державними замовленнями, в тому числі й на інноваційну продукцію. Стимулювати розвиток машинобудування мають також науковці. В цьому напрямку слід збільшити фінансування вітчизняної науки та наукових досліджень в галузі машинобудування. Саме ці напрямки та перспективні вектори мають забезпечити конкурентоспроможність машинобудівельного комплексу України перехід промисловості країни до впровадження нової промислової політики - неоіндустріалізації.

#### Література :

1. Амоша О.І. Перспективи неоіндустріальної трансформації економіки України та Донбасу // Амоша О.І., Чумаченко М.Г., Ляшенко В.І. // Структурні реформи і трансформації в промисловості: перспективи і пріоритети: тези доповідей і повідомлень Міжнародної науково-практичної конференції (Донецьк, 17 грудня 2010р.) / НАН України, Інститут економіки промисловості – Донецьк, 2010. –с. 3-6
2. Статистичний щорічник України за 2011 рік [Текст]/ За ред. О.Г. Осауленка. – Київ: «Август Трейд», 2012 – 559 с. ISBN 978-966-2224-36-8
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Постанова КМУ від 27 лютого 2013 р. № 187 Про затвердження Державної програми активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки {із змінами, внесеними згідно з Постановою КМ № 459 від 03.07.2013}
5. Машиностроение Украины: текущие тенденции // Минпром. Информационное агентство. [Электронный ресурс] - Режим доступу: <http://minprom.ua/page2/news755.html>
6. Чукурна О.П. Вплив економічних процесів в Україні на розвиток теорії маркетингу // Science and Education a New Dimension: Humanities and Social Science. 2013, Vol. 6. – p. 137-143. -ISSN 2308 -1996 – Режим доступу в Інтернеті <http://seanewdim.com/published-issues.html>



# ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

УДК 658:65.012.8

Петровська І.П.

Національний технічний університет України «КПІ»

## ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ

## НАЛОГОВОЕ СТИМУЛИРОВАНИЕ КАК ФАКТОР АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОБЛАСТИ

## TAX INCENTIVES AS A FACTOR OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF ENGINEERING INDUSTRY

У статті розглянуто інструменти системи державного стимулювання інноваційних процесів машинобудування в сучасних нестабільних політично-економічних умовах. Досліджено вплив податкового стимулювання на активізацію інноваційної діяльності в машинобудуванні України. Обґрунтовано недостатнє використання державою фінансових інструментів прямої та непрямої дії для підтримки інноваційних процесів у галузі. На основі опрацювання статистичних даних емпірично встановлено наявність зв'язку між державними фінансовими стимулами непрямої дії та величиною інноваційних витрат, а також між державними фінансовими стимулами і обсягом інноваційної продукції. Автором проведено комплексний аналіз впливу податкових пільг на динаміку інноваційних витрат машинобудування. Крім того, визначено залежність темпу приросту інноваційних витрат галузі від величини зменшення бази оподаткування та втрати бюджету внаслідок додаткового списання інноваційних витрат в машинобудуванні. Встановлені залежності надають можливість кількісно обґрунтувати майбутні результати фінансової складової державної інноваційної політики у машинобудуванні. На основі проведеного порівняльного аналізу, визначено, що застосування податкового стимулювання інноваційних процесів у машинобудуванні слід використати в рамках державної інноваційної політики.

**Ключові слова:** податкове стимулювання, інноваційна діяльність, податкові пільги, єдиний соціальний внесок, підприємництво, машинобудування.

В статье рассмотрены, инструменты системы государственного стимулирования инновационных процессов машиностроения в современных нестабильных политико-экономических условиях. Исследовано влияние налогового стимулирования на активизацию инновационной деятельности в машиностроении Украины. Обосновано недостаточное использование государством финансовых инструментов непрямого действия для поддержки инновационных процессов в отрасли. На основе обработки статистических данных эмпирически установлено наличие связи между государственными финансовыми стимулами прямого и непрямого действия и величиной инновационных затрат, а также между государственными финансовыми стимулами и объемом инновационной продукции. Автором проведен комплексный анализ влияния налоговых льгот на динамику инновационных затрат машиностроением. Кроме того, определена зависимость темпа

прироста инновационных затрат отрасли от величины уменьшения базы налогообложения и потери бюджета вследствие дополнительного списания инновационных затрат в машиностроении. Установлены, зависимости предоставляют возможность количественно обосновать будущие результаты финансовой государственной инновационной политики в машиностроении. На основе проведенного сравнительного анализа, определено, что применение налогового стимулирования инновационных процессов в машиностроении следует использовать в рамках государственной инновационной политики.

**Ключевые слова:** налоговое стимулирование, инновационная деятельность, налоговые льготы, единственный социальный взнос, предпринимательство, машиностроение.

*The article deals with the tools of state stimulation of innovation processes machine-building enterprises in today's fragile political and economic conditions. The effect of tax incentives on enhancing innovation in engineering Ukraine. Reasonably insufficient use state financial instruments for indirect support of innovation processes in the industry. On the basis of statistical data empirically established the link between government financial incentives of direct and indirect action and value innovation costs, as well as between state financial incentives and the amount of product innovation. The author conducted a comprehensive analysis of the impact of tax incentives on the dynamics of innovation expenditures engineering enterprises. In addition, the dependence rate of growth of industry innovation costs on the size reduction of the tax base and revenue losses due to additional write-off costs of innovation in engineering enterprises. The dependencies make it possible to quantify future results substantiate the financial component of the state innovation policy in mechanical engineering enterprises. Based on the comparative analysis, determined that the use of tax incentives for innovation processes in engineering enterprises should be used within the state innovation policy.*

**Keywords:** tax stimulation, innovative activity, tax deductions, unique social payment, enterprise, engineering enterprises.

**Вступ.** Досвід розвитку інноваційних процесів в економіці України свідчить про неієздатність ринкового саморегулювання, високу ризиковість освоєння та впровадження інновацій у виробництво. Причинами цього є те що інноваційні процеси потребують значних залучень фінансових ресурсів, а це є стримуючим фактором для більшості промислових підприємств. Від масштабів та результативності інноваційної діяльності залежить рівень конкурентоспроможності національної економіки, що є підґрунтям для забезпечення сталого економічного розвитку України. Тому, одним з пріоритетних завдань є формування державної інноваційної політики у сфері управління інноваційним розвитком використовуючи інструменти фінансової підтримки. Актуальність даного напрямку дослідження зумовлена обґрунтуванням макроекономічної доцільності застосування фінансових інструментів державного стимулювання інноваційним процесами.

На сьогодні фахівцями все більше наголошується на необхідності державного регулювання інноваційних процесів [1, 2, 3, 9, 10, 11]. Існують розбіжності щодо ступеня втручання держави у ринкові процеси в сфері інноваційної діяльності, однак більшість фахівців одностайні в тому, що держава не повинна залишати інноваційні процеси поза увагою.

З огляду на це, дана стаття присвячена визначенню найбільш ефективних інструментів державного стимулювання активізації інноваційної діяльності, зокрема для машинобудівних підприємств. Обрана тема дослідження потребує детального вивчення та розгляду і вона є актуальною на сучасному етапі трансформації економіки України та має теоретичну і практичну цінність.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є обґрунтування доцільності застосування в державній інноваційній політиці податкових стимулів для активізації інноваційної діяльності в машинобудуванні. До наукових завдань у роботі віднесено оцінювання впливу податкових пільг на інноваційно-економічний стан машинобудування в цілому.

**Методологія.** Дослідження ґрунтується на аналізі фактичного матеріалу, статистичних даних, робіт вітчизняних та іноземних учених. У процесі дослідження використано методи аналізу, прогнозування та узагальнення отриманої інформації.

**Результати дослідження.** Причин, які зумовлюють необхідність державного регулювання інноваційних процесів достатньо багато, основні з них достатньо глибоко розглянуті в науковій літературі [3, 17]. Над проблематикою застосування окремих фінансових інструментів у контексті активізації інноваційної діяльності працювали такі вчені, як: В.Александрова, Ю. Бажал, А. Гальчинський, В. Геєць, В. Дергачова, Л. Довгань, В. Паєнтко Т.В., Семиноженко В.П., Соколовська А.М., Яловий Г.К. та інші. Разом з тим, динамічні умови глобалізації та розвиток інноваційної діяльності, як визна-

чального фактору підвищення конкурентоспроможності економіки вимагає узагальнення досвіду розвинених країн щодо використання фінансових інструментів з метою застосування окремих аспектів в межах діючої державної інноваційної політики (ДІП) в Україні. Всі фінансові інструменти в рамках ДІП можна віднести або до інструментів непрямої або прямої дії. Необхідно визначити, за яких умов більш ефективними є інструменти непрямої дії (фіскальні), які діють на всіх суб'єктів, що займаються інноваційною діяльністю, а за яких - прямої (цільове субсидування), які застосовуються вибірково. Сучасний стан державного фінансування інноваційної діяльності в Україні характеризується: нестабільністю законодавчого забезпечення фінансової підтримки інноваційної діяльності; призупиненням стимулюючих норм дії окремих статей чинних законів, зокрема у ЗУ «Про інноваційну діяльність» скасовано ст.17, яка передбачала надання державою безвідсоткового кредитування пріоритетним інноваційним проектам, призупинено дію ст. 21 та 22 про надання пільгового оподаткування суб'єктам інноваційної діяльності, звільнення від мита та сплати податку на додану вартість; відсутністю фінансової підтримки з державного бюджету (В Україні законодавчо встановлено, що бюджетні витрати на наукові дослідження мають бути не меншими за 1,7 % ВВП [5]. Однак насправді з 2009 року і до тепер дана сума фінансування інноваційної діяльності в Україні з державного бюджету не перевищувала 0,5 % ВВП. Для порівняння у інноваційно-активних країнах світу дана сума сягає вище 3% [8, 9]). Така непослідовність надання та відміна податкових пільг, недофінансування інноваційної діяльності призводить до зменшення податкових надходжень до бюджету та гальмує інноваційну діяльність.

Якщо звернутись до світового досвіду щодо активізації інноваційної діяльності, то найбільш поширеними є інструменти непрямої дії, а саме, пільгове оподаткування на суму інноваційних витрат та зменшення податкових зобов'язань податку на прибуток (податковий кредит), які відіграють важливу стимулюючу роль інноваційного зростання.

Задля подолання технологічних відставань та для забезпечення конкурентоспроможності української економіки за рахунок превалювання інноваційної складової, автор у даному дослідженні приділяє увагу одному з інструментів непрямої дії а саме, податковому стимулюванню інноваційної діяльності. На особливу увагу на наш погляд, заслуговує дослідження доцільності застосування пільгового оподаткування для активізації інноваційних процесів у машинобудівній галузі за сучасних умов трансформації економіки України.

Слід відмітити, що інновації дають віддачу у майбутньому, а витрати на проведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських розробок (НДДКР) та впровадження інновацій необхідно здійснити в поточному періоді. Підприємство, витрачаючи кошти на НДДКР, сподівається, що в майбутньому за рахунок інновацій зміцнить свої ринкові позиції та отримає додатковий прибуток. Це нормальний ринковий механізм мотивації бізнесу до здійснення інновацій (за його дії промисловий сектор в США, Японії, інших розвинених країнах самостійно без держави виділяє кошти на науково-дослідні роботи, впровадження інновацій тощо). Проведене в рамках проекту Європейського Союзу «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні» виявлення перешкод для активізації інноваційних процесів на промислових підприємствах показало, що головним чинником, який перешкоджає інноваційній активності підприємств є дефіцит власного капіталу [7].

За таких умов, для машинобудування ринковий механізм стимулювання інновацій потенційно лишається, але він набуває другорядного значення. Основну частку ресурсів підприємства вимушені витрачати на поточні потреби, а не на інновації, результат від яких очікується в майбутньому. Утворюється своєрідна «пастка ринкового блокування інноваційного розвитку». Неспроможність здійснити інновації у поточному періоді зумовить те, що і в майбутньому машинобудування буде у такій же ситуації «виживання».

Варто звернути увагу на те, що зменшення та майже повна відмова від податкового стимулювання інноваційної діяльності машинобудівних підприємств слід визнати хибною. Податкові пільги для інноваційних підприємств машинобудівної галузі потрібно не відмінати, а реформувати, систематизувати, впорядковувати та розраховувати їх економічний ефект [4].

За формою впливу на інноваційну діяльність податкове стимулювання належить до непрямих методів державного управління, а його сутність полягає у відмові держави від частини податкових надходжень в обмін на зростання обсягу інноваційної продукції з урахуванням визначених державою пріоритетів [3].

Однак, щоб застосовувати непряме стимулювання інноваційної діяльності в машинобудуванні, доцільно провести порівняльний аналіз ефективності застосування податкового стимулювання інноваційних процесів у машинобудуванні, які можуть бути використані в рамках державної інноваційної політики. Якщо розрахувати питому вагу підприємств машинобудування, які проводили нау-

ково-дослідні розробки (НДР), та підприємств, в яких інноваційна діяльність спрямована на придбання нового обладнання, то тенденція в зміні їх співвідношення – негативна (рис. 1).

Як бачимо з рис. 1, майже 60% інноваційно-активних машинобудівних підприємств не здійснювали власні НДР, а просто придбали нове обладнання та інші зовнішні знання. Частка машинобудівних підприємств, які дійсно проводять НДР є меншою. Майже 54% тих машинобудівних підприємств, які визначаються в Україні як інноваційні, в реальності інновації не продукують, але здійснюють діяльність в рамках стратегічних пріоритетів інноваційного розвитку, обмежуючись лише придбанням нового устаткування.

Зрозуміло, що придбання нового обладнання інших виробників є звичайною практикою для всіх підприємств, однак в умовах обмеженості державних ресурсів, які спрямовуються на підтримку інноваційних процесів, на нашу думку, доцільно було б диференціювати її для тих підприємств, які самі продукують інновації, та тих, які займаються придбанням їх в інших підприємств [7].



Рис. 1. Питома вага машинобудівних підприємств, що проводили НДР та придбали нове обладнання в інноваційних підприємствах машинобудування

Джерело: розраховано та побудовано автором згідно [14]

Отже, в рамках ДІП доцільно запровадити додаткові інструменти фінансової підтримки інноваційно-активним підприємствам машинобудування. Автор погоджується з думкою науковців [8, 11, 13, 16, 17], які у своїх роботах відмітили, що у великих компаніях завжди є проекти, які знаходяться на етапі масового випуску інноваційної продукції і проекти, які знаходяться на стадії науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок.

В силу цього, для великих машинобудівних підприємств доцільним є податкове стимулювання через змінні податки. Під змінними податками розуміємо суму від якої залежить прибуток або обсяг реалізації продукції. Такий поділ є важливим, виходячи з того, що, на нашу думку, податкове стимулювання інноваційної діяльності буде ефективним тоді, коли пільги надаватимуться за значимими для підприємства на даному етапі податками.

Оцінимо економічні ефекти податкових стимулів активізації інноваційної діяльності в машинобудуванні, а саме: ефект прямого впливу податкових пільг на приріст інноваційних витрат комерційних фірм; ефект впливу податкових пільг на інноваційну поведінку фірм – збільшення питомої ваги інноваційної продукції, зміни в напрямках та методах здійснення інновацій.

Серед науковців [1, 2, 8, 10, 17] поширена думка щодо позитивного впливу податкових пільг на динаміку інноваційних витрат. Найпоширенішим видом пільг є додаткове зменшення бази оподаткування податком на прибуток на певну частку від інноваційних витрат.

Скористаємось світовим досвідом для визначення оцінок впливу розміру податкових пільг на динаміку інноваційних витрат (табл. 1.).

Як бачимо з таблиці 1, кожна одиниця витрат бюджету внаслідок податкових пільг зумовлює зростання інноваційних витрат підприємств на величину більшу за одиницю. Середнє значення коефіцієнта зростання інноваційних витрат за рахунок податкових пільг рівне 1,45. В таблиці 2 наведено розраховані темпи приросту інноваційних витрат у машинобудуванні у випадку додаткового зменшення бази оподаткування на прибуток підприємств у відсотках від здійснених інноваційних витрат.

Таблиця 1

**Додаткові витрати комерційних структур  
на інноваційну діяльність внаслідок дії податкових стимулів**

Країна	Коефіцієнт зростання інноваційних витрат на кожен грошову одиницю податкових пільг
Канада (1997)	1,38
Канада (2007)	1,11
Австралія (2008)	0,5-0,9
Франція (2004)	1,8
Нідерланди	6,4-3,5 (для малих підприємств) 1,02-0,37 (для великих підприємств)
Норвегія (2008)	1,3-2,9

Джерело: складено автором згідно [12]

Таблиця 2

**Прогнозна ефективність податкового стимулювання  
інноваційної активності машинобудівної галузі України**

№	Показники	Зменшення бази оподаткованого прибутку на суму інноваційних витрат, %									
		10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
1	Недоотримання коштів бюджетом, млн. грн.	49,3	98,5	147,8	197,1	246,3	295,6	344,9	394,1	443,4	492,7
2	Очікуваний приріст інноваційних витрат, млн. грн.	71,4	142,9	214,3	285,7	357,2	428,6	500,0	571,5	642,9	714,4
3	Приріст інноваційних витрат по галузі, % (база 2012 рік)	2,3	4,6	7,0	9,3	11,6	13,9	16,2	18,6	20,9	23,2

Джерело: розраховано автором згідно даних [14]

В даній таблиці 2 недоотримання коштів бюджетом розраховувалося, як:

$$V_b = \frac{V_{in}}{100\%} \cdot k \cdot 0,18 \quad (1)$$

де,  $V_b$  - величина бюджетних витрат внаслідок недоотримання податку на прибуток, млн. грн.;  $V_{in}$  - витрати на інновації (для розрахунку використані в якості базового рівня інноваційні витрати машинобудівної галузі за 2012 рік [14]), млн. грн.;  $k$  - коефіцієнт додаткової величини, на яку зменшується база оподаткування у відсотках від величини витрат на інновації; 0,18 - ставка податку на прибуток, яка є прогнозом (згідно з Податкового кодексу ставка податку на прибуток підприємств в перехідний період з 2014 року становить 18% [15]).

Очікуваний приріст інноваційних витрат розраховувався як добуток  $V_b$  на 1,45. Темп приросту розраховувався відносно рівня інноваційних витрат по машинобудуванню за 2012 рік [14].

Розрахунки в таблиці 2 базуються на тому, що в результаті зменшення бази оподаткування буде зменшуватися податок на прибуток. Потрібно врахувати, що згідно діючого законодавства з бази оподаткування податком на прибуток підприємств виключаються витрати на інноваційну діяльність у повному обсязі.

Згідно даних розрахунків, наведених у таблиці 2, графічна залежність темпу приросту інноваційних витрат у машинобудівній галузі за умов зменшення оподаткованого прибутку матиме наступний вигляд (рис. 2.).

Втрати бюджету внаслідок додаткового списання інноваційних витрат з бази оподаткування податком на прибуток підприємств наведені в таблиці 3.

Аналізуючи результати подані в таблиці 3 можемо зробити висновок, що втрати бюджету від надання податкових пільг у вигляді додаткового списання інноваційних витрат з бази оподаткування не зумовляють суттєвих бюджетних втрат. Результати отриманих значень ще раз довели, що зростання обсягів інноваційної продукції приводить до збільшення суми податкових надходжень. Саме податкове стимулювання стає економічно вигідним, як для суб'єктів інноваційної діяльності, так і для держави.

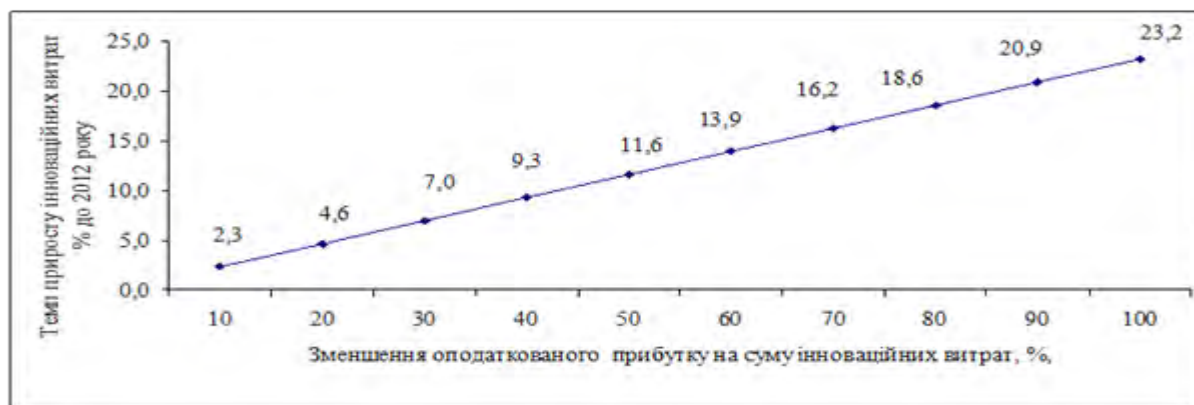


Рис. 2. Темп приросту інноваційних витрат машинобудування в залежності від додаткового зменшення бази оподаткування на частку від інноваційних витрат  
Джерело: побудовано автором згідно даних табл. 2

Таблиця 3

### Прогнозні втрати бюджету внаслідок надання додаткових пільг машинобудівній галузі

Показники	Зменшення бази оподаткованого прибутку, %									
	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100
Інноваційні витрати залишаються на рівні 2012 року										
Недоотримання коштів бюджетом, млн. грн.	49	99	148	197	246	296	345	394	443	493
у % до податку на прибуток в економіці України	0,07	0,15	0,22	0,29	0,37	0,44	0,51	0,59	0,66	0,73
у % від заборгованості по податку на прибуток в економіці України	0,37	0,74	1,11	1,48	1,85	2,22	2,59	2,96	3,33	3,70
Інноваційні витрати зростають на 10% у порівнянні з 2012 роком										
Недоотримання коштів бюджетом, млн. грн.	54	108	163	217	271	325	379	434	488	542
у % до податку на прибуток в економіці України	0,08	0,16	0,24	0,32	0,40	0,48	0,56	0,64	0,72	0,80
у % від заборгованості по податку на прибуток в економіці України	0,41	0,81	1,22	1,63	2,04	2,44	2,85	3,26	3,66	4,07
Інноваційні витрати зростають на 50% у порівнянні з 2012 роком										
Недоотримання коштів бюджетом, млн. грн.	74	148	222	296	369	443	517	591	665	739
у % до податку на прибуток в економіці України	0,11	0,22	0,33	0,44	0,55	0,66	0,77	0,88	0,99	1,10
у % від заборгованості по податку на прибуток в економіці України	0,56	1,11	1,67	2,22	2,78	3,33	3,89	4,44	5,00	5,55

Джерело: розраховано автором згідно даних [11] та таблиці 2

**Висновки.** Таким чином на основі проведеного дослідження можна зробити висновки про те, що важливою проблемою при розробці державної інноваційної політики є вибір фінансових інструментів стимулювання інноваційного процесу. Визначено, що державі необхідно доповнити ринкові стимули до фінансування інновацій додатковими заходами для стимулювання інноваційної-активності підприємств. Кожна одиниця втрат бюджету внаслідок податкових пільг зумовлює зростання

інноваційних витрат підприємств на більшу величину.

Найпоширенішим видом пільг є додаткове зменшення бази оподаткування податком на прибуток на певну частку від інноваційних витрат. На основі статистичного дослідження взаємозв'язків між зростанням обсягів інноваційної продукції в машинобудуванні та обсягами державного фінансування та величиною податкових пільг, виявлено, що: 1) зменшення ставки податку на прибуток еквівалентно наданню пільг, що зумовлює зростання інноваційних витрат в галузі та виробництва інноваційної продукції; 2) зростання інноваційних витрат на 20%, потребує додатково зменшувати бази оподаткування на прибуток підприємств на 90%. Якщо додаткове зменшення бази оподаткування становитиме 30% то очікуваний темп зростання інноваційних витрат по галузі буде 7%; 3) втрати бюджету від надання податкових пільг у вигляді додаткового списання інноваційних витрат з бази оподаткування не зумовляють суттєвих бюджетних втрат.

Науковою новизною дослідження є обґрунтування доцільності впровадження державою податкових стимулів для активізації інноваційної діяльності в машинобудуванні, що дає змогу в рамках діючої державної інноваційної політики та прийнятих нормативно-правових актів внести поправки у діючу систему стимулюючих інструментів для інноваційно-активних підприємств, що призведе до поліпшення подальшого функціонування даних суб'єктів господарювання за сучасних ринкових умов.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає в тому, що за результатами проведеного дослідження сформульовано ряд висновків, які дозволяють активізувати інноваційний розвиток машинобудівних підприємств. Отриманий теоретичний доробок може бути корисним підґрунтям для подальших теоретичних та практичних досліджень в даному напрямку.

Перспективи подальших наукових розробок за даним напрямом полягають у проведенні поглибленого комплексного впровадження фінансових інструментів прямої та непрямої дії в рамках діючої державної інноваційної політики України.

#### Література:

1. Бова Т. В. Державна інноваційно-інвестиційна політика України: теорія, методологія, напрями розвитку: монографія / Т. В. Бова. - Донецьк : Юго-Восток, 2011. - 450 с.
2. Дем'янюк О.Б. Податкові важелі стимулювання інноваційної діяльності / О.Б. Дем'янюк // Інноваційна економіка. – 2010. - № 2. – С. 241-245.
3. Діба В.М., Никифоров А.Є., Парнюк В.О. Податкове стимулювання інноваційної діяльності/ В.М.Діба, П.Є. Никифоров, В.О.Парнюк // Фінанси України. – 2009. - №5. - С. 78-86.
4. Емельянов С.В. США: государственная политика стабилизации инновационной конкурентоспособности американских производителей. [Електронний ресурс] / С.В. Емельянов – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/press/management/2002-3/08.shtml>
5. Закон України "Про наукову і науково-технічну діяльність". [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
6. Закон України Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо ставок окремих податків та податкових пільг». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/713-18>
7. Знаменський І.О. Необхідність державного регулювання інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / І.О. Знаменський // Науковий вісник Академії муніципального управління. Сер. «Економіка». - 2009. - № 6. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvamu\\_ekon/2009\\_6/36.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009_6/36.pdf)
8. Иванова Н. Инновационная сфера: Итоги столетия/Н. Иванова//Мировая экономика и международные отношения. – 2001. - № 8. – С. 22 - 34.
9. Інноваційна політика: Європейський досвід та рекомендації для України. – Том 1. – Ключові особливості інноваційної політики в якості основи для розробки заходів сприяння інноваціям, що спрямовують Україну до заснованої на знаннях конкурентоспроможної економіки – порівняння ситуацій в ЄС та Україні. Проект ЄС «Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні». – К.: Фенікс, 2011. – 214 с.
10. Крамський Д.Ю. Формування стратегій інноваційного розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Д.Ю. Крамський // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. - 2011. - №8. - Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2011\\_8/stati/82011\\_33.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcpi/TPtEV/2011_8/stati/82011_33.pdf)
11. Кризська Р. Ю. Механізми державного регулювання інвестиційно-інноваційних процесів в Україні : автореф. дис. канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / Р. Ю. Кризська; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. - К., 2012. - 20 с.
12. Налоговое стимулирование инновационных процессов [Електронний ресурс] / Отв. ред. – Н.И. Иванова. – М.: ИМЭМО РАН, 2009. – 160 с. - Режим доступу: <http://www.imemo.ru/ru/publ/2009/09036.pdf>
13. Немець Л. До питання функціонування технопарків у світі і в Україні /Л. Немець, Н. Грищенко // Часопис соціально-економічної географії. - 2010. - № 8. - С. 59-62.
14. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

15. Податковий кодекс України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

16. Сухоруков А. Пріоритети розвитку машинобудівної промисловості у рамках антикризової політики України". Аналітична записка [Електронний ресурс] / А. Сухоруков, О. Собкевич Є. Белашов – Інститут стратегічних досліджень при Президентові України- 2011. – Режим доступу: - <http://www.niss.gov.ua/articles/451/>

17. Шевчук С.В. Державне регулювання як важливий фактор активізації інноваційних процесів в Україні // Збірник наукових праць державної податкової служби України . – 2011. – № 1. – С.632-642.

УДК 330.131

**Ткаченко Т.П.**

*канд. економ. наук, доцент*

*Національний технічний університет України НТУУ «КПІ»*

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

## **ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОХОДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **ORGANIZATIONALLY-ECONOMIC MECHANISM of PROVIDING of PROFITABILITY of ENTERPRISE**

*У статті визначено поняття прибутковості підприємства та фактори впливу на прибутковість. Охарактеризовано поняття якості прибутку, що визначається через структуру джерел формування прибутку. Проаналізовано організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємства, його функціональні та забезпечувальні елементи, організаційно-економічні елементи, конкретизовано його складові. Розмежовано організаційні (управління; планування; маркетингові дослідження; зовнішньо-економічні зв'язки; механізми лізингу та оренди) та економічні (інноваційно-інвестиційні заходи; фінансово-кредитний механізм; страхування та оподаткування; ціноутворення; мотиваційні механізми; засоби стимулювання підвищення конкурентоспроможності) характеристики механізму. Визначено, що важливу роль в ефективності самого механізму відіграє держава через створення умов для діяльності підприємств. Запропоновано шляхи підвищення прибутковості підприємства.*

**Ключові слова:** *організаційно-економічний механізм, прибутковість підприємства, прибуток, якість прибутку, рентабельність.*

*В статье определено понятие доходности предприятия и факторы влияния на прибыльность. Охарактеризовано понятие качества прибыли, которое определяется через структуру источников формирования прибыли. Проанализирован организационно-экономический механизм обеспечения прибыльности предприятия, его функциональные и обеспечивающие элементы, организационно-экономические элементы, конкретизированы его составляющие. Разграничены организационные (управление, планирование; маркетинговые исследования; внешнеэкономические связи; механизмы лизинга и аренды) и экономические (инновационно-инвестиционные мероприятия; финансово-кредитный механизм, страхование и налогообложение; ценообразование; мотивационные механизмы, средства стимулирования повышения конкурентоспособности) характеристики механизма. Определено, что важную роль в эффективности самого механизма играет госу-*



дарство через создание условий для деятельности предприятий. Предложены пути повышения доходности предприятия.

**Ключевые слова:** организационно-экономический механизм, прибыльность предприятия, прибыль, качество прибыли, рентабельность.

*The article defines the concept of profitability and impacts on profitability. The characteristic of the concept of quality earnings, as determined through the structure of the sources of income. Analyzed the organizational and economic mechanism to ensure the profitability of the enterprise, and its functionality interim elements, organizational and economic elements specified its components. Differentiated organizational (management, planning, marketing research, foreign economic relations, leasing and rental arrangements) and economic (innovation and investment measures, financial and credit mechanism, insurance and taxation, pricing, motivational mechanisms, spurring increasing competitiveness) features mechanism. It was determined that an important role in the efficiency of the mechanism of the state plays by creating conditions for businesses. Proposed the ways of increasing profitability.*

**Key words:** organizational and economic mechanism, the profitability of the enterprise, profit, profit quality, profitability.

**Вступ.** Забезпечення прибутковості підприємства – основна мета діяльності будь-якого комерційного підприємства. Сутність прибутковості визначається економічним станом підприємства і його позиціонуванням на ринку. Основою забезпечення прибутковості є якісний розвиток підприємства, який має свої оціночні параметри, серед них ключовим є прибуток, точніше показник якості прибутку підприємства. Якість прибутку підприємства визначається як узагальнена характеристика структури джерел формування прибутку. Висока якість прибутку підприємства характеризується зростанням обсягів реалізації продукції та зниженням рівня операційних витрат. Тому застосування організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємств є вкрай необхідним для успішного розвитку не лише окремих підприємств та галузей, а й національної економіки вцілому.

В умовах модернізації економіки дедалі більше вчених-економістів зосереджують увагу на дослідженні проблем функціонування економічних й організаційних механізмів управління та функціонування підприємств, а механізми забезпечення прибутковості в науковій літературі досліджені недостатньо. Дослідженнями економічного механізму займаються: Кульман А.М., Першко Л.О., Гудак В.В., Малицький А.А. [1, 8, 9, 12] та інші. В дослідженнях цих та інших авторів вивчається природа, складові елементи та проблеми в їх дієвості.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження поняття прибутковості та визначення організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємства, його основних складових.

Відповідно до поставленої мети завданнями статті є:

- аналіз поняття прибутковості підприємства;
- визначення складових організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості;
- пошук напрямів удосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємства.

**Методологія.** Методологічною основою роботи є синтез результатів фундаментальних і прикладних досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених щодо проблем забезпечення прибутковості підприємства та формування організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості. У дослідженні були застосовані методи теоретичного дослідження, а саме, аналізу і порівняння (при визначенні поняття прибутковості підприємств та організаційно-економічного механізму), узагальнення (при дослідженні поглядів науковців), конкретизації елементів організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості.

**Результати.** Переходячи безпосередньо до висвітлення питань, пов'язаних із визначенням складових організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємства слід визначити саме поняття прибутковості, яке надається авторами [3-5] у різних інтерпретаціях.

Так, Огійчук М. Ф. надає визначення прибутковості як виду ефективності, що характеризує результативність діяльності економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). Основною особливістю таких систем є вартісний характер засобів (видатків, витрат) досягнення цілей (результатів), а в деяких випадках і самих цілей (зокрема, одержання прибутку). За наданою ним характеристикою прибутковість визначається відношенням результату (ефекту) до витрат [3, с. 37].

Інший науковець, Олійник О. В., вважає правильним таке визначення прибутковості – досягнення найбільших результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці. Прибутковість є конкретною формою дії закону економії часу. За капіталістичного способу виробництва узагальнюючий

показник прибутковості – норма прибутку. Для підприємств у розвинутих країнах Заходу основною метою стає максимізація не прибутку, а чистого доходу на одного зайнятого, що не виключає необхідності використання показника норми прибутку [4, с. 10].

Плаксієнко В.Я. вважає, що прибутковість – це показник прибутку і надає таку його характеристику – це частина отриманого на вкладений капітал чистого доходу підприємства, що характеризує його винагороду за ризик підприємницької діяльності [5, с. 17].

Таким чином, всі автори сходяться до висновку: щоб з'ясувати сутність прибутковості підприємства необхідно отриманий прибуток порівняти зі здійсненими витратами.

Вирішальну роль в одержанні суб'єктами господарювання доходів відіграють створювані державою умови економічної діяльності. У державі мають бути створені однакові стартові умови ефективного функціонування всіх галузей і сфер економічної діяльності. В умовах українського законодавства такі умови є задекларованими у нормативних актах, але процес злиття влади і бізнесу не зупинявся з часів належності нашої держави. Саме це і спонукало формування окремої категорії «номенклатурних підприємців», які вдало скористалися своїм доступом до ресурсів і в процесі роздержавлення отримали їх за дарма.

На сьогоднішній день, низькі показники прибутковості підприємств, що заявлені в статистичній звітності можна обґрунтувати небажанням підприємств показувати їх реальні значення, завищенням витрат виробництва для зменшення оподаткування.

Сам механізм, як категорія, є засобом, що забезпечує поступальний розвиток об'єкта, на який спрямовано рушійну силу чинників зовнішнього середовища. Його структура та зміст зазнають змін у процесі розвитку суспільного виробництва [6, 7], тобто кожній суспільно-економічній системі відповідає адекватний механізм.

Зокрема, А.Кульман під економічним механізмом розуміє взаємозв'язок, що виникає між різними економічними явищами і процесами. Він пропонує розрізняти економічні механізми закритого та відкритого типу залежно від сфери їх дії, при цьому не розмежовуючи визначення економічного й ринкового механізмів [1, с. 26].

В економічній літературі часто вживається поняття «організаційно-економічний механізм», що застосовується, як правило, для окреслення організаційних елементів економічного механізму [2, с. 82].

Дія економічного механізму в умовах ринкової економіки розглядається як система взаємозв'язків економічних явищ, що виникають у результаті функціонування об'єктивних економічних законів ринку.

Характерною рисою організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємства є спонукання виробників до високих результатів господарської діяльності через економічний інтерес його учасників, який є найбільш потужним і дієвим інструментом здійснення перетворень та становлення ефективного власника в різних секторах економіки України. А головною метою створення організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємств є стійкий розвиток й ефективне управління підприємством у ринкових умовах.

Такий механізм – це єдність об'єктивної та суб'єктивної сторін. Суть об'єктивної сторони полягає в дії об'єктивних економічних законів, а суб'єктивної – у взаємопов'язаній діяльності всіх елементів механізму, що побудована з урахуванням їх цілей, потреб та інтересів.

Сучасні організаційно-економічні механізми є недосконалими через недосконалість його складових та невиконання основних принципів їх формування.

На нашу думку, модель раціонального організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємств повинна формуватися на принципах: децентралізації, компактності, інтенсивності, скорочення проміжних ланок, взаємодії саморегуляції з державним регулюванням, гнучкості, відкритості, адекватності соціально-економічній ситуації.

Цільовою функцією даного структурного утворення є отримання прибутку через випуск і реалізацію конкурентоспроможної продукції, забезпечення високого рівня рентабельності й ліквідності за допомогою управлінських методів (прийняття рішень та їх реалізація, в т. ч. контроль за їх виконанням і оцінка одержаних результатів) [8, с. 90-94].

Схематично організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємств можна подати таким чином (рис. 1).

При формуванні даного механізму можна виділити ряд важелів впливу. Перш за все, це організаційно-економічні елементи, які включають адміністративні та ринкові інструменти (державне, регіональне, інституціональне регулювання та саморегулювання).

Економічні важелі впливу включають: інноваційно-інвестиційні заходи, фінансово-кредитний механізм регулювання, страхування та оподаткування, ціноутворення, мотиваційні механізми, засоби стимулювання на шляху підвищення конкурентоспроможності підприємства.



Рис. 1. Організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємств [9, с. 75]

Інноваційно-інвестиційні заходи мають включати в себе нормативно-правову базу забезпечення захисту інтересів інвесторів, гарантування державою недоторканості їх власності, сприяння інноваційним методам ведення підприємницької діяльності.

Фінансово-кредитні інструменти повинні бути представлені розгалуженою системою фінансових установ і відпрацьованим механізмом надання і повернення кредитів.

Оподаткування в забезпеченні прибутковості підприємств відіграє визначальну роль. Система оподаткування в Україні регулюється Податковим кодексом, що вступив в силу з 01.01.2011р. і за короткий термін свого існування вже отримав 38 змін та доповнень (станом на лютий місяць 2013р.), що свідчить про недосконалість його норм і положень.

Система страхування в Україні представлена, в основному, страхуванням майна, довгостроковим страхуванням життя, страхуванням відповідальності. Недостатньо розвинені сьогодні медичне страхування і страхування ризиків підприємницької діяльності.

Ціноутворення в умовах ринкової економіки вільне, тобто визначається співвідношенням попиту і пропозиції. Але в Україні більше десяти різних відомств, що наділені повноваженнями щодо регулювання цін і тарифів на окремі види продукції (як правило, це стратегічні та соціально значимі товари) [10].

Мотиваційні механізми мають бути забезпечені державою, наприклад пільгове оподаткування (пільгове, а не вибіркове) або доступ до ресурсів на пільгових умовах.

Засоби стимулювання підвищення конкурентоспроможності мають забезпечуватися заохоченням до застосування енерго- та ресурсозберігаючих технологій, оновленням основних фондів підприємства.

До організаційних важелів відносяться: організація управлінської діяльності, система планування, маркетингова діяльність, зовнішньоекономічні зв'язки, застосування механізмів лізингу та оренди. Вони охоплюють структуру управління та розподіл функцій в сфері державного регулювання підприємництва і діяльності підприємств; інститути, інституції і діяльність держави, організаційні структури, які впливають на розвиток підприємництва, система дозвільних та контролюючих органів та ін.

Не менш важливе значення мають функціональні та забезпечувальні елементи, які складаються з фінансового забезпечення (за рахунок власного, позичкового капіталу й залучених засобів) та із забезпечувальних систем (правової, кадрової, нормативно-регулюючої, інформаційної (інформаційне забезпечення: системи зв'язку; фінансові, економічні, правові консультаційні послуги; консультування) та дорадчих служб).

Отже, суть організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємств полягає в створенні державою умов для ефективної діяльності підприємств, які полягають, нехай не у сприянні розвитку підприємництва в цілому, а хоча б в обмеженому втручанні контролюючих органів в діяльність підприємств. А вони для підвищення прибутковості повинні збільшувати прибуток. Це можна зробити наступними методами:

- здійснювати заходи щодо підвищення продуктивності праці працівників;

- нарощувати обсяги виробництва та реалізації продукції;
- зменшувати витрати на виробництво (реалізацію) продукції, тобто знижувати її собівартість;
- з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є в розпорядженні підприємства, в тому числі і фінансові ресурси;
- кваліфіковано здійснювати цінову політику, оскільки на ринку діють переважно вільні (договірні) ціни;
- грамотно будувати договірні відносини з постачальниками, посередниками, покупцями;
- вміти розміщувати (вкладати) одержаний раніше прибуток з точки зору досягнення оптимального ефекту [11, с. 55].

Останні три напрями чималою мірою залежать від сумлінності, кваліфікації економістів, бухгалтерів, фінансистів.

При укладанні угод з покупцями дуже важливо домовитись про оптимальні ціни на товари, роботи, послуги, та строки їх перегляду у зв'язку з інфляційними процесами, змінами на ринку.

При визначенні показників прибутковості підприємства важливо враховувати фактор інфляції, оскільки він створює несприятливі умови для інвестиційної діяльності. Вірогідність прийняття помилкових інвестиційних рішень в цей час – зростає. Це відбувається через викривлення звітної бухгалтерської інформації підприємства, яку використовують для проведення фінансового аналізу, в тому числі і аналізу показників рентабельності і отримують помилкові результати та далеку від реальної картину фінансового стану підприємства. Щоб уникнути впливу інфляції на розрахунок фінансових коефіцієнтів прибутковості підприємства необхідно виконати:

- коригування бухгалтерської звітності за поточним рівнем цін;
- розрахунок реальних фінансових коефіцієнтів на основі скоригованої за рівнем інфляції бухгалтерської звітності;
- порівняння фінансових коефіцієнтів, розрахованих до і після коригування.

Отже, в якості організаційно-економічного механізму слід розглядати комплексну систему, що складається з системи забезпечення, функціональної та цільової системи, які містять певну сукупність організаційних і економічних важелів, які впливають на економічні і організаційні параметри прибутковості з метою забезпечення ефективності управління і отримання конкурентних переваг [12].

**Висновки.** Таким чином, організаційно-економічний механізм забезпечення прибутковості підприємств – це система елементів організації, пошуку та мобілізації доходів та відповідних їм економічних інструментів, поєднання яких дозволяє досягти єдиної мети – надходження необхідних фінансових ресурсів для здійснення розширеного виробництва. З огляду на це, організаційно-економічний механізм функціонування підприємств в ринкових умовах слід сформулювати як комплекс організаційних заходів (правових, виробничих та соціальних) і заходів економічного характеру зовнішньої і внутрішньої дії, які в процесі взаємодії і взаємозв'язку здійснюють активний вплив на економічний інтерес суб'єктів господарської діяльності з метою підвищення ефективності і забезпечення сталого розвитку виробництва. Важливе значення для забезпечення умов постійного зростання прибутку та рентабельності має якість їх планування. Цей процес, включає в себе глибокий економічний аналіз виробничих і фінансових показників періоду, що передував плановому періоду, досягнення максимальної узгодженості з кількісними та якісними показниками плану випуску продукції, її реалізації, собівартості, врахування наявних резервів збільшення випуску продукції, зниження витрат на виробництво, особливо непродуктивних.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у комплексній розробці науково-теоретичного обґрунтування та практичних підходів до формування організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємства, в конкретизації елементів механізму та розкритті його економічних складових, що дозволить виявити напрями його удосконалення та покращення конкретних умов функціонування підприємств та розвитку економіки.

Проведений аналіз організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємства не є вичерпним і потребує подальшого розгляду. Отримані результати можуть бути теоретичним підґрунтям для подальшої розробки методики оцінювання організаційно-економічного механізму забезпечення прибутковості підприємства з метою досягнення ефективності його діяльності і стійкого розвитку.

#### Література:

1. Кульман А. М. Экономические механизмы / А. М. Кульман. – М. : Прогресс. – 1993. – 360 с.
2. Чепурко В. В. Моделі ситуаційної діагностики стану аграрних підприємств / В. В. Чепурко // Фінанси України. – 2000. – № 6. – С. 79-90.
3. Огійчук М. Ф. Суть прибутку та підходи до методики його визначення / М. Ф. Огійчук // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 31-45.

4. Олійник О. В. Прибутковість різних видів економічної діяльності і тенденції їх розвитку / О. В. Олійник // Вісник ХНАУ. Серія: Економіка АПК і природокористування. – Х., 2008. – № 7. – С. 3–11.
5. Плаксієнко В. Я. Методика визначення фінансових результатів та відображення їх в обліку / В. Я. Плаксієнко, О. І. Дацій // Облік і фінанси АПК. – 2009. – № 2. – С. 16–21.
6. Андреев Б. Ф. Системный курс экономической теории. Микроэкономика : учеб. пособие / Б. Ф. Андреев ; под ред. акад. В. А. Петрищева. – СПб. : Лениздат, 1998. – 574 с.
7. Основи економічної теорії : навч. посібник / За ред. В. О. Білика, П. Т. Саблука. – К. : ІАЕ, 1999. – 468 с.
8. Першко Л. О. Сутність організаційно-економічного механізму фінансового забезпечення / Л. О. Першко // Сумського національного аграрного університету. Серія “Фінанси і кредит”. – 2003. – № 2. – С. 90-94.
9. Гудак В.В. Організаційно-економічний механізм забезпечення дохідності сільськогосподарського виробництва: суть та особливості / В.В. Гудак // Сталий розвиток економіки. – 2011. - № 2. – С. 73-77.
10. Пабат О.В. Органи управління ціноутворенням в Україні // Право і Безпека. Науковий журнал. - № 5 (37) 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/pib/2010\\_5/PB-5/PB-5\\_62.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pib/2010_5/PB-5/PB-5_62.pdf)
11. Павловська О.В. Удосконалення методів аналізу фінансового стану підприємств / Павловська О.В. // Фінанси України. – 2007. - №11. – с. 54-60.
12. Малицький А.А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура // Восьма Міжнародна науково-практична інтернет-конференція “Простір і час сучасної науки” 19 - 21 квітня 2012 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/malitskiy-aa-organizatsiyno-ekonomichniy-mehanizm-upravlinnya-pidpriemstvom-sutnist-ta-struktura/>

УДК 658:334

**Дадалко С. В.,**  
канд. екон. наук, доцент  
**Козловская З.Н.,**  
канд. техн. наук, доцент

*Белорусский национальный технический университет, г. Минск*

## **ВПЛИВ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ НА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ (ПІДПРИЄМСТВА)**

## **ВЛИЯНИЕ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕЖЕК НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ)**

## **INFLUENCE OF TRANSACTION COSTS ON THE ACTIVITY OF THE COMPANY (ENTERPRISE)**

*У статті розглянуто теоретичні аспекти поняття «транзакційні витрати», досліджено специфіку транзакційних витрат у сучасній виробничій діяльності, виявлено їх джерела та особливості впливу на діяльність компанії (підприємства). Категорія « транзакційні витрати » у наш час є однією з найскладніших, суперечливих в економічній теорії. В дослідженні визначено, що транзакційні витрати, які були введені як нове поняття в першій половині ХХ століття, мають ключове значення у розвитку діяльності будь-якої компанії (підприємства). У роботі виявлено соціально - економічні основи для формування транзакційних витрат в умовах ринкової економіки, обґрунтовано необхідність їх регулювання та пошук методів їх зменшення. Також відзначено, що багато видів транзакційних витрат безпосередньо не спостережувані і тому насилу піддаються статистичному виміру. Разом з тим,*

зниження трансакційних витрат є однією з найбільш актуальних завдань реалізації позитивних змін національної економіки, найважливішою умовою її розвитку.

**Ключові слова:** компанія (підприємство), трансакційні витрати, види трансакційних витрат, джерела трансакційних витрат.

*В статье рассмотрены теоретические аспекты понятия «трансакционные издержки», исследована специфика трансакционных издержек в современной производственной деятельности, выявлены их источники и особенности влияния на деятельность компании (предприятия). Категория «трансакционные затраты» в наше время является одной из самых сложных, противоречивых в экономической теории. В исследовании определено, что трансакционные издержки, которые были введены как новое понятие в первой половине XX века, имеют ключевое значение в развитии деятельности любой компании (предприятия). В работе выявлены социально-экономические основы для формирования трансакционных издержек в условиях рыночной экономики, обоснована необходимость их регулирования и поиск методов их снижения. Также отмечено, что многие виды трансакционных издержек непосредственно не наблюдаемы и поэтому с трудом поддаются статистическому измерению. Вместе с тем, снижение трансакционных издержек является одной из наиболее актуальных задач реализации позитивных изменений национальной экономики, важнейшим условием ее развития.*

**Ключевые слова:** Компания (предприятие), трансакционные издержки, виды трансакционных издержек, источники трансакционных издержек.

*Theoretical aspects of the definition “transaction costs” are considered, specification of transaction costs in modern productive activity is analyzed, sources and peculiarities of it’s influence on the activity of the company (enterprise) are revealed in this article. Category “transaction costs” in modern time is one of the most complex and controversial aspect in economic theory. The research has determined that the transaction costs, introduced as a new concept in the first half of XX century, have the key importance in the development of business activities in any company (enterprise).*

*In the work was identified socioeconomic basis for the formation of transaction costs in a market economy, also was settled the necessity to manage them and find ways to reduce them. The work has noticed that many types of transaction costs can’t be observed directly, that is why they are difficult to be measured statistically. However, the cost reduction is one of the urgent tasks for the implementation of positive changes into the national economies, it is essential for their development.*

**Key words:** Company (enterprise), transaction costs, kinds of transaction costs, sources of transaction costs.

**Введение.** В наше время можно говорить о том, что минимизация трансакционных издержек остается одним из важных факторов сохранения конкурентоспособности компании. Очень важны исследования специфики трансакционных издержек в современной производственной деятельности, выявлении их источников и тех издержек, которые оказывают наибольшее влияние на деятельность компании. Высокие трансакционные затраты приводят к снижению экономических показателей компании (выручки, прибыли и др.). Для отечественной экономической науки эта проблема представляет интерес с позиции теоретических исследований и разработки методов снижения издержек. Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что трансакционные издержки дают возможность сэкономить на всех масштабах деятельности компании, в тоже время их сущность изучена еще недостаточно полно. В свою очередь, снижение трансакционных издержек является одной из наиболее актуальных задач изменения национальной экономики, важнейшим условием ее развития.

В первой трети XX века перед экономической наукой встала задача определить и ввести новое понятие, которое бы отражало тот факт, что также имеют место и положительные затраты, что определено взаимодействием экономических агентов между собой, и что это взаимодействие происходит не бесплатно и необходимо учитывать при определении эффективности деятельности как отдельных компаний, так и экономики в целом. В качестве такого определения было признано, понятие «трансакционные издержки».

**Постановка задания.** Целью данного исследования является выявление экономических и социальных основ для формирования трансакционных издержек в условиях рыночной экономики, обоснование необходимости их регулирования и поиски методов их снижения, а также анализ влияния трансакционных издержек на результаты деятельности компании.

**Методологія.** Введение в экономический анализ понятия трансакционных издержек является одним из значимых теоретических достижений. Ведь признание нестабильности процесса взаимодействия между людьми позволило совершенно по-другому осветить природу экономической реальности. Без понятия трансакционных издержек сложно понять, как работает экономическая система, рационально проанализировать возникающие в ней проблемы, а также получить новые идеи и возможности для планирования хозяйственной деятельности компании.

Методологические подходы к исследованию предполагают определение значимости трансакционных издержек для компании, совокупность теоретических и практических вопросов по использованию информации об трансакционных издержках с целью повышения эффективности деятельности компании и выбора реальных способов их снижения в условиях рыночной конкуренции.

**Результаты исследования.** Понятие «трансакционные издержки» было введено Рональдом Коузом в 1937 году в его труде «Природа фирмы», где ему удалось доказать существование нового класса издержек. Однако мировое признание ученый получил лишь полвека спустя (в 1991г.), так как вклад экономиста был отмечен Нобелевским комитетом. По словам Рональда Коуза, его идеи относятся к числу самоочевидных: любая форма социальной организации (рынок, фирма, компания, организация) требует немало издержек для своего создания и поддержания [1].

В труде «Природа фирмы» обращается внимание на трансакционные издержки (от слова сделка - трансакция). Под «трансакционными издержками» понимаются издержки взаимодействия субъектов экономики. Этот вид затрат включает любые необходимые затраты ресурсов, которые не направлены на производство экономических благ, но обеспечивают успешную реализацию данного процесса.

В последнее десятилетие к исследованию трансакционных затрат присоединились многие экономисты: О. Уильямсон, К.Дж. Эрроу, С. Ченг, А.Алчиан, Д.Тис, Д.Норт. Следует отметить, что общепринятой классификации трансакционных издержек не сложилось, каждый из экономистов обращал внимание на наиболее интересные, с его точки зрения, элементы. Понятие трансакционных издержек имеет ключевое значение в развитии и дальнейшей деятельности любой компании или предприятия.

Наиболее известные трактовки понятия «трансакционные издержки» сведены в таблицу.

Таблица

**Наиболее известные трактовки понятия «трансакционные издержки»[2]**

Автор	Определение
К. Эрроу	Трансакционные издержки как издержки эксплуатации экономической системы
Д. Норт	Трансакционные издержки «состоят из издержек оценки полезных свойств объекта обмена и издержек обеспечения прав и принуждения их соблюдения. Издержки трансакции – издержки, обусловленные характером производственных отношений
P. Milgrom, J Roberts	Трансакционные издержки включают также любые потери, возникающие вследствие неэффективности совместных решений, планов, заключаемых договоров, созданных структур, неэффективных реакций на изменившиеся условия, неэффективной защиты соглашений

В других источниках к трансакционным издержкам относят издержки, появляющиеся при принятии управленческих решений о реализации товаров или услуг. Они включают издержки принятия решений, выработки планов, ведения переговоров, когда в деловые отношения вступают двое или более участников; издержки по изменению планов, пересмотру условий сделки и разрешению спорных вопросов; издержки обеспечения соблюдения достигнутых договоренностей; затраты на сбор информации о ценах, предпочтениях потребителей, намерениях конкурентов. Одним словом, они включают все, что, так или иначе, отражается на сравнительной работоспособности различных способов распределения ресурсов и организации производственной деятельности [3].

Одна из важнейших особенностей трансакционных издержек состоит в том, что они допускают значительную экономию на масштабах всей деятельности компании.

Статьи Роберта Коуза дали начало неинституционализму, а также начало новым идеям науки - трансакционной экономике и экономике права. Неинституционалисты считают, что существует система общественного спроса и предложения. По мнению экономиста Кеннета Джозефа Эрроу, трансакционные издержки в экономике похожи трению в физике [4].

Для объяснения появления трансакционных издержек наиболее существенны два момента: несовпадение экономических интересов сотрудничающих друг с другом сторон и неопределенности из-за искаженности информации и отсутствия возможности ее обработки.

Также источником появления трансакционных издержек является эгоизм субъектов экономики, когда партнёры ставят приоритетом только личные (корыстные) интересы. В современной науке такое поведение получило название оппортунизм. Оппортунизм проявляется в сокрытии информации, преднамеренном ее искажении, обмане, невыполнении поставленных задач, мошенничестве и т.д.

Часть своих ресурсов и времени субъектам экономики необходимо тратить на поиск информации, ее анализ, убеждение партнера, разъяснения своей позиции, достижения компромисса, улаживания конфликта, также приходится расплачиваться за ограниченность способности принимать верные решения.

На появление трансакционных издержек повлияло постоянное увеличение трансакций (в результате разделения труда и специализации), наличие издержек на общенациональном уровне (политические трансакционные издержки), неопределенность в экономике (постоянное изменения в экономике под влиянием различных факторов среды). На рисунке схематично показаны основные источники трансакционных издержек.



Рисунок. Источники появления трансакционных издержек

Все источники образования трансакционных издержек взаимосвязаны. Например, проявления оппортунизма партнера возможны из-за неравномерного распределения информации или нестабильности в экономике, так как каждый из партнеров рассматривает лучшие варианты ведения своих дел.

Современная ситуация в экономике отличается нестабильностью. Для того, чтобы чувствовать себя уверенно и быть в меньшей степени зависимым от непредсказуемости внешней среды, каждый субъект микроэкономики стремится получить необходимую информацию (о поставщиках, потребителях, конкурентах, ценах и т.д.). Приобретение информации всегда связано с издержками и здесь имеет место рост трансакционных издержек.

Рассматривая трансакционные издержки, нужно учитывать, что в условиях рынка они являются обычным явлением.

Трансакционные издержки разделяют на две основные группы [5].

К первой группе относятся следующие виды издержек:

1. Издержки поиска информации. Это наиболее распространённый вид трансакционных издержек, так как с проблемой нехватки информации или ее недостоверности сталкиваются практически все компании. Поиск информации о поставщиках и клиентах - одна из главных проблем современной компании.

2. Издержки ведения переговоров и заключения контрактов. Рынок требует значительных средств на проведение переговоров об условиях сделки, на заключение и оформление контрактов. Потери из-за неудачно заключенных, плохо оформленных и ненадежно защищенных соглашений, являются основным источником этих издержек.

3. Издержки измерения. Они составляют значимую часть трансакционных издержек и связаны не только с прямыми затратами на измерительную технику и сам процесс измерения, но и с



ошибками, которые возникают в данном процессе. К тому же по ряду товаров и услуг допускается лишь косвенное измерение или неоднозначное.

4. Издержки на принуждение. Это издержки на принуждение другой стороны к выполнению условий контракта. Поскольку партнеры стремятся действовать в своих интересах, а информация, которой каждый обладает, неполна, поэтому возникают ситуации, когда контракт не выполняется. Предполагается, что есть определенная система, которая заставляет партнеров соблюдать условия контракта. Такой системой является государство, а также в какой-то степени – профессиональные ассоциации и юридическая система.

Вторая группа издержек включает:

1. Издержки оппортунистического поведения. Данный термин был введен Оливером Уильямсоном. В основном так называется недобросовестное поведение, нарушающее условия сделки или направленное на получение односторонних выгод в ущерб партнеру [6].

2. Издержки спецификации и защиты прав собственности. В обществе, где отсутствует надежная правовая защита, нередко бывают случаи постоянного нарушения прав. Затраты времени и средств, на их восстановления, могут быть высокими. Сюда же можно отнести расходы на обращение в судебные и государственные органы.

3. Издержки защиты от третьих лиц включают затраты на защиту от претензий третьих лиц (государства, мафии и т.д.) на часть прибыли от выполненной сделки.

4. Издержки “политизации”. Этим термином можно обозначить издержки, которые сопровождают принятие решений внутри компании. Если участники наделены равными правами, то решения принимаются путем голосования. Если они не имеют таких прав, то руководители компании в одностороннем порядке принимают решения, которые обязательны к выполнению сотрудниками.

Также сюда можно отнести издержки «влияния». Под данными издержками понимают централизованное принятие решений в компании. Но при коллективном и при централизованном принятии решений минимальная гарантия эффективности снижения издержек отсутствует. Большинство акционеров корпорации, большинство членов кооператива могут голосовать за решение, наносящее явный ущерб меньшинству. Руководитель может принять решение, крайне невыгодное для подчиненных, которых оно касается, без всякого согласования с ними.

5. Издержки выявления альтернатив. Один из важных моментов в экономике – это индивидуальный выбор. В свою очередь принятие решения предполагает сопоставление альтернатив, но альтернативы изначально не даны лицу, принимающему решение. Основой данного вида издержек является недостоверность располагаемой информации. Выявление альтернатив – результат хозяйственной деятельности.

6. Издержки, связанные со снижением степени неопределенности внешней среды. Рынок характеризуется состоянием неопределенности, поэтому участники рынка не всегда осведомлены о всех изменениях на рынке, им приходится выяснять всю информацию самостоятельно, поэтому зачастую снижается их реакция на текущие изменения положения рынка. Для повышения степени реакции на предстоящие изменения в экономике, а также в целях выработки гибкой стратегии, фирмы вынуждены проводить постоянный мониторинг внешней среды.

Анализ поведения поставщиков, действий конкурентов, реакции покупателей помогает осуществить модель «пяти конкурентных сил» Майкла Портера, так как в результате ее применения происходит снижение информационной асимметрии о состоянии внешней среды фирмы.

Согласно теории Майкла Портера, угроза для компании может возникнуть по следующим направлениям:

- угроза появления новых конкурентов;
- угроза со стороны поставщиков сырья;
- угроза со стороны существующих конкурентов;
- угроза со стороны покупателей товара;
- угроза появления товаров - заменителей [7].

Многие виды трансакционных издержек непосредственно не наблюдаемы и поэтому с трудом поддаются статистическому измерению.

В последнее время появился еще один вид издержек – издержки фрирайдерства (freerider – проблема безбилетника). Фритредерство – это государственное вмешательство в экономические процессы. Например, при уплате налогов. Законопослушные налогоплательщики – компании могут оказаться в проигрыше, так как другие могут пренебрегать своими обязанностями, но участвуют в бюджетном распределении наравне со всеми. Чтобы избежать роста издержек фрирайдерства, государство должно не увеличивать, а снижать налоги.

Трансакционные издержки можно еще разделить на две группы по степени возможности определения для компании их реальной стоимости, выраженной в денежном выражении: на явные и неявные. Явные трансакционные издержки - все трансакционные издержки, которые имеют определенную рыночную цену в денежном выражении и могут быть отражены в бухгалтерских документах (например, затраты на рекламу, услуги адвоката). Неявные трансакционные издержки - не выраженные в денежной форме трансакционные издержки, которые не могут быть записаны в бухгалтерских документах (например, затраты, складывающиеся от потерь свободного времени).

Также стоит выделить политические трансакционные издержки. Данные издержки основываются на политической платформе и к ним, в частности, относят: издержки на создание правовой системы и др.

В наше время современный рынок не может существовать отдельно от политической системы издержки связанные с ее работой, ложатся на экономику. Государство часто выполняет роль «третьей силы», при этом защищая многие компании от обмана и мошенничества. Так же государство имеет право устанавливать ограничения и запреты на деятельность отдельных отраслей и компаний, выборочно усложнять или облегчать налоги, вводить квоты и тарифы, предоставлять привилегии, которые могут переходить в источники разного рода рент.

Компания или предприниматель сам решает, какую схему деятельности ему вести: пользоваться всеми государственными механизмами защиты его прав собственности и при этом выплачивать все издержки связанные с этим (в основном в форме налогов) или выбрать серую схему ведения бизнеса, но при этом защищать свои права самостоятельно. Никто не сможет гарантировать теневым предпринимателям их права на собственность и права компании по контрактам также ничем не закрепляются. В таких случаях инвестиции становятся рисковыми и появляются проблемы с кредитованием. Компании выбравшие серую схему ведения бизнеса не имеют хорошей репутации, что снижает возможность нахождения новых партнёров и снижает количество потребителей.

Отдельно многие экономисты выделяют издержки убеждения партнера. В этом случае затраты идут на убеждение партнера в необходимости совершения сделки только с вашей компанией. В основном эти издержки складываются из: стимулирования сбыта, рекламы, системы связей с общественностью (пиар, от английского PR – publicrelations). Хорошие связи с общественностью в основном не направлены непосредственно на увеличение объема продаж, но помогают укреплению своих позиций на рынке и приобретению доверия потребителей [8].

Виды и характеристика трансакционных издержек изменяется от узких определений, связывающих трансакционные издержки с отдельными видами деятельности компании и затратами, которые возникают в ходе деятельности, до широких. Каждой организационно-правовой форме соответствует индивидуальная конфигурация трансакционных издержек.

Большое количество подходов к анализу и определению трансакционных издержек и значительное расхождение мнений по поводу их источников образования, содержания, говорит о том, что теория трансакционных издержек находится на стадии развития.

**Выводы.** Категория трансакционных затрат в наше время является одной из самых сложных, противоречивых в экономической теории. Издержки сопровождают любую экономическую активность субъектов. Их несут все основные субъекты экономики на всех этапах своей деятельности. Без понятия определения трансакционных издержек, невозможно понять экономическую систему и проанализировать многие проблемы. Выбор партнеров, тип контракта, выбор продуктов, услуг - все это может оказать значительное влияние на уменьшение издержек.

Выделение целого нового класса издержек позволило поставить вопрос о реакции экономических субъектов на их присутствие. Так как трансакционные издержки ограничивают возможности взаимовыгодного сотрудничества, поэтому для их сокращения субъекты хозяйствования будут предпринимать необходимые меры.

Элементами научной новизны данного исследования является рассмотрение новых подходов к выявлению трансакционных издержек и соответственно возможности использования различных методов для их минимизации и совершенствования стратегии по планированию хозяйственных расходов компании (предприятия).

Постоянное изменение трансакционных издержек влечет за собой необходимость обучения специалистов и внедрение новых подходов к их планированию на предприятиях материального производства с целью рационального управления ими.

**Литература:**

1. Шаститко, А.А. Трансакционные издержки (содержание, оценка и взаимосвязь с проблемами трансформации) / А. Шаститко // *Вопр. экономики.* – 1997. - № 7. – С.43 – 51.
2. Камаев, В.Д. Экономическая теория: учеб. пособие / В.Д. Камаев. – Москва : ВЛАДОС, 2004. – 592 с.
3. Колодняя, Г.В. Сквозь призму практики: неинституциональная теория фирмы: Монография / Г.В. Колодняя – Москва: Издательский дом «Финансы и Кредит», 2007. – 160 с.
4. Герасименко, В.В. Теория переходной экономики. Микроэкономика / В.В. Герасименко. – Москва: ТЕИС, 2001. – 182 с.
5. Юданова, А.Ю. Микроэкономика: практический подход: учеб. пособие / А.Ю. Юданова; под ред. А.Г. Грязновой. – 4-е изд. – Москва: КНОРУС, 2008. – 704 с.
6. Трансакционные издержки [Электронный ресурс] / Центр управления финансами - Режим доступа: <http://www.center-yf.ru/data/Buhgalteru/Transakcionnye-izderzhki.php> - Дата доступа: 30.11.2013
7. Портер, Е. М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Е. Портер; пер. с англ. — Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
8. Понятие транзакционных издержек. Классификации транзакционных издержек [Электронный ресурс] / E-educ.ru - забота об образовании – Режим доступа: <http://e-educ.ru/ie4.html> – дата доступа: 10.11.2013

УДК 338.585

**Іваницька О.В.**

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

**ТРАНСАКЦІЇ ЯК ВИТРАТИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ  
ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ****ТРАНСАКЦИИ КАК РАСХОДЫ ЭКСПЛУАТАЦИИ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ****TRANSACTION OPERATING EXPENSES  
AS ECONOMIC SYSTEM**

*У статті розглядаються концептуальні основи теорії транзакційних витрат. Говориться про актуальність даної теорії. Описується поняття транзакційних витрат як економічної категорії, розкривається економічна сутність поняття транзакційних витрат та наведена загальна характеристика трактування вищевказаного поняття. Описуються основні фактори формування транзакційних витрат та їх значення. Відзначається практичне застосування теорії транзакційних витрат як на мікрорівні, так і на макрорівні. Розглядається сутність, механізм утворення, величина і зростання транзакційних витрат підприємств. Виділяються фактори, від яких залежить рівень і структура транзакційних витрат. Наводиться класифікація транзакційних витрат, адаптована до особливостей української економічної системи, аналізуються можливості їх мінімізації. Розширений набір елементів транзакційних витрат, сформульовані перспективи їх подальших досліджень.*

**Ключові слова:** транзакційні витрати, транзакції, опортуністична поведінка, контрагенти, фактори витрат.

*В статье рассматриваются концептуальные основы теории транзакционных издержек. Говорится об актуальности данной теории. Описывается понятие транзакционных издержек как экономической категории, раскрывается экономическая сущность понятия транзакционных издержек и приводится обобщенная характеристика трактовки вышеуказанного понятия. Описываются основные*

факторы формирования трансакционных издержек и их значение. Отмечается практическое применение теории трансакционных издержек как на микроуровне, так и на макроуровне. Рассматривается сущность, механизм образования, величина и рост трансакционных издержек предприятий. Выделяются факторы, от которых зависит уровень и структура трансакционных издержек. Приводится классификация трансакционных издержек, адаптированная к особенностям украинской экономической системы, анализируются возможности их минимизации. Расширен набор элементов трансакционных расходов, сформулированы перспективы их дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** трансакционные издержки, трансакции, оппортунистическое поведение, контрагенты, факторы расходов.

*Conceptual principles of the theory of transactional expenses are analysed in the article. The urgency and importance is discussed. The concept of transaction costs as an economic category is described, the economic substance of the concept of transaction costs is revealed and analysis of interpretations of the above concepts is filed. Main factors of transaction costs and their implications are described. Practical appliance of the theory of transactional expenses both at the micro and macro levels are focused in the article. The author considered the essence, the mechanism of formation, the magnitude and growth of transaction costs at the enterprise and factors that determine the level and structure of transaction costs is identified. The author also presented a classification of transaction costs adapted to the peculiarities of the Ukrainian economic system and possibilities of cost minimization is analysed. The list of elements of transaction costs is extended, the prospects of their further researches are formulated.*

**Keywords:** transaction costs, transaction, opportunistic behavior, contractors, cost factor.

**Вступ.** Проблема трансакційних витрат є одним з найважливіших напрямків дослідження діяльності підприємств в трансформаційній економіці. Пояснюється це ключовою роллю специфікації прав власності різноманітних підприємств як конституційного фактора їхньої поведінки. У більшості праць вчених економістів розглядаються теоретичні та практичні аспекти сутності витрат та основні напрямки їх зниження як у глобальному масштабі, тобто всієї економіки, так і її окремих великих галузей, а також на підприємствах, пов'язані з методикою їх обліку, управлінням витратами, а у зв'язку з їх управлінням, отже, і плануванням, контролем, виявленням резервів і т.д.

Становлення теорії трансакційних витрат як цілісної наукової концепції пов'язано, в першу чергу, з роботами таких дослідників, як А. Алчан, Й. Барцель, О. Вільямсон, Г. Демсец, М. Дженсен, Дж. Коммонс, Р. Коуз, Д. Норт, Дж. Уолліс, С. Чен і ін. Дослідженню трансакційних витрат, як з теоретичних, так і з практичних позицій, присвятили свої праці наступні українські вчені: І. Боярко, І. Булеєв, Т. Васильєва, М. Коваленко, Г. Макухін, В. Милошик, А. Олейник, А. Шастітко та ін. Наукові результати робіт цих учених отримали значний імпульс для широкого розповсюдження і застосування при аналізі економічних процесів.

Пріоритет ресурсного підходу, домінуючого протягом багатьох десятиріч, акцентував увагу на тому, що одним з основних факторів, що впливають на конкурентну перевагу підприємства як головного учасника ринку, є фактор трансформаційних виробничих витрат. Інститути, існуючі для полегшення обміну, цим підходом не розглядаються, оскільки його концепція передбачає, що для здійснення будь-якої трансакції, взаємодія економічних агентів між собою відбувається без додаткових втрат внаслідок стійкого як внутрішнього, так і зовнішнього середовища і повного інформування про майбутні угоди. Однак практика спростовує припущення про те, що обмін відбувається без витрат, що і послужило базисом для введення в економічний аналіз нового поняття – трансакційні витрати, величина яких у неокласиків приймалася рівною нулю.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є детермінація поняття та впливу трансакційних витрат в сучасній трансформаційній економічній системі та формування напрямів управління ними. До наукових завдань у роботі віднесено пошук факторів, індикаторів та методів зниження трансакційних витрат підприємства.

**Методологія.** Для досягнення поставленої мети дослідження використано такі методи: аналізу і синтезу, історичний та логічний підходи, структурно-функціонального порівняння, аналогій, принципи системного підходу, багатофакторного, порівняльного аналізу та інші.

**Результати дослідження.** Трансакційні витрати можуть мати місце тільки за певних умов. Йдеться про відносини контрагентів з приводу специфічних активів, обмеженої раціональності та опортунізми. Специфічні активи володіють особливою цінністю для реалізації конкретного проекту і в той же час об'єднують контрагентів таким чином, що відмова одного з них виконувати умови контракту може принести значні збитки іншому. Обмежена раціональність не дозволяє заздалегідь визначити необхідність адаптації умов контракту до нових обставин, а небезпека опортунізми змушує шукати «відповідні контрактні гарантії» [3].

Коли нові обставини дають привід одному з контрагентів відмовитися від наміченого ходу проведеної угоди, для другого це означає появу збитків, пов'язаних з невідповідністю наміченого в контракті ходу подій та їх конкретної реалізації [1]. Даний тип витрат і відноситься до трансакційних і виявляє саму суть того, чому існують інститути в економіці. Їх функція полягає в тому, щоб забезпечувати управління угодами таким чином, щоб звести до мінімуму можливості виникнення витрат описаного вище типу.

Трансакційні витрати, як відомо, являють собою витрати ресурсів на фіксацію, зміну і захист прав власності щодо різних факторів (ресурсів) економічної діяльності [4]. Це не плата за самі ресурси, а плата за право користування ними. Тим самим, різні перешкоди і бар'єри на шляху отримання прав користування і породжують трансакційні витрати. У широкому сенсі трансакційні витрати представлені як витрати експлуатації економічної системи. У вузькому сенсі – це витрати, що виникають у процесі налагодження економічних зв'язків між ринковими агентами.

Трансакційні витрати – це витрати, які несуть як споживачі, так і виробники. З позиції споживачів, такими витратами є всі їхні витрати з придбання товару або послуги, вартість яких не входить в ціну, що сплачується продавцю. З позиції продавця подібними витратами є всі витрати, які б він ніс, якби продавав товар самому собі.

Оскільки найкращі стимули до ефективного використання ресурсів створюються в умовах чітко визначених і надійно захищених прав власності, ті витрати ресурсів суспільства, які здійснюються щодо специфікації і захисту подібних прав, являють собою необхідну частину загальних трансакційних витрат; очевидно, вони мають продуктивний, суспільно корисний характер. Ті ж трансакційні витрати, які доводиться нести економічним агентам для забезпечення відповідності своєї діяльності державним правилам і стандартам, які не сприяють зростанню суспільного багатства, саме такі правила і являють собою адміністративні бар'єри, – є непродуктивними, такими, що призводять до втрат в добробуті суспільства.

Виділяють такі фактори, від яких залежить рівень і структура трансакційних витрат:

- розмір ринку, який диктує ступінь персоніфікації відносин. Коли відносини персоніфіковані, витрати специфікації і примушення знижуються. При знеособлених відносинах все відбувається навпаки: витрати укладення контракту ростуть через необхідність ретельнішої специфікації обмінюваних прав. Крім того, ступінь передбачуваності дій контрагента падає із збільшенням анонімності взаємовідносин, а отже, зростає необхідність у різних витратах, пов'язаних із забезпеченням стабільності і стійкості відносин;

- необхідність вимірювань що піддаються оцінці характеристик товарів і послуг або дій індивідів у процесі обміну. Складність оцінки обмінюваних прав обумовлено наявністю трансакційних витрат і невизначеності. Вимірювання полягає в кількісній та якісній оцінках характеристик товарів, які беруть участь у трансакції, а також оцінці прав на них, перерозподілених в її рамках;

- система примушення. Введення системи законодавчого примушення зіграло важливу роль у розвитку контрактних відносин. Однак вона не здатна забезпечити примушення в повній мірі;

- ідеологічні установки та уявлення індивідів. Ідеологія впливає на індивідуальний вибір, що, в свою чергу, позначається на економічній діяльності. Коли індивід обмежений жорсткими правами моралі, він менш схильний до опортуністичної поведінки, і витрати контролю його дій, примушення його до виконання зобов'язань нижче, ніж коли він веде себе як егоїст. У суспільстві, де домінує ідеологія, що не сприймає опортунізм, трансакційні витрати знижуються.

Отже, на рівень трансакційних витрат впливає і технологічні, і правові, і культурні фактори функціонування економічної системи.

Здійснення трансакцій вимагає реальних витрат, які залежать від витрат економічних ресурсів, що використовуються в процесі підготовки і здійснення ринкової угоди. За загальним визнанням економістів, трансакційні витрати не піддаються прямому вимірюванню. Однак правомірно говорити про їх зростання або зниження, а також про співвідношення ринкових і неринкових трансакційних витрат.

Ринкові трансакційні витрати – це витрати на організацію економічних зв'язків у відповідності із законами ринку; неринкові трансакційні витрати являють витрати, пов'язані з плануванням, контролем за виконанням поставлених завдань, виконанням взятих зобов'язань, здійснюваних альтернативними інститутами або підприємствами. Якщо альтернативні економічні інститути володіють порівняльними перевагами в економії на різних категоріях трансакційних витрат, то останні витісняють механізм цін. Якщо витрати на здійснення трансакцій обміну через ціновий механізм виявляються нижче, ніж витрати на організацію цих трансакцій всередині підприємства або через альтернативні економічні інститути, то проведення трансакцій буде здійснено на відкритому ринку.

Для підрахунку трансакційних витрат, що виникають як на стадії формування, так і на стадії функціонування підприємства, слід використовувати наступні емпіричні індикатори (рис. 1).



Рис. 1. Емпіричні індикатори трансакційних витрат

Величина трансакційних витрат складається з трьох частин:

- 1) з вартості послуг трансакційного сектору, в який входять всі галузі обслуговування процесу перерозподілу ресурсів і продукції;
- 2) з вартості трансакційних послуг, що надаються всередині трансформаційного сектору (заробітна плата деяких фахівців);
- 3) із сукупності витрат, пов'язаних з недосконалістю ринків, і витрат його учасників щодо створення інститутів, що доповнюють ринок там, де його функціонування ускладнюється обмеженим числом учасників, асиметрією і недостатністю інформації, побічними ефектами та іншими причинами. У цьому випадку величина трансакційних витрат стає не тільки показником ступеню недосконалості ринків, а й кількісним вираженням витрат, викликаних відсутністю інститутів. Наприклад, відсутність інституту, що регулює комерційний кредит, призводить до трансакційних витрат у формі неплатежів; відсутність інститутів арбітражу веде до витрат невиконання контрактів або вимагає від контрагентів додаткових витрат на страхування та гарантії.

Тенденції до зростання трансакційних витрат в Україні [5, С.480-486] пояснюються, по-перше, необхідністю адаптації підприємств до умов ринкового середовища, по-друге, загальним скороченням випуску продукції і збільшенням частки постійних витрат у сукупних витратах; в-третьє, нерозвиненістю інформаційних систем, по-четверте, незакінченістю процесів приватизації (підготовка, реєстрація документів, утримання штату спеціалістів з приватизації).

Таким чином, витрати, необхідні на покриття трансакційних витрат, виявляються як би лімітуючим фактором економічного розвитку України, тим більше що в країні не сформоване інституціональне середовище, тобто набір системоутворюючих формальних правил і норм, що створюють рамки, в яких здійснюються виробництво, обмін і розподіл, основною функцією якого була б економія на трансакційних витратах. Існуючі в Україні альтернативні ринку інститути не в повній мірі виконують регулюючі функції і нерідко служать інтересам окремих соціально-економічних груп, що гальмує економічний процес.

Слід зауважити, що в сучасній українській економіці умови існування трансакційних витрат мають особливо яскраве вираження в порівнянні з розвинутими країнами. Специфічність активів в Україні проявляється в тісній залежності постачальників і споживачів, а також у вузькій предметній спеціалізації підприємств, що було успадковано від планової системи. Обмежена раціональність має особливо яскраве вираження завдяки характерній для української транзитивної економіки нестабільності.

Очевидно, що в таких умовах трансакційні витрати повинні бути дуже високими. У розвинених ринкових економіках мінімізація трансакційних витрат досягається шляхом диференційованого закріплення трансакцій за структурами управління ними. До подібних структур управління відносяться вертикальна інтеграція і достовірні зобов'язання. Проте в сучасній Україні, де відсутня розроблена правова база, інститути, описувані західними економістами, не могли б ефективно функціонувати. Тому в українській транзитивній економіці в якості своєрідного інституту, спрямованого на мініміза-

цію трансакційних витрат, виступили грошові сурогати, а саме бартерні неплатежі.

Динаміку трансакційних витрат в економіці може бути оцінено наступними методами:

– зіставлення темпів зростання (спаду) виробництва в трансформаційному і трансакційному секторах, а також часток цих секторів у ВВП;

– аналіз динаміки кількості зайнятих в трансформаційному і трансакційному секторах.

З метою визначення величини трансакційних витрат класифікуємо їх з урахуванням рівня управління угодами на підприємстві. Для цього виділимо дві групи трансакційних витрат:

– загальні трансакційні витрати, що виникають на рівні адміністративного управління. Це витрати доступу до ресурсів і прав власності, специфікації і захисту прав власності;

– трансакційні витрати, що виникають на рівні підрозділів підприємства (відділах збуту, постачання) в процесі здійснення господарської діяльності (локальні). Це витрати пошуку інформації, ведення переговорів і укладення угоди, вимірювання, здійснення розрахунків.

Особливо слід відзначити витрати опортуністичної поведінки. Якщо трансакційні витрати першої та другої груп обумовлені інституційною структурою суспільства, що забезпечує ринковий обмін, то витрати опортуністичної поведінки – це результат обмеженої раціональності у поведінці індивідів, що переслідують особисті інтереси при прийнятті економічних рішень. Такі витрати виникають в господарських зв'язках між будь-якими суб'єктами ринку.

Витрати першої групи становлять трансакційні витрати, що здійснюються на довгострокову перспективу (постійні трансакційні витрати): витрати на отримання прав доступу до ресурсів, захист прав власності. До другої групи належать змінні трансакційні витрати (витрати пошуку інформації, ведення переговорів і укладення угоди, вимірювання, здійснення розрахунків), необхідні для ритмічного функціонування підприємства.

Для управління трансакційними витратами необхідний чіткий їх поділ на витрати, зростання яких негативно впливає на ефективність господарювання, і витрати, збільшення яких буде стимулом для поліпшення фінансових результатів підприємства. На наш погляд, варто знижувати витрати доступу до ресурсів і прав власності, специфікації і захисту прав власності, а також витрати опортуністичної поведінки. Управлінню з метою підвищення ефективності господарювання підлягають витрати пошуку інформації, ведення переговорів і укладення угод, вимірювання, здійснення розрахунків.

Управління трансакційними витратами ґрунтується на їх кількісному обліку і аналізі для виявлення факторів, що сприяють їх мінімізації для кожної конкретної трансакції.

Проблема вимірюваності трансакційних витрат зважаючи на різноманіття їх видів є головною перешкодою для їх кількісного обліку на підприємстві. На нашу думку, доцільно відносити до трансакційних витрат також неофіційні витрати для отримання переважних прав доступу до ресурсів і прав власності на:

– реєстрацію підприємства, реєстрацію змін до статутних документів, ліцензування і сертифікацію товарів і послуг, узгодження з контролюючими органами, доступ до комунікаційних мереж;

– отримання прав на використання ресурсів (права на виробництво, продаж, передачу, споживання).

Оскільки трансакційні витрати відображаються або в явній кількісній (грошові витрати), або в неявній (збитки від опортуністичної поведінки) формах, їх величина складається з прямих грошових витрат на здійснення угоди, а також збитків, отриманих у результаті опортуністичної поведінки партнера по угоді. Враховуючи викладене, загальну величину трансакційних витрат може бути розраховано наступним чином:

$$\text{ТрВ} = \sum_{k=0}^n (\text{ОфП} + \text{НфП} + \text{ЗОп}), \quad (1)$$

де ТрВ – трансакційні витрати підприємства; ОфП – офіційні платежі, пов'язані із процесом складання угоди; НфП – неофіційні платежі (поточні), які супроводжують складання угоди; ЗОп – збитки від опортуністичної поведінки контрагента за угодою.

Оскільки для кожного підприємства кількість щодня здійснюваних операцій індивідуально, організація обліку та оцінки трансакційних витрат неможлива без створення на підприємстві системи управління інформацією щодо здійснених трансакційних витрат.

Зниження трансакційних витрат можливе при збільшенні розмірів підприємства. Підприємство може розширюватися до тих пір, поки витрати на організацію всередині нього додаткових трансакцій не зрівняються з витратами на ту ж мету через обмін на відкритому ринку або з витратами на

організацію трансакції через інше підприємство. Якщо при певних конкретних технологічних, галузевих та інших умовах граничні витрати використання цінового механізму вище граничних витрат використання підприємства як системи контрактів, то відокремлення суб'єктів господарювання здійснюватиметься або за шляхом вертикальної інтеграції (підприємство буде поширювати свою діяльність «вгору» – від початкових стадій кооперації до кінцевих, або «донизу» – від кінцевих стадій до початкових), або по шляху диверсифікації, тобто проникнення підприємства в різноманітні, технологічно не зв'язані між собою галузі, де підприємство отримує, минаючи стадію опосередкованої кооперації, грошові, кредитні та інші ресурси [6].

Трансакційні витрати можуть бути скорочені шляхом позбавлення споживачів можливості вибору. Однак з позицій покупця можливість вибору – одна з характеристик корисності, а значить, і цінності товару. Тому підприємства які мають вузьку спеціалізацію, тобто виробляють особливу продукцію для певного, обмеженого кола споживачів і мають високі трансакційні витрати, основна частка яких припадає на рекламу, є конкурентоспроможними і мають власну нішу в ринковій економіці. Окрема категорія споживачів готова платити більше за різноманітність товарів і за їх відмінність від товарів інших підприємств. Таким чином, окупаються значні трансакційні витрати підприємств які використовують патентну (нішеву) стратегію.

Зниження трансакційних витрат може бути здійснено завдяки «директорській етиці» – діловим контактам, неформальним відносинам керівників підприємства. В силу нерозвиненості ринкових відносин і неефективності функціонування альтернативних ринкових інститутів, суб'єктивний фактор став одним із значущих у взаємовідносинах між українськими суб'єктами господарювання. Саме особистістю директора підприємства, його кваліфікацією, досвідом, рівнем підприємницької активності, мотивацією поведінки пояснюється характер взаємин між підприємствами в перехідний період.

Скороченню рівня трансакційних витрат сприяє також підвищення ступеню інституціоналізації економіки. Держава повинна проводити політику, спрямовану на економію суспільних витрат по створенню й існуванню альтернативних ринкових інститутів.

**Висновки.** Дослідження трансакційних витрат - це попередній крок до розвитку системи аналізу, яка була б здатна мати справу з проблемами сучасної транзитивної економіки. Інструментарій теорії трансакційних витрат застосовується як на мікрорівні – аналіз процесів на рівні підприємства, вивчення поведінкових мотивацій окремих економічних агентів, так і на макрорівні – аналіз економічної системи в цілому. Отже, трансакційні витрати є не тільки «двигуном» еволюції загальноекономічних інститутів, прагнення до їх мінімізації сприяє науковому технічному прогресу.

Наукова новизна отриманих у дослідженні результатів полягає у визначенні та систематизації факторів, індикаторів та методів зниження трансакційних витрат згідно сучасного вектору розвитку економічної системи. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання даного підходу у подальших дослідженнях багатьох економічних процесів, зокрема тих, що стосуються організації економічної діяльності суб'єктів господарювання в Україні.

#### Література:

1. Коуз Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз // США: экономика, политика, идеология. - 1993. - № 2. - С. 93.
2. Стиглер Дж. Экономическая теория информации / Дж. Стиглер // Теория фирмы. - СПб., 1995. - 512 с.
3. Веблен Т. Теория делового предприятия / Т. Веблен. - М. : Дело, 2007. - 287 с.
4. Гелбрейт Дж. Новое индустриальное общество / Дж. Гелбрейт. - М. : ЭКСМО, 2008. - 1200 с.
5. Чухно А.А. Институционально-інформаційна економіка / А.А.Чухно А.А., Леоненко П.М., Юхименко П.І. – К., 2010. – 687 с.
6. Базалієва Л.В. Науково-теоретичні та методичні основи управління трансакційними витратами підприємства / Л.В. Базалієва. - Харків: ХНЕУ, 2009. - 163 с.



**Клименко О.В.**канд. фіз.-мат. наук, доцент  
Національний технічний університет України «КПІ»**МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ  
НЕГАТИВНОМУ ВПЛИВУ ІНФЛЯЦІЇ****МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ  
НЕГАТИВНИМ ВПЛИВИМ ІНФЛЯЦІЇ****METHODS TO COUNTERACT ENTERPRISES UKRAINE  
NEGATIVE IMPACT INFLATION**

Досліджені законодавчо встановлені методи зниження тиску інфляції по відношенню до активів підприємства (основні засоби, нематеріальні активи, виробничі запаси, дебіторська заборгованість), які більш чутливі до зміни цін і значні в плані характеристики майнового та фінансового стану підприємства; основні з них – це переоцінка основних засобів і нематеріальних активів та розрахунок амортизаційних відрахувань, виходячи з відновлювальної вартості. Проаналізовані методи прискореної амортизації необоротних активів – ефективного методу в умовах помірної інфляції для зниження її негативного впливу. Досліджено використання методів списання виробничих запасів при їх споживанні в умовах інфляції. Розглянута методика управління дебіторською заборгованістю в умовах інфляції шляхом варіювання політики кредитування своїх покупців. Досліджено процес хеджування – страхування ризику зміни цін (хеджування справедливої вартості, грошових потоків, валютних ризиків).

**Ключові слова:** інфляція, дефляція, амортизація, переоцінка, хеджування.

Исследованы законодательно установленные методы снижения давления инфляции по отношению к активам предприятия (основные средства, нематериальные активы, производственные запасы, дебиторская задолженность), которые более чувствительны к изменению цен и существенные в плане характеристики имущественного и финансового состояния предприятия; основные из этих методов – это переоценка основных средств и нематериальных активов, расчет амортизационных отчислений, исходя из восстановительной стоимости. Проанализированы методы ускоренной амортизации необоротных активов – эффективного метода в условиях умеренной инфляции для снижения её негативного влияния. Исследовано использование методов списания производственных запасов при их потреблении в условиях инфляции. Рассмотрена методика управления дебиторской задолженности в условиях инфляции варьированием политики кредитования своих покупателей. Исследован процесс хеджирования – страхования риска изменения цен (хеджирование справедливой стоимости, денежных потоков, валютных рисков).

**Ключевые слова:** инфляция, дефляция, амортизация, переоценка, хеджирование.

Statutory methods for reducing the pressure of inflation relative to assets of enterprise (fixed assets, intangible assets, productive reserves, debtors), which are more sensitive to price changes and significant in terms of the characteristics of the property and the financial condition of the company are studied. The main of those methods are the revaluation of fixed and intangible assets, the calculation of depreciation based on restored cost. The methods of accelerated depreciation of fixed assets are effective in moderate inflation for reducing its negative impact are investigated. The applying methods of write-off inventories using their consumption in terms of inflation by varying the lending policy of the buyers are studied. The management technique of debtors in terms of inflation is examined. The process of hedging is the insurance against the risk of price changes (hedge of fair value, cash flow and foreign exchange risk) is investigated.

**Keywords:** inflations, deflation, depreciation, revaluation, hedging.

**Вступ.** Інфляція є соціально-економічним явищем, породженим диспропорціями виробництва в різних сферах ринкового господарства. Інфляція є одним із найтяжчих проявів макроекономічної нестабільності.

У світі немає країни, яка б в останні десятиліття тією чи іншою мірою не зазнала втрат від інфляції. Наслідки інфляції складні і різноманітні. Високий рівень інфляції перетворюється у серйозну перешкоду для виробництва, зумовлює економічну і соціальну напруженість у суспільстві.

По відношенню до деяких активів підприємства, більш чутливих до зміни цін і значних у плані характеристики майнового і фінансового стану підприємства, розроблені спеціальні методи, які знижують тиск інфляції. Мова йде про такі види активів: основні засоби, нематеріальні активи, виробничі запаси та дебіторська заборгованість.

Можливість продати або купити товар потім, але за ціною сьогоднішньої з'явилась у підприємців з появою форвардів. Форвардний контракт – вид строкової угоди між контрагентами про майбутню купівлю-продаж предмета угоди за договірною ціною, яка є обов'язковою для виконання обома сторонами і може укладатися без участі посередників. Паралельно з товарами на строковому ринку почали обертатися контракти. Під строковим контрактом розуміється контракт, укладений із метою здійснення операцій у терміни, заздалегідь обумовлені таким контрактом. Ринок строкових контрактів називається строковим ринком, а ринок, на якому операції здійснюються в режимі чинних на момент укладання контракту цін, називається ринком spot. Іншими словами, ринок spot – це реальний (фізичний) ринок, де фігурують сьогоднішні ціни. За допомогою строкових контрактів можна управляти ціною, зменшуючи таким чином свої витрати і, відповідно, збільшувати доходи, якщо звичайно пощастить. Це називається хеджуванням. Можна взяти участь у торгах без наміру будь-що купити або продати, але з бажанням заробити (і ризикуючи втратити) на коливаннях цін. Це називається спекуляцією. Інструментами хеджування і спекуляції стали похідні інструменти – ф'ючерси і опціони, інакше кажучи, деривативи. Товар, цінні папери, валюта, відсоткова ставка – все це первинні інструменти, базисні активи.

**Постановка завдання.** Економічно обґрунтувати методи протидії підприємства негативному впливу інфляції щодо таких активів як основні засоби, нематеріальні активи, запаси, дебіторська заборгованість, а також розглянути процес хеджування – страхування ризику зміни цін.

**Методологія.** В основі дослідження покладені загальнонаукові методи пізнання: аналіз, синтез, системність, діалектика та методи бухгалтерського обліку.

**Результати дослідження.** Основними методами зниження негативного впливу інфляції по відношенню до основних засобів і нематеріальних активів є їх переоцінка та розрахунок амортизаційних відрахувань, виходячи з відновлювальної вартості.

В Україні переоцінка основних засобів робиться на розсуд підприємства за правилами, визначеними П(С)БО 7 «Основні засоби» [1], а нематеріальних активів за правилами, визначеними П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [2].

Складність оцінки основних засобів пов'язана з тривалим строком їх експлуатації. Внаслідок використання об'єкта основних засобів його первісна оцінка поступово втрачає своє значення. Тому підприємство повинно періодично переоцінювати основні засоби. [1] має за мету відобразити як прогнозовані зміни вартості основних засобів (у вигляді зносу), так і ті, що не піддаються прогнозуванню (коливання вартості майна, які зв'язані зі зміною ринкових цін).

Перша зміна вартості є результатом впливу часу та експлуатації. Підприємства повинні встановити за кожним об'єктом один із шести запропонованих методів амортизації, який реально буде відображати втрату вартості, яка є результатом вільно вибраного способу експлуатації об'єкта. Друга зміна вартості – переоцінка (дооцінка чи уцінка) є результатом зміни ринкової вартості і суми очікуваного відшкодування об'єкту. Підприємство повинно на дату кожного балансу визначити справедливую вартість об'єкта.

Підприємство може переоцінювати об'єкт основних засобів, якщо залишкова вартість цього об'єкта суттєво відрізняється від його справедливої вартості на дату балансу. Справедлива вартість – сума, за якою можна продати актив або оплатити зобов'язання за звичайних умов на певну дату (п.4 П(С)БО 19 «Об'єднання підприємств» [4]). Відносно справедливої вартості роз'яснень немає, однак, в додатку до [4] наведено порядок визначення справедливої вартості. Наприклад, для основних засобів справедлива вартість – це ринкова вартість, а у разі відсутності даних про ринкову вартість – відновлювальна вартість (сучасна собівартість придбання) за вирахуванням суми зносу на дату оцінки; для нематеріальних активів – це поточна ринкова вартість або за відсутності такої вартості – оціночна вартість, яку підприємство сплатило б за актив у разі операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами, виходячи з наявної інформації; для запасів, зокрема ма-

теріалів, це – відновлювальна вартість; для дебіторської заборгованості – це теперішня (дисконтована) сума, яка підлягає отриманню, що визначена за відповідною відсотковою ставкою за вирахуванням резерву сумнівних боргів та витрат на отримання дебіторської заборгованості в разі потреби.

При переоцінці основних засобів повинна бути визначена переоцінена вартість і скоригована сума накопиченого за цим об'єктом зносу. Переоцінена вартість і сума зносу об'єкта визначаються множенням первісної вартості та суми зносу на індекс переоцінки. Індекс переоцінки визначається діленням справедливої вартості об'єкта, який переоцінюється, на його залишкову вартість (п. 17 [1]).

На індекс переоцінки впливає зміна справедливої вартості активів, що є наслідком не тільки інфляційних процесів, а й співвідношення попиту та пропозиції, морального зносу необоротних активів, державної політики цін та інших факторів.

Підприємство може здійснювати переоцінку за справедливою вартістю на дату балансу нематеріальних активів, щодо яких існує активний ринок (п. 19 [2]). Активний ринок – ринок, якому притаманні такі умови: предмети, що продаються та купуються на цьому ринку, є однорідними; у будь-який час можна знайти зацікавлених продавців і покупців; інформація про ринкові ціни є загальнодоступною (п. 4 [2]).

Амортизація – це процес поступового знецінення необоротних активів під впливом фізичного та морального зношування, а також наступного відшкодування його шляхом відрахування грошових сум, які включаються до собівартості продукції. Поняття «Амортизація» визначено п. 4 [1], як систематизований розподіл первісної чи переоціненої вартості необоротних активів протягом терміну їх корисного використання за вирахуванням ліквідаційної вартості – коштів, які можна залучити шляхом продажу виведених з експлуатації об'єктів. Знос необоротних активів – це сума амортизації об'єкта необоротних активів з початку їх корисного використання.

П(С)БО 7 пропонує проводити нарахування амортизації основних засобів (крім інших необоротних активів) із застосуванням таких методів: прямолінійного; виробничого; кумулятивного; прискореного зменшення залишкової вартості; зменшення залишкової вартості.

Нарахування амортизації нематеріальних активів здійснюється протягом строку їх корисного використання, який встановлюється підприємством при визнанні цього об'єкта активом (п. 25 [2]). Нематеріальний актив – немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований. Нематеріальні активи з невизначеним строком корисного використання амортизації не підлягають.

Методи нарахування амортизації такі як кумулятивний, виробничий, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості є методами прискореної амортизації. При використанні цих методів річні амортизаційні відрахування більші у перші роки та зменшуються з часом. Використання підприємством методів прискореної амортизації сприяє оновленню матеріально-технічної бази підприємства та оживленню інвестиційного процесу. Методи прискореної амортизації достатньо ефективні в умовах помірної інфляції для зниження її негативного впливу. Позитивний потенціал помірної інфляції полягає в тому, що, знецінюючи гроші, вона стимулює інвестиційний процес.

У стабільному економічному середовищі, що характеризується рівнем інфляційних і циклічних коливань цін, виробничі запаси доцільно обліковувати за вартістю їх придбання. Однак, при збільшенні річного рівня інфляції, що виражається у відчутних коливаннях цін, відображення запасів за вартістю придбання вже не дає об'єктивної картини їх реальної вартості і господарської корисності як джерела потенційного доходу. З метою збереження об'єктивної оцінки запасів в умовах цінової нестабільності згідно з П(С)БО 9 «Запаси» [3] вони відображаються в обліку та звітності за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації. В умовах ринкової економіки ціни на матеріальні ресурси часто змінюються: надходження однакових за найменуванням запасів здійснюється за різними цінами. [3] передбачає різні методи списання запасів. Доцільність вибору того чи іншого методу оцінки запасів при їх вибутті залежить від конкретних умов діяльності підприємства.

В умовах постійно зростаючих цін метод ФІФО, який передбачає використання запасів у тій послідовності, в якій вони надходили на підприємство, дає найвищий показник валового прибутку. А якщо прийняти до уваги ту обставину, що в умовах загального росту цін кожне підприємство прагне підвищити ціни на свої товари, то при використанні методу ФІФО до оцінки запасів при їх вибутті показник валового прибутку виходить невиправдано завищеним. Відповідно, в умовах постійного зниження цін спостерігається обернений процес: показник валового прибутку внаслідок використання методу ФІФО до оцінки запасів при їх вибутті та вимушеного зниження відпускних цін на товари, що продаються, виходить невиправдано заниженим.

Водночас, оскільки запаси, придбані в умовах постійно зростаючих цін, списуються при вибутті за нижчими цінами, то запаси, що залишилися на балансі, виявляються оціненими за вартістю, більш або менш наближеною до ринкової. А це означає, що при аналізі балансу такого підприємства показники власних оборотних засобів, оборотного капіталу і, відповідно, коефіцієнтів покриття будуть не просто оптимістичними, але і більш реальними порівняно з тим, якби на цьому підприємстві використовувався метод ЛІФО.

Метод ЛІФО передбачає використання запасів у послідовності, оберненій надходженню, тобто запаси, які першими відпускаються у виробництво, оцінюються за собівартістю останніх за часом надходжень запасів. Метод ЛІФО при будь-яких коливаннях цін, тобто, незалежно від того, ростуть вони або знижуються, передбачає, що собівартість проданих товарів складає витрати, які відповідають рівню цін на момент продажу. Тому, цей метод оцінки порівняно з іншими покаже менший валовий прибуток у період інфляції і більший у період дефляції. Отже, згладжується вплив факторів підйому і спаду в економіці держави на фінансовий результат кожного окремого підприємства. Використання методу ЛІФО в умовах стійкого росту цін приводить до того, що балансовий залишок запасів відображається за цінами перших закупок. Тобто виходить, що їх балансова вартість не співпадає з їх реальною вартістю: в період інфляції вона виявляється заниженою, а в період дефляції – завищеною порівняно з поточною (ринковою) вартістю.

В умовах інфляції рекомендується метод собівартості останніх за часом надходження запасів (ЛІФО), однак зараз використання методу ЛІФО скасовано українським законодавством.

Дебіторська заборгованість відволікає з обігу підприємства власні оборотні засоби, тим самим знижується дохід підприємства, причому втрати у доходах підприємства пропорційні темпу інфляції.

Дебіторська заборгованість – це сума заборгованості юридичних і фізичних осіб підприємству за надані їм продукцію, товари, роботи або послуги; сума заборгованості фінансових і податкових органів; сума авансів, наданих іншим підприємствам у рахунок наступних платежів; сума нарахованих дивідендів, процентів, роялті тощо, що підлягають надходженню тощо.

Дебіторська заборгованість представляє собою іммобілізацію з господарського обігу підприємства власних оборотних засобів. Цей процес супроводжується непрямими втратами в доходах підприємства, значущість яких тим суттєвіше, чим вищий темп інфляції. Протидія негативному впливу інфляції здійснюється шляхом варіювання політики кредитування своїх покупців. Можливі методи – передоплата, оплата за готівку, оплата з відстрочкою платежу. Перші два методи більш переважні в умовах інфляції, а третій більш поширений. Однак і при оплаті з відстрочкою платежу можливе скорочення періоду іммобілізації за рахунок надання клієнтам знижки за відносно швидку оплату продукції. Розрахунок очікуваної знижки базується на визначенні відносно величини прямого доходу, який розраховується за допомогою прогнозних значень індексу цін і процентної ставки по короткостроковим кредитам банку.

За даними Держкомстату України [7] дебіторська заборгованість підприємств на 1 січня 2012 р. становила відповідно 1426,7 млрд. грн., а на 31 грудня 2012 р. – 1701,4 млрд. грн. Порівняно з початком року дебіторська заборгованість збільшилася на 19,3%.

Розглянемо питання хеджування справедливої вартості, грошових потоків, валютних ризиків. Хеджування (англ. hedge – відгороджувати, страхувати себе від можливих втрат) – це процес страхування ризику можливих збитків шляхом переносу ризику зміни ціни з однієї особи на іншу. Хеджування здійснюється через укладання контракту, який призначений для страхування ризиків зміни цін. Хеджування може здійснюватися на підвищення або зниження цін. Хеджер прагне знизити ризик, спричинений невизначеністю цін на ринку, продаючи форвардні, ф'ючерсні чи опціонні контракти.

Хеджування – застосування одного чи декількох інструментів хеджування з метою повної або часткової компенсації зміни справедливої вартості об'єкта хеджування або пов'язаного з ним грошового потоку (п. 4 П(С)БО 13 «Фінансові інструменти» [5]).

Інструмент хеджування – похідний фінансовий інструмент, фінансовий актив або фінансове зобов'язання, справедлива вартість яких і грошові потоки від яких, як очікується, компенсують зміни справедливої вартості або потоку коштів об'єкта хеджування. Характерні риси похідного фінансового інструмента: розрахунки за яким провадитимуться у майбутньому; вартість якого змінюється внаслідок змін відсоткової ставки, курсу цінних паперів, валютного курсу, індексу цін, кредитного рейтингу (індексу) або інших змінних, що є базовими; який не потребує початкових інвестицій (п. 4 [5]).

Похідні фінансові інструменти отримали свою назву через свою вартість, яка є похідною від вартості базових активів, покладених в основу угоди. Звідси й інша їх назва – деривативи (англ. derivative –

похідний). Дериватив – стандартний документ, який підтверджує право і/або зобов'язання придбати або продати базовий актив на певних умовах у майбутньому.

Хеджована стаття (вона ж – базовий актив) – це актив (або зобов'язання), щодо якого хеджер сумнівається, чи не зміниться він у ціні. Хеджованою статтею може виступати визнаний в балансі актив або зобов'язання, не визнана в балансі тверда угода або очікувана угода в майбутньому, щодо якої поки що відсутні зобов'язання, але існує висока імовірність її укладання. Базовим активом може бути фінансовий актив (цінні папери, валюта), а також не фінансовий актив (зерно, нафта, інші товари, якими здійснюється торгівля на біржах).

Фінансовий інструмент – контракт, який одночасно приводить до виникнення (збільшення) фінансового активу в одного підприємства і фінансового зобов'язання або інструмента власного капіталу в іншого (п. 4 [5]). До фінансових активів (п.4.6 [5]) відносяться: кошти та їх еквіваленти (тобто готівка, кошти на поточних рахунках, депозити до запитання, дорожні чеки); право на отримання коштів або інших фінансових активів від іншої компанії (боргові цінні папери іншої компанії, фінансові гарантії, дебіторська заборгованість, позики, отримані підприємством); право на обмін фінансовими інструментами з іншою компанією на потенційно вигідних умовах (придбані похідні фінансові інструменти: опціони (англ. option), свопи (англ. swap), ф'ючерси (англ. future), форвардні контракти (англ. forward contract) і т.п., якщо вони вигідні компанії); дольові інструменти іншої компанії (акції, права на паї).

Фінансовими зобов'язаннями вважаються (п.4.7 [5]): зобов'язання надати гроші або інший фінансовий актив іншій компанії (позики отримані, кредиторська заборгованість, власні боргові цінні папери); зобов'язання обміняти фінансові інструменти з іншою компанією на потенційно невикладних умовах (придбані або продані похідні фінансові інструменти: опціони, свопи, ф'ючерси, форвардні контракти і т.п., якщо вони стають невикладними для компанії).

Інструмент власного капіталу – це контракт, який підтверджує право на частку в активах підприємства, яка залишається після вирахування сум по всіх його зобов'язаннях. До цієї категорії відносяться акції, права на паї, а також похідні від акцій цінні папери (варанти, опціони, ф'ючерси) (п.4.7 [5]).

Існують три види хеджування: хеджування справедливої вартості; хеджування грошових потоків; хеджування валютних ризиків. Хеджування справедливої вартості – це хеджування збитків від змін справедливої вартості визнаного в балансі активу (зобов'язання). Хеджування грошових потоків – це хеджування збитків від змін грошових потоків, яке відноситься до конкретного ризику, пов'язаного з визнаним у балансі активом або зобов'язанням чи з очікуваною угодою (наприклад, хеджування очікуваної купівлі або продажу). Хеджування валютних ризиків – це хеджування змін валютних курсів за інвестиціями в зарубіжну компанію.

Якщо базовий актив не відображено в балансі (наприклад, майбутня угода на купівлю активу), то це хеджування грошових потоків, оскільки таке хеджування фіксує суму, яку необхідно сплатити або отримати у майбутньому.

Якщо ж актив відображений в балансі, варто з'ясувати від чого страхуємося: у разі хеджування майбутніх доходів (наприклад, хеджування всіх або окремих майбутніх виплат відсотків за борговим зобов'язанням зі змінною процентною ставкою) слід обирати хеджування грошових потоків. А у разі хеджування вартості самого активу (наприклад, якщо його вартість залежить від ринкових процентних ставок), слід вибирати хеджування справедливої вартості.

Приклад 1. Підприємство придбало облігацію зі ставкою купона 7% річних. На момент придбання ця ставка відповідає середньоринковій ставці прибутковості, отже, цю облігацію можна розглядати як хороше вкладання грошей. Проте існує ризик, що в майбутньому ринкові ставки «повзуть» угору, і, отже, реальна вартість облігації зменшиться. Щоб застрахувати себе від такого ризику, підприємство купує фінансовий інструмент (своп) (англ. swap – обмін), який гарантує йому отримання процентів за середньоринковою ставкою. Такий вид хеджування є хеджуванням справедливої вартості.

Приклад 2. У січні підприємство-сільгоспвиробник планує, що до початку посівної кампанії йому необхідно буде закупити 500 т нафти. Оскільки підприємство очікує зростання цін на нафту, воно вирішує в січні укласти форвардний контракт (англ. forward contract) на купівлю нафти (цей контракт укладається за цінами, які діють на день, коли було укладено контракт; поставка за таким контрактом здійснюється через кілька місяців). Звичайно, ця процедура платна для підприємства-покупця, оскільки всі очікують підвищення цін на нафту (плата за ризик і становить ціну форвардного контракту). Таке хеджування є хеджуванням грошових потоків, оскільки на момент придбання фінансового активу (укладання форвардного контракту) базового активу (нафти) на балансі немає.

Приклад 3. 15 вересня інвестор купив довгострокові боргові цінні папери призначені для продажу за 1000 грн. З метою хеджування ризику зменшення вартості цих цінних паперів він також придбав опціон пут (англ. put option – опціон продажу) (право на продаж цінних паперів за фіксованою ціною). Премія, сплачена за опціон становить 5 грн. Станом на 30 вересня вартість цінних паперів становила 950 грн. Оскільки вартість базового активу і опціону взаємопов'язані, вартість опціону зросла на 50 грн.

Отже, підприємство не зазнало ніяких збитків від зміни вартості цінних паперів (витрати від знецінення цінних паперів дорівнюють доходам від підвищення ціни на опціон).

Приклад 4. У жовтні компанія планує покупки на січень наступного року. У цьому місяці вона хоче купити 10 тонн алюмінію. З метою хеджування ризику зростання цін на алюміній компанія 12 жовтня уклала ф'ючерсний контракт (англ. futures contract) на купівлю 10 тонн алюмінію за ціною 1550 грн. за тонну. На момент укладення ф'ючерсного контракту його справедлива вартість дорівнює нулю. Станом на 31 грудня ціни на алюміній становили 1575 грн. за тонну. Відповідно вартість ф'ючерсного контракту становила (1575 грн. – 1550 грн.) x 10 тонн = 250 грн. 3 січня компанія придбала на ринку 10 тонн алюмінію за ціною 1575 грн. за тонну і отримала розрахунковий платіж від емітента ф'ючерсного контракту у розмірі 250 грн.

Хеджування виявиться ефективним інструментом, якщо значення коефіцієнта ефективності хеджування знаходитиметься у межах від 0,8 до 1,25. Коефіцієнт ефективності хеджування розраховується діленням зміни справедливої вартості або грошових потоків об'єкта хеджування на зміни справедливої вартості або грошових потоків інструмента хеджування. Об'єкт хеджування – актив, зобов'язання або майбутня операція, що створюють для підприємства ризик зміни справедливої вартості цих активів або зміни грошових потоків, пов'язаних з майбутньою операцією (п. 4 [5]).

Приклад 5. Підприємству у травні буде потрібно для сплати за імпортом устаткування \$100000. Для запобігання валютного ризику підприємство укладає у січні 100 ф'ючерсних контрактів на покупку \$1000 кожний, усього на суму \$100000.

Тоді вартість товарного контракту (справедлива вартість об'єкта хеджування): \$820 000 (курс 8,20 за 1\$ у січні), \$830 000 (курс 8,30 за 1\$ у травні). Втрати через збільшення курсу складають: \$830000 – \$820000 = \$10000. Ф'ючерсний курс з поставкою в травні також виріс. Вартість товарного контракту (справедлива вартість об'єкта хеджування): \$824 000 (курс 8,24 за 1\$ у січні), \$832 000 (курс 8,32 за 1\$ у травні).

Оскільки валюта була куплена за більш низькою ціною, розмір прибутку дорівнює: \$832000 – \$824000 = \$8000. Отже, збитки частково (на 80%) компенсовані: \$10000 – \$8000 = \$2000. Коефіцієнт ефективності хеджування дорівнює \$10000 : \$8000 = 1,25.

Таке хеджування вважається ефективним і означає, що зміна грошового потоку по об'єкту хеджування не дуже перевищує зміну грошового потоку (у 1,25 рази) від інструмента хеджування. У даному прикладі розглянуто частковий випадок, коли обсяг відкритих ф'ючерсних позицій повністю відповідає обсягу хеджованих позицій, і строки поставки на ринку ф'ючерсів співпадають з необхідними хеджеру.

**Висновки.** Наукова новизна отриманих результатів полягає в економічному обґрунтуванні методів зниження тиску інфляції по відношенню до активів підприємства: основні засоби, нематеріальні активи, виробничі запаси, дебіторська заборгованість, які більш чутливі до зміни цін і значні в плані характеристики майнового та фінансового стану підприємства.

Теоретичне значення результатів дослідження має економічне обґрунтування законодавчо встановлених методів прискореної амортизації, переоцінки основних засобів і нематеріальних активів, списання запасів при їх споживанні, а також управління дебіторською заборгованістю для зниження негативного впливу інфляції та страхування ризику зміни цін (хеджування).

Методи прискореної амортизації (кумулятивний, виробничий, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості) достатньо ефективні в умовах помірної інфляції для зниження її негативного впливу. Позитивний потенціал помірної інфляції полягає в тому, що, знецінюючи гроші, вона стимулює інвестиційний процес.

Переоцінка (дооцінка чи уцінка) основних засобів і нематеріальних активів є результатом зміни ринкової вартості і суми очікуваного відшкодування об'єкту. При переоцінці повинна бути визначена переоцінена вартість і скоригована сума накопиченого за цим об'єктом зносу. Переоцінена вартість і сума зносу об'єкта визначаються множенням первісної вартості та суми зносу на індекс переоцінки. На індекс переоцінки впливає зміна справедливої вартості активів, що є наслідком не тільки інфляційних процесів, а й співвідношення попиту та пропозиції, морального зносу необоротних активів, державної політики цін та інших факторів.

В умовах постійно зростаючих цін метод ФІФО списання виробничих запасів при їх споживанні дає найвищий показник валового прибутку, а запаси, що залишилися на балансі, виявляються оціненими за вартістю, більш або менш наближеною до ринкової. Метод ЛІФО порівняно з іншими покаже менший валовий прибуток у період інфляції і більший у період дефляції. Отже, згладжується вплив факторів підйому і спаду в економіці держави на фінансовий результат кожного окремого підприємства. Використання методу ЛІФО в умовах стійкого росту цін приводить до того, що балансова вартість запасів не співпадає з їх реальною вартістю: в період інфляції вона виявляється заниженою, а в період дефляції – завищеною порівняно з поточною (ринковою) вартістю. В умовах інфляції рекомендується метод собівартості останніх за часом надходження запасів (ЛІФО), однак використання методу ЛІФО скасовано українським законодавством.

Дебіторська заборгованість представляє собою іммобілізацію з господарського обігу підприємства власних оборотних засобів, що супроводжується непрямими втратами в доходах підприємства, значущість яких тим суттєвіше, чим вищий темп інфляції. Протидія негативному впливу інфляції здійснюється шляхом варіювання політики кредитування своїх покупців. Можливі методи – передплата, оплата за готівку, оплата з відстрочкою платежу. Перші два методи більш переважні в умовах інфляції, а третій більш поширений.

Хеджування – процес страхування ризику можливих збитків шляхом переносу ризику зміни ціни з однієї особи на іншу – здійснюється через укладання контракту, який призначений для страхування ризиків зміни цін. Хеджування може здійснюватися на підвищення або зниження цін. Хеджер прагне знизити ризик, спричинений невизначеністю цін на ринку, продаючи форвардні, ф'ючерсні чи опціонні контракти.

Результати дослідження мають практичне значення для протидії підприємств негативному впливу інфляції.

#### Література:

1. Україна. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». Затверджене наказом Міністерства України 27.04.2000р. № 181. Зареєстроване в Міністерстві України 18.05.2000 р. № 288/4509.
2. Україна. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи». Затверджене наказом Міністерства України 18.10.1999 р. № 242. Зареєстроване в Міністерстві України 2.11.1999 р. № 750/4043.
3. Україна. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси». Затверджене наказом Міністерства України 20.10.1999 р. № 246. Зареєстроване в Міністерстві України 2.11.1999 р. № 751/4044.
4. Україна. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств». Затверджене наказом Міністерства України 7.07.1999 р. № 163. Зареєстроване в Міністерстві України 23.07.1999 р. № 499/3792.
5. Україна. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 «Фінансові інструменти». Затверджене наказом Міністерства України 30.11.2001 р. № 559. Зареєстроване в Міністерстві України 19.12.2001 р. № 1050/6241.
6. Круш П.В. Інфляція: суть, форми та її оцінка: навч. посібник / Круш П.В., Клименко О.В. – К. : Центр учбової літератури. 2010. – 288 с. – ISBN 978-611-0025-0.
7. Державний комітет статистики України. Оборотні активи за видами економічної діяльності у 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

**Рощина Н.В.**

канд. екон. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

## УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В СИСТЕМІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

## УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ В СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

## COST MANAGEMENT IN THE SYSTEM OF ESTIMATION OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

У статті досліджено управління витратами в системі оцінювання ефективності діяльності промислового підприємства. Порівняння таких категорій як «ефект» та «ефективність», надало можливість визначити, що «ефективність, на відміну від «ефекту», ураховує не тільки результати діяльності, а й умови за яких вони були досягнуті. Розглянуто основні принципи оцінювання ефективності промислових підприємств з урахуванням особливостей їх функціонування. Доведено, що пошук загальних критеріїв оцінювання є більш доцільним за пошук інтегрального показника, оскільки це надасть можливість більш об'єктивно оцінити ефект від впровадження управлінських рішень на всіх рівнях, стадіях та за будь-яких умов. У статті особлива увага приділена управлінню витратами, приведено основні задачі та принципи управління ними. Серед основних методів управління витратами промислових підприємств наведено ті, що мають прикладну реалізацію (Standard Costing, Activity Based Costing, Target costing, Kaizen Costing).

**Ключові слова:** ефективність, ефект, витрати ресурсів, методи оцінювання, управління витратами.

В статье исследовано управление затратами в системе оценки эффективности деятельности промышленного предприятия. Сравнение таких категорий как «эффект» и «эффективность», предоставило возможность определить, что «эффективность» в отличие от «эффекта» учитывает не только результаты деятельности, но и условия, при которых они были достигнуты. Рассмотрены основные принципы оценки эффективности промышленных предприятий с учетом особенностей их функционирования. Доказано, что поиск общих критериев оценивания является более целесообразным чем поиск интегрального показателя, поскольку это дает возможность более объективно оценить эффект от внедрения управленческих решений на всех уровнях, стадиях и при любых условиях. В статье особое внимание уделено управлению затратами, приведены основные задачи и принципы управления ими. Среди основных методов управления затратами промышленных предприятий приведены те, что имеют прикладную реализацию (Standard Costing, Activity Based Costing, Target costing, Kaizen Costing).

**Ключевые слова:** эффективность, эффект, затраты ресурсов, методы оценки, управление затратами.

The article deals with the cost management in the system of estimation of efficiency of activity of industrial enterprises. A comparison of such categories as «effect» and «efficiency», provided an opportunity to determine that the «efficiency» in contrast to the «effect» takes into account not only the results, but the conditions under which they were achieved. Basic principles of evaluation of efficiency of industrial enterprises taking into account their peculiarities. Proved that the search for common criteria evaluation is more appropriate for the search of the integral index, as it would give a possibility to estimate more objectively the effect from the implementation of management decisions at all levels, stages and under any conditions. Offered under the General criteria of estimation of efficiency of activity of industrial



*enterprises understand the cost of resources, their volume and quality. In the article special attention is given to the management costs are the basic tasks and principles of management. Among the main methods of cost management of industrial enterprises are those that have applied the implementation of Standard Costing, Activity Based Costing, Target costing, Kaizen Costing).*

**Keywords:** *efficiency, effect, expenditure of resources, evaluation methods, cost management.*

**Вступ.** У сучасному науковому просторі трансформаціям піддається значна частина методології пізнання явищ та процесів, це потребує створення відповідного наукового підґрунтя для підтвердження необхідності та доцільності зазначених змін, а також їх практичної реалізації.

Одними з найпоширеніших питань, що досліджуються в економічній науці, є питання, пов'язані з оцінкою ефективності діяльності підприємств. Дослідженням процесу оцінювання ефективності діяльності промислових підприємств займаються такі науковці як: А.В. Єфремов, Н.В. Каткова, Н.В. Цопа, М.М. Гаджієв, Г.К. Яловий та інші. Поряд з цим, в середовищі вчених-економістів спостерігаються суттєві розбіжності в розумінні сутності категорії «ефективність», методів, критеріїв та показників її оцінювання. Крім того, наявні методи оцінювання ефективності діяльності підприємств досить часто не враховують вплив екзогенних та ендогенних чинників, й можуть бути використані лише в умовах стабільного функціонування економіки. В доповнення, спираючись на практичну сторону упровадження системи оцінювання ефективності на підприємстві, на особливу увагу застосовують методи, що надають можливість оптимізувати зазначений процес.

Все це визначає актуальність даної теми та доводить, що оцінювання ефективності буде завжди важливим та необхідним елементом у системі управління підприємством.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження ролі витрат та управління ними в системі оцінювання ефективності діяльності промислового підприємства.

**Методологія.** Теоретико-методологічну основу роботи становлять праці вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері оцінювання ефективності діяльності підприємств. Для досягнення поставленої мети використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, такі як: системний підхід, методи аналізу та синтезу, прийоми логічного узагальнення.

**Результати дослідження.** Дослідженню сутності економічного терміну «ефективність», як вже було зазначено вище, приділяється значна увага, оскільки саме через нього ми маємо можливість визначити доцільність та результативність інвестованих коштів у виробництво, оцінити ефект від впровадження управлінських рішень, інтенсивність функціонування системи, рівень досягнення поставленої мети та організованості системи та ін. Цей перелік можна продовжувати доповнюючи все новими сутнісними ознаками, які дають змогу уявити значимість зазначеної категорії в економічній науці.

При визначенні принципів, методів, відповідного інструментарію оцінювання ефективності діяльності промислового підприємства досить часто оперують такими категоріями як: «ефект» та «ефективність». Ці поняття відображають зростання та розвиток системи, її здатність до змін, адаптацію до нових умов функціонування, а також, вони тісно корелюють з поняттям розвитку і притаманними йому якісними змінами [1;3].

Сформулюємо визначення вищенаведених категорій для більш повного розуміння та коректного застосування в оцінюванні одержаних результатів. У загальному вигляді під ефектом розуміють перевищення результатів реалізації процесу, операції, проекту над витратами за певний період часу, тобто ефект відображає результат діяльності. Таким чином, такі терміни як «ефект» та «результат» - тотожні. Ефективність більш містка категорія, і відображає результативність або відносний ефект процесу, операції, проекту, що визначається шляхом співвідношення ефекту (результату) до витрат, на його реалізацію. Отже, «ефективність» на відміну від «ефекту» враховує не тільки результат діяльності (прогнозований, планований, досягнутий), а й умови, при яких він був досягнутий. Саме через своє змістовне наповнення та ємність, використання зазначеної категорії, при оцінюванні результатів, більш доцільне та відповідає науково обґрунтованим критеріям оптимізації управлінських рішень.

До основних принципів оцінювання ефективності діяльності промислового підприємства, з урахуванням особливостей його функціонування, можна віднести: наявність великої кількості цілей; можливість використання декількох критеріїв оцінювання; зростання ринкової вартості підприємства в умовах інноваційного розвитку; взаємозв'язок результатів діяльності з етапами циклу створення та реалізації продукції [1;3]. Розглянемо більш детально кожний з наведених принципів оцінювання ефективності промислового підприємства.

Перший принцип полягає у тому, що промислове підприємство апіорі впроваджує інновацій-

ну діяльність, через це йому завжди притаманна велика кількість цілей, які, в свою чергу, залежать від напрямку діяльності підприємства (виробнича, організаційна, фінансова, інвестиційна, ринкова). Крім того, цілі можуть бути взаємовиключні, тому знайти компроміс між ними не завжди можливо, в цих випадках, задача оцінки ефективності вирішується за допомогою метода багатоцільової оптимізації.

При розгляді другого принципу необхідно зауважити, що річ йде саме про можливість, а не про необхідність використання декількох критеріїв оцінювання. Цілком логічно, що другий принцип зумовлено першим, оскільки наявність значної кількості цілей, в тому числі й взаємовиключних, потребує від менеджменту підприємства допустити при оцінюванні ефективності всіх напрямів діяльності промислового підприємства багатокритеріальний підхід. Кожен напрям діяльності промислового підприємства має свої особливі цілі та способи їх досягнення, методи аналізу, показники ефективності, і якщо підприємство здійснює не тільки виробничу, а й маркетингову, фінансову та інші види діяльності при оцінюванні ефективності – можливе використання декількох критеріїв.

Третій принцип виходить з визначення підприємства як відкритої організаційно-господарської системи, яка функціонує в конкурентному середовищі та займає відповідну частку на ринку. Посилення позицій на ринку, збільшення частки ринку та конкурентних переваг формують стійку стратегічну позицію підприємства, його можливості ефективного функціонування. Цей принцип оцінювання ефективності надає можливість визначити стратегічні цілі, орієнтири подальшого розвитку підприємства, оскільки серед великої їх кількості найбільше заслуговують на увагу ті, що сприяють збільшенню ринкової вартості підприємства, його стійкості на ринку за умов інноваційної діяльності.

Четвертий принцип зазначає взаємозв'язок між життєвим циклом продукції та результатами діяльності підприємства. Особливістю цього принципу є наявність проміжних показників, оскільки при оцінюванні кожного етапу виробництва та реалізації продукції менеджментом підприємства використовуються різні специфічні оціночні показники, які не завжди можливо порівняти з прибутком, але дають можливість визначити відповідність управлінських рішень стратегічним задачам розвитку підприємства. Тому, оціночний інструментарій ефективності діяльності промислового підприємства потребує інтегрального показника. Однак, не дивлячись на пошуки загального інтегрального показника, практичний досвід свідчить, що його використання не доцільне, оскільки він лише ускладнює оцінювання, завуалює або спотворює дійсний фінансово-господарський стан підприємства, що в свою чергу позначається на адекватності управлінських рішень, знижує їх гнучкість та адаптивність в мінливих економічних умовах та призводить до втрати ринкових позицій підприємства.

Ще одним важливим питанням в дослідженні ефективності діяльності промислових підприємств є – визначення критеріїв її оцінювання. Критерій – це - ознака, на підставі якої проводиться оцінка. Необхідно зазначити, що наявність розбіжностей під час вибору критеріїв оцінювання породжує значну кількість поглядів на сам процес оцінювання ефективності. Вибір критеріїв обумовлюється багатьма факторами і залежить від: специфіки об'єкту та характеристик середовища його функціонування, змісту та характеру цілей і завдань, масштабу застосування одержаних результатів і т.п. У будь-якому випадку, під час формування набору критеріїв необхідно дотримуватись принципу максимального охоплення всіх аспектів господарської діяльності, що безпосередньо пов'язані із процесом оцінювання ефективності. Дослідження показує, що вибір критеріїв досить часто обумовлюється багаторічною практикою та досвідом<sup>1</sup>. Таким чином, серед основних задач, що стоять при дослідженні ефективності діяльності промислового підприємства, є пошук критеріїв оцінювання його результатів на кожному етапі діяльності та при будь-яких умовах. Тобто, науково - обґрунтованих критеріїв, використання яких, за умов відповідності зазначеним принципам, забезпечує умови порівняння показників та характеристик, одержаних різними методами та/або в різний час.

В залежності від обраних критеріїв оцінювання, підприємство формує систему конкретних показників, за якими оцінюється ефективність. У загальному розумінні показники ефективності визначаються як співвідношення результатів діяльності та витрат. Тобто, менеджмент підприємства у процесі оцінювання його діяльності повинен чітко відстежувати процес управління витратами.

Під категорією «витрати» ми розуміємо всі види ресурсів, які використовує у своїй діяльності підприємство (трудові ресурси; матеріальні та нематеріальні ресурси; фінансові ресурси; ресурси часу). На різних етапах оцінки ефективності можуть використовуватися показники витрат, що належать до всієї сукупності ресурсів або до певних їх видів. Ще одним аспектом при оцінці ефективності діяльності підприємства є проблема часового інтервалу. Через це, необхідно враховувати, що витрати підприємства, пов'язані з його діяльністю, можуть бути здійснені у різні періоди часу, а моменти досягнення результатів можуть не збігатися з моментами здійснення витрат. Тому при

оцінці ефективності має значення не тільки загальна величина витрат і результатів, а й розподіл їх у часі. Крім того, не всі витрати мають вартісне вираження. Чіткої, регламентованої системи показників із заданими кількісними значеннями їх параметрів, придатних для оцінки ефективності діяльності підприємств різних за видами економічної діяльності, формою власності, розмірами і цілями діяльності, не існує [5].

Отже, вважаємо за доцільне, при оцінюванні ефективності діяльності промислового підприємства в першу чергу досліджувати управління витратами, оскільки ефективність діяльності промислового підприємства напряму залежить від означеного процесу. Необхідно визначити: яким чином організовано цей процес, які саме методи управління витратами ресурсів застосовує підприємство, наскільки вони відповідають умовам господарювання, надають можливість одержати адекватну та повну інформацію і т.п. Отримані дані нададуть можливість порівняти витрачені ресурси з результатом та оцінити, як загальну ефективність діяльності підприємства, так і ефективність кожної складової виробничого процесу, а також завчасно встановити зміни в управлінні підприємством, спрогнозувати їх вплив на ключові функціональні підсистеми підприємства, ухвалювати управлінські рішення щодо підвищення та підтримання відповідного рівня ефективності діяльності, обирати методи, заходи, інструменти управління та ін.

Управління витратами ресурсів - це процес цілеспрямованого їх формування за видами, місцями та носіями, за умов постійного контролю та стимулювання щодо їх зменшення [4]. До основних задач управління витратами на підприємстві можна віднести: визначення ролі витрат ресурсів, як чинника підвищення економічних результатів діяльності; визначення витрат ресурсів на окремі підрозділи підприємства; визначення необхідних витрат ресурсів на одиницю продукції (нормування витрат); підготовка інформаційної бази, що дає можливість оцінити витрати під час вибору та прийнятті господарських рішень; пошук резервів зниження витрат на всіх етапах господарського процесу та у всіх підрозділах підприємства.

Щодо принципів управління витратами, то до них можна віднести: системний підхід до управління витратами ресурсів (ефективність підприємства, як цілісної системи, визначається за ефективністю самого слабкого елемента, ланки); єдність методів (єдині вимоги до інформаційного забезпечення управлінських рішень, планування, обліку, аналізу); управління витратами ресурсів на всіх стадіях життєвого циклу продукції (чітке визначення всіх стадій життєвого циклу продукції); органічне поєднання зниження витрат ресурсів з високою якістю (визначення оптимального балансу, якість - витрати на всіх стадіях життєвого циклу); підвищення зацікавленості всіх учасників виробничого процесу в зниженні витрат ресурсів (нівелювання ефекту інформаційної асиметрії).

Розв'язати поставлені задачі можна за допомогою безлічі методів, які відрізняються між собою концептуальним змістом та сферами впровадження. Останнім часом найбільшої популярності набирають саме ті методики, що мають прикладну реалізацію та надають можливість зібрати повну та транспарентну інформацію щодо ефективності управління витратами ресурсів та на її основі запровадити відповідні управлінські рішення. До найбільш поширених методів, що довели свою практичну значимість можна віднести такі як: управління витратами за системою "стандарт-кост" (Standard Costing), управління витратами за видами діяльності (Activity Based Costing); метод калькулювання собівартості на стадіях планування та розробки продукції (метод цільового калькулювання собівартості (Target costing)); метод калькулювання собівартості на стадіях виробництва та реалізації продукції (Kaizen Costing) [6].

Метод "стандарт-кост" (Standard Costing). В основі даного методу лежить попереднє нормування за статтями витрат. При встановленні нормативів використовуються фізичні (кількісні) стандарти, що надають змогу визначити в натуральному вираженні витрати матеріалів, кількість робочої сили та обсяг послуг, необхідних для виробництва даного виробу. Потім, фізичні стандарти помножуються на коефіцієнти в грошовому обчисленні і отримують стандартні вартісні норми. При відхиленні нормативів проводиться ретельний аналіз причин та ведеться пошук рішень по зниженню витрат до нормативних значень (у разі збільшення). Слід зазначити, що даний метод спрямований на постійний пошук резервів та шляхів зниження витрат, оскільки стандарти обчислюються з припущенням, що підприємство функціонує в нормальних умовах.

До основних переваг даного методу можна віднести: одержання інформації про стандартні витрати на окремі види продукції; реєстрація та облік в оперативному порядку відхилень за місцями та причинами їх виникнення; контроль і узагальнення даних про фактичні втрати і непродуктивні витрати; пошук резервів зниження витрат; оцінка результатів роботи виробничих підрозділів і підприємства. Істотним недоліком даного методу є складність визначення та складання стандартів в умовах інфляції та при виконанні великої кількості різних за характером і типом замовлень за порівняно короткий час.

Крім того, стандарти можна встановлювати не на всі виробничі витрати, у зв'язку з чим, на місцях завжди послаблюється контроль за ними [6].

Метод управління витратами за видами діяльності (Activity Based Costing). Під час використання зазначеного методу передбачається, що витрати виникають у результаті здійснення внутрішньогосподарської діяльності та бізнес-процесів, а також, що кінцева продукція створює попит на певні види діяльності .

При використанні даного методу формування інформації про витрати проходить три стадії: визначення величин витрат ресурсів за організаційним підрозділом підприємства (по філіях, структурних підрозділах, відділах, цехах, дільницях); на основі величин витрат ресурсів розраховуються витрати по кожному виду діяльності та бізнес-процесу, що здійснюється в одному або декількох підрозділах підприємства; виходячи з величин витрат за окремими видами внутрішньогосподарської діяльності та обсягів споживання даної діяльності визначається собівартість продукції.

Важливою умовою впровадження методу управління витратами за видами діяльності підприємства є визначення складу ресурсів підприємства та, безпосередньо, види його діяльності. Крім того, необхідно розуміти, що види діяльності підприємства можуть об'єднуватися у бізнес-процеси.

Основні переваги даного методу: виявлення додаткових резервів для зниження витрат під час раціоналізації бізнес-процесів; точність визначення собівартості продукції; виявлення причинно-наслідкового взаємозв'язку між обсягом витрат та процесами, що відбуваються на підприємстві; покращення механізму контролю та управління витратами. Недоліком даного методу є те, що на кожен бізнес-процес впливає безліч факторів, і досить часто їх буває дуже складно визначити. Особливо складно визначити короткострокові фактори, що впливають на бізнес-процеси.

Метод калькулювання собівартості на стадіях планування та розробки продукції (метод цільового калькулювання собівартості (Target costing)). В даному методі важливим є визначення цільової собівартості. Цільове калькулювання собівартості - підхід до визначення собівартості, за яким виробництво та продаж певного продукту із заданими функціональними можливостями і якістю забезпечить бажаний рівень прибутку при означеній продажній ціні [2].

В ході цільового калькулювання собівартості продукції проводиться планування за трьома стратегічними напрямками конкурентної боротьби: собівартість, ціна, якість, функціональні можливості.

Етапи реалізації методу: встановлення цільової продажної ціни продукту виходячи з ринкових очікувань, встановлення цільового обсягу виробництва; визначення цільового прибутку з урахуванням загальної стратегії розвитку підприємства; визначення цільової собівартості, яка розраховується як різниця між цільовою продажною ціною та цільовим прибутком; визначення цілей щодо зниження собівартості шляхом визначення різниці між поточною плановою та цільовою собівартістю з подальшим розподілом одержаної різниці за видами витрат, а також споживчим функціям продукції.

Застосування даного методу показало свою практичну значимість на підприємствах із багатомоделювальним виробництвом. На практиці цей метод використовується разом із методом калькулювання собівартості на стадіях виробництва і реалізації продукції (Kaizen Costing)

Метод калькулювання собівартості на стадіях виробництва і реалізації продукції (Kaizen Costing). Зазначений метод застосовується на таких рівнях: на рівні підприємства кайзен-костинг допомагає виявити способи більш ефективного протікання бізнес-процесів у сферах виробництва, збуту, обслуговування і таким чином забезпечує зниження основних та накладних витрат; на рівні продукції проводиться пошук засобів та шляхів зниження собівартості того чи іншого виду продукції або окремих компонентів продукції.

Головною перевагою цього методу є визначення та аналіз витрат на забезпечення якості, так як витрати, пов'язані з невідповідністю продукції встановленим стандартам якості дуже великі, а також кайзен-костинг дозволяє знизити кількість витрат, пов'язаних з дефектами продукції.

Кожен з наведених методів має свої особливості в організації управління витратами, свої певні переваги та недоліки в реалізації на практиці, тому більш доцільним для одержання найкращих результатів поєднувати ці методи як між собою так і з іншими методами оцінювання ефективності діяльності промислових підприємств.

**Висновки.** Проведене дослідження демонструє всю складність та значимість процесу оцінювання ефективності діяльності промислових підприємств. На сьогоднішній день не існує єдиного методичного підходу до оцінювання ефективності діяльності промислових підприємств в умовах постійних економічних змін, що зумовлює необхідність подальших методичних розробок у цій сфері. Наукова новизна одержаних результатів полягає в дослідженні процесу управління витра-

тами в системі оцінювання ефективності діяльності промислового підприємства. Отже, вважаємо за доцільне при оцінюванні ефективності, в першу чергу, досліджувати управління витратами ресурсів, що надасть можливість оптимізувати процес оцінювання. Крім того, необхідність виділення загальних критеріїв оцінювання ефективності надає можливість більш об'єктивно оцінити ефект від упровадження управлінських рішень на всіх рівнях, стадіях та за будь-яких умов. Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає у тому, що одержані результати надають можливість об'єктивно оцінювати ефективність діяльності промислового підприємства та упроваджувати заходи щодо її підвищення.

#### Література:

1. Верченко П.І. Багатокритеріальність і динаміка економічного ризику (моделі та методи): Монографія / П.І. Верченко. – К.: КНЕУ, 2006. – 272 с.
2. Гаджиев М. М. Принципы и методы оценки эффективности деятельности промышленного предприятия [Электронный ресурс] // М.М. Гаджиев, З.А. Кунниева, М. Б. Багишев. – Электронный научный журнал «Управление экономическими системами». – 2011. – № 11. – Режим доступа: <http://uecs.ru/otraslevaya-ekonomika/item/801-2011-11-23-05-37-15>
3. Гасин Ф.М. Стратегическое управление затратами / Ф.М. Гасин // Экономические науки. – 2009. - № 9. – с 170-172.
4. Ефремов А.В. Экономическая эффективность и ее оценка / А.В. Ефремов // Экономика и управление. – 2002. - № 5. - С. 3-7.
5. Ковальчук І.В. Економіка підприємства [Текст] навч. посібник / І. В. Ковальчук. - К. : Знання – 2008. - 679 с.
6. Управление затратами на предприятии [Электронный ресурс] // Наукова бібліотека «Буковина». – Режим доступа: <http://buklib.net/books/29478/>
7. Цопа Н.В. Особенности оценки эффективности функционирования промышленных предприятий [Электронный ресурс] // Н.В. Цопа. – Экономика и управление. – 2009. – № 6. – Режим доступа: [archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum./EkUpr/2009\\_5/b5.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum./EkUpr/2009_5/b5.pdf)
8. Якупов И. Ф. Основные принципы и методы управления затратами на производство продукции [Электронный ресурс] // И. Ф. Якупов. – Научный журнал «Молодой ученый». – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/56/2635/>

# МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ

УДК 338.4

**Дергачова В.В.,**

доктор економ. наук, професор

**Біличенко І.Б.,**

Національний технічний університет України «КПІ»

## ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ УПРАВЛІННЯ ПІСЛЯРЕАЛІЗАЦІЙНИМ СУПРОВОДОМ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ УПРАВЛЕНИЯ ПИСЛЯРЕАЛИЗАЦИЙНИМ СОПРОВОЖДЕНИЕМ НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

## ORGANIZATIONAL MANAGEMENT PROCESSES OF AFTERMARKEТ PRODUCT SUPPORT AT MANUFACTURING COMPANY

*В статті розглянуто важливість такої складової діяльності підприємства, як управління послугами. Наведено причини, що обумовлюють необхідність розвитку системи управління якістю на підприємстві саме в аспекті високоякісної післяреалізаційної підтримки товару шляхом надання споживачеві послуг. Важливість організації такої діяльності підприємства проаналізована з точки зору необхідності її існування для ведення бізнесу на Європейських ринках та надання підприємству стійких конкурентних переваг на вітчизняному. Проаналізовано еволюцію розвитку підприємництва з неминучою зміною орієнтирів. В статті наведено схему роботи системи управління послугами на виробничому підприємстві, проаналізовано вплив розвитку такої системи на внутрішнє середовище підприємства. Проаналізовано зв'язок між підтримкою концепції орієнтування на клієнта та управлінням взаємовідносинами зі споживачем. Розглянуто впровадження та вдосконалення систем управління послугами та управління якістю як неодмінних складових процесу модернізації вітчизняних підприємств.*

**Ключові слова:** інтенсифікація бізнесу, клієнт-орієнтоване підприємство, управління послугами, післяреалізаційне супроводження товару.

*В статье рассмотрена важность такого аспекта деятельности предприятия, как управление услугами. Приведены причины, обуславливающие необходимость развития системы управления качеством на предприятии именно в аспекте высококачественной послереализационной поддержки товара путем предоставления потребителю услуг. Важность организации такой деятельности на предприятии проанализирована с точки зрения необходимости ее существования для ведения бизнеса на европейских рынках и как фактор предоставления предприятию устойчивых конкурентных преимуществ на отечественном. Проанализирована эволюция развития предпринимательства с неизбежной сменой ориентиров. В статье приведена схема работы системы управления ус-*

лугами на производственном предприятии, проанализировано влияние развития такой системы на внутреннюю среду предприятия. Проанализирована связь между введением концепции ориентации на клиента и управлением взаимоотношениями с потребителем. Рассмотрены внедрения и совершенствования систем управления услугами и управления качеством как неизбежных составляющих процесса модернизации отечественных предприятий.

**Ключевые слова:** интенсификация бизнеса, клиент-ориентированное предприятие, управление услугами, послереализационное сопровождение товара.

*The article deals with the importance of that part of the companies the service management. There are reasons that necessitated the development of a quality management system in the enterprise at the aspect of high after realisation product support by providing customer service. The importance of these activities of the company is analyzed in terms of the necessity of its existence to do business in the European market and providing the enterprise sustainable competitive advantage in the domestic. The evolution of enterprise development with inevitable change targets. The article describes the scheme of service management for the manufacturing enterprise, the influence of such a system on the internal environment of the company. Analyzed the interrelation between customer-orientation and clients relationship management. Considered the implementation and improvement of service management and quality management as essential components of the process of modernization of domestic enterprises.*

**Keywords:** intensification of business, customer-oriented enterprise, service management, after realizable product support.

**Вступ.** Глобальною тенденцією світової економіки стає перехід від індустріальної до постіндустріальної, або «сервісної», економіки. В індустріальній економіці центральним стержнем розвитку є продукт і його виробництво, максимізація випуску продукції – визначальна мета виробництва. У постіндустріальній економіці рушійною силою господарського розвитку стає сфера послуг, а максимальне задоволення споживчого попиту не тільки в товарах, а й комплексних послугах. Сучасний етап розвитку української економіки характеризується збільшенням конкуренції, підвищенням складності ринкових відносин та інтеграції українських підприємств у світову фінансово-економічну систему. Ці процеси поставили перед вітчизняними підприємствами ряд нових вимог, найбільш суттєвими з яких є необхідність прийняття точних, якісних і своєчасних управлінських рішень для залучення нових і утримання існуючих клієнтів, що в підсумку вплине на ефективність функціонування підприємства, створення додаткового доходу і збільшення рентабельності бізнесу. Все це обумовлює науковий і практичний інтерес до підвищення ефективності роботи з клієнтами.

Під впливом наукових, економічних, технологічних та соціальних факторів постійно збільшуються потреби в послугах, підвищуються вимоги до показників їх якості, постають питання здійснення внутрішньоорганізаційних змін, методичного та інформаційного забезпечення. Зростання потреб у послугах та вирішення проблем їх задоволення вимагають обґрунтування науково-методичних підходів щодо розвитку ринку послуг та вироблення практичних заходів для взаємодії суб'єктів ринку послуг на основі взаємовигідних партнерських відносин.

В Україні на сьогодні існує досить потужна наукова база, яка дозволяє опрацювати теоретичні й практичні питання визначення ролі післяреалізаційного маркетингу відповідно до специфіки економічної ситуації у різних сферах. Серед українських та закордонних учених досить вичерпно розкривають проблематику та сутність управління маркетингом такі як: Дж. Ф. Енджел, Бленуел Р.Д., Ф. Котлер, І. Широченська, Н. Ахмедов, С. Будилін, В. Шквір.

**Постановка завдання.** З огляду на світові тенденції розвитку економіки, а саме - перехід від індустріальної до, так званої, «сервісної», економіки, в якій центральним стержнем розвитку є продукт, ціллю даної статті визначено обґрунтування оптимального управління післяреалізаційною підтримкою товару на виробничому підприємстві.

**Методологія.** При дослідженні ролі післяреалізаційного маркетингу в діяльності підприємства використовувались методи дедукції, аналізу та спостереження. Використання цих методів дозволило зробити висновки про необхідність та доцільність проведення дослідження.

**Результати дослідження.** Для досягнення корпоративних цілей і задоволення потреб бізнесу, організації стають все більш залежними від рівня розвитку управління послугами на підприємстві. Ця залежність призводить до підвищення попиту на якісні послуги, при цьому рівень якості повинен відповідати потребам організації та споживачів по мірі їх розвитку.

Н. Остін та Т. Пітерс в книзі «Пристрасть до досконалості» пишуть, що для досягнення успіху, підприємство повинно піклуватися про свого споживача, надаючи якісні товари та послуги та пос-

тійно змінюючи асортимент продукції. Тривале зростання кількості продуктів і конкурентів на ринку свідчить про те, що на зміну дефіциту товарів при йшов дефіцит споживачів. У результаті саме вони стали центром ринкового всесвіту [1].

Це твердження є справедливим для організацій всіх типів та розмірів, починаючи від національного правління до компанії з одним офісом та навіть одним співробітником. В будь-якому випадку необхідно надавати максимально якісні послуги, що задовольняють потреби споживачів.

Більшість вітчизняних підприємств зараз є орієнтованими на виробництво, значно менше на споживача. Орієнтація підприємства на виробництво дозволяє компаніям продавати свою продукцію сьогодні та забезпечувати себе прогнозами збуту на досить визначені терміни. Компанія розглядає поведінку споживача як незалежну від своєї діяльності. Враховуючи не завжди сприятливі фінансові умови, підприємства не мають змоги вкладати значні кошти в маркетингові дослідження, хибно недооцінюючи їх роль та значення.

Закордонні компанії давно зрозуміли значення якості виробленої продукції, необхідності утримання клієнта, наявності постійних клієнтів. Присутність всіх цих факторів забезпечують підприємству достойну репутацію.

Важливе місце в формуванні сприятливих взаємовідносин з клієнтом посідає функціонування налагодженої служби підтримки споживача – належне виконання функцій постреалізаційного маркетингу [2, с. 30–35.].

Сьогодні є багато шляхів для створення належної системи управління на підприємстві, здебільшого вони засновані на роботі певних комп'ютерних програм, що створюють розвинену локальну мережу на підприємстві. Для впровадження такої системи необхідно є наявність налагодженої роботи ІТ-відділу на підприємстві.

В минулому багато ІТ-підрозділів орієнтувалися лише на власні потреби та концентрувалися лише на технічних питаннях. На підприємствах, де є необхідним налагодження роботи служби підтримки клієнтів, робота ІТ-відділу потребує більшої уваги. Сьогодні підприємствам висувають більш високі вимоги до якості послуг, та ці вимоги з плином часу змінюються. Це означає, що для задоволення таких вимог роботу компанії потрібно переорієнтувати здебільшого за замовника. Особлива увага тут повинна надаватися взаємовідносинам постачальника послуг та користувача. На ІТ-відділ покладається вирішення питання забезпечення технічного рівня цього зв'язку.

При прийнятті рішення впровадження системи управління на підприємстві, керівництво повинно розуміти, що є потреба в наданні відповідей а наступні питання [3]: точка зору підприємства – чи забезпечить результат задоволення потреб підприємства?; точка зору клієнта – чи допоможе впровадження проекту зробити більш зручним процес користування продукцією?; технічна точка зору – яким чином необхідно організувати роботу служби підтримки?

Для підприємства, результатом виробничого процесу якого є матеріальний продукт, дуже важливим етапом розробки та впровадження власної системи управління послугами є налагодження взаємовідносин зі споживачем. Результатом цього налагодження має бути розуміння потреб свого споживача, налагодження контакту та пошук оптимальної форми співробітництва з клієнтом [4]. Головними принципами взаємовідносин мають бути індивідуальний підхід до роботи з кожним клієнтом, потрібно сформулювати оптимальне інформаційне поле, що дозволить клієнту користуватися інформацією про товар та гнучка система співпраці. Для найбільш спрощеного для споживача процесу спілкування з робітниками підприємства характерною є наявність єдиної точки доступу.

Споживачу, при виникненні питань, необхідно знати, як зв'язатися з службою підтримки підприємства для отримання оперативної та конструктивної допомоги. На рисунку представлена схема надання післяреалізаційних послуг клієнту на виробничому підприємстві.

Організування роботи служби підтримки саме по такій схемі передбачає ведення баз даних попередніх звернень, їх аналізування.

При організації на підприємстві служби підтримки споживача, з'являються і нові статті затрат на проект, такі як [3]:

- затрати на управління проектом;
- затрати на здійснення проекту (затрати на консультантів, проектну групу впровадження);
- затрати на комунікаційне обладнання та програмне забезпечення;
- затрати на навчання (включаючи ознайомлення, навчання спеціальним програмним засобам та тренінги, що підвищують обізнаність про бізнес);
- затрати на документацію;
- постійні затрати на персонал та приміщення, що є необхідними для функціонування проекту.

Впровадження системи, що функціонує по запропонованій схемі (рис.1) дозволяє досягти наступних якісних змін в роботі підприємства:



1) збереження і цілісність клієнтської бази: за рахунок ведення загальної клієнтської бази, де фіксуються всі аспекти взаємовідносин з клієнтами, забезпечення швидкого адаптування нового працівника на посаді менеджера з продажу, менеджера по роботі з клієнтами. Таким чином зберігається повна історія взаємовідносин з клієнтами, постачальниками сировини чи комплектуючих та іншими партнерами. Відомо, що залучення нового клієнта в середньому в 5–10 разів дорожче, ніж продаж постійним клієнтам, тому вигідно утримувати існуючих клієнтів компанії якісними послугами або товарами;

2) підвищення ефективності продажів. Клієнт починає розглядати підприємство як джерело високоякісної продукції, а надання послуг, що супроводжують використання товару клієнтом забезпечують підприємству можливості до вдосконалення продукції шляхом вибору постачальників більш якісних комплектуючих. Система також дозволяє відстежувати появу браку на виробництві через надходження скарг клієнтів, та систематизувати дані такого роду для виправлення допущених помилок;

3) спрощення процесу надання технічної допомоги персоналу підприємства. Функціонування системи вимагає інтеграції всіх видів діяльності в організації в одну мережу. В разі виходу з ладу будь-якої ланки ланцюжка, чи то персональний комп'ютер чи верстат на виробництві, про це стає відомим в технічному відділі та спеціалісти мають змогу оперативного зреагувати на ситуацію. Завдяки такому підходу, час, що витрачається на налагодження роботи, зменшується;

4) звітність і аналіз діяльності. вся інформація про те, яку роботу менеджери проробили за певний період, автоматично збирається в системі, формуючи звітність для керівництва. В документах зазначаються перелік та причини виходу з ладу продукції, яка інформація найчастіше викликає питання у споживача. Завдяки цьому можна відрегулювати певні аспекти діяльності підприємства, зробивши їх доступнішими для клієнта. Тобто можна отримати статистику по будь-яким зрізам інформації, яка фіксується в системі обліку відносин з клієнтами.

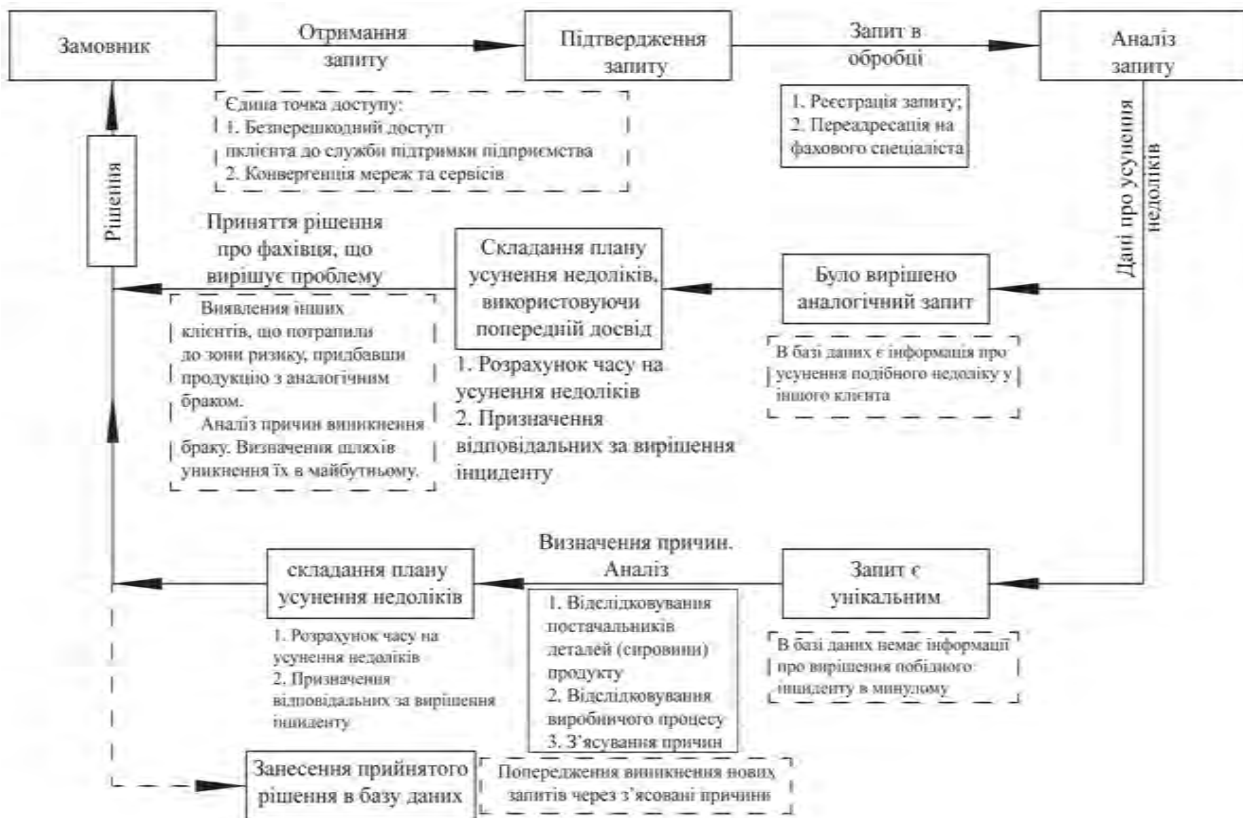


Рисунок. Схема надання післяреалізаційних послуг клієнту на виробничому підприємстві

**Висновки.** Зростаюча роль споживача змушує підприємства шукати нових шляхів збуту товару. Науковці не виключають можливість знаходження нових форм співробітництва на перехресті побудови партнерських відносин з клієнтом та автоматизацією процесу управління підприємством. Розвиток інформаційних систем дозволяє реалізувати можливість вдалої інтеграції системи після-

реалізаційного обслуговування клієнтів в основні напрямки функціонування підприємства. Система управління післяреалізаційною підтримкою здатна забезпечити додаткові конкурентні переваги компанії. Правильний підхід до впровадження автоматизованого управління післяпродажними послугами дозволяє на практиці зменшити витрати підприємства через появу можливості попередження виникнення конфліктних ситуацій в роботі з клієнтами. Запропонована схема організації діяльності служби може бути взятою за основу для визначення архітектури системи підтримки клієнтів на підприємствах. Зростання ролі післяреалізаційного супроводження товарів на ринку дає поштовх для появи нових досліджень в рамках всієї системи маркетингового супроводження продукції. Тематами нових наукових розробок можуть бути пошуки оптимальної форми організації служби підтримки клієнтів на підприємстві, вивчення тренду еволюції концепцій маркетингу, інтеграція сфер діяльності підприємства в єдину інформаційну систему.

#### Література:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. – СПб: Питер, 2012. – 816 с.
2. Гэмбл П. Маркетинг взаимоотношений с потребителем / П. Гэмбл, М. Стоун, Н. Вудкок. – М.: Гранд, 2001. – 512 с.
3. Будылин С. Автоматизация управления / С. Будылин, Г. Матвеев // Управление компанией. – 2005. – № 9. – С. 11–14.
4. Шквір В. Д. Інформаційні системи і технології в обліку : навч. посіб. / В. Д. Шквір, А. Г. Загородній, О. С. Височан. – К. : Знання, 2007. – 439 с.

УДК 331.105.44

**Кожемяченко О.О.**

Національний технічний університет України «КПІ»

## **ВПЛИВ ПРОФСПІЛОК НА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ**

## **ВЛИЯНИЕ ПРОФСОЮЗОВ НА СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ**

## **INFLUENCE OF TRADE UNION ON SOCIAL AND LABOR RELATIONS**

*В статті досліджено процес впливу профспілкових організацій на трудові відносини. Трудові відносини розглядаються як економіко-правові взаємодії, які виникають в процесі трудової діяльності між найманим працівником і роботодавцем. Предметом дослідження, проведеного в статті, є профспілкові організації, які розглядаються як один із суб'єктів впливу на формування і розвиток трудових відносин. В дослідженні застосовано історичний метод, за допомогою якого простежено зміну змісту, спрямованості і мети діяльності, економіко-правового інструментарію, який використовують профспілкові організації для впливу на формування і розвиток трудових відносин. Проаналізовано специфіку впливу профспілок на трудові відносини в різних країнах, виокремлено загальне і особливе, що є притаманним для профспілкових рухів в різних країнах. Визначено неоднозначність їх сьогодишнього стану і перспектив розвитку. Використовуючи формаційний, інституціональний, цивілізаційний підхід, визначені напрями трансформації діяльності профспілок*

в Україні. Результатом дослідження є постановка проблем, що виникають перед профспілковими організаціями в умовах трансформаційної економіки.

**Ключові слова:** профспілки, трудові відносини, наймані працівники, роботодавці

В статье исследуется процесс влияния профсоюзных организаций на трудовые отношения. Трудовые отношения рассматриваются как экономико-правовые отношения, которые возникают в процессе трудовой деятельности между наемным работником и работодателем. Предметом исследования, проведенного в статье, являются профсоюзные организации, которые рассматриваются как один из субъектов влияния на формирование и развитие трудовых отношений. Проанализирована специфика влияния профсоюзов на трудовые отношения в разных странах, определено общее и специфическое, характерное для профсоюзного движения в разных странах. В исследовании используется исторический метод, с помощью которого прослеживается изменение содержания, направленности, и цели деятельности, экономико-правового инструментария, который используют профсоюзные организации для влияния на формирование и развитие трудовых отношений. Используя формационный, институциональный и цивилизационный подход, определены направления трансформации деятельности профсоюзов в Украине. Результатом исследования является постановка проблем, возникших перед профсоюзными организациями в условиях трансформационной экономики.

**Ключевые слова:** профсоюзы, трудовые отношения, наемные работники, работодатели

*This paper investigates the impact of process trade unions on labor relations. Labor relations are seen as economic and regulatory interactions that occur in the workplace between employee and employer. The subject of the research conducted in this article are the trade unions, which are considered as one of the subjects influence the formation and development of labor relations. The study used the historical method by which tracked changes in the content, direction and goals, economic and legal tools used by trade unions to influence the formation and development of labor relations. Specificity of the impact of trade unions on industrial relations in different countries singled out general and specific, which is inherent to the trade union movements in different countries. Definitely the ambiguity of the current state and development prospects. Using formational, institutional, civilization approach, definition of the transformation of the trade unions in Ukraine. The research is the formulation of problems faced by trade unions in terms of the transformation of the economy.*

**Keywords:** trade unions, industrial relations, employees, employers

**Вступ.** Історія виникнення профспілкових організацій пов'язана з необхідністю формування паритетних відносин між роботодавцем і людиною найманої праці. На кінець XIX ст. стало очевидним, що історичний конфлікт між найманим працівником і роботодавцем стає серйозним гальмом економічного розвитку і його необхідно вирішити в цивілізований спосіб. З того часу профспілкові організації стали одним із впливових суб'єктів трудових відносин. За радянських часів профспілки фактично із неурядової громадської організації з попередження і розв'язання трудових конфліктів перетворилися на елемент системи державного управління, до компетенції якого було віднесено опікування соціальною інфраструктурою підприємств.

Перехідний процес від командно-адміністративної до ринкової економіки проявляється в якісних змінах суспільних відносин, одним з елементів яких є трудові відносини, науковий зміст яких розкривається через такі економічні категорії як праця, трудові ресурси, сутність яких розкрито А.Смітом, Д. Рікардо, К. Марксом. Трудові відносини є предметом наукової уваги академіка А.А.Чухно, який визначив їх як комплекс взаємозалежностей і взаємодій між найманими працівниками і роботодавцями, суб'єктами і органами сторін за участі держави і місцевого самоврядування, що пов'язані з найманням, використанням, відтворенням робочої сили і спрямовані на забезпечення високого рівня якості життя особистості, колективів і суспільства загалом. Російський професор Ю.Орловський наголошує, що трудові відносини є серцевиною відносин, які становлять предмет трудового права. М.Г. Акулов в своїх працях наполягає на двох формах соціально-трудо-вих відносин [4]: фактичних соціально-трудо-вих відносин і соціально-трудо-вих правовідносин. В працях О.І. Іляша [5] проведено детальний аналіз суб'єктів, видів, форм, рівнів соціально-трудо-вих відносин. Науковці визначають профспілки як один із факторів впливу на трудові відносини, проте не беруть їх за предмет дослідження. Тому дослідження ролі і місця профспілкових організацій в системі впливів на трудові відносини є актуальним і важливим для осмислення трансформації впливу профспілкових організацій на трудові відносини в сучасній Україні.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження впливу профспілок на систему трудових відносин. В ході дослідження необхідно виконати такі завдання: визначити і провести порівняння системи впливів профспілок на трудові відносини з використанням формаційного підходу в умовах командно-адміністративної та ринкової економіки; провести аналіз впливу профспілок на соціально-трудова відносини з використанням інституціонального і цивілізаційного підходу; зробити висновки щодо відповідності системи впливів профспілок на формування трудових відносин, що склалися на даний момент меті і завданню діяльності профспілкових організацій в умовах трансформаційної економіки.

**Методологія.** Методологічною основою проведених досліджень є теорія інститутів, формаційний і цивілізаційний підхід, такі загальнонаукові методи, як історичний метод, метод порівняльного аналізу, синтезу, теоретичного узагальнення.

**Результати дослідження.** Вплив профспілок на трудові відносини, форми, методи і зміст їх діяльності потрібно розглядати в історичному контексті. Тому для проведення дослідження доцільно використати історичний метод.

Виникнення і розвиток профспілкового руху є соціальним проявом закону боротьби за існування, усвідомлення необхідності впровадження колективних форм боротьби для формування паритетних відносин з роботодавцем. Цей процес обумовлений низкою причин, а саме [6]:

- формування капіталістичних відносин на ґрунті свободи договору;
- слабка позиція найманого працівника перед роботодавцем при формуванні такого договору;
- непевність соціального стану найманого працівника;
- формування класу постійних працівників, які тривалий час працюють в одній галузі, часто на одному підприємстві;
- концентрація виробництва, яка призводить до концентрації робочої сили;
- відокремлення інтересів підприємців від інтересів найманих працівників, втрата останніми надії стати самостійними власниками;
- страйкові рухи, які спочатку мали стихійні організаційні форми, але згодом стійкого характеру;
- об'єднання самих підприємців проти дій найманих працівників;
- занепад колишніх корпоративних промислових організацій (цехів, братств, тощо);
- проведення державами в першій половині XIX ст. політики *laissez faire* (з фр. дозволено), тобто політику державного невтручання в сферу відносин між найманим працівником і роботодавцем;
- поступова системна відмова законів, які забороняли коаліції;
- розвиток у XIX ст. асоціацій серед інших класів, одні з яких слугували прикладом для робітників, а інші поступово перетворилися в суто робітничі організації;
- підвищення освітнього рівня робітників, який призвів до кращого усвідомлення своїх професійних і класових інтересів і переходу до більш інтелектуальних методів їх захисту;
- вплив діяльності різних політичних партій, які вбачали в організації робітничого руху можливість скеровувати його відповідно до мети діяльності політичної партії.

Передумови виникнення союзів робітників (англ. Trade-Unions, нім. Gewerksvereine, фр. Syndicats ouvriers) в цілому в Європі були сформовані к початку XIX ст. Батьківщиною професійних спілок вважається Великобританія, де вони почали виникати з середини XVIII століття і вже в XIX ст. були юридично визнані. Закон "Про профспілки" 1871 р. містив їх визначення, розкривав правовий статус. Зокрема, в Законі містився поділ на зареєстровані (законні) та незареєстровані (незаконні) профспілки. [7].

В 20-ті роки XX ст. профспілки Великобританії об'єднували приблизно 60% найманих працівників.

За типом англійських профспілок було створено профспілки США, найпотужніше місце серед яких займає Американська федерація праці.

Треба зазначити, що саме для англосаксонських країн ( в Великобританії, США, Канаді, Новій Зеландії) є характерними найбільші здобутки в сфері впливу на трудові відносини. Так, в період з 1940 по 1960 рр. в цих країнах були закріплені норми так званого профспілкового монополізму, основними формами якого є [8] :

- зобов'язання роботодавця приймати на роботу лише членів певної профспілки, яке призвело до необхідності працівників бути членами цієї профспілки для збереження власної зайнятості (closed shop);
- можливість роботодавця наймати працівників за власним вибором за умови обов'язкового вступу цих працівників до профспілки у певний термін (union shop);

- зобов'язання працівників незалежно від членства в профспілках сплачувати профспілкові внески, навіть за умови, якщо приналежність до профспілок не є умовою прийняття на роботу і збереження робочого місця (agency shop);

- роботодавець, керуючись принципом переваги у виборі, має при наймі на роботу віддавати перевагу членам профспілки (preference clauses).

Країни континентальної Європи натомість не сприйняли ідею профспілкового монополізму як таку, що дискримінують людину на ринку праці.

В наш час європейські країни мають різне законодавче регулювання діяльності профспілок. Об'єднуючими в процесі правового нормування діяльності профспілок є норми, які містяться у «Загальні декларації прав людини ООН» [2] згідно ст.23 кожна людина має право створювати професійні спілки і входити до них для захисту своїх інтересів, а відповідно до ст.19 ніхто не може бути змушеним вступити до будь-якої асоціації. «Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права» від 16.12.1966 р. [3] містить норми про такі зобов'язання держав:

- право кожної людини створювати для здійснення і захисту своїх економічних і соціальних інтересів професійні спілки та вступати до них на свій вибір при єдиній умові додержання правил відповідної організації. Користування зазначеним правом не підлягає жодним обмеженням, крім тих, які передбачаються законом і є необхідними в демократичному суспільстві в інтересах державної безпеки чи громадського порядку або для захисту прав і свобод інших;

- право професійних спілок утворювати національні федерації чи конфедерації і право цих останніх засновувати міжнародні професійні організації або приєднуватися до них;

- право професійних спілок функціонувати безперешкодно без будь-яких обмежень, крім тих, які передбачаються законом і є необхідними в демократичному суспільстві в інтересах державної безпеки чи громадського порядку або для захисту прав і свобод інших.

Як приклад специфіки функціонування профспілок в різних європейських країнах можна розглянути їх діяльність у Франції. За французьким законодавством профспілкові осередки на підприємстві утримуються за рахунок підприємства навіть за умов, що на підприємстві немає жодного члена профспілки. На підприємствах профспілки організують вибори представників трудового колективу і через них здійснюють свою діяльність. За французьким законодавством профспілки мають право не вести бухгалтерський облік.

На відміну від країн Західної Європи і США, в яких профспілки виникли за часів домонополістичного капіталізму і до створення політичних партій, в Україні, яка входила до складу Російської імперії, масові профспілки виникли за часів потужного зростання революційного підйому, переростання економічних вимог в політичні. Цю ситуацію всебічно відображено у працях В.І.Леніна [9]. Він наполягає на тому, що потрібно відходити від суто економічної боротьби з власниками і урядом, а переходити до боротьби політичної, організація робітників має трансформуватися в організацію революціонерів. На його думку комуністи мають чітко розрізняти реакційну тред-юніонівську верхівку і пересічну профспілкову масу, вміти працювати з нею.

На території теперішньої України Профспілки були створені в 1905 р і почали діяти легально на підставі «Тимчасових правил про товариства і союзи», затверджених 4 березня 1906 р. Треба зазначити, що вони є однією з найстаріших громадських організацій трудящих України.

Після подій 1917 р. починається епоха діяльності профспілок в радянських умовах. В січні 1918 р. на I Всеросійському з'їзді профспілок було прийнято резолюцію, яка була спрямована на одержавлення профспілок. Було закладено засади діяльності радянських профспілок на багато десятиліть. Відтоді профспілки поступово відійшли від своєї основної місії – захисту соціально-економічних інтересів людей найманої праці. Демократичні форми і методи правління поступово було замінено командно-адміністративними.

Починаючи з 30-х років ХХ ст., до відання радянських профспілок перейшло багато державних функцій: управління бюджетом соціального страхування, охорона праці і контроль стану техніки безпеки на виробництві, розподіл житла, господарська діяльність адміністрації, участь у вирішенні виробничих завдань, як то організація соціалістичного змагання, економічного навчання тощо. Починаючи з 1991 р. наша країна перебуває в процесі побудови незалежної демократичної країни з ринковою економікою. Цей процес передбачає формування нових засад діяльності профспілкових організацій. Перш за все цей процес пов'язаний із роздержавленням діяльності профспілок, їхньою федералізацією. Це змінює систему впливів профспілок на трудові відносини. В наш час є чинним Закон України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності» від 1999 р., в якому зокрема визначено професійну спілку як добровільну неприбуткову громадську організацію, що об'єднує громадян, пов'язаних спільними інтересами за родом їх професійної (трудової) діяльності (навчання).

Відповідно до ст.2 цього Закону професійні спілки створюються з метою здійснення представництва та захисту трудових, соціально-економічних прав та інтересів членів профспілки.

На основі проведеного історичного аналізу можна відстежити напрями трансформації мети, змісту і форм діяльності профспілкових організацій в Україні, відповідно до якої відбувається і трансформація впливів профспілок на трудові відносини.

Україна є країною з трансформаційною економікою. Залежно від принципу класифікації економічної системи можна відстежити декілька напрямів, в яких відбуваються трансформаційні процеси.

1. Трансформація господарського механізму, перехід від командно-адміністративного до ринкового координаційного механізму економіки. В межах цих перетворень очевидними є зміни змісту, форм і методів діяльності профспілок, базисом яких є роздержавлення, деполітизація і демонополізація їх діяльності. Цей процес триває від початку набуття Україною незалежності. Можна проаналізувати, як відповідно до цих змін трансформуються впливи профспілок на систему трудових відносин. Результати цього аналізу подані у таблиці.

Таблиця

**Трансформація впливів профспілок на трудові відносини**

Система соціально-трудова відносин	Координаційний механізм	
	командно-адміністративна економіка	ринкова економіка
Суб'єкти соціально-трудова відносин	наймані працівники – держава: все працевдатне населення – наймані працівники на державних (менше 5% - колективних) підприємствах; профспілки одержавлені, тому втрачають суб'єктність.	роботодавці і їх об'єднання, наймані працівники і їх об'єднання, держава; профспілки є суб'єктами трудових відносин
Рівні соціально-трудова відносин	індивідуальний, мікроекономічний рівень (рівень підприємства), мезоекономічний (територіальний, галузевий рівень), макроекономічний (національний) рівень; профспілки діють на всіх рівнях – від первинних профспілкових організацій до регіональних, галузевих, національних об'єднань.	
Типи соціально-трудова відносин	патерналізм як практика державного управління, яка будується на парадигмі контролю держави на людьми і проявляється в нерівності суб'єктів соціально-трудова відносин, профспілки не є незалежними суб'єктами; дискримінація суб'єктів, які «випадають» із системи соціально-трудова відносин (кримінальна відповідальність за неробство, інститут безперервного трудового стажу тощо); заперечення конфлікту між суб'єктами трудових відносин як основа комуністичної ідеології: держава трудящих (вона ж роботодавець) не містить потенційних конфліктів по відношенню до трудящих	конфлікт: всі суб'єкти знаходяться в стані потенційного конфлікту, цей стан є підґрунтям знаходження компромісних, оптимальних рішень в системі соціально-трудова відносин, профспілки є стороною вирішення конфліктів; соціальне партнерство як система інститутів і механізмів узгодження суб'єктів соціально-трудова відносин, профспілки є стороною соціального партнерства
Принципи соціально-трудова відносин	повна державна регламентація соціально-трудова відносин; довільне, необґрунтоване обмеження суб'єктів трудових відносин з боку держави.	забезпечення балансів і інтересів суб'єктів трудових відносин; спільна відповідальність, що ґрунтується на особистій відповідальності.
Предмет соціально-трудова відносин	гарантії зайнятості, умови підприємницької діяльності, соціальні гарантії, професійна освіта і розвиток, наймання і звільнення, умови праці, трудова винагорода та ін.; організація праці, форми і методи оплати праці, гарантії зайнятості, участь працівників в управлінні власністю; створення нових робочих місць, підтримка місцевих виробників, покращення стану соціального розвитку регіону, екологічного стану; нормування праці, мінімальні гарантії заробітної плати, доплат, надбавок, соціальних гарантій з урахуванням специфіки галузі, умови та охорона праці;	

Аналіз таблиці дає можливість зробити висновок, що в процесі трансформаційних змін господарського механізму предмет і рівні трудових відносин мають сталий характер, натомість суб'єкти, типи і принципи мають змінитися. За роки незалежності відбулася зміна законодавчого поля діяльності профспілкових організацій. В законах України закріплений статус профспілок як добровільних, неприбуткових громадських організацій, які діють на принципах рівності і незалежності всіх профспілкових організацій; визначені фінансово-економічні засади їх діяльності; права і обов'язки як суб'єктів соціально-трудова відносин. Зміна законодавчого поля призвела до зміни суб'єктів соціально-трудова відносин відповідно до вимог впровадження ринкового механізму, заклала потенційну можливість зміни типу і принципів формування системи соціально-трудова відносин. Проте якісні зміни в цих сферах поки що не відбулися. Для того, щоб з'ясувати причини такого стану необхідно розглянути інші напрями трансформаційних процесів.

2. Трансформація інститутів національної економіки. Трансформація господарського механізму призводить до зміни місії, сутності і суспільної ваги інститутів національної економіки. Ми маємо приклади, коли профспілки в певних історичних умовах стали потужним суспільним інститутом, локомотивом формаційних змін суспільства, як, наприклад польська «Солідарність» в 80-ті роки ХХ-го століття. Проте, є і інші історичні приклади, які свідчать про втрату впливовості профспілкових організацій внаслідок тих чи інших суспільно-політичних подій (наприклад, профспілки Великобританії за часів прем'єрства Маргарет Тетчер).

Українські профспілки як суспільний інститут зазнали змін, пов'язаних з формаційними змінами, які привели до зміни суб'єктів, видів і принципів системи соціально-трудова відносин. Слід зазначити, що профспілки незалежної України трансформуються і розвиваються під впливом таких чинників, які мають системний характер:

- потужний вплив великого бізнесу на формування державної політики, зокрема політики в сфері соціально-трудова відносин; за таких умов дуже важно вести рівноправний суспільний діалог в форматі держава – роботодавці – профспілки;
- слабе громадянське суспільство, патерналістські настрої великої кількості населення;
- відсутність самоврядних традицій в суспільстві, відсутність позитивних прикладів ефективності самоорганізації в різних сферах суспільного життя;
- неприйняття суспільством профспілок як незалежного від держави самостійного інституту і, як наслідок, відсутність довіри до профспілок, як до інституту, здатному ефективно захищати права найманих працівників при веденні суспільного діалогу.

Розвиток демократичного громадянського суспільства є необхідною, але недостатньою умовою для розвитку самостійних потужних профспілок. Для доведення цієї тези розглянемо наступний напрям трансформаційних процесів.

3. Цивілізаційні трансформації. Відповідно до цивілізаційного підходу розвиток суспільства розглядається як зміна цивілізацій. Україна є країною, в якій відбувається перехід від індустріального до постіндустріального суспільства. Суспільний запит на формування організацій, що об'єднують людей найманої праці виник разом з формуванням індустріального суспільства. Питання ролі і місця профспілок в постіндустріальному суспільстві є відкритим. Якщо, реформуючи діяльність профспілок, відповідно до переходу до ринкової економіки, можна скористатися досвідом організації діяльності профспілкових організацій в країнах сталих ринкових традицій, то скористатися трансфер-технологіями для «приспосовання» профспілок до потреб постіндустріального суспільства неможливо – європейські і американські профспілки є самі законсервованими в форматі індустріального суспільства.

В постіндустріальному суспільстві актуальними лишаються принципи забезпечення балансів і інтересів, спільної відповідальності суб'єктів трудових відносин, які знаходяться в стані потенційного конфлікту і прагнуть його розв'язання через процедури соціального партнерства. Проте самі суб'єкти змінюються під впливом цивілізаційних процесів. Насамперед, це пов'язано з посиленням позиції найманого працівника у відносинах з роботодавцем, обумовленим такими причинами:

- збільшення економічної свободи через підвищення добробуту родин і диверсифікацію доходів (заробітна плата перестає бути єдиним фінансовим джерелом);
- збільшення територіальної свободи, зменшення залежності від певних регіональних роботодавців через створення віртуальних робочих місць, розвиток паралельно з ринком праці ринку житла, транспортної інфраструктури тощо;
- збільшення інформаційної свободи, яка супроводжується можливістю найефективнішого вибору щодо навчання, підвищення кваліфікації, працевлаштування;
- збільшення особистісної свободи, яка спирається на підвищенні персональної відповідальності особи за своє економічне, страхове, майнове, соціальне становище.

Стратегію свого подальшого розвитку профспілки мають розробляти з урахуванням цих змін. В протилежному випадку існує можливість втрати профспілками суб'єктності в сфері соціально-трудових відносин.

**Висновки.** В статті проведено дослідження впливу профспілкових організацій на соціально-трудові відносини. В ході дослідження було використано історичний метод. Із застосуванням історичного методу було зроблено аналіз причин становлення, розвитку профспілкового руху. Було визначено загальне і особливе в ході становлення і розвитку профспілкових організацій в Україні і в зарубіжних країнах. Результатом дослідження є постановка проблем, що виникають перед профспілковими організаціями в умовах трансформаційної економіки.

На думку автора визначальним фактором подальшої трансформації впливу профспілкових організацій на трудові відносини буде посилення незалежної позиції найманого працівника в умовах формування постіндустріального суспільства.

Наукова новизна полягає в тому, що подальшого розвитку отримали дослідження впливу профспілкових організацій на трудові відносини. Дослідження проведено шляхом одночасного використання формаційного, інституціонального і цивілізаційного підходу для аналізу стану і напряму розвитку профспілкових організацій з метою підвищення їх впливу на соціально-трудові відносини.

Практична цінність дослідження полягає в тому, що воно може стати основою для розробки стратегії і тактики розвитку профспілкового руху в Україні.

#### Література:

1. Верховна Рада України. Офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. Закон України «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності» від 15.09.1999 р. N 1045-XIV. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/law>
2. Верховна Рада України. Офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. Декларація. Міжнародний документ від 10.12.1948 р. «Загальна декларація прав людини ООН». Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws>
3. Верховна Рада України. Офіційний веб-портал [Електронний ресурс]. Пакт. Міжнародний документ від 16.12.1966 р. «Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права ООН». Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws>
4. Акулов М.Г. Економіка праці і соціально-трудові відносини / Акулов М. Г., Драбаніч А. В., Євась Т. В. та ін. Навч. посіб. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 328 с.
5. Іляш О.І. Економіка праці та соціально-трудові відносини / Іляш О.І., Гринкевич С.С. Навч. посібник + ком пакт диск – К. : Знання, 2010. – 476 с.
6. Электронный портал Вехи [Електронний ресурс]. Энциклопедический Словарь Ф.А.Брокгауза и И.А.Ефрона. Режим доступу: <http://www.vehi.net/brokgauz/>
7. Трудове право : підручник [для студ. юрид. спец. вищ. навч. закл.] / В. В. Жернаков, С. М. Прилипко, О. М. Ярошенко та ін. ; за ред. В. В. Жернакова. - Х. : Право, 2012. - 496 с.
8. Силян А. Зарубежное законодательство о проблемах профсоюзной защиты / А.Силян // Законодательство. – 2000. - №2.
9. Ленин В.И. Что делать? / Ленин В. И. Избр. В 4-х т. Т. 1.М.: Политиздат, 1986[ПСС. Т. 6. С. 1-192].



**Круш П.В.**

канд. економ. наук, професор

**Сімчера О.І.**

Національний технічний університет України «КПІ»

## **ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА**

## **ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И СТРУКТУРА**

## **EMPLOYMENT POTENTIAL OF COMPANY: NATURE AND STRUCTURE**

*У статті досліджено існуючі наукові підходи до сутності поняття «трудовий потенціал підприємства». На основі багатоаспектного узагальнення існуючих наукових поглядів, було запропоноване авторське визначення поняття «трудовий потенціал». Розглянуто місце трудового потенціалу підприємства в системі наукових знань. Узагальнено існуючі наукові підходи до формування складових трудового потенціалу підприємства в залежності від рівня виробничих відносин. Обґрунтована доцільність уніфікації структури трудового потенціалу підприємства відповідно до актуальної динамічності умов ринкового середовища. Запропонована авторська структура трудового потенціалу підприємства та розкрито сутність кожного її структурного елемента, що вирішальним чином впливає на функціонування підприємства та загалом на економічне зростання. Підкреслено необхідність зростання взаємоузгодженості між структурними елементами трудового потенціалу підприємства з метою підвищення ефективності управління ним.*

**Ключові слова:** трудовий потенціал підприємства, структура трудового потенціалу підприємства, компоненти трудового потенціалу

*В статье исследованы существующие научные подходы к сущности понятия «трудовой потенциал предприятия». На основе многоаспектного обобщения существующих научных взглядов, было предложено авторское определение понятия «трудовой потенциал». Рассмотрено место трудового потенциала предприятия в системе научных знаний. Обобщены существующие научные подходы к формированию составляющих трудового потенциала предприятия в зависимости от уровня производственных отношений. Обоснована целесообразность унификации структуры трудового потенциала предприятия в соответствии с актуальной динамичностью условий рыночной среды. Предложена авторская структура трудового потенциала предприятия и раскрыта сущность каждого ее структурного элемента, что решающим образом влияет на функционирование предприятия и в целом на экономический рост. Подчеркнута необходимость роста взаимосогласованности между структурными элементами трудового потенциала предприятия с целью повышения эффективности управления им.*

**Ключевые слова:** трудовой потенциал предприятия, структура трудового потенциала предприятия, компоненты трудового потенциала

*The article examines the existing scientific approaches to the essence of the concept of «labor potential of the enterprise». On the basis of a multidimensional generalization of the existing scientific views, it was proposed definition of the concept of «labor potential». Considered a place of labor potential of the enterprise in the system of scientific knowledge. Generalizes the available scientific approaches to the formation of the components of the labor potential of the company depending on the level of industrial relations. The expediency of unification of the structure of the labor potential of the company in accordance with the current dynamic conditions of market environment. The author suggests the structure of the labor potential of the enterprise and the essence of each structural element that have*

*a decisive effect on the functioning of enterprises and overall economic growth. Stressed the need to increase the consistency between the structural elements of the employment potential of the enterprise with the purpose of increase of efficiency of management of them.*

**Keywords:** *labour potential of the enterprise, the structure of the labor potential of the enterprise, labour potential components*

**Вступ.** Сучасний етап економічного розвитку характеризується низкою негативних тенденцій, які мають згубний вплив на розвиток та відтворення людських ресурсів. Їх проявом є погіршення соціально-демографічних характеристик трудового потенціалу, що призводить до активізації процесів трудової міграції, зниження освітнього, професійно-кваліфікаційного та мотиваційного потенціалів. Отже, на даному етапі економічного розвитку гостро постає питання підвищення ефективності використання та відтворення трудового потенціалу, що потребує глибоких змін у формах та методах управління. Питанням формування трудового потенціалу підприємств присвячені праці С.Г. Радько, А.В. Линенко, К.М. Шило, Н.І. Верхоглядової, М.І. Русієнко, Н.І. Єсінова, Н.Н. Ровенської, Л.Т. Шевчук, О.О. Хандій, Л.О. Нікіфорова, Р.М. Набока, проте питання чіткої структуризації складових трудового потенціалу підприємства ще не набули необхідного рівня дослідженості в економічній літературі і потребують подальшого вивчення.

**Постановка завдання.** Метою статті є узагальнення існуючих наукових поглядів на структуру трудового потенціалу підприємства та упорядкування його складових компонент.

**Методологія.** Методологічну базу статті становлять праці вітчизняних та зарубіжних науковців щодо дослідження трудового потенціалу підприємства. У роботі використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: діалектичний, абстракції, аналізу та синтезу, метод аналогій.

**Результати дослідження.** На сьогодні ефективність розвитку підприємства визначається злагодженістю дій та професіоналізмом рішень його працівників. З іншого боку, в умовах зростання інформаційності економіки зростають вимоги працівників щодо забезпечення адекватності рівня їх професіоналізму умовам реалізації трудових здібностей. В таких умовах набувають все більшої ваги питання управління трудовим потенціалом підприємств як в частині найповнішої його реалізації, так і у формуванні майбутньої здатності до генерування доданої вартості.

Проблеми забезпечення ефективності управління трудовим потенціалом виникають з причини нечіткості розуміння як сутності складових трудового потенціалу, так і методів управління ними. В науковій літературі більшість поглядів науковців базується на окремих складових трудового потенціалу, що породило неоднозначність підходу щодо визначення структури трудового потенціалу. Тому, залишається не уточненим та потребує подальшого дослідження питання визначення структури трудового потенціалу та взаємозв'язків між його структурними елементами.

Дослідження літературних джерел [2,3,6,7] дало змогу виокремити найбільш поширені підходи щодо визначення поняття трудового потенціалу та його складових. За результатами попередніх досліджень [7], поєднуючи та узагальнюючи існуючі наукові підходи до визначення поняття «трудова потенція», такі як: соціально-біологічний, функціональний, структурний, ресурсний, було з'ясовано, що найбільш повно сутність даного поняття відображає комплексний підхід, у відповідності до якого «трудова потенція» можна описати як еволюційну, інтегральну особливу характеристику здібностей та можливостей працівників як наявних так і перспективних, які визначають у комплексі ресурсів праці та сукупності їхніх характеристик, що можуть бути реалізовані у процесі праці в умовах інноваційного розвитку переходу суспільства до економіки, що базується на ґрунтовних знаннях задля ефективності реалізації поставлених цілей.

Аналіз останніх публікацій [2,3,4,6,7,9] показав, що більшість науковців трудова потенція підприємства розглядають як сукупність кадрової, професійної, кваліфікаційної і організаційної складових [1,4], як інтегральну соціально-економічну категорію [5,10], що вміщує кадровий, демографічний, мотиваційний та організаційний потенціали [7].

Так, Радько С.Г. [5] зазначає, що структура трудового потенціалу підприємства є співвідношенням компонент, які відображають різні демографічні, соціальні, функціональні, професійні та інші характеристики груп працівників. Він виділяє наступні групи компонент трудового потенціалу підприємства:

- професійно-кваліфікаційна (кваліфікація, трудова дисципліна, освіта, трудовий досвід, трудова мотивація тощо);
- психофізіологічна (здоров'я, працездатність, стать, вік, комунікабельність, конфліктність, психологічні та фізіологічні особливості тощо);
- особистісна (аналітичний склад розуму, потреби, здатності до лідерства, інтелектуальний рівень, відповідальність, нестереотипне мислення тощо);
- підприємницькі здібності (сформована трьома попередніми компонентами).

Детальну компонентну структуру трудового потенціалу наводить Л.Т. Шевчук [9]. Так, до основних компонентів трудового потенціалу віднесено біологічну, демографічну, економічну, інтелектуальну, сакральну, історичну, культурну, освітню, соціальну, мотиваційну. З усіх компонентів біологічна, демографічна та інтелектуальна є визначальними. Їх кількісні та якісні характеристики детермінуються кількісними та якісними показниками здоров'я. Стан здоров'я становить ядро усіх компонентів трудового потенціалу. Від кількості та якості фізичного і психічного здоров'я безпосередньо залежить здатність до праці.

Ровенська Н.Н. [6] при дослідженні структури трудового потенціалу підприємства виділяє внутрішню та зовнішню компоненти. До внутрішніх компонентів відносить: статеві групи, стан і досвід роботи, освітньо-кваліфікаційний рівень працівників, стан здоров'я, професіоналізм, моральність і уміння працювати в колективі, система оплати та мотивація праці. До зовнішніх: попит і пропозиція на ринку, попит на спеціальності, політико-економічний стан держави, світові міграційні процеси, рівень мінімальної заробітної плати, демографічний потенціал держави тощо.

Верхоглядова Н.І. та Русінко М.І. [1] компонентну структуру трудового потенціалу підприємства пропонують визначати наступними складовими:

- освіта, отримана працівником. На сьогодні виділяють два види підготовки працівника – загальна і специфічна. Загальна підготовка формується на основі рівня здобутої освіти, специфічна – шляхом додаткової підготовки;

- кваліфікація, яку мають працівники. Якщо освіта характеризує потенційні можливості працівників, то кваліфікація дозволяє оцінити придатність працівника до роботи певної складності. Перша і друга складові утворюють професійно-кваліфікаційну структуру персоналу підприємства;

- управлінський потенціал.

- особовий потенціал. У даний блок входять ті можливості, які є у працівника як у особи: інноваційний потенціал (здатність працівника приймати нестандартні рішення), адаптаційний потенціал (здатність швидко оволодіти новими професійними знаннями) тощо;

- організаційний потенціал. Визначається можливостями організаційної структури підприємства та способом організації праці робочого місця забезпечити реалізацію поставлених завдань.

Трудовий потенціал є сукупністю можливостей працівників підприємства активно чи пасивно брати участь у виробничому процесі в рамках певної організаційної структури з урахуванням матеріально-технічних, технологічних, інформаційних та інших ресурсів, є складним структурним соціально-економічним утворенням, що містить ряд компонентів [7].

Зважаючи на необхідність дотримання принципу інноваційності, в діяльності більшості підприємств України, Гриньова В.М., Писаревська Г.І. [2] виділяють наступні складові трудового потенціалу, а саме: кадрову, структурну, професійну, фізіологічну, культурно-моральну, кваліфікаційну, інтелектуальну, соціально-психологічну, організаційну.

Отже, дослідження існуючих наукових підходів дозволило зробити висновок про те, що на сьогодні в літературі представлена різна компонентна структура трудового потенціалу підприємства, що створює практичні труднощі у виробленні політики управління ним. З метою уніфікації наукових підходів до трактування структури трудового потенціалу було проведення їх узагальнення та доповнення додатковими компонентами, що сформувало комплексне бачення структури трудового потенціалу. До складових трудового потенціалу віднесено інтелектуальну, демографічну, економічну, соціально-біологічну, професійну, історико-культурну, мотиваційну, організаційну компоненти. На рисунку наведена компонентна структура трудового потенціалу.

Інтелектуальна складова трудового потенціалу є однією з основних, так як за допомогою неї відбувається інноваційний розвиток підприємства. Інтелектуальна складова трудового потенціалу визначається як сукупність професійних знань, вмінь та навичок, набутих в процесі виконання завдань, розвинутих здібностей, об'єктів інтелектуальної власності, які мають місце в процесі праці та стають джерелом додаткових надходжень таких як: інтелектуальна рента, роялті, паушальні платежі, забезпечуючи при цьому конкурентні перспективи як персоналу, так і підприємству.

Демографічна складова пов'язана з історико-культурною складовою. Демографічна складова є невід'ємним важливим елементом у розвитку та оновленні трудового потенціалу. Вона тісно пов'язана з соціально-поселенською, етнічною, історичною, класовою, національною підскладовими, які мають вплив на функціонування підприємства.

Економічна складова визначає ефективність трудового потенціалу підприємства, яка має базуватися на основі економічного визначення здібностей працівників, колективу та приносити певний прибуток. Економічна складова прямо пов'язана з мотиваційною складовою. Тому зараз в науці дедалі частіше розглядають саме економічну мотивацію, яка є дуже важливим чинником мотиваційного механізму.

Досвід більшості зарубіжних компаній показав, що найвищу ефективність має комбінування грошової та не грошової форм мотивації. В залежності від соціально-біологічних характеристик працівників та рівня оплати праці на підприємстві, співвідношення між грошовою та не грошовою формою мотивації повинно бути різним. Практика виробничо-господарської діяльності неодноразово доводила високу ефективність моральної винагороди, зокрема через задоволення потреб у самоповазі, особистих досягненнях, компетентності, повазі з боку оточуючих, самовираженні, самореалізації.

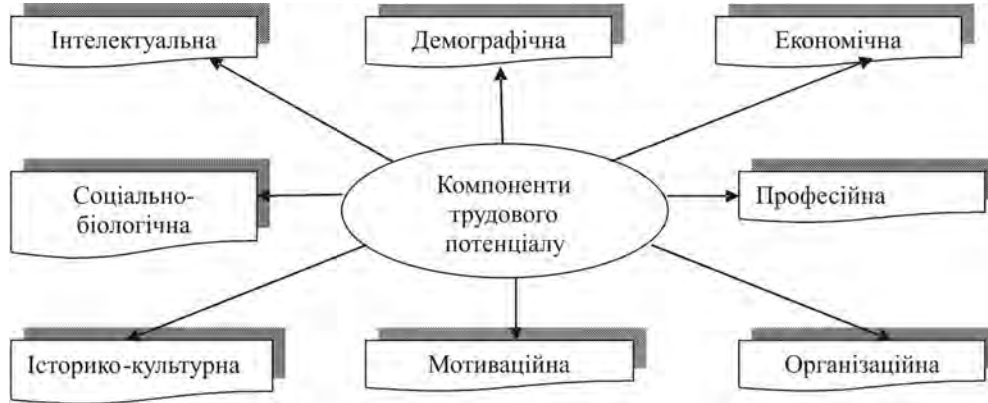


Рисунок. Компонентна структура трудового потенціалу підприємства (запропоновано автором)

Професійна складова трудового потенціалу змінюється з розвитком професійного рівня персоналу та залежить від його кількісного та якісного складу. Професіоналізм відіграє вирішальну роль у розвитку трудового потенціалу. Досвід розвинутих країн показує, що постійне інвестування у професійну освіту для підвищення кваліфікації різними тренінгами, семінарами, практикумами дає позитивний результат для компанії. І прослідковується тенденція, що збільшення витрат призводить до підвищення ефекту. В Україні ж навпаки підприємства дедалі частіше скорочують виділення коштів у професійну освіту, негативно впливає як на конкурентоспроможність продукції, так і працівників.

Організаційна складова трудового потенціалу визначається сукупністю різних просторових та часових об'єктивних і суб'єктивних факторів, які спрямовані на реалізацію цілей та завдань. До її складу входять джерела, можливості та засоби, які використовуються для вирішення певних завдань чи для досягнення конкретної мети.

На наш погляд, соціально-біологічна складова являється однією з найважливіших складових трудового потенціалу. На прикладі багатьох успішних закордонних компаній можна переконатися, що саме від прояву соціально-біологічних характеристик, таких як ментальність та темперамент залежить злагодженість та взаємоузгодженість процесів у колективі. Тому, вже декілька років поспіль в Україні міжнародні компанії при підборі персоналу значну увагу приділяють саме різноманітним соціально-психологічним тестам.

Кожна з виділених компонент містить у собі ряд характеристик і елементів та має особливе значення в процесі управління трудовим потенціалом.

Висновки. Наукова новизна статті полягає в подальшому розвитку теоретичних підходів до сутності складових трудового потенціалу підприємства та упорядкуванні його структурних елементів. На основі узагальненого аналізу трактування науковцями структурних елементів трудового потенціалу, запропоновано авторське бачення компонентної структури трудового потенціалу. Теоретичне значення удосконалення структури трудового потенціалу полягає в продовженні розвитку наукових знань щодо сутності поняття «трудова потенція» та його складових компонент. Практичне значення полягає у можливості використання запропонованої структури трудового потенціалу в системі формування управлінських рішень щодо вибору напрямів підвищення ефективності його реалізації.

#### Література:

1. Верхоглядова Н.І. Характеристика і структура трудового потенціалу підприємства [Електронний ресурс] / Н.І. Верхоглядова, М.І. Русієнко // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/inek/2011\\_4/37.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2011_4/37.pdf)
2. Гриньова В.М. Управління кадровим потенціалом підприємства: монографія / В.М. Гриньова, Г.І. Писаревська – Х.: Вид. ХНЕУ, 2012. – 228 с.

3. Линенко А.В. Сутність й аналіз трудового потенціалу підприємства за показниками ефективності його використання / А.В. Линенко, О.Л. Шевченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2008. – №4. – С. 111–116.
4. Михайленко О.В. Теоретичні аспекти розвитку та оцінки трудового потенціалу [Електронний ресурс] / О.В. Михайленко // Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/pspe/2010\\_1/Mihaylenko\\_110.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/pspe/2010_1/Mihaylenko_110.htm)
5. Радько С. Оценка трудового потенциала предприятия с учетом рисков его управления / С. Радько // Управление риском. – 2003. – №2. – С. 30–41.
6. Ровенська В.В. Трудовий потенціал підприємства: поняття, структура [Електронний ресурс] / В.В. Ровенська // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2011. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Traeiv/2011\\_3/110.Pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Traeiv/2011_3/110.Pdf)
7. Сімчера О.І. Наукові підходи до дослідження сутності трудового потенціалу підприємства / О.І. Сімчера // Економічний простір. – № 75. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2013. – 308 с.
8. Трункін Л.В. Сучасні імперативи формування і розвитку трудового потенціалу персоналу підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.05 – економіка та управління національним господарством / Л.В. Трункін – Омск: Росія, 2011. – 20 с.
9. Шевчук Л.Т. Медико-соціальні основи використання трудового потенціалу в Україні : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.09.01 «Демографія, економіка праці, соціальна економіка та політика» / Л.Т. Шевчук, НАН України. Ін-т регіон. досліджень. – Л., 2005. – 46 с.
10. Шило К.М. Структура трудового потенціалу України [Електронний ресурс] / К.М. Шило // Демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. – 2011. – Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vbumb/2011\\_4/28.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vbumb/2011_4/28.pdf).

УДК 330.115:658

**Погребняк А.Ю.**

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **НАПРЯМИ ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

### **НАПРАВЛЕНИЯ ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИИ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЕ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

#### **RATIONALE FOR STRATEGIC DIRECTIONS CRISIS MANAGEMENT IN INDUSTRIAL ENTERPRISES**

*У статті досліджено сучасний стан збиткових вітчизняних промислових підприємств у динаміці, узагальнено підходи до визначення кризи на підприємстві, етапи кризових процесів на підприємстві.*

*Автором визначено, що інтенсивність впливу зазначених факторів є визначальною для розуміння сутності кризи, її різновиду у процесі функціонування та розвитку підприємства.*

*Дослідження показує, що етапи розгортання кризових явищ тісно пов'язані з напрямками реалізації антикризових дій. Реалізацією механізмів антикризового управління та відповідних їм стратегій, тісно пов'язаних з етапом розгортання кризи та завданнями, які мають бути вирішені у процесі їх застосування. Підприємство має не просто точково шукати вихід з кризи, а на основі використання*

інструментів визначити стратегічні дії та формувати механізм антикризового управління. При цьому стратегічні рішення мають бути науково обґрунтовані.

Зазначено, що чітке розуміння глибини та причин кризи – основа для формування механізму і стратегії антикризового управління. Напрямок вибору необхідної стратегії залежить від правильного та вчасного визначення типології кризи, об'єктивної оцінки потенційних і реальних загроз та ризиків, а також науково обґрунтованих управлінських рішень.

**Ключові слова:** криза, підприємство, розвиток, банкрутство, стратегія, антикризове управління, критерії ефективності, індикатори.

*В статье исследовано современное состояние убыточных отечественных промышленных предприятий в динамике, обобщены подходы к определению кризиса на предприятии, этапы кризисных процессов на предприятии.*

*Автором определено, что интенсивность влияния указанных факторов является определяющим для понимания сущности кризиса, ее разновидности в процессе функционирования и развития предприятия.*

*Исследование показывает, что этапы развертывания кризисных явлений тесно связаны с направлениями реализации антикризисных действий. Реализацией механизмов антикризисного управления и соответствующих им стратегий, тесно связанных с этапом развертывания кризиса и задачами, которые должны быть решены в процессе их применения. Предприятие не просто точечно ищет выход из кризиса (локализовать ее), а на основе использования инструментов (диагностика, оценка финансового состояния, мониторинг рисков, экспертная оценка и т.п.) определить стратегические действия и сформировать механизм антикризисного управления. При этом стратегические решения должны быть научно обоснованы.*

*Указано, что четкое понимание глубины и причин кризиса - основа для формирования механизма и стратегии антикризисного управления. Направление выбора необходимой стратегии зависит от правильного и своевременного определения типологии кризиса, объективной оценки потенциальных и реальных угроз и рисков, а также научно обоснованных управленческих решений*

**Ключевые слова:** кризис, предприятие, развитие, банкрутство, стратегия, антикризисное управление, критерии эффективности, индикаторы.

*This paper investigates the current state of unprofitable domestic industry dynamics, generalized approach to the definition of the crisis at the plant, the stages of crisis processes in the enterprise.*

*The author states that the intensity of the impact of these factors is essential for understanding the essence of the crisis of its kind in the operation and development of the company.*

*Research shows that the deployment phases of the crisis is closely related to the areas of crisis activities. Implementation of mechanisms of crisis management and corresponding strategies are closely related to the deployment phase of the crisis and challenges to be addressed in the process of their application. The company is not just a point to look for a way out of crisis (to locate it), and through the use of tools (diagnostics, assessment of the financial condition, risk monitoring, expert evaluation, etc.) to identify strategic actions and form of crisis management mechanism. With this strategic decisions should be evidence-based.*

*The findings indicated that a clear understanding of the depth and causes of the crisis - the basis for the formation mechanism and strategies for crisis management. Direction selecting the strategy depends on proper and timely determination of the typology of crisis, an objective assessment of potential and actual threats and risks, as well as scientifically sound management decisions*

**Keywords:** crisis, enterprise development, bankruptcy, strategy, crisis management, performance criteria, indicators.

**Вступ.** У сучасних умовах актуальним є питання про взаємозв'язок таких важливих категорій, як «криза», «стратегія» та «розвиток», який є природним. З однієї сторони, він виражається в тому, що сам по собі розвиток передбачає абсолютну необхідність вироблення і прийняття відповідної стратегії. Коли мова йде про промислове підприємство, актуальність цього питання зростає, оскільки в кінцевому підсумку ефективно формування стратегії, безумовно, зумовлює майбутні фінансові результати підприємства. З іншої сторони, як би ефективно не була вироблена стратегія, все одно доводиться мати на увазі, що так чи інакше підприємство зіткнеться в своєму розвитку з певними кризовими явищами, які є елементами стратегічного розвитку.

Проблемам кризи на підприємстві присвячено ряд праць як зарубіжних так і вітчизняних вчених-економістів, зокрема Е. Альтмана, Т. Таффлера, Л. Грейнера, У. Бівера [5;6;8], І. Георгіца, Е. Короткова, Л. Лігоненко, В. Василенко, У. Крістека, Чернявського [9], А. Войтоловського Н. та ін [1-3].

**Постановка завдання.** Метою даної статті є узагальнення наукових підходів до визначення видів криз на підприємстві; дослідження взаємозв'язку між факторами, що спричиняють кризи на підприємстві та аналіз напрямів обґрунтування стратегії антикризового управління на промислових підприємствах.

**Методологія.** Для досягнення поставленої мети використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, такі як: метод синтезу та аналізу, прийоми логічного узагальнення, системний аналіз, методи порівнянь, узагальнень і аналогій, аналіз статистичних даних та наукових публікацій, табличний метод. Теоретичною базою дослідження стали наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених щодо антикризового управління підприємством.

**Результати дослідження.** В Україні на сьогодні нараховується 8811 підприємств у процедурі банкрутства за даними Міністерства юстиції України [7].

З них 438 підприємств - це державні або підприємства, у статутному фонді яких державі належать більше 25%. Решта - підприємства приватного сектору економіки, у тому числі фізичні особи - підприємці. При цьому, в державному секторі за загальною процедурою ліквідується 84% банкрутів, 7% - припадає на випадки банкрутства боржника, що ліквідується власником, 6% - банкрутство відсутнього боржника, 3% - санація боржника його керівником. Підприємства-банкрути приватного сектору економіки: понад 38% - це банкрутство відсутнього боржника, 37% - загальна процедура банкрутства, майже 12% - банкрутство фізичних осіб - підприємців, 11% - банкрутство боржника, що ліквідується власником, понад 1,5% - санація боржника його керівником [7].

Зростаюча кількість підприємств-банкрутів є індикатором кризових явищ в економіці в цілому та на кожному з цих підприємств зокрема.

Таку ситуацію можна пояснити стійкою тенденцією до наявності внутрішніх та зовнішніх факторів. До зовнішніх факторів відносяться: спад кон'юнктури в економіці в цілому; зменшення купівельної спроможності населення; значний рівень інфляції; нестабільність господарського та податкового законодавства; нестабільність фінансового та валютного ринків; посилення конкуренції в галузі; криза окремої галузі; сезонні коливання; посилення монополізму на ринку; дискримінація підприємства органами влади та управління; політична нестабільність у країні місцезнаходження підприємств; постачальників сировини (споживачів продукції) і т.п. Якщо говорити про внутрішні фактори, то в ряді випадків, вони є чітким свідченням неправильно обраної стратегії розвитку. Проте в деяких випадках до кризи можуть призводити і неправильні тактичні кроки, пов'язані з різними управлінськими рішеннями. Загалом же, саме поєднання неефективних стратегічних рішень і спроб виправити їх миттєвими тактичними ходами - типова причинна картина кризи.

Інтенсивність впливу зазначених факторів є визначальною для розуміння сутності кризи, її різновиду у процесі функціонування та розвитку підприємства.

Загалом, на сьогоднішній день виділяють різні класифікації криз, притаманних підприємству (рис. 1).

З огляду на те, що підприємство кінцевою метою свого функціонування має максимізацію прибутку, збільшення сегменту ринку, підвищення конкурентоспроможності, подовження життєвого циклу у часовому вимірі і т.п., то його цікавить не лише вид кризи, а і етап її розгортання та глибина. Саме це може бути основою для відпрацювання та реалізації антикризових дій.

З урахуванням усього зазначеного перейдемо до аналізу й оцінки етапів кризи, як вони виглядають з точки зору сучасної теорії і практики антикризового управління. Зіставимо в цьому зв'язку погляди деяких дослідників.

Зважаючи на роль ендогенних факторів виникнення кризових явищ на підприємстві, розглянемо класичну структуру етапів розвитку кризового процесу за У. Крістеком (рис. 2).

Як видно з рис.2, криза починається з так званої потенційної фази, яка визначається як квазінормальна: немає явних симптомів кризи і важко визначити точку його початку. Потім настає латентна або прихована криза, коли власне криза вже почалася і вже є її перші ознаки, проте керівництво підприємства не володіє повним об'ємом інформації для констатації кризи, тому є схильність розглядати її симптоми просто як наслідок тактичних помилок. На третій стадії всі зовнішні ознаки кризи чітко усвідомлені, необхідно приймати складні і невідкладні рішення, виявляються основні точки цих рішень і має місце спроба мобілізації сил на все ще можливе подолання кризи. Можна визначити, що, за У. Крістеком, саме на цьому етапі закінчується потенційна можливість подолання кризи, використовуючи внутрішні резерви та власний антикризовий потенціал підприємства. Мова йде про те, що настає гостра нездоланна криза, яка вимагає зовнішнього втручання і оперативних антикризових заходів.

За аналізом економічної літератури [2; 3; 5], дослідники виділяють наступні чотири етапи кризової ситуації:

1. Прихована або латентна стадія: падіння граничної ефективності капіталу, показників ділової активності фірми, зниження рентабельності та обсягів прибутку.

2. Поява збитковості виробництва з усіма наслідками.
3. Внаслідок усього зазначеного вище - практична відсутність власних коштів і резервних фондів у промислового підприємства .
4. Стан гострої неплатоспроможності і неспроможність підприємства профінансувати навіть скорочене виробництво та продовжувати платежі по попереднім зобов'язанням. Виникнення реальної загрози зупинки виробництва, його припинення, а потім і банкрутство підприємства в цілому.



Рис.1 Класифікаційні види криз при функціонуванні та розвитку підприємств [уточнено автором на основі: 2-5]

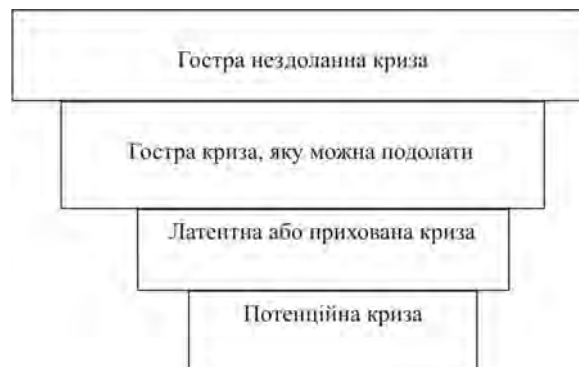


Рис.2. Етапів кризового процесу за У. Крістеком [2]

Ще більшого уточнення ці стадії набувають у фінансовому підході, де більш чітко визначено за показниками діяльності підприємства як проявляється криза.

Розгляд цих класифікацій та деяких інших показує, що в основному сучасне тлумачення криз та їх причин досить схожі і, по суті, радикальних розбіжностей в даному випадку немає. Більше того, такий класифікаційний збіг змушує з особливою увагою поставитися до одного, на наш погляд, важливого моменту, який зумовлює і успіх застосування антикризових дій підприємства. Пояснимо цю думку докладніше.

Потрапивши в кризу, підприємство починає намагатися вийти з неї і розробляти відповідну стратегічну концепцію. Але це - тільки ззовні. По суті, слід визнати той факт, що у кризи були ендо- та екзогенні причини; стадії її розвитку, в кожній з яких закладені напрямки майбутнього виходу з кризи.

Насамперед, можна погодитись з Л. Грейнером, що оскільки будь-яка з криз виникає всере-



дині відповідних колективів, ними ж сприймається і вимагає їх реакції, то не потрібно нехтувати інформацією моніторингу - опитування та колективні експертні оцінки як мінімум з тих видів криз, які відзначені в структурі Л. Грейнера [3].

Крім того, криза на підприємстві, як зазначалося вище, має зовнішні та внутрішні фактори, що її викликають. Тому стратегія підприємства повинна включати в себе заходи, які зможуть одночасно протистояти впливу цих факторів та не допускати поширення кризи на інших підприємствах, в галузі, регіоні та національній економіці в цілому. Статистика свідчить про те, що антикризові дії повинні носити не локальний характер, а стратегічний для всіх промислових підприємств.

Як показує дослідження етапи розгортання кризових явищ тісно пов'язані з напрямками реалізації антикризових дій. На наш погляд, мова має йти про реалізацію механізмів антикризового управління та відповідних їм стратегій, тісно пов'язаних з етапом розгортання кризи та завданнями, які мають бути вирішені у процесі їх застосування.

Тобто підприємство має не просто точково шукати вихід з кризи (локалізувати її), а на основі використання інструментів (діагностика, оцінка фінансового стану, моніторинг ризиків, експертна оцінка і т.п.) визначити стратегічні дії та формувати механізм антикризового управління. При цьому стратегічні рішення мають бути науково обґрунтовані.

Так, запобіжна стратегія має формуватися та реалізовуватись на стадії потенційної кризи (на стратегічному, тактичному й оперативному рівнях управління). Стабілізаційна стратегія повинна концентруватися на тактичному й оперативному рівнях управління із урахуванням стратегічних цілей та альтернатив і реалізовуватись на стадії латентної кризи та кризи, яку можна подолати. Стратегія радикального механізму найбільшою мірою має оперативний характер та доцільно реалізувати на стадії гострої кризи.

У процесі реалізації стратегії розвитку підприємства в цілому та на різних стадіях зокрема, доцільно визначати також варіанти управління підприємством у стані кризи: превентивне, активне, реактивне, інтерактивне управління.

Превентивне антикризове управління здійснюється за рахунок використання антикризового потенціалу підприємства. Часто превентивне управління не ототожнюють з антикризовим управлінням через відсутність явних криз та відповідних активних дій.

Для активного антикризового управління характерна початкова реакція на оперативні заходи, коли підприємство ще не підготовлено до незвичних стратегічних загроз, але замість того, щоб застосовувати послідовний ряд відповідних заходів, воно аналізує дані, обирає і здійснює комбінацію контрзаходів, яка видається оптимальною. Коли їх низька результативність стає очевидною, підприємство рішуче переходить до стратегічних заходів антикризового управління.

В основі реактивного антикризового управління лежить припущення, що труднощі можна здолати звичними, хоча б і радикальними оперативними контрзаходами. Така реакція передбачає послідовне застосування певних заходів, починаючи з тих, які в минулому були ефективними.

Промислові підприємства, що успішно функціонують у ринкових умовах, останнім часом дедалі більше дотримуються інтерактивного типу управління. У даному випадку застосовується екстраполятивне прогнозування, яке доповнюється вивченням зовнішнього середовища з метою виявлення можливих змін. Під час початкового діагностичного аналізу розглядаються можливості одночасного застосування оперативних і стратегічних заходів. Організація цього типу дає змогу реалізувати ті чи інші заходи одночасно [9].

Для наочності все вищезазначене можна представити в табл. 1.

Як показує табл. 1, напрямками прийняття та реалізації стратегії антикризових дій тісно пов'язані зі стадіями розгортання кризового явища.

Зважаючи на вищевикладене, для підвищення об'єктивності вибору комплексних антикризових заходів доречним буде обрати таку стратегію, яка забезпечить максимальний вигравш за будь-яких антикризових заходів.

У теорії статистичних рішень існує оцінка реалізації кожної стратегії для кожного антикризового заходу. Проте зовсім невідомо, який із них реально можна буде застосувати. Для розв'язання таких задач пропонується використовувати наступні критерії (табл.2) [1; 4].

Таким чином, чітке розуміння глибини та причин кризи – основа для формування механізму і стратегії антикризового управління. Напрямок вибору необхідної стратегії залежить від правильного та вчасного визначення типології кризи, об'єктивної оцінки потенційних і реальних загроз та ризиків, а також науково обґрунтованих управлінських рішень.

**Взаємозв'язок етапів розвитку кризи  
та процес обґрунтування антикризових стратегічних рішень**

Стадія розвитку кризи	Особливості прояву кризового явища	Процес антикризового управління	Прийняття управлінських рішень щодо вибору стратегії антикризових дій
1. Передкризова ситуація	Наявність короточасних симптомів кризи у вигляді стагнації або незначного зменшення найважливіших виробничо-господарських показників до 15%	Нормалізація діяльності підприємства: визначення та усунення причин розвитку кризи; припинення зниження показників виробничо-господарської діяльності підприємства	Стратегія превентивного антикризового управління та/або запобіжна стратегія з метою недопущення кризи
2. Легка криза	Стале зниження найважливіших економічних показників, збитковість господарської діяльності	Усунення причин розвитку кризи: припинення зниження найважливіших показників фінансового стану; мінімізація збитків і вимивання власного капіталу.	Стратегія активного антикризового управління та/або стабілізаційна стратегія з метою локалізації кризи та недопущення її поширення
3. Криза поточної платоспроможності	Фактичний або прогнозований дефіцит ліквідних коштів для фінансування поточної господарської діяльності	Недопущення розвитку (поглиблення) кризи: пошук грошових коштів для продовження фінансування діяльності підприємства; пошук внутрішніх механізмів надходження грошових коштів.	Стратегія реактивного антикризового управління та стабілізаційна стратегія
4. Криза боргової платоспроможності (загроза банкрутства)	Фактичний або прогнозований дефіцит ліквідних коштів для виконання зовнішніх фінансових зобов'язань (погашення боргів)	Недопущення порушення справи про банкрутство (мирова угода): пошук ліквідних засобів для виконання негайних фінансових зобов'язань; залучення нового зовнішнього капіталу одержання тимчасової відстрочки або пролонгація раніше отриманих кредитів і позичок	Стратегія реактивного антикризового управління; стратегія інтерактивного управління та/або стратегія радикального механізму
5. Криза майнової платоспроможності (банкрутство)	Порушення справи про банкрутство, перевищення зобов'язань перед кредиторами над активами (власним капіталом) підприємства	Виведення підприємства зі стану банкрутства (санация): часткова мобілізація наявних активів для розрахунку по зобов'язаннях; проходження процедури банкрутства з мінімальними втратами для власників підприємства	стратегія радикального механізму

[складено автором на основі: 1;8;5; 9]

## Критерії теорії статистичних рішень в процесі розробки стратегії розвитку підприємства

Назва критерію	Сутність застосування	Формула для розрахунку
Критерій песимізму (критерій Уолда)	Для кожної стратегії існує найгірший з можливих результатів; обирається при цьому така стратегія, яка забезпечує найкращий з найгірших результатів, тобто забезпечує максимальний з можливих мінімальних результатів.	$\max(\min R_{ij})$
Критерій оптимізму	Для кожної стратегії є найкращий з можливих результатів; обирається стратегія, яка забезпечує максимальний результат з числа максимально можливих	$\max(\max R_{ij})$
Критерій коефіцієнта оптимізму (критерій Гурвіца)	В реальності, особа яка приймає рішення, не є абсолютним песимістом або абсолютним оптимістом. Звичайно вона знаходиться десь між цими крайніми позиціями. У відповідності до таких передбачень і використовується критерій коефіцієнта оптимізму. Для математичної формалізації коефіцієнта оптимізму до його формули вводиться коефіцієнт $\lambda$ , який характеризує (у долях одиниці) ступінь відчуття особою, яка приймає рішення, що вона є оптимістом. Вибирається при цьому стратегія, яка забезпечує максимальний ефект	$\max \left[ \lambda(\max R_{ij}) + (1-\lambda)(\min R_{ij}) \right]$
Критерій Лапласа	Передбачає розрахунки очікуваних ефектів від реалізації кожної стратегії, тобто суми можливих результатів виникнення кожного стану природи, зважених на ймовірності появи кожного з них. Вибирається при цьому стратегія, яка забезпечує максимальний очікуваний ефект:	$\max \left( \sum_{n=1}^n R_{ij} \times P_j \right)$ де $P_j$ – імовірність виникнення $j$ -го антикризового заходу (у долях одиниці)
Критерій жалю (критерій Севіджа)	Особа, яка приймає рішення, має мінімізувати свої втрати при виборі стратегії. Іншими словами, вона мінімізує свою потенційну помилку при виборі неправильного рішення. Використання критерію жалю передбачає: - побудову матриці втрат. Втрати ( $b_{ij}$ ); - вибір кращої стратегії	$b_{ij} = (\max R_{ij}) - R_{ij}$ $\min (\max b_{ij})$

[складено автором на основі: 1;4]

**Висновки.** Наукова новизна дослідження полягає в узагальненні наукових підходів до визначення видів криз на підприємстві та дослідження взаємозв'язку між факторами, що спричиняють кризи на підприємстві та стратегічними заходами, що вживаються керівництвом в рамках здійснення антикризового управління.

Результати дослідження мають теоретичне та практичне значення, оскільки можуть бути використані для недопущення, попередження та ліквідації наслідків кризи на підприємстві в процесі розробки відповідних антикризових дій в рамках стратегії розвитку підприємства.

Зважаючи на той факт, що антикризові заходи не є універсальними та уніфікованими для різних типів криз з різною глибиною та формою прояву розгортання на відповідній стадії, в перспективних подальших наукових розробках даний напрям потребує ряду досліджень, які пов'язані з визначенням взаємозв'язку етапів кризи та етапами життєвого циклу підприємства, а також уточненні та відпрацюванні відповідних стратегій та реалізацій антикризових дій.

**Література:**

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебник / И. А. Бланк – К. : Ника-Центр, Эльга, 2001. – 528 с.
2. Войтоловский Н. В. Управление стратегическим развитием кризисного предприятия / Н.В. Войтоловский, С.Б. Рябов. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2013. – 111 с
3. Грайнер Л. Е. Эволюция и революция в процессе роста организации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2002. – № 4.
4. Клименко С. М. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: [навчальний посібник] / С. М. Клименко, О. С. Дуброва. – К. : КНЕУ, 2005. – 252 с.
5. Макогонова Н. В. Экономические кризисы в условиях глобализации : [Дис. канд. экон. наук.] / Н. В. Макогонова. – М., 2003.
6. Мержа Н. В. Аналіз ймовірності банкрутства підприємств в економіці України / Н. В. Мержа //Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №9 (51). – С. 65 - 69.
7. Офіційний сайт Міністерства юстиції України. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua>
8. Теренков Е. М. Диагностика в антикризисном управлении / Е. М. Теренков, С. А.Дведенидова // Антикризисное и внешнее управление. – 2006. – № 3.
9. Чернявський А. Д. Антикризове управління підприємством : [Навч. посіб.] / А. Д. Чернявський. — К. : МАУП, 2006. — 256 с.

УДК 336.761.3

**Радчук А.П.***канд. техн. наук, доцент**Брестский государственный технический университет,  
Республика Беларусь***Куган С.Ф.***канд. эконом. наук**Брестский государственный технический университет,  
Республика Беларусь***УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ЗАПАСАМИ  
НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ  
В БУДІВНИЦТВІ****УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ЗАПАСАМИ  
НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ  
В СТРОИТЕЛЬСТВЕ****MANAGEMENT OF MATERIAL STOCKS AT  
THE INDUSTRIAL ENTERPRISES IN CONSTRUCTION**

*Ефективна господарська діяльність будівельно-монтажного підприємства неможлива без раціональної організації бухгалтерського обліку витрат, строгого обліку використання тих або інших матеріальних ресурсів. В даний час керівники виробничих підприємств сприймають інформаційні системи підтримки управлінських рішень як один з чинників, сприяючих здобуттю переваг в умо-*

вах ринкової конкуренції. Ефективна робота інформаційних систем дозволяє не лише понизити витрати, які неминучі при будь-якому виробництві, але і скоротити невиробничі втрати, точно і раціонально регулювати плани підрозділів підприємств по календарних періодах. Вирішення цих завдань дозволить, з одного боку, забезпечити ритмічність виробництва, що необхідне для випуску якісної продукції а, з іншої – організувати виконання робіт в задані терміни.

**Ключові слова:** матеріальні витрати, управління запасами.

Эффективная хозяйственная деятельность строительно-монтажного предприятия невозможна без рациональной организации бухгалтерского учета затрат, строгого учета использования тех или иных материальных ресурсов. В настоящее время руководители производственных предприятий воспринимают информационные системы поддержки управленческих решений как один из факторов, способствующих получению преимуществ в условиях рыночной конкуренции. Эффективная работа информационных систем позволяет не только снизить затраты, которые неизбежны при любом производстве, но и сократить непроизводственные потери, точно и рационально регулировать планы подразделений предприятий по календарным периодам. Решение этих задач позволит, с одной стороны, обеспечить ритмичность производства, что необходимо для выпуска качественной продукции а, с другой – организовать выполнение работ в заданные сроки.

**Ключевые слова:** материальные затраты, управление запасами.

Effective economic activity of the construction enterprise is impossible without the rational organization of accounting of expenses, the strict accounting of use of these or those material resources. Now heads of manufacturing enterprises perceive information systems of support of administrative decisions as one of the factors promoting obtaining advantages in the conditions of the market competition. Effective work of information systems allows not only to lower expenses which are inevitable by any production, but also to reduce non-productive losses, it is exact and rational to regulate plans of divisions of the enterprises for the calendar periods. The solution of these tasks will allow to provide, on the one hand, rhythm of production that is necessary for release of qualitative production and, with another – to organize performance of work in the set terms.

**Keywords:** material costs, inventory management.

**Введение.** Высокий удельный вес материальных затрат при производстве строительных конструкций является следствием использованием старых технологий и медленного внедрения инновационных разработок. Анализ показывает, что определенную негативную роль в этом играет затратный экономический механизм, при котором часто невозможно использовать технические нововведения. Именно по этой же причине многие научные и проектно-конструкторские разработки не были востребованы. В результате качество и потребительские свойства выпускаемых строительных конструкций оказываются не высокими. Несмотря на то, что выпускаемая предприятиями строительной отрасли продукция соответствует действующим нормативным документам, характеристики ее значительно хуже, чем у зарубежных аналогов, особенно в части удельных энергетических и материальных затрат. Кроме того, недоиспользование производственных мощностей, имеющее место в последние годы, влечет за собой удорожание производства, а, следовательно, рост цен на выпущенные конструкции. Необходимость содержания всей производственной базы в таких условиях, увеличивает себестоимость выпускаемой продукции, делает ее неконкурентоспособной.

Следует отметить, что различные аспекты проблемы повышения эффективности деятельности промышленных предприятий, построения систем управления материальными запасами рассматривали Б.И. Гусаков, Р.В. Ивуть, Р.С. Седегов; управления на предприятиях в России – А.А. Раздорный, В.И. Сергеев, В.В. Трофимов и др., в Белоруссии – М.В. Петрович и др.

**Постановка задачи.** Все перечисленные авторы рассматривают процесс управления материальными запасами как статический процесс и дискретно, анализируя экономические показатели в точке  $t_0$ , отвечают на вопросы: «что надо сейчас для непрерывного процесса производства?», «что у нас на складах?» и «насколько факт отличается от плана?». А для того, чтобы оценить процесс необходимо не только определить показатели планирования, анализа и управления, но и показать степень их влияния на управление запасами в динамике. Целью исследования является разработка методики оперативного управления складскими запасами предприятий строительной отрасли.

**Результаты исследования.** Строительная отрасль Республики Беларусь объединяет более 4 тысяч субъектов хозяйствования различных форм собственности. Доля предприятий произво-

дящих строительные конструкции на внутренний строительный рынок республики составляет 10% от их общего количества. Деятельность отечественных строительных предприятий в большинстве случаев направлена на обеспечение заданных темпов строительства. На общестроительных работах технологические процессы включают в себя более 4 тыс. операций, для выполнения которых используются свыше 900 модификаций средств механизации (машины, механизмы, механизированный инструмент) [2]. Сам процесс строительства, а также производство строительных конструкций имеют достаточно продолжительные производственные циклы, большинство которых материало- и энергоемкие. По сравнению с другими отраслями народного хозяйства строительной отрасли необходимы значительно большие объемы материальных, энергетических, трудовых и денежных ресурсов. И хотя значительная часть потребляемых в строительстве ресурсов поступает от предприятий республики, стоимость работ и услуг, а также продукции выпускаемой предприятиями производящими строительные конструкции остается достаточно высокой.

В то же время производственный потенциал отечественных строительных предприятий задействован далеко не полностью. Средний уровень использования производственных мощностей строительных организаций остается на низком уровне. Данный показатель колеблется от 50% до 70%.

Важность правильного формирования состава затрат на производство строительной продукции и их учета в производственно-коммерческой деятельности очевидно. От рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов, являющихся основными составляющими затрат при изготовлении продукции, оказания услуг, зависит не только размер получаемой прибыли (при прочих равных условиях), но и зависит жизнедеятельность самого предприятия. Важным инструментом, позволяющим осуществлять эффективный контроль за затратами, является система управленческого учета.

Исходя из этого, система учета затрат предприятия, работающего в современных условиях, является важной составляющей его управления, так как именно здесь формируется вся информация о фактических издержках, а значит создаются основы для определения фактической себестоимости и прибыли. Способ выявления производственного результата от реализации строительной продукции (работ, услуг) определяется методикой учета затрат и калькулирования себестоимости. Поэтому эффективная хозяйственная деятельность строительного предприятия невозможна без рациональной организации бухгалтерского учета затрат, строгого учета использования тех или иных ресурсов. Получить такую информацию возможно при своевременном и правильном исчислении себестоимости, составлении калькуляций, позволяющих объективно оценивать эффективность производственных затрат, и выявлении влияния различных факторов на себестоимость продукции. Кроме того, необходимо знать не только общую сумму затрат, но и дифференцировать ее по отдельным видам продукции и стадиям производственного процесса, увязать ее составные части с формирующими их факторами, разграничить ответственность между отдельными исполнителями за уровень затрат, выявить структуру затрат, формирующих себестоимость.

Современное информационное сопровождение производственной деятельности организаций строительной отрасли позволяет использовать различные методики управления материальными запасами, апробированные под нужды конкретного предприятия. Рассматриваемая авторами методика предназначена для использования на предприятиях строительной отрасли. Она закрепляет порядок расчета критических значений текущих, подготовительных, страховых запасов на основе многомерного сравнительного анализа операционных факторов (материальные затраты, объемы поставок, качество запасов) с использованием критерия эффективности, критерия минимизации затрат; проведение мониторинга текущего состояния запасов предприятия в заданном временном интервале; оценку каждого варианта пополнения конкретных видов материальных запасов с учетом транспортных расходов, объемов поставок и сезонности спроса. В основу методики положен алгоритм компьютерной программы с применением автоматического извещения о необходимости пополнения конкретных видов материалов. Компьютерная программа подбирает варианты поставок по критерию минимизации затрат [3]. Методика предполагает в качестве критерия оптимальности использовать валовую прибыль  $P$ , что позволяет распределить имеющиеся у предприятия запасы между поступившими заказами с максимизацией выбранного критерия. В общем случае алгоритм расчета выглядит следующим образом:

$$Z = \sum_{i=1}^n Z_i \quad (1)$$

где  $Z_i$  – выручка от реализации продукции по  $i$ -му заказу;  $n$  – общее число одновременно поступивших заказов.

При этом валовая прибыль, которую может получить предприятие после выполнения всех  $n$  заказов строительного направления за определенный временной интервал, определяется следующим выражением:

$$P = \left( \sum_{i=1}^n \left( Z_i - \frac{1}{A_i} \times \sum_{j=1}^m X_{ij} N_{ij} \right) \right) \times B, \quad (2)$$

где  $A_i$  – усредненная доля затрат материалов в стоимости  $i$ -го заказа;  $m$  – количество наименований единиц номенклатуры, используемых при выполнении заказа;  $X_{ij}$  – объем запаса  $j$ -го наименования единицы номенклатуры, распределяемый на  $i$ -ый заказ;  $N_{ij}$  – стоимость единицы продукции  $j$ -го наименования, используемой по выполненному  $i$ -му заказу;  $B$  – доля прибыли в стоимости всех видов продукции предприятия.

При дефиците материалов для получения максимальной прибыли предприятию необходимо распределить материальные запасы по заказам в таких объемах  $X_{ij}$ , чтобы показатель  $P$  принимал максимальное значение при выполнении следующих ограничений:

$$\sum_{i=1}^n X_{ij} \leq X_{jзад} \quad (3)$$

где  $X_{jзад}$  – объем имеющихся у предприятия запасов  $j$ -го наименования.

Практическое использование методики предполагает функционирование на обычном персональном компьютере под управлением распространенных операционных систем (Microsoft Windows или Linux) и не предусматривает никакого дополнительного технического обеспечения. Использование среды программирования Borland Delphi 7.0 позволяет решить задачу управления складскими запасами используя описанную выше компьютерную программу анализа возможных поставок в режиме реального времени для выбора приоритетов по поставкам, в зависимости от производственной ситуации.

Компьютерная программа удовлетворяет следующим функциональным требованиям: получение исходных данных для расчетов из нескольких источников (статистических данных о работе за предыдущие периоды, стратегии расчетов и издержек предприятия, плановых показателей).

Программа обеспечивает возможность, как ручного ввода, так и автоматизированного поступления данных; расчет оптимальных параметров управления материальными ресурсами (размер заказа, точка заказа, период поставки, период расчета с поставщиками, транспорт) и оптимальных величин различных показателей, полученных на основании параметров по нескольким критериям, выбранным пользователем; расчет критических значений текущих, подготовительных и страховых запасов; хранение результатов расчетов для последующего их использования, статистической обработки выходных данных; формирование рекомендаций для дальнейшего планирования деятельности предприятия, в том числе высокую степень визуализации и результатов.

Исходя из функциональных требований для повышения эффективности работы системы оперативного управления складскими запасами, в методике произведено разделение системы управления на три компонента: модуль предварительной обработки данных, модуль расчета, модуль анализа и планирования.

Согласно требованиям к информационной системе, а также схеме алгоритма работы, программа реализована в виде нескольких функциональных компонентов, отвечающих за накопление и редактирование исходных данных, за расчет параметров для реализации непрерывного производственного процесса и анализ результатов расчета (рисунок).

После настройки пользователем параметров поставки и транспорта модулем расчета осуществляется вычисление значений критериев оптимизации и предоставляются рекомендации по возможному принятию решений в управлении предприятием с учетом минимизации затрат. Обмен информацией между пользователем и системой осуществляется посредством диалоговых окон, что позволяет упростить ввод данных и получение результата. Анализ производственной ситуации, а также возможность рассмотрения ее в оптимальном соотношении с последующим прогнозированием позволяет выдавать руководителям инструкции по подготовке заявок на каждый день месяца.

Методика управления материальными запасами позволяет свести к минимуму затраты по времени на принятие управленческих решений. В соответствии с полученными выходными данными компьютерной программы строятся графики и диаграммы, призванные повысить наглядность работы и визуально отобразить ситуацию с ресурсами в режиме реального времени.

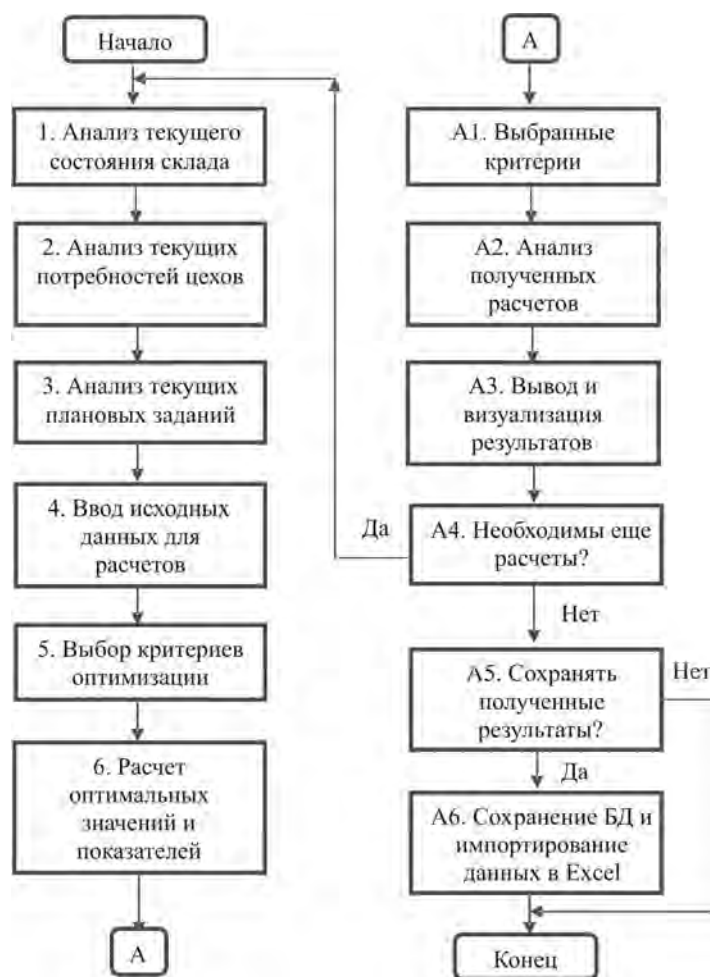


Рисунок. Схема алгоритма программы управления складскими запасами

**Выводы.** В основу описанной выше компьютерной программы положена стандартная сетевая задача управления материальными ресурсами с учетом временного интервала. Подробная информация по затратам отражает полную картину использования предприятием всех видов ресурсов, необходимых для организации непрерывного производственного процесса. Именно такой подход к учету затрат показывает, во что обходится выпуск того или иного вида продукции, что в свою очередь, принимать эффективные решения и снижать себестоимость.

#### Литература:

1. Адамов Н.А. Организация управленческого учета в строительстве / Н.А. Адамов, В.Е. Чернышов. – СПб.: Питер, 2006. – 192 с.
2. Амутинов А.М. Организационно-техническое развитие предприятий: проблемы, оценки и планирования. – М.: Спутник+, 1997. – 242 с.
3. Куган, С.Ф. Информационное управление материальными потоками производства строительных конструкций / С.Ф. Куган // Науч. тр. / Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь. – Минск, 2010. – Вып. 12, ч. 2: Экономика. Право. Государственное управление и подготовка научных кадров. – С. 26–35.
4. Трифионов, А.Г. Многокритериальная оптимизация / А.Г. Трифионов // Консультационный центр MATLAB компании Softline. – 2001–2011. – Режим доступа : [http://matlab.exponenta.ru/optimiz/book\\_1/16.php](http://matlab.exponenta.ru/optimiz/book_1/16.php). – Дата доступа : 28.11.2011.
5. Экономика строительства / И.С. Степанов [и др.] ; под общ. ред. И.С. Степанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М. : Юрайт : Юрайт-Издат, 2005. – 620 с.



## ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ І ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

## ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПОДХОДЫ К ОРГАНИЗАЦИИ КОНТРОЛЛИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

## MAIN PRINCIPLES AND APPROACHES TO CONTROLLING IN THE BUSINESS OF UKRAINE

Розкрито основні принципи і підходи до організації контролінгу на підприємствах України. Обґрунтовано, що одним із завдань реалізації стратегії виживання і економічної стабільності господарських суб'єктів є впровадження системи контролінгу, що в свою чергу прискорить отримання оперативних даних для прийняття бізнес-рішень та підвищення ефективності діяльності підприємства.

Виділено причини актуальності контролінгу в Україні. Сформовано основні функції контролінгу, з яких можна констатувати, що контролінг необхідно розглядати, як інформаційну, контролюючу і координуючу систему, яка забезпечує органічне з'єднання інформаційної бази і всіх джерел отримання інформації - аналізу, моніторингу, планування та контролю. Розглянуто три варіанти організації контролінгової діяльності на підприємстві, а також виділено їх основні переваги і недоліки. Для оцінки ефективності контролінгу машинобудівних підприємств України з точки зору впровадження інвестиційного проекту, рекомендується використовувати метод оцінки ефективності проектів - чистий приведений дохід (NPV).

**Ключові слова:** контролінг, управління, моніторинг, підприємство, ефективність.

Раскрыты основные принципы и подходы к организации контроллинга на предприятиях Украины. Обосновано, что одной из задач реализации стратегии выживания и экономической стабильности хозяйственных субъектов является внедрение системы контроллинга, что в свою очередь ускорит получение оперативных данных для принятия бизнес-решений и повышения эффективности деятельности предприятия.

Выделены причины актуальности контроллинга в Украине. Сформированы основные функции контроллинга, из которых можно констатировать, что контролинг необходимо рассматривать как информационную, контролируемую и координирующую систему, которая обеспечивает органическое соединение информационной базы и всех источников получения информации - анализа, мониторинга, планирования и контроля. Рассмотрены три варианта организации контроллинговой деятельности на предприятии, а также выделены их основные преимущества и недостатки. Для оценки эффективности контроллинга машиностроительных предприятий Украины с точки зрения внедрения инвестиционного проекта, рекомендуется использовать метод оценки эффективности проектов - чистый приведенный доход (NPV).

**Ключевые слова:** контролинг, управление, мониторинг, предприятие, эффективность.

The basic principles and approaches to controlling in the Ukraine. Proved that one of the tasks of implementing the strategy of survival and economic stability is the introduction of economic agents controlling system, which in turn will accelerate the receipt of the available data to make business decisions and improve the efficiency of enterprise.

Highlight reason relevance of controlling in Ukraine. Formed the basic functions of controlling, of which we can say that controlling should be viewed as informational, controlling and coordinating a system that provides an organic compound database and all sources of information - analysing, monitoring, planning and control. We consider three variants of Controlling activities in the enterprise, and IX identified the main advantages and disadvantages. To assess the effectiveness of controlling engineering enterprises

*in Ukraine in terms of implementation of the project, it is recommended to use a method for evaluating the effectiveness of projects - net present value (NPV).*

**Keywords:** *controlling, managing, monitoring, enterprise, performance.*

**Вступ.** Контролінг як нова парадигма управління виникла порівняно недавно. В Україні використання контролінгу ще не отримало досить широкого поширення. Практика довела, що без використання інструментарію контролінгу промисловими підприємствами сьогодні дуже важко витримувати конкуренцію з тими компаніями, які його успішно застосовують. Сьогодні контролінг - це більше, ніж контроль, це комплексна між функціональна концепція управління, метою якої є координація систем планування, контролю інформаційного забезпечення [1].

Актуальність контролінгу в Україні пов'язана з цілим рядом причин. Одними з основних можна виділити: посилення інтересу топ-менеджменту та економістів до питань стратегічного планування та управління, потреба в безперервному відстеженні змін, що відбуваються як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі; організацію продуманої системи дій, яка зможе забезпечити виживання підприємства і допоможе уникнути кризових ситуацій. Також для підприємства принципово необхідно швидке реагування на зміни, що відбуваються як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках збуту продукції. Це вимагає чітко налагодженого механізму взаємодії служб підприємства для реалізації управлінських цілей. Крім того, неможливість отримання оперативних даних для прийняття бізнес-рішень в рамках традиційного бухгалтерського обліку також підштовхує економістів до побудови даної системи.

Основну роль в контролінгу відіграє дослідження економічної сфери підприємства, визначення поточного стану «Є» по відношенню зі станом «Має бути», моделювання управлінських впливів і аналіз на цій основі процесів і ситуацій, які можуть привести підприємство до намічених цілей [2].

Вітчизняна наука в силу об'єктивних і суб'єктивних причин, базується головним чином на західних концепціях і теоріях. Тому дослідження вітчизняних вчених з проблем контролінгу ґрунтуються, головним чином, на розробках німецьких авторів, таких як: А. Дайле, М. Карренбауер, Е. Майер, Р. Манн, Р. Мюллендорф, Т. Пітерса, М. Робсон, Т. Скоун, Р. Уотермен, Ф. Уллах, Е. Хелферт, Р. Холт, Ч.Т. Штіглер, Р. Хофмайстер, М. Еудоус, Р. Стенсфілд і багато інших.

Основний внесок зробили також провідні зарубіжні вчені: Й. Вебер, Т. Коупленд, Х. Куппер, Дж. Мурін, Г. Пітш, Д. Хана, П. Хорват, А. Цюнд, Е. Шерм, А. Шмідт, Д. Шнайдер та ін. Практичному використанню елементів контролінгу на підприємствах присвячені роботи: Т. Райхмана, Х.Й. Фольмута, А. Цюнда.

Зарубіжні концепції контролінгу представлені дослідженнями: А. Дайлен, К. Друрі, Е. Майера, Р. Манна, Г. Піча, Е. Шерм, Х. Фольмута, Д. Хана, К. Хомбурта, У. Шеффера та ін. У даних роботах представлені вирішення проблем оперативного контролінгу в галузі виробництва і збуту підприємств, які не торкались взаємного проникнення матеріальних і фінансових потоків в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Багато дослідників акцентують увагу на тому, що контролінг в англо-американській моделі фактично тотожний управлінському обліку (Терещенко О.А., Данилочкіна Н.Г., Голов С.Ф., Петренко С.Н. та інші).

Незважаючи на кількість теоретичного і практичного матеріалу, присвяченого концепції контролінгу та питань реалізації її на підприємствах, загальний рівень розвитку концепції контролінгу на підприємствах нашої країни досить малий, але зростає в сучасних умовах господарювання. Удосконалення процесів управління на підприємствах за рахунок впровадження системи контролінгу надає безпосередній вплив на процеси прийняття господарських рішень і є одним із завдань реалізації стратегії виживання і економічної стабільності господарських суб'єктів.

**Постановка завдання.** Метою статті є розгляд сутності та ролі контролінгу, необхідності та особливостей його впровадження на підприємствах України в сучасних умовах господарювання.

Поставлена мета зумовила вирішення таких основних завдань:

- дослідити понятійний апарат контролінгу;
- розглянути функції контролінгу на підприємстві;
- дослідити варіанти організації контролінгової діяльності на підприємстві;
- розглянути оцінку ефективності контролінгу машинобудівних підприємств.

**Методологія.** Науково-теоретичну і методологічну основу даного дослідження склали наукові праці та публікації вітчизняних та зарубіжних вчених у сфері контролінгу, впровадження основних принципів і підходів на підприємствах України. Для досягнення поставлених завдань використовувалися як загальнонаукові так і спеціальні методи. Методи, які знаходять застосування на емпірич-

ному рівні наукового пізнання – це в першу чергу спостереження, індукція і дедукція, а також такі прийоми, як аналогія і абстрагування. Проводилось узагальнення наочного і схематичного відображення теоретичних та практичних результатів дослідження.

**Результати дослідження.** Поняття «контролінг» увійшло в українську термінологію порівняно недавно. В Україні перша публікація з контролінгу з'явилася лише в 1997 р. і до цих пір ведеться гостра полеміка щодо сутності, функціонування та ефективності контролінгу. Однак, незважаючи на дискусійність теоретичних аспектів, в Україні ця система поступово впроваджується у практичну діяльність підприємств. Особливо динамічно впровадження контролінгу відбувається в іноземних та спільних підприємствах.

При класичному підході контролінг розглядають як сучасний інструмент менеджменту та економіки, який являє собою систему інформаційно-аналітичної та методичної підтримки керівників в процесі аналізу, планування, прийняття управлінських рішень і контролю за всіма функціональними сферами діяльності компанії. У сферу завдань контролінгу входить постановка цілей підприємства, збір та обробка інформації для прийняття управлінських рішень, здійснення певних процедур контролю-аналітичного характеру, а також реалізація перерахованого вище, що сприяє виробленню рекомендацій для прийняття управлінських рішень [3, с.54].

Незважаючи на неоднозначність трактувань, майже всі фахівці схильні вважати, що основний принцип контролінгу полягає в наступному: “Робити сьогодні те, про що інші завтра будуть тільки думати”. Цей принцип характеризує динамічність і гнучкість контролінгу, слідує йому, підприємство стає більш конкурентоспроможним, що підтверджують численні приклади компаній США, Японії, Німеччини, Італії (General Motors, ЗМТ “Мацусіта”, Fiat, GDI) [3, с.72].

Інтерес до контролінгу в Україні пов'язаний з рядом причин, з яких можна виділити найбільш актуальні:

- неузгодженість між керівниками підприємства, що відповідає безпосередньо за економічні результати (виробничих, фінансових, маркетингових відділів);
- неможливість отримання коректних даних для прийняття бізнес-рішень в рамках традиційного бухгалтерського обліку;
- зацікавленість інвесторів у довгостроковій та оптимальній віддачі від вкладених коштів з постійним збільшенням вартості компанії.

Перш ніж приступати до впровадження системи контролінгу, експерти рекомендують врахувати ряд істотних моментів. Так, успішна реалізація контролінгу насамперед залежить від того, наскільки в проект залучений топ-менеджмент компанії. Спроби впровадити систему контролінгу без участі керівництва з самого початку приречені на невдачу. Персонал компанії повинен усвідомлювати необхідність впровадження контролінгу, а також володіти достатнім рівнем знань, для чого проводяться семінари, запрошуються зовнішні консультанти. Крім того, оптимальним варіантом є формування спеціального відділу контролінгу.

Поряд з внутрішніми умовами успішного функціонування контролінгу, існують і зовнішні передумови. Зокрема, як відзначають експерти, контролінг є ефективною технологією управління тільки при відносно стабільних зовнішніх умовах.

Таким чином, контролінг дозволяє на 10-19 відсотків збільшити результативність прийнятих управлінських рішень, дозволяє успішно вирішувати проблеми, що виникають в рамках інформаційної революції, є одним з найбільш ефективних інструментів управління на мікрорівні в умовах глобалізації.

Таким чином, в умовах переходу до ринкової економіки відбувається зміна парадигми управління, яка передбачає зміну цілей і завдань підприємства, законодавчих умов і зовнішнього середовища. Новий механізм функціонування вимагає нових підходів щодо системи управління, одним з яких може виступити контролінг [4, с.138].

Для забезпечення функціонування системи з настільки актуальним принципом контролінг наділений такими функціями :

- створення та забезпечення функціонування автоматизованої інформаційної системи управління підприємством;
- перманентний моніторинг пріоритетних напрямів фінансово-господарської діяльності підприємства;
- координація діяльності підприємства з метою досягнення оперативних і стратегічних цілей;
- інформаційна та консультаційна підтримка прийняття управлінських рішень;
- розробка заходів для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства .

Таким чином, контролінг не обмежується здійсненням лише внутрішнього контролю та управлінням витратами, хоча часто саме витрати є основним його об'єктом. Контролінг - інформаційна, контролююча і координуюча система, яка забезпечує органічне з'єднання інформаційної бази і всіх джерел отримання інформації - аналізу, моніторингу, планування та контролю [5].

Більш того, Рудольф Манн і Ель-мар Майер, видатні теоретики і практики німецького контролінгу, інтерпретують його як біокібернетичний контур регулювання, порівнюючи контролінг з імунною системою людини, що здійснює спостереження за негативними відхиленнями та їх координацію. Прикметник «кібернетичний» акцентує увагу на обов'язкове використання комп'ютерної техніки, що дозволяє моментально отримувати і обробляти інформацію [6, с.3].

Отже, слід зазначити, що служба контролінгу займає відокремлене положення в господарській діяльності підприємства, і при її створенні необхідно враховувати, що контролінгова служба повинна мати можливість:

- безперешкодно отримувати необхідну їй інформацію з усіх служб підприємства (бухгалтерії, планово-економічної служби, служби збуту тощо), а також швидко доводити інформацію до відома вищого керівництва;
- організовувати за допомогою інших служб збір інформації, що не міститься в існуючих документах;
- впроваджувати нові процедури і методи збору і обробки інформації, а також методи управління підприємством;
- бути повністю незалежною від тієї чи іншої служби підприємства і підкорятися безпосередньо вищому керівництву.

При цьому, очевидно, що формування служби контролінгу відбувається на кожному окремому підприємстві індивідуально. Наприклад, в італійській торговій компанії GTI функції контролінгу виконує один контролер, а в медіа-холдингу Kppublications - 3 взаємопов'язаних відділа. Найчастіше служба контролінгу складається з 3-4 чоловік.

Таким чином, служба контролінгу являє собою групу висококваліфікованих фахівців, які володіють досить великими повноваженнями і доступом до всього обсягу економічної інформації [7, с.28]. Так як інформація, яку готує служба контролінгу, призначена вищому керівництву, підпорядкувати службу контролінгу доцільно безпосередньо керівнику підприємства або його заступнику з фінансово-економічних питань.

Теоретики контролінгу рекомендують три варіанти організації контролінгової діяльності на підприємстві: відділ служби контролінгу, група у складі планово-економічного відділу, тимчасова група.

Вибір того чи іншого варіанту часто залежить від необхідності і інтенсивності проведення контролінгу, а також суб'єктивного розуміння і сприйняття керівником підприємства системи контролінгу в цілому. Різноманіття інтерпретацій поняття контролінгу викликано широтою сутнісних сторін цієї складної системи. Так, при сприйнятті контролінгу як концепції та філософії управління підприємством часто необхідна цілісна служба контролінгу. Якщо контролінг розглядається як інструмент, методологія або процес управління доцільно використовувати два останні варіанти організації контролінгу.

Основними перевагами першого варіанту впровадження контролінгу є швидкість, системність і якість контролінгу процедур. Недоліком вважають конфлікт інтересів з планово-економічною службою, якщо така існує. Останнім часом отримав популярність варіант так званого «розрізненого» контролінгу, коли його функції і методи використовуються тими відділами, де вони доцільні. У деяких компаніях існують відділи економічного аналізу, внутрішнього контролю, управлінського обліку, планування і по суті, вирішують завдання контролінгу, використовуючи його методологію. У такому випадку нівелюється конфлікт інтересів різних служб і впровадження контролінгу відбувається менш болісно [8, с.37].

Так чи інакше, контролінг - це нове явище, тому його впровадження може викликати опір. Наприклад, в концерні Fiat контролінг впроваджувався 6 років. В Україні цей процес проходить не так виважено і зазвичай становить від 1 до 3 років. Практики впровадження контролінгу виділяють два види опору: групове та індивідуальне.

Джерела групового опору :

- інерція структур, тобто небажання порушувати існуючу стабільність;
- загроза статусу групи (може постраждати статус бухгалтерії або планово-економічного відділу);
- загроза сформованим відносинам влади всередині підприємства;
- загроза сформованому порядку розподілу ресурсів всередині підприємства;
- інформаційний фільтр в організації.

Джерела індивідуально опору:

- звички і страх перед невідомістю;
- відчуття безпеки [4, с. 141].

Активність же опору залежить від ступеня невідповідності культури і структури влади впровадженню контролінгу, тривалості впровадження, загрози втрати престижу і влади, відданості працівників інтересам підприємства, сили і настрою культурно-політичної орієнтації на підприємстві.

Подолати опір можливо, комбінуючи різні підходи впровадження. Противники контролінгу вважають, що його впровадження часто невиправдано і неефективно. Складність оцінки ефективності контролінгу полягає ще і в тому, що виявити позитивну сторону управлінської системи неймовірно важко через неясність, наскільки і як покращився той чи інший процес саме завдяки новій системі. Якісно це можна оцінити, якщо система контролінгу виявила відхилення, винних осіб і запропонувала необхідні рекомендації для виходу з кризи [4, с. 144].

Для оцінки ефективності контролінгу машинобудівних підприємств України з точки зору впровадження інвестиційного проекту, рекомендується використовувати метод оцінки ефективності проектів - чистий приведений дохід (NPV). Отже, згідно з даним методом, ефективність контролінгу оцінюється як різниця продисконтованого чи зменшеного позитивного (чистого) грошового потоку і суми витрат на впровадження контролінгу. У загальному вигляді це можна представити так:

$$\text{ЕФК} = \text{ЧГП} / (1 + q)^n - \text{В}$$

де : ЕФК - ефективність контролінгу; ЧГП - чистий грошовий потік від впровадження контролінгу; q - дисконтна ставка; n - період впровадження системи контролінгу; В - витрати на впровадження контролінгу [8, с.94].

Цінність цього методу полягає в тому, що у дисконтній ставці (q) враховані фактори часу, ризику та інфляції, так як відповідно до концепції вартості грошей в часі останні в віддалений час коштують дешевше, ніж сьогодні. Дисконтна ставка складається з безризикової ставки за валютними депозитами в системоутворюючих банках України плюс премія за ризик. Безризикова депозитна ставка на 1.01.2013 становить приблизно 8 %, премія за ризик визначається експертним шляхом, враховуючи ризик збою в комп'ютерній системі і людський фактор.

Витратами на впровадження контролінгу є: спеціальне обладнання (комп'ютерна техніка і периферія для створення мережі), спеціальне програмне забезпечення, зарплата і навчання персоналу. Найбільш суттєва стаття витрат - це програмне забезпечення. В Україні останнім часом багато компаній з виробництва програмного забезпечення прагнуть використовувати модулі для вирішення завдань контролінгу, однак, вони поки дуже дорогі і вартість одного робочого місця може досягати декількох тисяч доларів.

Чистим грошовим потоком по впровадженню контролінгу можна розглядати амортизаційні потоки від нового обладнання, суму вивільнених ресурсів, виявлених недоотриманих доходів і відхилень.

Для збільшення ефективності контролінгу необхідно мінімізувати період його впровадження (n), а також витрати, і при позитивному результаті ЕФК контролінг впроваджувати доцільно. Часто оцінити ефективність контролінгу можна «заднім числом» і екстраполювати її на майбутнє.

Другим, мабуть, найбільш поширеним методом оцінки доцільності контролінгу є аналоговий метод. При розгляді основних якостей та ефективності функціонування системи контролінгу на аналогічному підприємстві багато підприємців вирішують впроваджувати її і на власному.

Таким чином, впровадження та організація служби контролінгу є тонким, дуже коштовним процесом, але, як показала світова і вітчизняна практика, потрібною частиною управління підприємством.

Пушкар М.С. розділяє всі підприємства України, на яких існують умови для впровадження контролінгу, на три групи. Перша група - це підприємства з чисельністю понад 1000 осіб, які характеризуються складною структурою управлінського апарату та виробничого процесу. На цих підприємствах більш високий кваліфікаційний рівень працівників управління та досить сильні комунікаційні зв'язки між окремими службами. На цих підприємствах доцільно створювати спеціалізовані служби контролінгу.

Другою групою є різного роду об'єднання (концерни, асоціації, консорціуми, міжнародні корпорації тощо). Мета окремих підприємств може не збігатися з загальною метою об'єднань, тому контролінг сприяє консолідації сил усіх учасників об'єднання на досягнення спільної мети.

Третя група підприємств з чисельністю працівників 200-1000 осіб. На цих підприємствах в найближчому майбутньому не існує перспектив для впровадження контролінгу, тому що у них відсутні передумови для цього (низький рівень підготовки бухгалтерів, відсутність методик та ін.) [9, с.311].

Таким чином, на сьогоднішній день питання організації контролінгу на підприємствах України вирішуються індивідуально для кожного підприємства з урахуванням специфіки та обсягів його діяльності.

У більшості випадків функції контролінгу виконує головний бухгалтер чи економіст, що заважає виконанню їх прямих обов'язків. Враховуючи досвід країн, де система контролінгу має історію розвитку, необхідно виділити її в окрему структурну одиницю. А вплинути на це може тільки законодавство, яке могло б сприяти впровадженню системи контролінгу на підприємствах України [9, с.312].

Так, дослідження групи підприємств, що застосовують контролінг, показали, що 70% з них включають такий вид робіт в посадові інструкції контролерів. Показово також наявність в цих інструкціях таких напрямків діяльності як моніторинг фінансової звітності (70%), ведення роботи з учасниками фінансового ринку (45%), консолідація звітності групи підприємств (10%), робота з аудиторськими компаніями (15%) [10, стр.18]. Це підтверджує, що модель контролінгу, яка формується в Україні, має достатньо виражену «зовнішню» орієнтацію і більшою мірою пов'язана з фінансовим, ніж з управлінським обліком.

Висновки. В даний час вироблено вже досить багато концепцій контролінгу, що пов'язуються з історичними етапами його розвитку, баченням ролі та місця в системі управління підприємством, а також основними цільовими установками бізнесу. Сучасні концепції відображають позиціонування контролінгу в системі менеджменту, розвиток його методичної бази та інституційних аспектів, цільову спрямованість функціонування, як самого підприємства, так і системи управління ним. Причому розуміння контролінгу істотно розширилося: від засобу коментування облікових даних, до «управління управлінням». Найчастіше зіставлення концепцій важко в силу різних ознак їх виділення, використовуваних різними авторами. Пропонується при створенні служби контролінгу, яка повинна займати відокремлене положення в господарській діяльності підприємства, враховувати її можливості, а для оцінки ефективності контролінгу машинобудівних підприємств України використовувати метод оцінки ефективності проектів - чистий приведений дохід (NPV).

Таким чином, теоретично обґрунтовано необхідність впровадження системи контролінгу на промислових підприємствах України з метою вирішення завдання координації зовнішніх і внутрішніх управлінських впливів, підвищення ефективності діяльності даних підприємств.

У ході подальшого дослідження буде розглядатися реалізація функцій контролінгу, оперативного аналізу та консалтингу для осіб, які приймають управлінські рішення, що в свою чергу, дозволить мінімізувати час на прийняття відповідних рішень, а також скорочення ризику невиконання операційних планів і не оптимального спрямування ресурсів.

#### Література:

1. Горилей О. Модная пилюля [Електронний ресурс] / О. Горилей // Комп@ньон – 2003 – Режим доступу: <http://www.companion.ua/articles/content?id=1949>.
2. Ковалев Д. Сага о контроллинге [Електронний ресурс] / Д. Ковалев // Стратегии – 2006 – Режим доступу <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?id=650>.
3. Ананькина Е.А. Контроллинг как инструмент управления предпр / .А. Ананькина, С.В. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина и др. ; под ред. Н.Г. Данилочкиной. - М. : Аудит, ЮНИТИ, 2001. – 279 с.
4. Терещенко О.О. Поняття “контролінг” та “управлінський облік” у теорії і практиці. Фінанси України : Науково-теоретичний та інформаційно-практичний журнал / О.О. Терещенко. – К., 2006. – №8. – С. 137-145.
5. Контроллинг – доступно о сложном [Электронный ресурс]. – Электрон. текстовые данные. – Режим доступа: <http://mconsult.com.ua/owners-red-book/likbez/kontrolling-dostupno-o-slozhnom>
6. Фалько С.Г. Контроллинг: миссия, современное состояние и перспективы развития. Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. Спец. вип., присвяч. Між нар. наук.-практ. конф. «Контролінг у бізнесі: теорія і практика» / С.Г. Фалько. — К.:КНЕУ, 2008. — С. 3–11.
7. Беккер В. Взаимодействие менеджмента и контроллинга: опыт Германии и России. Контроллинг / В. Беккер, Б. Бальтцер, Л. Гончарова. — 2010. — № 3 (36). — С. 20–29.
8. Фалько, С. Г. Контроллинг для руководителей и специалистов / С. Г. Фалько. - М. : Финансы и статистика. 2008. - 272 с.
9. Пушкар, М.С. Тенденції та закономірності розвитку бухгалтерського обліку в Україні / М.С. Пушкар. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 423с.
10. Терещенко О.О. Концепція фінансового контролінгу в Україні. Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. Спец. вип., присвяч. Між нар. наук.-практ. конф. «Контролінг у бізнесі: теорія і практика» / О.О. Терещенко. – К.:КНЕУ, 2008. – С. 12–19.

**Герасимчук В.И.,**  
докт. экон. наук, профессор,  
Национальный технический университет Украины “КПИ”

## УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД

## УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ: ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ПІДХІД

## MANAGEMENT BY ORGANIZATION: FUNCTIONAL APPROACH

Представлена концептуальная схема взаимосвязи теории, методологии и практики управления организацией. Рассмотрены особенности управления организацией в условиях глобализации. Становление управленческой мысли анализируется в логической последовательности: гипотеза – аксиома – закономерности – законы. В теоретических учениях об управлении акцент делается на целях и задачах управления, анализе влияния внешних факторов на функционирование и развитие организации, взаимозависимости стратег-стратегия, оценке эффективности управления. Подходы к теории организации находят свое развитие с позиций общих функций управления, а также разработки, принятия и реализации управленческих решений в особенностях управления видами организаций. В механизме управления (методах воздействия) центральное место занимает система интересов индивида, коллектива, общества. Ключевая роль в управлении отведена предприятию – первичному звену экономической “пирамиды” государства, мировой хозяйственной системы.

**Ключові слова:** ефективність, мета управління, механізм управління, організація, стратегія, теорія управління, функції управління

Представлена для дискусії концептуальна схема взаємозв'язку теорії, методології та практики управління організацією. Розглянуто особливості управління організацією в умовах глобалізації. Становлення управлінської думки аналізується в логічній послідовності: гіпотеза – аксіома – закономірності – закони. У теоретичних вченнях про управління акцент робиться на цілях і завданнях управління, аналізі впливу зовнішніх чинників на функціонування і розвиток організації, взаємозалежності стратег-стратегія, оцінці ефективності управління. Підходи до теорії організації знаходять свій розвиток з позицій загальних функцій управління, а також розробки, прийняття і реалізації управлінських рішень в особливостях управління видами організацій. У механізмі управління (методах впливу) центральне місце займає система інтересів індивіда, колективу, суспільства. Ключова роль в управлінні відведена підприємству – первинній ланці економічної “піраміди” держави, світової господарської системи.

**Ключевые слова:** эффективность, цель управления, механизм управления, организация, стратегия, теория управления, функции управления

The conceptual chart of intercommunication of theory, methodologies and practices of management, is presented by organization. Management features are considered by organization in the conditions of globalization. Becoming of administrative idea is analyzed in a logical sequence: a hypothesis is an axiom - conformities to law are laws. In theoretical man oeuvres about a management an accent is done on aims and management tasks, analysis of influence of external factors on functioning and development of organization, to interdependence strategist-strategy, to the estimation of management efficiency. Going near the theory of organization find the development from positions of public functions of management, and also development, acceptance and realization of administrative decisions in the features of management by the types of organizations. In the mechanism of management (methods of influence) a central place is

*occupied by the system of interests of individual, collective, society. A key role in a management is taken to the enterprise – primary link of economic “pyramid” of the state, world economic system.*

**Keywords:** *efficiency, goal management, control mechanism, organization, strategy, management theory, management functions*

**Введение.** Теория управления – это наука о принципах и методах управления различными процессами, объектами, системами, включая и социально-экономические системы (СЭС). В основе теории управления – кибернетика и теория информации. Главное предназначение теории управления заключается в построении некоей математической модели на основе системного анализа объекта управления и синтезе алгоритма управления для получения желаемых характеристик происходящих процессов или целей управления. Если в области естествознания и техники (запуск космических кораблей) теория управления достигла уникальных результатов, то в управлении людьми ситуация гораздо сложнее (война – мир, победы – поражения, богатство – бедность и т.д.). СЭС продолжает оставаться малоизученной, соответственно, теория управления СЭС (организацией) нуждается в углубленном изучении.

Отсутствие некоего эталона книги по управлению объясняется тем, что большинство авторов никогда не имели отношения к практике управления, а успешным хозяйственникам ни к чему, да и некогда заниматься систематизацией опыта руководства коллективом. К счастью, есть исключения из правил. Относительно категории авторов–теоретиков, то в первой семерке, на наш субъективный взгляд, можно разместить следующие имена: Ансофф И.[1], Коротков Э.М.[2], Глухов В.В. [3], Шваб Ф.Й. [4], Таукач Г.Л.[5], Уотермен Р. [6], Хмиль Ф.И.[7]. К плеяде 7 успешных руководителей предприятий, которые все же сумели изложить в письменной форме опыт своей практической деятельности, отнесем следующие имена: Файоль А. [8], Терещенко В.И. [9], Згурский В.А., Удалов Ф.Е., Шило П.А., Скударь Г.М. [10], Ли Куан Ю. [11]. Этот перечень можно расширить, используя определенные принципы отбора авторов, точнее, их работ. Особо выделим А. Файоля, который сумел личным примером показать успешность руководства компанией и отразить практический опыт доступным научным стилем [8]. В этой связи на вооружение мы взяли функциональный (процессный) подход к теории управления, не умаляя достоинств системного, ситуационного, универсального, субстратного и других подходов.

**Постановка задачи.** Актуальность и главная цель исследования заключается в дальнейшем углублении теоретических и методологических основ управления в их взаимосвязи и единстве с практикой ведения хозяйства. Определенным толчком к подготовке публикации послужили следующие обстоятельства. С позиций объективности – это наличие многих научно необоснованных подходов к изложению теории и методологии управления. С позиций субъективного фактора – это “неаккуратность” некоторых авторов [12] в использовании первоисточников, тиражирование не всегда выверенных принципов при изложении материала. Для достижения поставленной цели решались следующие задачи: проследить процесс формирования управленческой мысли с позиций логической цепочки: гипотеза – аксиома – закономерности – законы управления; охарактеризовать взаимозависимость стратег-стратегия, оценку эффективности управления; выделить ключевые составляющие механизма управления организацией; проанализировать принципы функционирования и развития предприятия как первичного звена экономической “пирамиды” государства; подчеркнуть важность постоянного учета успешного и неэффективного опыта в практике хозяйствования при углублении основных положений науки управления.

**Методология.** В качестве теоретико-методологической основы научного поиска использованы результаты исследований ведущих зарубежных и отечественных ученых в области теории управления, а также уникальный опыт выдающихся организаторов производства. В процессе достижения поставленной цели и решения обозначенных задач применялись следующие методы: исторический, графический, системный анализ, гипотетико-дедуктивный, индукции и дедукции, структурно-функциональный, анализа и синтеза, логический анализ, сравнения, обобщения.

#### **Результаты исследования.**

1. Концептуальная схема взаимосвязи теории, методологии и практики управления организацией. Изложение основ управления должно брать свое начало с понимания особенностей взаимосвязи теории и практики управления. Графически такая взаимосвязь впервые была показана в работе [6, с. 10], где автор этих строк 30 лет тому назад выполнил все рисунки и схемы. Впоследствии эта схема нашла свое отражение в [12, с. 16], но почему-то без ссылок на первоисточник (?). Нами делается попытка не только вернуться к апробированному представлению о единстве теории, методологии и практики управления, но и внести некоторые дополнения (рис. 1).



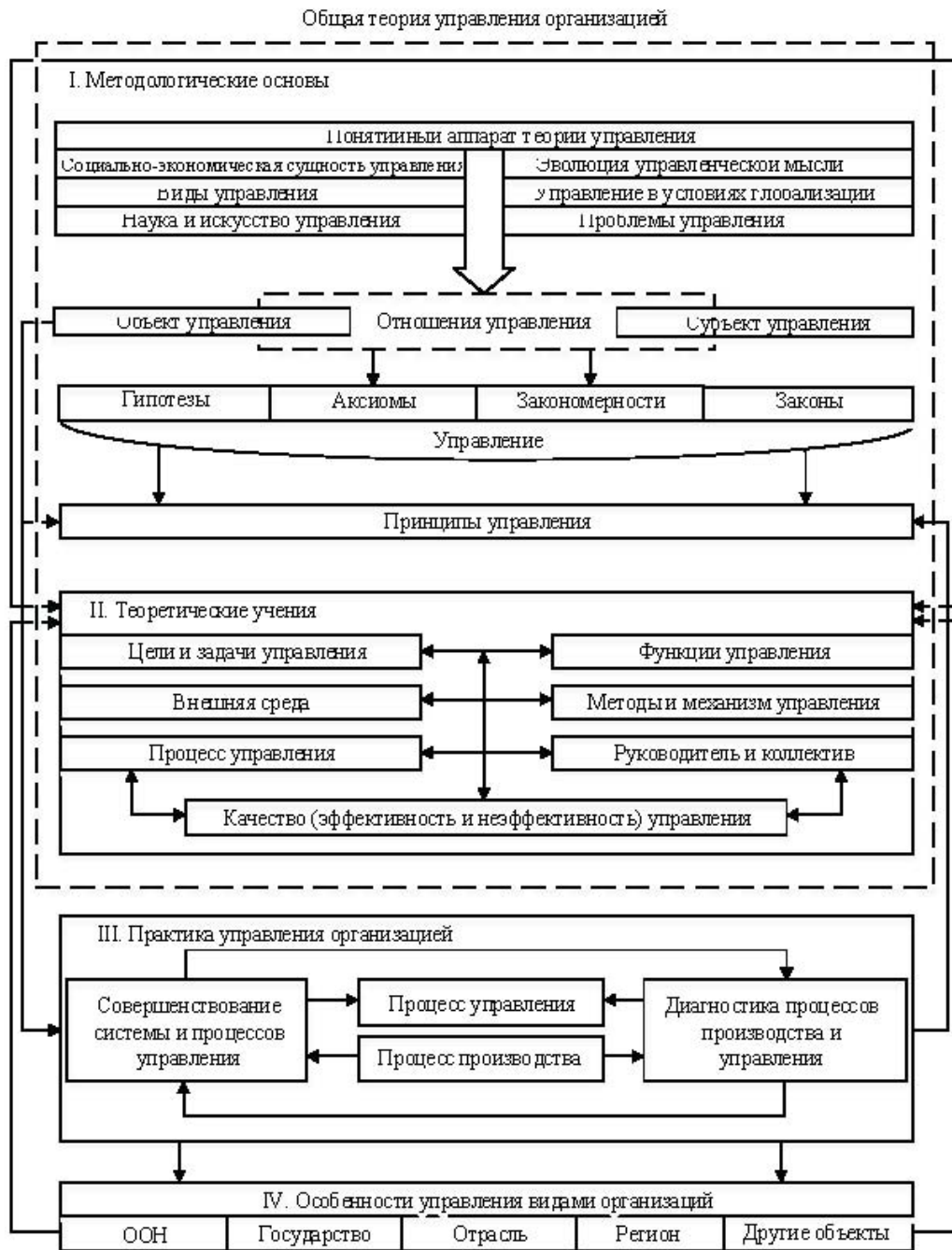


Рис. 1. Концептуальная схема взаимосвязи теории, методологии и практики управления организацией (составлено автором на основе [6, с. 10])

В основе теории управления находятся следующие элементы: понятийный аппарат, социально-экономическая сущность управления, виды управления, эволюция управленческой мысли, наука и искусство управления. К методологическим основам управления относятся и отношения управления, которые формируются на основе принципов, закономерностей и законов управления, методов и функций управления. В центре нашего внимания находится организация как социально-экономическая система, представляющая собою целостную совокупность взаимосвязанных, взаимодействующих социальных и экономических субъектов (институтов) и отношений по поводу исследования, проектирования, производства, распределения, обмена, потребления, утилизации товаров и услуг.

Законы управления следует раскрывать в последовательности рассмотрения понятий: гипотеза, аксиома, закономерности, законы. Хотя и этот состав дефиниций, предшествующих фор-

мированию законов управления организацией, можно расширить (подход, парадигма, проблема и др.). К примеру, проблема берет свое начало из проблемной ситуации, которая обуславливает начальную стадию мыслительного взаимодействия субъекта и объекта, связанная с порождением познавательного мотива и выдвижением предварительных гипотез относительно способов разрешения проблемной ситуации. В результате проверки гипотез проблемная ситуация преобразуется либо в проблему, либо в задачу. Разрешение диалектических противоречий, являющихся стержнем проблемы, выступает источником развития научных теорий. Если в проблемной ситуации центральным элементом является субъект, то в задаче – знаковый объект, в проблеме – противоречие. Если же проблема обозначена и сформулирована в виде идеи, концепции, подхода, тогда можно приступить к постановке задачи по её решению.

2. Закономерности управления. Законы – это необходимое, устойчивое, повторяющееся отношение в природе и обществе. Законы управления выступают как частные законы общества. В публикациях конца прошлого столетия о них даны только начальные представления [13]. В современной управленческой литературе законы управления или совсем не упоминаются, или рассматриваются фрагментарно. Исключением могут служить учебники и проблемные статьи Ф.И. Хмиля [7]. Закономерности управления выступают в виде частных законов, действующих в сфере общественного производства и обладающих рядом характерных свойств. Среди этих свойств: выявление конкретной общественной потребности; исследование потребности на устойчивость или повторяемость; изучение количественных зависимостей между факторами объекта и субъекта управления; выявление устойчивой связи между явлениями.

К закономерностям управления относят: единство производственных сил и производственных отношений; единство системы управления производством; пропорциональность производства и управления; централизация и децентрализация управления; расширенного товарного воспроизводства; планомерного и пропорционального развития народного хозяйства; распределения общественного продукта по труду; возрастания издержек; предельной полезности; тенденции падения нормы прибыли; падающей производительности труда и капитала; синергии; самосохранения; информированности и упорядоченности; композиции и пропорциональности; рационализации диапазона управления; развития и др. [7].

3. О законах управления. Законы управления имеют экономический смысл, продолжают и дополняют их. Экономические законы проявляются при формировании механизма и методов управления, а также в результатах деятельности производственного коллектива. Управление организацией является специфическим видом трудовой деятельности. Его отношения и зависимости формируются под воздействием собственных законов. Успешная деятельность организации зависит априори от эффективного управления. Оно предусматривает рациональное упорядочение в пространстве элементов производства и синхронизацию во времени производственных процессов. На управление производством влияют наряду с экономическими законами, законы социологии, психологии, кибернетики и т.д. С целью повышения эффективности производства, решения социальных, экономических, экологических и других задач руководство организации должно учитывать известные объективные экономические законы: спроса; предложения; экономии времени; синергии; синхронизации; доходности.

К разряду законов управления относят: единства и целостности системы управления; пропорциональности и оптимальной соотносительности всех элементов системы управления; зависимости решения задач управления от объема использования информации; соответствия потребного и располагаемого времени при решении задач управления; совместимости технических средств и систем управления. Ф.И. Хмилёв этот перечень дополняет законами социальной структуры организации, социального статуса (социальных ролей), социальной мобильности, социального контроля, индивидуальной и социальной психологии [7]. Знание и понимание приведенных законов помогает руководителю выстраивать стратегию и тактику своего поведения в процессе общения с конкретными специалистами, выбирать меры воздействия на людей с учетом их психологических характеристик для достижения общекорпоративных целей.

Таким образом, методология управления – это логическая схема управленческой деятельности, предполагающая взаимосвязанное понимание целей, ориентиров, а также средств и способов их достижения. Это еще и умение видеть, распознавать, понимать, оценивать и учитывать зависимости, закономерности и законы управления, которые и раскрывают содержание проблем, подсказывают пути их успешного решения.

4. Цели и задачи управления. Ко второму блоку общей теории управления организацией нами отнесены: цели и задачи управления, внешняя среда, функции управления, методы и механизмы

управления, процесс управления, руководитель и коллектив, качество (эффективность и неэффективность) управления. Всякое действие человека, тем более, если речь идет о руководителе, должно быть целенаправленным. Цель деятельности организации интегрирует усилия управляемой и управляющей подсистем. Управление как целенаправленное воздействие на коллектив работников (специалистов) содержит в себе реализацию действий объективных законов, закономерностей и принципов управления (случайное/необходимое состояние системы), отражает достижения и ошибки оперативной (возможной/ невозможной) деятельности, ориентируется на достижение оптимистического (желательного/нежелательного) состояния организации.

Цель, по мнению Э.М. Короткова, представляет собою сочетание необходимого, возможного и желательного в состоянии управляемой системы в будущем [3, с. 139]. На руководителя организации возлагается обязанность формулирования системы целей (“иерархии”, “дерева” или “пирамиды” целей). Начинаться этот процесс должен из определения главной (основной, генеральной, центральной) цели, а затем целей 1-го, 2-го, 3-го и т.д. уровней управления. В качестве главной цели может выступать “доля рынка”, “объем продаж”, “объем прибыли”. Один из талантливых руководителей (Е.В. Кияница, ЗАТ “Пластмаш”, г. Киев) главной целью считал уровень средней заработной платы работающих. По его убеждению, этот уровень должен быть несколько выше, чем у конкурентов, как в отраслевом, так и в региональном разрезе.

5. Функции управления. Функция управления – вид деятельности, основанный на разделении и кооперации управления, характеризуется определенной однородностью, сложностью и стабильностью воздействий на объект и субъект управления. Функции управления и установление объема работ по каждой функции являются основой для формирования структуры управляющей системы и взаимодействия ее компонентов. Функции управления в организации разделяются: общие и конкретные. В соответствии с ГОСТ 24525.0-80 к общим функциям управления относятся: прогнозирование и планирование; организация работы; мотивация; координация и регулирование; контроль, учет, анализ.

Функции, выделяемые по сферам деятельности, называются конкретными (специальными). Рекомендующим выступает следующий их типовой состав: перспективное и текущее экономическое и социальное планирование; организация работ по стандартизации; учет и отчетность; экономический анализ; техническая подготовка производства; организация производства; управление технологическими процессами; оперативное управление производством; метрологическое обеспечение; технологический контроль и испытания; сбыт продукции; организация работы с кадрами; организация труда и заработной платы; материально-техническое снабжение; капитальное строительство; финансовая деятельность [14, с. 15-37].

Общие и конкретные функции управления тесно переплетены между собой и представляют собой разные срезы всего поля управления. Конкретные функции управления отражают специфику предприятия и основные сферы его деятельности (общее управление, финансы, производство, НИОКР, маркетинг). Отметим, что течение 30 лет после опубликования ГОСТ 24525.0-80 жизнь внесла определенные коррективы в систему деятельности предприятия. Это – приватизация, маркетинг, логистика и др. Но стержень, методологические подходы к управлению, их реализация на практике для достижения целей предприятия не претерпели особых изменений.

Анализируя вопрос функционального разделения управленческого труда, мы, безусловно, должны использовать работы А. Файоля [8], Г. Кунца и С. О’Доннелла [15], Л. Гьюлика и многих других авторов. Большинство авторов современности (и отечественных, и зарубежных) излагают материал по упрощенной схеме: планирование – организация – мотивация – контроль. Некоторые из них, придерживаясь правила: „масло масляное”, “пропускают” пять общих функций управления опять через те же функции, т.е. “планирование планирования”, “организация организации” и т.п. (?).

6. Механизм управления. Базовые элементы системы управления (кадры, органы управления, технические средства) рассматривают как статические. Систему управления в динамике можно анализировать и с позиций комплекса управленческих решений, информационного процесса, состава процессов управления, процесса труда управленческих кадров. Для перевода системы из состояния статики в динамичное состояние нужен соответствующий механизм управления. В его составе: ориентиры и стратегии, принципы, функции, методы управления. Механизм управления – это совокупность средств воздействия на работников в процессе управления. Возникает вопрос: “А что же лежит в основе механизма управления? Что принуждает участников производственного и управленческого процессов стремиться к достижению поставленных целей?”. Ответ: “Система интересов”. По этой причине мы являемся сторонниками представления механизма управления Э.М. Коротковым [3, с. 271], показанного на рис. 2.

7. Внешняя среда, процесс управления, руководитель и коллектив, качество (эффективность и неэффективность) управления. Влияние внешней среды на формирование, функционирование и развитие организации объясним следующими фактами. В свое время практики предоставили нам три десятка форм статистической отчетности, из которых было видно, со сколькими учреждениями обязано согласовывать свои действия руководство предприятия. Маркетологи уточнили цифру внешнего, “директивного” влияния – 50 структур. Коллеги из ДонУУ насчитали 86 директивных организаций, выступающих в качестве контролирующих органов. И последнюю цифру, которую мы узнали из СМИ – 70. Речь идет о работниках, их времени, которое приходится тратить на всевозможные проверки. Не случайно, особая роль руководителя – представительская, призванная к решению руководством предприятия множества проблем во внешней сфере, как в директивных, так и в других “контактных” органах.

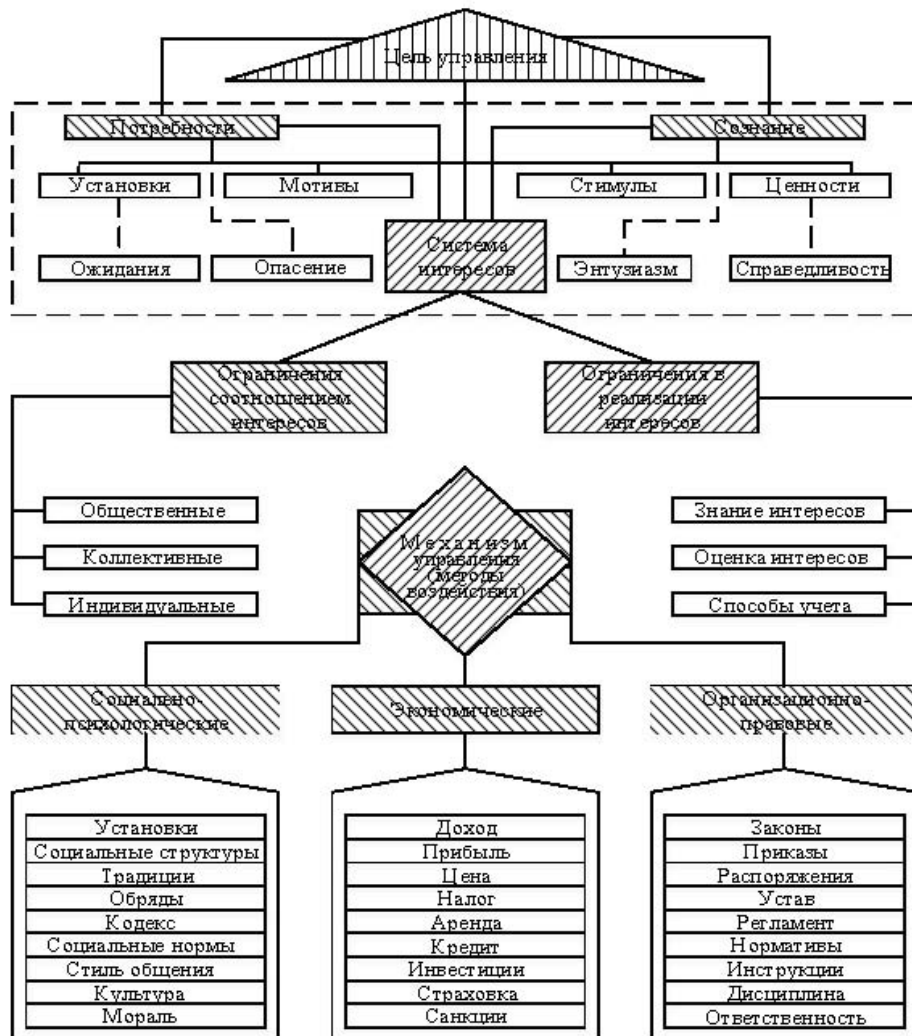


Рис. 2. Механизм управления организацией  
(составлено автором на основе [3, с. 271])

На проблеме руководитель и коллектив мы акцентируем внимание из соображений: “Историю все-таки творят не лица, а личности”. В различных странах, в различных органах управления разрабатывается множество проектов, программ, планов, стратегий. В большинстве случаев все они остаются невыполненными. Не реализуется принцип ответственности за порученное дело. Есть стратегия, но отсутствует стратег. Не формальный, а успешно действующий [16, с. 267-296].

Обычным явлением выступает процесс исследования эффективности управления. Как правило, эффективность ассоциируется с положительными эмоциями. Но понятие “эффективность” происходит от понятия “эффект”, а эффект – это соотношение результатов и затрат. Результат может иметь и положительное, и отрицательное значение [17]. Лишь единожды, в МИУ имени Серго Орджоникидзе (ныне – Государственный университет управления) мы услышали развернутый

доклад профессора Я.В. Радченко на тему: “Эффективное и неэффективное управление”. Ничего подобного мы больше не встречали в многочисленных монографиях, диссертациях, сборниках, учебниках по теории и практике управления.

Наивысший уровень неэффективности мы имеем в том случае, когда приступая к исполнению обязанностей, руководитель забывает о своей программе, о своих обещаниях перед коллективом. Часто в результате неграмотного, неумелого руководства показатели деятельности организации ухудшаются, рынки теряются, заработки падают, кадры уходят, производство сокращается. Высокий уровень эффективности можно достичь, когда четко определены полномочия, права и ответственность каждого работника – от охранника до первого руководителя за порученное дело. Чрезвычайно важно и чрезвычайно сложно определить вклад каждого работника в 1 гривну произведенной и реализованной продукции.

Положительный опыт в этом плане в конце 90-х годов XX столетия мы изучали на одном из предприятий города Камышина (Россия, Волгоградская область). Инициатор создания эффективной системы управления в рамках Комплексной системы управления качеством продукции (КСУКП) – В. А. Махарадзе. Вскоре он сделал карьеру: директор завода – мэр города – вице-премьер правительства Российской Федерации по оперативному управлению.

8. О зарубежной и отечественной практике управления организацией. В 1988г. вышла книга Р. Уотермена “Фактор обновления. Как сохраняют конкурентоспособность лучшие компании” [7]. Во введении автор отмечает: “В современном деловом мире, более чем в какие-либо предшествующие эпохи, единственным постоянным фактором являются перемены. Но почему-то не переводятся организации, которые действительно управляют изменениями, постоянно приспосабливая к ним свои аппаратные службы, стратегии, системы, выпускаемую продукцию и культуру, чтобы пережить потрясения и обернуть себе на пользу обстоятельства, подрывающие их конкурентоспособность. Преодолевая кризисы, терзающие другие компании их отрасли, они каждый раз становятся еще сильнее. Это мастера того, что я называю обновлением. Настоящая книга – результат широкого исследовательского проекта по управлению изменениями и обновлением организации” [7, с. 12].

Книгу мы прочитали, осмысливая с карандашом в руках каждое предложение, особенно выводы или “дорожку шагов” после каждой главы. Возникло желание обобщить опыт работы лучших предприятий Киева и Украины: объединения имени С.П. Королева (генеральный директор В.А. Згурский), “Большевик” (П.Я. Костына, В.А. Извеков), “Точэлектроприбор” (П.А. Шило), “Киевтрактородеталь” (В.Ф. Злобин) и другие. Успешными предприятия становились благодаря многим факторам и, в первую голову, наличием высочайшего уровня компетентности, опыта, знаний, интуиции, владения высочайшим искусством управления “генералов” (генеральных директоров) предприятий [18]. Но начались эпохи перестройки, независимости, сопровождающиеся развалом морали, экономики, промышленности. Как говорят: “Легенды расскажут, какими мы были”.

Выводы. В представленной концептуальной схеме взаимосвязи теории, методологии и практики управления организацией обращено внимание на необходимость детального рассмотрения соотношения науки и искусства управления. При рассмотрении теоретических учений об управлении особый акцент делается на целях и задачах управления, анализе влияния внешних факторов на функционирование и развитие организации, взаимозависимости стратег-стратегия. В представленном механизме управления (методах воздействия) центральное место занимает система интересов индивида, коллектива, общества. Ключевая роль отведена предприятию как первичному звену экономической “пирамиды” государства, поскольку именно на предприятии, в коллективе реализуется потенциал человека, потенциал специалиста. В оценке эффективности управления организацией следует учитывать не только экономическую сторону, но и организационную, научно-техническую, социальную, экологическую составляющие. Эффективность также следует рассматривать с позиций стратегических, т.е. каким образом принимаемые управленческие решения скажутся на результатах деятельности предприятия через 5, 10, 20, 50 лет спустя. Открытой остается научная и практическая проблема оценки вклада каждого работника организации в 1 гривну произведенной и реализованной продукции. Серьезные результаты фундаментальных исследований проблем теории управления позволяют с успехом использовать их в управленческом консультировании. Лучшие книги по науке и практике управления, будем надеяться, еще впереди.

#### Литература:

1. Ansoff, H.Igor. *Implanting strategic management*, N.Y.: Prentice/Hall International, 1984, 510 p.
2. Коротков Э.М. Концепция российского менеджмента / Э.М.Коротков. – М.: ООО Издательско-Консалтинговое Предприятие “ДеКА”, 2004. – 896 с.

3. Глухов В.В. Менеджмент. Учебник для вузов / В.В.Глухов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 608 с.
4. Schwab A.J. Managementwissen f-r Ingenieure. – 2., neubearb. – Berlin; Heidelberg; New York: Springer, 1999. – 457 s.
5. Основы управления социалистическим производством: учеб. для экон. спец. вузов / Под ред. Г.Л.Таукача, В.П.Дубоноса. – К.: Выща шк., 1989. – 303 с.
6. Robert H. Waterman. Jr. The Renewal Factor. How the Best Get and Keep the Competitive Edge, Bantam Books, New York, 1987, 338 p.
7. Хміль Ф.І. Основи менеджменту / Ф.І.Хміль. – К.: Академвидав, 2005. – 608 с.
8. Fayol, H. (1916). Administration Industrielle et Generale. (Fayol recommends chains of command, the separation of functions, and the importance of planning).
9. Курс для высшего управленческого персонала / Науч. ред. В.И. Терещенко. – М.: Экономика, 1970. – 807 с.
10. Скударь Г. М. Управление конкурентоспособностью крупного акционерного общества: проблемы и решения / Г. М. Скударь. – К.: Вид-во “Наук. думка”, 1999. – 496 с.
11. From Third World to First. The Singapore Story: 1965-2000. Memoirs of Lee Kuan Yew, Singapore: Press Holding, Times Edition, 2000, 684 p.
12. Андрушків Б.М. Основи менеджменту / Б.М.Андрушків, О. Є.Кузьмін. – Львів: Світ, 1995. – 296 с.
13. Теория управления социалистическим производством: Учебник. 2-е изд., доп. и перераб. / Под ред. О. В. Козловой. – М.: Экономика, 1983. – 432 с.
14. ГОСТ 24525.0-80. Управление производственным объединением и промышленным предприятием. Основные положения. – М.: Изд-во стандартов, 1981. – 89 с.
15. Harold Koontz, Cyril O'Donnell. Principles of Management: An Analysis of Managerial Functions. New York: McGraw-Hill Book Company, 1955. – 718 p.
16. Герасимчук В.И. Стратегічне управління підприємством / В.И.Герасимчук. – К.: КНЕУ, 2000. – 360 с.
17. Чирков В.Г. Эффектометрия: Популярные очерки / В.Г.Чирков. – К.: “Феникс”, 2005. – 240 с.
18. Болотов С.П. Развитие управления – фактор обновления / С.П.Болотов. – Сыктывкар: Коми книжное изд-во, 1991. – 200 с.

УДК 338.24.01

**Дідух В. В.**

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ БІЗНЕС-ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИЧОЇ СИСТЕМИ**

## **ОРГАНИЗАЦИЯ РЕИНЖИНИРИНГ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ БИЗНЕС-ПОТЕНЦИАЛА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СИСТЕМЫ**

## **ORGANIZATION OF BUSINESS PROCESS REENGINEERING BASED ON EVALUATION OF BUSINESS POTENTIAL PRODUCTION SYSTEMS**

*У науковій статті досліджено науково-методичні підходи до розробки та запровадження реінжинірингу бізнес-процесів, що уособлюють та формують загальне уявлення про процес запровадження реінжинірингу, як елемент реалізації методичного підходу до управління на підприємствах.*

Виявлено, що недоліком наявних напрацювань науково-методичного спрямування є їх вузька спрямованість, обмеженість та кардинальність перепроєктування бізнес-процесів підприємств. Проаналізовано методики до організації реінжинірингу на основі методів групування, систематизації та узагальнення методик до здійснення етапів процесу реінжинірингу. Виявлено їх переваги та недоліки, що зумовило до необхідності у виробленні алгоритму з набору поступових етапів здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємствах. Узагальнено алгоритм реалізації реінжинірингу, на відміну від існуючих, ґрунтується на запровадженні певних етапів, під якими розуміють набір певних дій, що спрямовані на аналіз, виявлення особливостей функціонування, проблем підприємства та виконання певних поставлених цілей підприємством в комплексі на кожному етапі. Запропоновано методичний підхід до організації реінжинірингу, що передбачає оцінювання бізнес-потенціалу, аналізу бізнес-процесів та виявлення факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на можливості та проблеми для прийняття рішення щодо доцільності запровадження реінжинірингу. Згруповано блок-схему оцінювання та прогнозування бізнес-системи, тобто підприємства, що ґрунтується на аналізі бізнес-потенціалу, ресурсів та експертного комплексу управління розвитком бізнес-потенціалу підприємства при запровадженні реінжинірингу.

**Ключові слова:** науково-методичний підхід, реінжиніринг бізнес-процесів, методика, алгоритм, етап, моделювання, ціле покладання, бізнес-система, виробнича система, бізнес-потенціал.

В научной статье исследованы научно-методические подходы к разработке и внедрению реинжиниринга бизнес-процессов, олицетворяющих и формируют общее представление о процессе внедрения реинжиниринга, как элемент реализации методического подхода к управлению на предприятиях. Вывявлено, что недостатком имеющихся наработок научно-методического направления является их узкая направленность, ограниченность и кардинальность перепроектирование бизнес-процессов предприятий. Проанализированы методики к организации реинжиниринга на основе методов группировки, систематизации и обобщения методик к осуществлению этапов процесса реинжиниринга. Вывявлены их преимущества и недостатки, что обусловило в необходимости в выработке алгоритма из набора постепенных этапов осуществления реинжиниринга бизнес-процессов на предприятиях. Обобщенно алгоритм реализации реинжиниринга, в отличие от существующих, основывается на введении определенных этапов, под которыми понимают набор определенных действий, направленных на анализ, выявление особенностей функционирования, проблем предприятия и выполнения определенных поставленных целей предприятием в комплексе на каждом этапе. Предложен методический подход к организации реинжиниринга, предусматривает оценку бизнес-потенциала, анализ бизнес-процессов и выявление факторов внутренней и внешней среды на возможности и проблемы для принятия решения о целесообразности внедрения реинжиниринга. Сгруппировано блок-схему оценки и прогнозирования бизнес-системы, то есть предприятия, основанная на анализе бизнес-потенциала, ресурсов и экспертного комплекса управления развитием бизнес-потенциала предприятия при внедрении реинжиниринга.

**Ключевые слова:** научно-методический подход, реинжиниринг бизнес-процессов, методика, алгоритм, этап, моделирования, целеполагания, бизнес-система, производственная система, бизнес-потенциал.

The article explores scientific and methodological approaches to the development and implementation of business process reengineering that embody and create a basic understanding of the process of implementation of reengineering, as part of the implementation of the methodological approach to the management of enterprises. We found that the lack of available scientific and methodological developments are directing their narrow focus, limited cardinality and redesigning business processes. The analysis methods for the organization reengineering based clustering methods, organizing and summarizing techniques to implement the re-engineering process steps. Revealed their strengths and weaknesses, which led to the need for the development of the algorithm from a set of gradual stages of business process reengineering in the workplace. Generalized algorithm for implementing reengineering, unlike the existing ones based on the introduced certain stages, which refers to a set of specific actions aimed at the analysis, identifying features functioning business problems and perform certain goals now together at each stage. The methodical approach to reengineering that involves the evaluation of business potential, business process analysis and identify factors internal and external environment for opportunities and challenges for decision on the introduction of a reengineering. Grouped flowchart assessment and forecasting business system that the company, which is based on the analysis of business potential, resources and expert management of complex development of the business potential of the

company in implementing reengineering.

**Keywords:** scientific and methodical approach, reengineering business processes, methodology, algorithm, stage design, product business system, production system, business potential.

**Вступ.** Промислові підприємства обирають реінжиніринг, як інструмент перепроєктування, для проведення кардинальних і докорінних перетворень у виробничо-комерційній діяльності. Важливою умовою раціонального та успішного запровадження реінжинірингу бізнес-процесів є обґрунтований науково-методичний підхід, спрямований на конкретизацію стратегічних цілей підприємства.

Плеяда вітчизняних та зарубіжних науковців здійснила значний вклад у дослідження організаційних засад та науково-методичних підходів до реалізації концепцій реінжинірингу на всіх етапах: від проектування до оцінки ефективності. Так алгоритми реалізації проектів з реінжинірингу розкриті у працях Л. І. Федулової [1], О.О. Ільчука та Н.Р. Тимошенко [2], Р.Ж. Єсенгельдінової та Н. С. Досмаганбетова [3], В. І. Тоцького та В. В. Лавренко [4]. Методичні підходи до оцінки ефективності реінжинірингу бізнес-процесів розглядаються у наукових доробках О.О. Охріменко [13], Л.М. Таранюка [11], Д.Б. Хлебнікова [10]. Оцінці бізнес-потенціалу виробничих систем присвячені дослідження В.В. Солдатова [12], О.С. Григорова [14], Д.М. Дроненко [18], В.В. Герасимова [19] та ін. Оцінці впливу бізнес-потенціалу та його складових на виробничу систему О.О. Охріменко [8], К.О. Бояринова [7], В.М. Нижник та О.М. Полінкевич [9].

Разом з тим у недостатній мірі розкриті науково-методичні підходи до організації реінжинірингу на підприємствах.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є поглиблення прикладних аспектів та удосконалення науково-методичних підходів до організації реінжинірингу. Для цього планується вирішити наступні завдання: дослідити алгоритми реалізації проектів з реінжинірингу бізнес-процесів; проаналізувати методичні підходи до аналізу та оцінки ефективності бізнес-потенціалу підприємства, як основи реінжинірингу; обґрунтувати процедури проведення реінжинірингу на підприємстві в розрізі кількісних та якісних характеристик бізнес-потенціалу виробничої системи.

**Методологічною** й теоретичною базою дослідження виступають досягнення зарубіжних та вітчизняних науковців. Для досягнення поставлених завдань використані загальнонаукові методи групування, систематизації та узагальнення.

**Результати дослідження.** Доцільність реалізації проектів з реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві має ґрунтуватися на детальному аналізі напрацьованих алгоритмів його реалізації. У науковій літературі представлено чимало поглядів на зміст та послідовність етапів здійснення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємствах. При цьому кількість етапів варіюється від 3 до 7 (табл. 1). Етап складається з набору певних дій, що спрямовані на аналіз, виявлення особливостей функціонування, проблем підприємства та спрямовані на досягнення поставлених цілей.

Реінжиніринг являє собою комплекс аналітичних та прикладних процедур на всіх етапах його реалізації, оскільки досліджуються процеси і проблеми, що залежать не тільки від внутрішніх факторів функціонування підприємства, а й від зовнішніх факторів впливу на нього.

Таблиця 1

Підходи до організації реінжинірингу на підприємствах

Підходи	В.В. Лавренко, В. І. Тоцький [4] О.О. Ільчук, Н.Р. Тимошенко [2]	А. А. Герасименко [5]	Л.І. Федулова [1], Р.Ж. Єсенгельдінова, Н.С. Досманганбетова [3]	І. Ю. Шишов [6]
1	Розробка образу майбутнього підприємства	Діагностика фінансового стану компанії	Формується бажаний образ фірми	Підготовка до реінжинірингу
2	Аналіз наявного бізнесу	Моделювання бізнес-процесів	Створюється модель реального або існуючого бізнесу фірми. Зворотний реінжиніринг.	Показ і аналіз існуючих бізнес-процесів «As is»



Закінчення табл. 1

Підходи	В.В. Лавренко, В. І. Тоцький [4] О.О. Ільчук, Н.Р. Тимошенко [2]	А. А. Герасименко [5]	Л.І. Федулова [1], Р.Ж. Єсенгельдінова, Н.С. Досманганбетова [3]	І. Ю. Шишов [6]
3	Розробка нового бізнесу	Аналіз кількісних показників бізнес-процесів, що дасть змогу визначити ефективність управління на певній стадії розвитку підприємства	Розробляється модель нового бізнесу. Прямий реінжиніринг.	Проектування процесів «To be»
4	Впровадження нового бізнесу	Реінжиніринг бізнес-процесів	Впровадження моделі нового бізнесу в робоче середовище фірми, всі елементи нової моделі втілюються на практиці	Реалізація реінжинірингу бізнес-процесів
5	Не розглядався	Розробка нової бізнес-моделі підприємства	Не розглядався	Постійне вдосконалення
6	Не розглядався	Співставлення завдань та отриманих результатів	Не розглядався	Не розглядався
7	Не розглядався	Діагностика ефективності реінжинірингу	Не розглядався	Не розглядався

Розроблено автором на основі [1-6]

Перевагою наведених у таблиці методичних підходів до організації реінжинірингу є орієнтація на стратегію і цілі підприємства, на зміну організаційної структури. Поставлені цілі повинні концентрувати зусилля на досягненні кінцевих результатів реінжинірингу. Разом з тим мають місце певні недоліки, що проявляються у відсутності аналізу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на бізнес-потенціал, що впливають на розвиток підприємства та поставлені цілі. На нашу думку, процес організації реінжинірингу доцільно розглядати в контексті оцінки бізнес-потенціалу, виявленні впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на можливості та проблеми бізнес-системи. Надалі доцільно аналізувати організаційну структуру та бізнес-процеси, їх функції та завдання для подальшої реалізації реінжинірингу. Так у працях А. А. Герасименко [5], В.В. Лавренко та В. І. Тоцького [4], О.О. Ільчука та Н.Р. Тимошенко [2] приділяється увага аналізу внутрішнього середовища підприємства, діагностиці його фінансового стану та аналізу наявного бізнесу, що покращить якість сервісу та продукції за рахунок маркетингових досліджень, що орієнтовані на зовнішнє середовище при організації реінжинірингу. Проблемами оцінки впливу зовнішнього середовища на бізнес-систему приділяли увагу такі вчені, як К.О. Бояринова [7] (формування бізнес-потенціалу на основі інновацій), О.О. Охріменко [8] (оцінка впливу бізнес-потенціалу та його складових на виробничу систему), В.М. Нижник та О.М. Полінкевич [9] (методи оцінки впливу факторів зовнішнього середовища бізнес-процесів).

Дослідження авторів у цьому напрямку, в недостатній мірі оцінюють потенціал бізнес-системи, як підґрунтя до запровадження реінжинірингу. Надбудовою до оцінювання потенціалу бізнес-системи, виступає дослідження впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на нього, що виявить вплив факторів на бізнес-систему та її бізнес-процеси, що визначить граничні можливості та критичні проблеми. У свою чергу такий аналіз можливостей досягнення цілей підприємства наявним ресурсам дасть змогу прийняти рішення про доцільність проведення реінжинірингу бізнес-процесів в наявних умовах функціонування підприємства.

Потенціал бізнесу – це оцінка можливостей продукувати дохід та прибуток, інструмент виміру та оцінювання результативності, яка досягається у зовнішньому середовищі, завдяки потенціалу внутрішнього середовища та ефективності діяльності, що досягається через раціональність діяльності у внутрішньому середовищі [7]. Використання ринкового інструментарію підприємством до ведення бізнес-діяльності передбачає їх потенціал та розвиток, задля виявлення резервів підприємства,

оптимізації структури виробництва або технологій та активізації інноваційних процесів. Бізнес-потенціал підприємства, як виробничої системи, сприймається як здатність організувати та синхронізувати окремі бізнес-процеси, що виступають підґрунтям його конкурентоспроможності [8]. Для оцінювання впливу зовнішнього середовища бізнес-процесу використовують такі методи, як SWOT- та STEП-аналіз, метод «5x5», перелік з чотирьох питань та матриця Вілсона.

Після дослідження бізнес-потенціалу виробничої системи, виступає аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства. Проблемами зовнішнього характеру виступають такі негативні фактори, як обмеженість ресурсів, конкуренція на ринку, квоти, зміни в законодавстві, невідповідальність постачальників, нестабільність політичної ситуації в країні та інше. Аналіз потенціалу бізнес-системи, тобто бізнес-процесів дасть змогу виявити проблеми внутрішнього характеру, такі як централізація управління, неефективність управлінських рішень, проблема доступу до інформації між відділами, несвоєчасність виконання замовлень, неефективність використання фінансових ресурсів та інше. Отже, процес здійснення таких суттєвих та системних організаційно-управлінських перетворень бізнес-системи забезпечить реінжиніринг з метою досягнення конкурентоспроможності як однієї з основних стратегічних цілей.

Таким чином ми репрезентуємо процес організації реінжинірингу, що буде базуватися на основі оцінки бізнес-потенціалу виробничої системи, спираючись на власні дослідження сутності, класифікаційних ознак та інших характеристик реінжинірингу бізнес-процесів. Отже, проаналізовані вище наукові доробки до організації реінжинірингу, їх переваги та недоліки, спонукають нас на запропонування методичного підходу, що буде включати наступні етапи:

I етап. Цілепокладання на основі потенціалу розвитку підприємства.

На даному етапі визначаються ключові стратегічні цілі підприємства, що зіставляються з наявним бізнес-потенціалом.

Визначення пріоритетних цілей та завдань базується на теперішніх завданнях підприємства, що пов'язані зі зміною підходів до управління. На етапі становлення підприємство розглядається як бізнес-система з певним набором бізнес-процесів. При цьому нами вводяться поняття «макрорівень бізнес-системи» і «мікрорівень бізнес-системи». Основні завдання і цілі для макрорівня та макрорівня приведені у табл. 2:

Таблиця 2

### Цілепокладання бізнес-системи на макрорівень та макрорівень

№	Макрорівень бізнес-системи	Мікрорівень бізнес-системи
1	- зміна бізнес-системи відповідно до очікувань власників, тобто створення певного бачення або «бажаного майбутнього» підприємства;	- скорочення тривалості бізнес-процесів;
2	- фінансові очікування, що визначають прибутковість і наступну вартість як фактори, що характеризують успішність власника як бізнесмена;	- скорочення вартості бізнес-процесів;
3	- системні очікування, що визначають конфігурацію й інфраструктуру, що визначають ефективність власника як «архітектора»;	- скорочення кількості учасників бізнес-процесів;
4	- морально - етичні очікування, що визначають поведінку бізнес-системи по відношенню до навколишнього світу і внутрішньої соціальної середовища.	- поліпшення якості бізнес-процесів;
5	- підвищення вартості бізнес-системи;	- підвищення продуктивності праці робітників;
6	- підвищення продуктивності праці;	- координація дій підрозділів, що досягається за рахунок швидкого доступу до необхідної інформації у межах підприємства;
7	- підвищення конкурентоспроможності бізнес-системи.	- зменшення кількості контрольних впливів на персонал, що призводить до прискорення процесів і поліпшення психологічного клімату тощо.

Розроблено автором на основі [10, 11]

Потенціал бізнесу – це оцінка можливостей виробляти дохід і прибуток, інструмент вимірювання та оцінки результативності та ефективності діяльності [12]:

$$Pr = Kl_{Pr} \times C_{Pr}, \quad (1)$$

де  $Pr$  - потенціал результативності;  $Kl_{Pr}$  - кількість продукції;  $C_{Pr}$  - ціна реалізації.

$$P_{Ef} = P_r - C, \quad (2)$$

де  $P_{Ef}$  - потенціал ефективності;  $P_r$  - потенціал результативності;  $C$  – собівартість.

Методика з оцінки потенціалу поліпшення В.В. Солдатова (різниця між поточним і можливим бажаним станом розвитку підприємства), становить певний критерій, що використовується для постановки цілей фірми, оцінки досягнень стратегічних та тактичних цілей, оцінки ефективності бізнес-процесів, постановки завдань з оптимізації бізнес-процесів, оцінки досягнутих цілей проекту [13]. Тобто потенціал поліпшення – це комплексна оцінка використання потенціалу підприємства за допомогою порівняння планових і фактичних результатів за коефіцієнтами корисності діяльності (ККД). Тому В.В. Солдатов пропонує розраховувати коефіцієнт корисності діяльності, як [13]:

$$ККД = \frac{P_f}{P_{pl}} \quad (3)$$

де  $P_f$  - потенціал фактичний (практично отриманий результат від реалізації стратегії (оцінка реалізації цілей і можливостей, коригування стратегічного потенціалу, змін в економічному потенціалі, тобто для підвищення результативності та ефективності);  $P_{pl}$  – потенціал плановий (плановий результат реалізації стратегії, оцінка можливостей внутрішнього середовища, цілей, можливості створення і реалізації в довгостроковій перспективі).

Базуючись на основі методики, запропонованої О. О. Охріменко, потенціал – це потенційна можливість і говорити про його оцінку, а тим паче ефективність слід на підставі планових результатів, що становлять величину приросту, та дає можливість оцінити кількісні чи якісні зміни у результаті проведення реінжинірингу. Застосувавши такий методичний підхід ми зможемо розмежовувати бізнес-процеси відповідно до зон відповідальності та оцінити їх ефективність на основі методик оцінки потенціалу [14, С.238].

Вважаємо за доцільне розглянути узагальнену інформаційну модель структури бізнес-потенціалу, сутність якої у тому що, враховується порівняння досягнень з можливостями підприємства, а не тільки з минулими результатами, де відбувається інтеграція понять стратегічного, економічного та фактичного потенціалу, що проектують результативність бізнес-системи, тобто підприємства [15, С.27]:

$$БП:=(ВП, (РП)), \quad (4)$$

$$БП:=(РН, ОБ, ВР, ЗБ), \quad (5)$$

$$БPr(БП), \quad (6)$$

$$MPr(Pr), \quad (7)$$

$$РП:=(IP, ФР, ТР, МР), \quad (8)$$

$$Mr(MP), \quad (9)$$

де БП – бізнес-потенціал; ВП – виробничий потенціал; РП – ресурсний потенціал; РН – ринок; ОБ – об'єкт; ВР – виробничий ресурс; ЗБ – збут; ТХ – техніка; ТЛ – технологія; ОР – організація; МР – матеріальний ресурс; IP – інформаційний ресурс; ФР – фінансовий ресурс; r – символ базового процесу-виконавця.

Узагальнена модель бізнес-потенціалу має вигляд [15, С.27]:

$$B_{БП} = \sum_i^n \sum_j^m \sum_k^l B_{ijk}^{PC}, \quad (10)$$

де  $B_{БП}$  - витрати ресурсів бізнес-потенціалу;  $B_{ijk}^{PC}$  – витрати i-го ресурсу бізнес-потенціалу; k-го ресурсу матеріального ресурсу.

Ця модель відображає сукупність ресурсів та витрат бізнес-потенціалу виробничої системи, тому при організації реінжинірингу при будемо опиратися на неї при обчислення потенціалу.

Бажані поставлені цілі підприємства, досягаються виконаними завданнями та отриманими результатами. Оцінка потенціалу бізнес-системи до та після реалізації реінжинірингу визначить результативність бізнес-процесів та ступінь досягнення цілям. Маємо на увазі, що поставлені цілі та завдання макро- і мікрорівня бізнес системи будуть досягнуті з реалізацією реінжинірингу. Для діагностики поточного стану підприємства, ми і будемо використовувати методику з оцінки бізнес-потенціалу для зіставлення поточного стану бізнес-системи із запланованим через цілепокладання. При цьому цілі виступають надбудовою по відношенню до потенціалу.

II етап. Ідентифікація та аналіз бізнес-процесів підприємства.

Сутність цього етапу полягає у застосуванні запропонованого нами механізму функціонування бізнес-процесу на основі процесного підходу до управління підприємством, що відповідає ДСТУ ISO 9001:2009. Це забезпечує взаємодію об'єктів бізнес-процесу, в основі якого лежить ефективний механізм застосування процедур, що дозволяє забезпечити різноманітні потреби підприємства в умовах такого підходу до управління та підготовці його до запровадження реінжинірингу та дозволить проаналізувати підприємство, як процесну організацію для здійснення реінжинірингу на підставі класифікації бізнес-процесів [16].

III етап. Реалізація реінжинірингу бізнес-процесів підприємства.

Проведення реінжинірингу бізнес-процесів підприємства базується на стадіях життєвого циклу підприємства та враховує вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, що дозволить кардинально реконструювати проблемні бізнес-процеси, пристосовуючи їх до нових ринкових умов та посилити ефективність управлінських рішень. Методичний підхід відрізняється тим, що дозволяє застосовувати інструменти реінжинірингу на будь-якому етапі життєвого циклу підприємства, незалежно від його фінансового стану та поставлених цілей [17]. Перші два етапи нам потрібно, для того щоб виявити проблеми підприємства, сформувані цілі, для того щоб прийняти рішення щодо доцільності проведення реінжинірингу бізнес-процесів в наявних умовах функціонування підприємства. При проектуванні реінжинірингу бізнес-процесів на етапність життєвого циклу підприємства з врахуванням факторів внутрішнього і зовнішнього середовища необхідно використовувати закон розвитку життєвого циклу підприємства, сутність якого полягає у тому, що кожне підприємство прагне досягти найбільш сумарного потенціалу при проходженні усіх етапів життєвого циклу [18]. Тобто оцінивши бізнес-потенціал на першому етапі організації реінжинірингу, ми визначимо певну стадію життєвого циклу підприємства, що відповідає конкретному виду застосування реінжинірингу бізнес-процесу на функціонування підприємства:

$$\begin{aligned} R_j &= R_{ij} \\ (K_j \times R_j) &\rightarrow R_{\max} \\ K_j &= F_j(K_{j+1}, \dots, K_5), \end{aligned} \quad (11)$$

де  $R_j$  – потенціал підприємства на етапі  $j$  життєвого циклу;  $R_{ij}$  – потенціал підприємства в області  $i$  на етапі  $j$  життєвого циклу;  $K_j$  – вагомий коефіцієнт впливу потенціалу на попередній етап життєвого циклу;  $F_j$  – функція впливу;  $R_{\max}$  – заплановані результати по конкретним видам діяльності підприємства.

У результаті дослідження, поточний (фактичний) стан підприємства, може відповідати будь-якому етапу життєвого циклу, тому маємо декілька проектів з реалізації реінжинірингу бізнес-процесів, що відповідають вже саме певній стадії життєвого циклу підприємства. А саме етап створення та зростання відповідає «реінжинірингу становлення бізнес-процесів», етап спаду - «реінжиніринг кризи бізнес-процесів», етап зрілості - «реінжиніринг розвитку бізнес-процесів» і етап відродження - «реінжиніринг стабілізації бізнес-процесів».

IV етап. Визначення ефективності реалізації реінжинірингу бізнес-процесів.

На даному етапі розглянемо певні критерії для постановки цілей підприємства, оцінки досягнення стратегічних цілей, оцінки ефективності бізнес-процесів перепроектованих реінжинірингом та визначених можливих ризиків при та після застосування реінжинірингу бізнес-процесів.

Критерії оцінки ефективності мають бути орієнтовані на цілі і завдання, що ставить перед собою підприємство. Виходячи з того, що на першому етапі ми розмежували цілі і завдання бізнес-системи на макро- та мікрорівень, пропонуємо оцінювати ефективність бізнес-системи в цілому і окремо бізнес-процесів. Оцінюємо бізнес-потенціал підприємства як систему з таких складових (економічну, виробничу, фінансову та ін.).

Головною метою оцінки ефективності виступають: контроль за фінансовими показниками для вирішення управлінських задач, підготовки планів, експрес задач, діагностика показників розвитку бізнес-системи, аналіз прийняття оперативних рішень; прогнозування та планування окремих елементів виробничої системи; моделі стратегічного планування (рис. 1). Оцінювання та прогнозування довготривалих проектів або сценаріїв розвитку базується на моделюванні базових режимів функціонування окремих виробничих систем, виведенні нових продуктів на ринки, оцінюванні реалізації цих рішень. Зміна фінансового стану і функціонування виробничої системи, контролюється за допомогою інструментів регулювання – випуск, витрати, ціни на капіталовкладення [15, 19]:

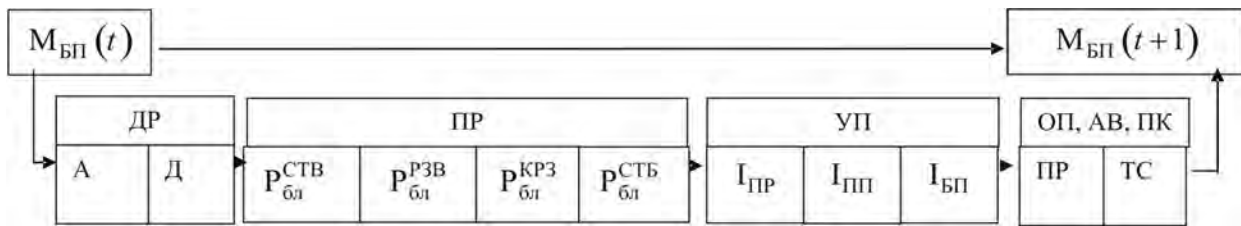


Рис. 1. Блок-схема оцінювання ефективності управління розвитком бізнес-потенціалу підприємства при реалізації реінжинірингу. Адаптовано та розроблено автором на основі [15, 19, 20].

де  $M_{BP}(t)$  та  $M_{BP}(t+1)$  – модель бізнес-потенціалу підприємства в період  $t$  (до реінжинірингу); А – аналіз; Д – діагностика; PR- проект;  $P_{\text{бл}}^{\text{СТВ}}$  – реінжиніринг становлення бізнес-процесів;  $P_{\text{бл}}^{\text{РЗВ}}$  – реінжиніринг розвитку бізнес-процесів;  $P_{\text{бл}}^{\text{КРЗ}}$  – кризовий реінжиніринг бізнес-процесів;  $P_{\text{бл}}^{\text{СТБ}}$  – реінжиніринг стабілізації бізнес-процесів; UP – управління;  $I_{\text{ПР}}$  – індикатори ресурсів;  $I_{\text{ПП}}$  – індикатори виробничого потенціалу;  $I_{\text{БП}}$  – індикатори бізнес-потенціалу; ОП – оптимізація; АВ- автоматизація; ПК – покращення; PR- програма проектування; ТС- технічні засоби

Отже, методичний підхід до організації реінжинірингу бізнес-процесів – це набір певних послідовних етапів, дослідження процесів та підрозділів підприємства, які спрямовані на досягнення поставлених цілей. На відміну від запропонованих методик, цей підхід передбачає оцінювання бізнес-потенціалу, аналізу бізнес-процесів та виявлення факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на можливості та проблеми для прийняття рішення щодо доцільності запровадження реінжинірингу. При реалізації реінжинірингу, автор в залежності від етапу життєвого циклу підприємства та наявного потенціалу застосовує конкретний вид реінжинірингу. Така логіка викладення автора наявного методичного підходу, передбачає також поєднання визначення ефективності потенціалу підприємства з ефективністю бізнес-процесів для відповідності результатів цілям макrorівня, тобто бізнес-системи і макrorівня, тобто бізнес-процесам.

Реалізація реінжинірингу бізнес-процесів як методичного підходу забезпечить здатність підприємства адаптуватися до факторів та умов нестабільного зовнішнього середовища і виявлених проблем внутрішнього характеру в рамках поставлених цілей макро- та макrorівня. Результати після реалізації реінжинірингу бізнес-процесів:

- стійкість та адаптація до зовнішнього та внутрішнього середовища;
- модернізація, оптимізація бізнес-системи від зміни управлінських рішень та парадигми бізнесу;
- коливання та пристосування потенціалу підприємства до цілей та завдань, що залежать від нових умов ринку;
- нівелювання ризиків та проблем, за допомогою прописаних коригуючи та запобіжних заходів бізнес-процесів;
- взаємодоповнення та взаємозаміна функцій та персоналу бізнес-процесів підприємства.

**Висновки.** Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробці методичного підходу до реалізації етапів реінжинірингу на основі оцінювання бізнес-потенціалу виробничої системи, визначенні ключових стратегічних цілей підприємства та оцінці впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища для доцільності запровадження реінжинірингу бізнес-процесів в наявних умовах функціонування виробничої системи.

Питання, що стали предметом розгляду даної наукової статті, спрямовані на поглиблення прикладних аспектів організації реінжинірингу.

Узагальнений алгоритм організації реінжинірингу бізнес-процесів, що враховує дослідження сукупності процесів і проблем, виявлення стратегічних цілей і діагностування фактичного стану діяльності підприємства, для реалізації реінжинірингу бізнес-процесів, що залежить від етапу життєвого циклу підприємства та розрахунку ефективності отриманих заходів після його здійснення.

Запропоновано методичний підхід до організації реінжинірингу, що передбачає оцінювання бізнес-потенціалу, аналізу бізнес-процесів та виявлення факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на можливості та проблеми для прийняття рішення щодо доцільності запровадження реінжинірингу.

Представлена блок-схема оцінювання ефективності управління розвитком бізнес-потенціалу підприємства при реалізації реінжинірингу ґрунтується на аналізі бізнес-потенціалу, ресурсів та

індикаторів управління розвитку бізнес-потенціалу забезпечить вибір певного виду реінжинірингу при наявному поточному стані його діяльності.

Подальших наукових розвідок потребують дослідження показників економічної ефективності бізнес-процесів реінжинірингу, з метою практичного впровадження та виявлення особливостей функціонування на промислових підприємствах, їх ідентифікації та пристосування до машинобудівної сфери.

#### Література:

1. Федулова Л.І. Сучасні концепції менеджменту: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536 с.
2. Ільчук О.О. Особливості реінжинірингу трудового потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання / О.О. Ільчук, Н.Р. Тимошенко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21. – С. 178-185.
3. Реинжиниринг бизнес-процессов – как фактор роста развития экономической политики предприятия [Электронный ресурс] / Р.Ж. Есенгельдина, Н.С. Досмаганбетов // Экономический вестник – 2011. – № 1. – С. 83-85. – Режим доступа к журналу: <http://repository.enu.kz/bitstream/handle/123456789/5474/reinzhiniring.pdf>
4. Тоцький В.І. Організаційний розвиток підприємства: навч. посібник // В.І. Тоцький, В.В. Лавренко – К.: КНЕУ, 2005. – 247 с.
5. Герасименко А.А. Этапы проведения реинжиниринга бизнес-процессов в стратегическом управлении сельскохозяйственных предприятий // Материалы V Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс] – Режим доступа к журналу: <http://www.scienceforum.ru/2013/160/1863>
6. Шишов И.Ю. Реинжиниринг бизнес-процессов путем разработки функциональных диаграмм [Текст] / И.Ю. Шишов // Сучасні інформаційні системи і технології: матеріали Першої міжнародної науково-практичної конференції, м. Суми, 15-18 травня 2012 р. / Ред.кол.: А.С. Довбиш, О.А. Борисенко, І.В. Баранова. — Суми: СумДУ, 2012. — С. 67-68.
7. Бояринова К.О. Інновації як ключовий елемент формування бізнес-потенціалу промислових підприємств / К.О. Бояринова, С.М. Блощаневич // Проблеми системного підходу в економіці: Електрон. наук. фах. вид. – К.: НАУ – 2012. – Вип. 4. – Режим доступу до журналу: [http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2012\\_4/Boyarinova\\_412.htm](http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2012_4/Boyarinova_412.htm)
8. Охріменко О.О. Розвиток бізнес-потенціалу виробничих систем // Стратегічні напрями розвитку національної економіки у посткризовий період: Зб. матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції / За заг. ред. В.В. Засадко. – Львів: ЦСЄД «Ініціатива», 2013. – 272 с. \_ С.120-125.
9. Нижник В.М. Методи оцінки впливу зовнішнього середовища на бізнес-процеси промислових підприємств / Нижник В.М., Полінкевич О.М. [Електронний ресурс] – Режим доступу до журналу: [file:///D:/Downloads/escnem\\_2012\\_9\(2\)\\_49.pdf](file:///D:/Downloads/escnem_2012_9(2)_49.pdf).
10. Хлебников Д.Б. Подход к реструктуризации предприятий [Электронный ресурс] – Режим доступа к журналу: [http://www.e-xecutive.ru/publications/aspects/article\\_1304/](http://www.e-xecutive.ru/publications/aspects/article_1304/).
11. Таранюк Л. М. Оцінка економічної ефективності проведення реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві / Л. М. Таранюк // Вісн. Сум. держ. ун-ту. Сер. Економіка . – 2009. – № 2. – С. 168-177.
12. Солдатов В. В. Факторы и показатели оптимизации потенциала бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа к журналу: <http://www.vsoldatov.com/2011/08/blog-post.htm>
13. Солдатов В. В. Оптимизация на основании оценки потенциала и ККД [Электронный ресурс] – Режим доступа к журналу: [http://www.vsoldatov.com/2011/06/blog-post\\_23.htm](http://www.vsoldatov.com/2011/06/blog-post_23.htm)
14. Охріменко О.О. Оцінка ефективності реінжинірингу бізнес-процесів промислових підприємств // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2013. – Вип. 12. – Ч 1. – С. 235-241.
15. Григоров О.С. Управление бизнес-потенциалом производственных систем: Учеб. Пособие // О.С. Григоров, А.Ю. Минин, Э.В. Круглова / Под общ. ред. д.т.н., проф. В.В. Герасимова. – Новосибирск: НГАСУ, 2002. – 56 с.
16. Дідух В.В. Процесний підхід до управління підприємством як предмет реінжинірингу // Науковий вісник Чернівецького національного університету: Збірник наукових праць. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т., 2013. – Вип. 669-671. – Економіка. – С. 176-182.
17. Дідух В.В. Методичні підходи до процедур проведення реінжинірингу на підприємстві крізь призму циклічності розвитку // Бізнес Інформ. – 2013. - №11. – С. 292-297.
18. Адизес И.К. Управление жизненным циклом корпорации : Managing corporate lifecycles : пер. с англ. / И.К. Адизес . СПб. : Питер, 2007 . 384 с.
19. Дроненко Д.М. Теория организации: Учебное пособие. / Волгоград. гос. тех. ун-т. – Волгоград, 2004. – 59 с.
20. Герасимов В.В. Интегрированное проектирование объектов жилищного строительства // В.В. Герасимов, Л.С. Минина. – Новосибирск: НГАСУ, 2001. – 213с.

**Дунська А.Р.**

канд. економ. наук, доцент

**Тенетко І.І.**

Національний технічний університет України «КПІ»

## **ІННОВАЦІЙНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

## **ИННОВАЦИОННЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **INNOVATIVE TRANSFORMATION OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY MANAGEMENT SYSTEM**

*В статті досліджено поняття управлінських інноваційних перетворень та їх особливості для системи зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Обґрунтовано необхідність та важливість застосування управлінських інновацій в системах управління зовнішньоекономічною діяльністю з метою забезпечення високих конкурентних переваг на зовнішньому ринку. Визначено сутність категорій «інноваційний цикл» та «інноваційний потенціал» та їх місце в інноваційній діяльності щодо систем управління. Розроблено структурно-логічну схему циклу інноваційних перетворень для системи управління зовнішньоекономічною діяльністю на основі інноваційного циклу для продуктових інновацій. Проаналізовано підходи до визначення чинників інноваційного потенціалу системи управління, на основі чого сформульовано авторське визначення поняття «інноваційний потенціал системи управління ЗЕД підприємства», що являє собою можливість системи за допомогою існуючих ресурсів та наявних резервів до створення і сприйняття нових науково-технічних рішень, що мають на меті оптимізацію структури управління ЗЕД підприємства для забезпечення вищих конкурентних позицій на зовнішньому ринку.*

**Ключові слова:** управлінські інновації, інноваційний цикл системи управління, інноваційний потенціал системи управління.

*В статье исследовано понятие управленческих инновационных преобразований и их особенности для системы внешнеэкономической деятельности предприятия. Обоснована необходимость и важность применения управленческих инноваций к системам управления ВЭД организаций, что заключается в обеспечении высоких конкурентных преимуществ на внешнем рынке. Определена сущность категорий «инновационный цикл» и «инновационный потенциал» и их место в инновационной деятельности по отношению к системам управления. Разработана структурно-логическая схема цикла инновационных преобразований для системы управления внешнеэкономической деятельностью на основе инновационного цикла для продуктовых инноваций. Проанализированы подходы к определению составляющих инновационного потенциала системы управления, на основе чего сформулировано авторское определение понятия «инновационный потенциал системы управления ВЭД предприятия», который представляет собой возможность системы с помощью существующих ресурсов и имеющихся резервов для создания и восприятия новых научно-технических решений, имеющих целью оптимизацию структуры управления ВЭД предприятия для обеспечения высших конкурентных позиций на внешнем рынке.*

**Ключевые слова:** управленческие инновации, инновационный цикл системы управления, инновационный потенциал системы управления

*In the article was discussed the concept of innovative transformation of management system and its*

*features for the system of foreign economic activity (FEA) of the enterprise. Was justified the necessity and importance of applying innovative transformation of FEA management system, which is to ensure high competitive advantage in foreign markets. Were defined the essence of "innovation cycle" and "innovation potential" in the process of management system innovations. Was developed innovative cycle structural scheme for innovative transformation of foreign economic activity management system based on the innovation cycle for product innovations. Were investigated the approaches to defining components of the management system innovative potential, based on which was formulated the authors' definition of "innovative potential of foreign economic activity management system", that is the possibility of using existing resources and available reserves to the creation and acceptance of new scientific and technical solutions aimed to optimize the company's FEA management structure for higher competitive position in international markets.*

**Keywords:** *innovation management, innovation cycle management, innovation management capacity.*

**Вступ.** В сучасному міжнародному середовищі збільшується кількість чинників, що здійснюють негативний вплив на господарську діяльність підприємств. Серед таких негативних факторів можна виділити постійну мінливість, нестабільність економічного та політичного аспектів на фоні глобалізаційних та інтеграційних процесів.

Всі ці явища вимагають від суб'єктів зовнішньоекономічних відносин гнучкості та здатності швидше та ефективніше реагувати на них ніж конкуренти. Усвідомлюючи весь потенціал інноваційного шляху розвитку, для вирішення окреслених завдань підприємства поступово переорієнтовуються на використання інноваційних підходів в практиці своєї діяльності.

Крім того, необхідно усвідомлювати необхідність ретельного дослідження та велике значення комплексної управлінської системи, яка є передумовою існування господарюючого суб'єкта. Адже управління, як функція соціально-економічної системи, орієнтується на її збереження, сталий розвиток та економічний результат, що є головною метою будь-якого суб'єкта господарювання.

Саме тому, на сьогодні досить важливим, але в той же час недостатньо дослідженим, є питання інноваційного перетворення систем управління загалом, а особливо системи управління зовнішньоекономічною діяльністю якщо підприємство працює на міжнародних ринках. Тому, дослідження даного питання відзначається актуальністю і викликає значний інтерес у науковців.

Так, окремі питання інноваційного розвитку зовнішньоекономічної діяльності та дослідження сутності інноваційного потенціалу систем управління висвітлені в роботах таких вчених як Чернобай Л.І., Кишеня П.Б. [1], Плешу Г., Шаповал С.С., Фоменко Г.С. [2], Медведєв В.П. [3], Чухрай, Н.І. [4], Мухамедьяров А. М. [5] та інших. Проте, незважаючи на широке обговорення необхідності впровадження інноваційного шляху розвитку, на разі важко виділити однозначне трактування як складових інноваційного потенціалу системи управління, так і поняття інноваційного циклу.

**Постановка завдання.** Головною метою даного дослідження є визначення особливостей інноваційного перетворення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, вдосконалення понять «інноваційний потенціал» та «інноваційний цикл» в контексті системи управління зовнішньоекономічною діяльністю.

**Методологія.** В процесі дослідження були використані такі методологічні прийоми як порівняння та узагальнення, метод аналогії, метод систематизації. Інформаційна база складається з вітчизняних та зарубіжних наукових публікацій.

**Результати дослідження.** Ситуація на зовнішніх ринках, що характеризується загостренням конкурентної боротьби, вимагає від підприємств застосування найпрогресивніших способів роботи та постійне вдосконалення систем управління. І саме інноваційні перетворення є способом для досягнення цієї мети.

Якщо порівнювати організаційні нововведення (тобто інновації в системах управління) та інновації в продуктивній, технологічній чи процесовій сферах, то перші характеризуються набагато нижчими витратами. При цьому, ступінь їх ефективності при успішній реалізації є високою. Втім, ключова цінність організаційних інновацій на підприємствах полягає в тому, що вони стають базою для впровадження інноваційних перетворень всіх інших типів; їхня мета – це підготувати організацію до інноваційного шляху розвитку.

Дана підготовча функція полягає в таких важливих перетвореннях як зміна ділової культури, поведінки, звичок і уявлень персоналу про управління та господарську діяльність [2], що веде до формування інноваційного мислення на підприємстві, яке є запорукою подальших інновацій. Але разом з тим, інновації в системах управління характеризуються і високим ризиком, який науковці



пояснюють психологічним бар'єром та уникненням невизначеності з боку персоналу, адже ця група нововведень в першу чергу стосується саме їх.

Втім, як зазначає Дружинін Д. С. [6] управлінські інновації стають об'єктивною передумовою успішного функціонування сучасних організацій, адже вони є джерелом так званого «управлінського прибутку».

Таким чином, важливість інноваційного перетворення систем управління є незаперечною, тому постає питання дослідження інноваційного циклу, який являє собою зміст та послідовність інноваційної діяльності на підприємстві. Інноваційний цикл в науковій літературі характеризується як послідовний, безперервний процес, що здійснюється в часі та складається з логічних взаємопов'язаних стадій та етапів [5].

Інноваційний цикл за Мухамедьяровим А. М. включає наступні ланки: наука – виробництво – споживання (дослідження-виробництво-споживання). Вони мають відносну самостійність [5]. Але дані ланки більш характерні для технологічних чи продуктових інновацій, що виявляється в наявності ланки «споживання», яка характеризує вплив даної інновації на споживача. Тому, доцільно на основі аналогії між двома видами інноваційних перетворень сформулювати поняття інноваційного циклу саме управлінської інновації. Для цього розглянемо ланки що виділяє автор [5] і на основі цього сформулюємо ланки інноваційного циклу для управлінських нововведень.

Ланка «дослідження» складається з чотирьох стадій (видів досліджень): фундаментальні, пошукові і прикладні дослідження, технічні розробки (проектно-конструкторські та проектно-технологічні). На всіх цих стадіях присутній елемент творчості, пошуку нових наукових і технічних рішень.

Фундаментальні дослідження поділяються на «чисті» (вільні) і цільові. «Чисті» фундаментальні дослідження – це дослідження, головною метою яких є розкриття і пізнання невідомих законів і закономірностей природи і суспільства, причин виникнення явищ і розкриття зв'язків між ними, а також збільшення обсягу наукових знань. Цільові фундаментальні дослідження спрямовані на вирішення певних проблем за допомогою суто наукових методів на основі наявних даних [5].

Пошукові дослідження охоплюють роботи, спрямовані на вивчення шляхів і способів практичного застосування теоретичних висновків фундаментальних досліджень. Їх проведення передбачає можливість варіантних розробок проблеми і вибір найбільш перспективного напрямку. Висновки та рекомендації пошукових досліджень дозволяють перейти до наступного виду наукових досліджень – прикладним дослідженням. Конкретна мета прикладних досліджень – створення нових і вдосконалення використовуваних технологічних процесів, виявлення конкретних шляхів і методів удосконалення організації виробництва і управління [5].

Продовженням науково-дослідних робіт прикладного характеру являються технічні розробки, мета яких – безпосереднє практичне використання результатів прикладних досліджень [5].

Ланка «виробництво» включає дві стадії: освоєння нововведень (нової продукції і нових технологічних процесів) і власне виробництво [5]. Оскільки інноваційний процес, що має місце в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю носить не виробничий характер, то дану ланку доцільно замінити на «впровадження інноваційних рішень».

Ланка «споживання» у інноваційному циклі, що характеризує виробничу діяльність, складається з двох стадій: поширення (реалізація) нововведень та їх використання. Включення ланки «споживання» до складу інноваційного циклу орієнтує управління інноваційним процесом на задоволення потреб народного господарства і населення [5].

Втім, на нашу думку, для інноваційної діяльності, що має на меті вдосконалення управлінської системи, стадія споживання передбачає лише використання інноваційного рішення, що буде мати вплив на кінцевого споживача через зниження ціни (за допомогою оптимізації процесів ЗЕД підприємства) чи більш ефективної комунікації та обізнаності про товари чи послуги, що пропонуються підприємством-суб'єктом зовнішньоекономічних відносин.

Кінець інноваційного циклу товару визначають за строком морального зносу виробу, що є об'єктом інноваційної діяльності. Для інновацій організаційного характеру закінчення інноваційного циклу доцільно визначити моментом появи нового рішення або виникнення нових вимог до існуючої системи.

Отже, на основі проведеного аналізу, графічно зобразимо інноваційний цикл для організаційних нововведень (рис. 1).

Наступним поняттям, що характеризує інноваційні перетворення є інноваційний потенціал, який являє собою резерв для розвитку, приховані, невиявлені можливості організації. За своєю сутністю інноваційний потенціал є індикатором можливості організації здійснювати інновації.



Рис. 1. Структурно-логічна схема інноваційного циклу в розрізі зовнішньоекономічної діяльності підприємства  
Джерело: розроблено авторами на основі [5]

Щодо інноваційного потенціалу системи управління то автори [1] визначають його як узагальнені характеристики можливостей системи управління до впровадження інноваційного процесу, що визначається структурою та змістом елементів системи управління, їх невикористаними та прихованими можливостями, які використовуються з метою досягнення поставлених цілей. Тобто, автори визначають дане поняття через сукупність певних складових елементів, що його характеризують. Але, в сучасній літературі немає одностайності щодо структури потенціалу інноваційного розвитку системи управління.

Деякі вчені вважають, що інноваційний потенціал – це сукупність взаємопов'язаних інноваційних ресурсів та чинників, які створюють умови для оптимального їх використання [7]. Таке визначення, на нашу думку, викликає протиріччя із самою суттю поняття «потенціал», тому що не враховує потенційні можливості, а орієнтується лише на наявні ресурси.

Інші науковці наголошують, що інноваційний потенціал визначається здатністю розробляти і реалізовувати інноваційні проекти, які і є складовими інноваційного потенціалу [8]. Проте, інноваційний проект є сукупністю рішень щодо інноваційних перетворень і його ефективність є ступенем розвиненості інноваційного потенціалу.

Таким чином, ми вважаємо, що найдоцільніше виділити в складі інноваційного потенціалу наступні складові (рис. 2) [1].

**Висновки.** Отже, у статті було досліджено особливості інноваційного розвитку системи управління підприємством, і зокрема системи управління зовнішньоекономічною діяльністю. Визначено, що інноваційні перетворення системи управління ЗЕД є важливими для забезпечення конкурентоздатності підприємства на зовнішніх ринках, оскільки дадуть змогу підвищити продуктивність праці та мотивацію персоналу зайнятого в забезпеченні зовнішньоекономічної діяльності, мінімізувати ризики пов'язані з виходом на нові ринки, розширити зовнішньоекономічні операції через збільшення кількості контрагентів, сформувані сильну торгівельну марку та підвищити імідж організації.

Науковою новизною даного дослідження є вдосконалення структурно-логічної схеми інноваційного циклу в розрізі зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі визначених особливостей управлінських інновацій. Також, сформульовано авторське визначення «інноваційного потенціалу системи управління ЗЕД підприємства».

Подальші дослідження будуть стосуватись детального вивчення видів інноваційних технологій, що застосовуються для систем управління та можливості їх реалізації на підприємствах України.

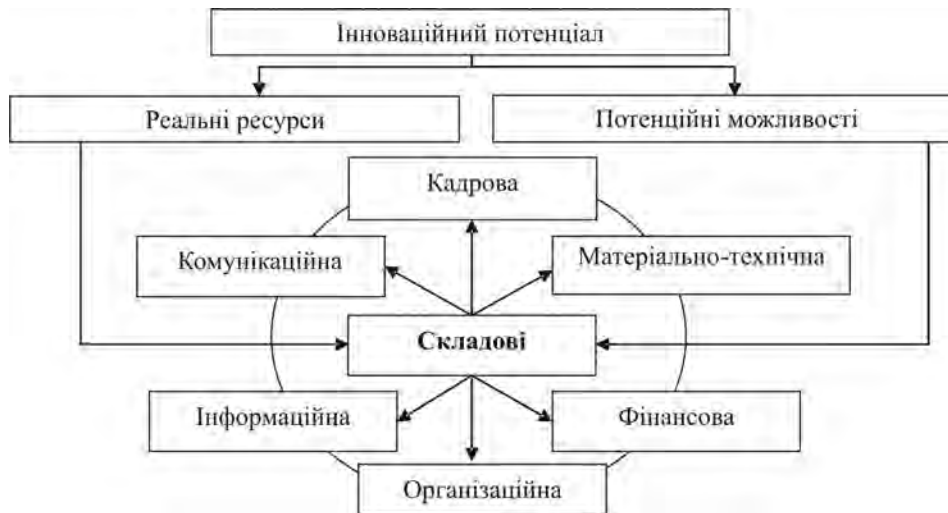


Рис. 2. Структура інноваційного потенціалу системи управління  
Джерело: [1]

### Література:

1. Чернобай Л.І. Інноваційний потенціал системи управління: структура і принципи формування / Л.І. Чернобай, П.Б. Кишеня // Вісник національного університету «Львівська політехніка», 2012. - № 725. - с.398-405
2. Плешу Г. Управлінські інновації як головний чинник реструктуризації підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності / Г. Плешу, С.С. Шаповал, Г.С. Фоменко // Труды Одесского политехнического университета, 2009. - вып. 1(31).
3. Медведев В.П. Инновации во внешней торговле и внешнеэкономической деятельности / В.П. Медведев // Российский внешнеэкономический вестник, 2008. - № 2. -с. 12-21.
4. Чухрай, Н.І. Організаційно-управлінські інновації в економіці, що спирається на знання / Н.І. Чухрай // Інновації: проблеми науки і практики. — Харків: ІНЖЕК, 2006. - С. 107 - 133.
5. Мухамедьяров А. М. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие. - 2-е изд.: ИНФРА-М; Москва, 2008.
6. Дружинин, Е.С. Управленческие нововведения: неопознанные / Е.С. Дружинин // Управление персоналом, 2000. - № 1. - С. 36 - 41.
7. Верба В.А., Методичні рекомендації з оцінки інноваційного потенціалу підприємства / В.А. Верба, І.В. Новикова // Проблеми науки, 2003. - № 3.
8. Бузько І.Р. Стратегічне управління інвестиціями та інноваційна діяльність підприємства : монографія / І.Р. Бузько, О.В. Вартанова, Г.О. Голубенко. - Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2002. - 176 с.

**Косматов Э.М.**

доктор эконом. наук, профессор

**Савосин Г.Ф.**

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

## **МОДЕЛІ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА**

## **МОДЕЛИ ПРОЦЕССОВ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЙ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **MODEL OF INNOVATIVE INVESTMENT STRATEGIES FORMATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES DEVELOPMENT**

Національна економіка країни є складовою відкритої системи світової економіки, в якій йде постійна боротьба за економічні ресурси, ринки споживачів товарів і послуг. В цих умовах від виробничих підприємств вимагається постійно підвищувати ефективність виробничо-господарської діяльності та конкурентоспроможність не тільки на регіональному та національному, а й світових ринках товарів і послуг. Успішність реалізації стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства багато в чому визначається ступенем опрацьованості вихідної її методологічної та методичної бази. У даній науковій статті розглянуто моделі процесів формування стратегій інноваційно-інвестиційного розвитку виробничого підприємства. Обґрунтовано необхідність врахування при розробці стратегій як загальних етапів, так і відмінностей та особливостей моделей процесів стратегічного менеджменту, таких як: оцінка ефективності стратегій; вироблення процедур реєстрації ризиків; розробка корпоративних правил; створення системи управління реалізацією стратегії і інших.

**Ключові слова:** інноваційно-інвестиційний розвиток, моделі, промислове підприємство, процес розробки стратегії.

Национальная экономика страны является составной частью открытой системы мировой экономики, в которой идет постоянная борьба за экономические ресурсы, рынки потребителей товаров и услуг. В этих условиях от производственных предприятий требуется постоянно повышать эффективность производственно-хозяйственной деятельности и конкурентоспособность не только на региональном и национальном, но и мировых рынках товаров и услуг. Успешность реализации стратегии инновационно-инвестиционного развития предприятия во многом определяется степенью проработанности исходной ее методологической и методической базы. В данной научной статье рассмотрены модели процессов формирования стратегий инновационно-инвестиционного развития производственного предприятия. Обоснована необходимость учета при разработке стратегий как общих этапов, так и отличий и особенностей моделей процессов стратегического менеджмента, таких как: оценка эффективности стратегий; выработка процедур регистрации рисков; разработка корпоративных правил; создание системы управления реализацией стратегии и других.

**Ключевые слова:** инновационно-инвестиционное развитие, модели, промышленное предприятие, процесс разработки стратегии.

The national economy of the country is a part of open world economy system, which is a constant struggle for economic resource, markets consumer goods and services. Under these circumstances, industrial companies need to constantly improve the efficiency of production and economic activity and competitiveness, not only regionally and nationally, but also world markets for goods and services. The success of the innovation and investment enterprise development strategy is largely determined by the

*degree of its initial methodological basis elaboration. In this research article it was described formation scientific model of innovative investment strategies of a manufacturing enterprise. The necessity of taking into account the development of strategies as general stages and differences and features of models of strategic management processes, such as assessing the effectiveness of strategies, development of procedures for the registration of risks, development of corporate policies, the creation of a control system and other implementation strategies.*

**Keywords:** *innovation and investment development, models, industrial enterprise, strategy development process.*

**Вступление.** В настоящее время национальная экономика страны является составной частью открытой системы мировой экономики, в которой идет постоянная борьба за экономические ресурсы, рынки потребителей товаров и услуг. В этих условиях от производственных предприятий требуется постоянно повышать эффективность производственно-хозяйственной деятельности и конкурентоспособность не только на региональном и национальном, но и мировых рынках товаров и услуг. Высокая конкурентоспособность производственных предприятий, как показывает отечественный и мировой опыт, может быть обеспечена только на основе совершенных технологий производственных процессов, процессов управления производством товаров и оказания услуг. Сегодня в мире конкурентными предприятиями являются те, которые обладают новыми технологиями, способными обеспечить их технологическое лидерство. В свою очередь, технологическое лидерство обеспечивается постоянным инновационно-инвестиционным развитием производственных предприятий.

Успешность реализации стратегии инновационно-инвестиционного развития предприятия во многом определяется степенью проработанности исходной ее методологической и методической базы.

Теоретическим и методологическим вопросам инновационно-инвестиционного развития предприятий посвящено значительное количество исследований отечественных авторов.

Вместе с тем недостаточное внимание уделяется проблемам формирования стратегий инновационно-инвестиционного развития производственных предприятий, что проявляется в недостаточной конкурентоспособности многих производственных предприятий.

Постановка задачи. Целью исследования является анализ моделей формирования стратегий инновационно-инвестиционного развития производственного предприятия.

**Методология.** В процессе исследования использовался системный подход, а также метод сравнения.

**Результаты исследований.** Проблемы формирования стратегий развития предприятий достаточно широко освещены в работах зарубежных и отечественных авторов. В числе публикаций зарубежных авторов следует отметить фундаментальные учебники А. А. Томсона – мл. и А. Дж. Стрикленда [13], Дж. Пирса II и Р. Робинсона [10], Майкл Портера [11], Жан-Жака Ламбена [3], монографии Д. А. Аакера [1], Мак-Кина Д. [6], Нильс-Горан Олве и др. [8], Каплана Роберта С. и Нортон Дейвида П. [4].

Значительное количество работ по проблеме формирования стратегий развития предприятий в рыночных условиях опубликовано отечественными научными и педагогическими работниками. В их числе: учебные пособия, выполненные под руководством Глухова В.В. [2], Градова А.П. [14, 15], И.В. Беликова [12], Маленкова Ю.А. [7], И.И. Мазура [5], а также монографии и статьи в научных журналах Окорочкова В.Р. [9] и других. По результатам анализа зарубежных и отечественных публикаций выбраны 4 модели стратегического менеджмента, которые представлены на рис. 1–4.

В работе [6] методика разработки стратегии предприятия, алгоритм которой представлен на рис. 2, состоит из десяти шагов:

1. Start the process... Начать процесс: согласовать схему работы с акционерами.
2. Take stock... Провести оценку: проанализировать, что обстоит неплохо, а что нуждается в будущих изменениях.
3. Review high-level themes... Сделать обзор ключевых тем: миссия, основные цели, конкурентные преимущества, видение будущего.
4. Agree high-level objectives... Согласовать цели и задачи высшего уровня планирования.
5. Target key product and markets... Определить ключевые товары и рынки: выпуск новой продукции, перспективы выхода на новые рынки, ценовую политику, увеличение рыночной доли.
6. Extend to develop internal capability and functional plans... Установить широту границ для развития внутренних возможностей и планирования на функциональном уровне.
7. Generate risk register... Выработать процедуру регистрации рисков и план «подтверждения будущего».



Рис. 1. Общая модель стратегического процесса [12]



Рис. 2. Модель процесса разработки стратегии предприятия [6]

8. Integrate all wide-projects... Интегрировать на уровне концептуального понимания все корпоративные проекты и ключевые направления деятельности.

9. Engage and empower...with good communication... Организовать и ввести в компании эффективную систему обмена информацией.

10. Supervise progress... Из представленных на рисунках моделей процессов разработки стратегий развития предприятия следует, что:

1) общими этапами представленных моделей являются: разработка миссии компании, анализ внешней среды, внутренних ресурсов и конкурентных возможностей компании, выработка долгосрочных и краткосрочных целей, формулировка стратегии и разработка функциональных стратегий, управление, контроль реализации стратегии и управление изменениями;

2) отличия и особенности представленных моделей:

- на рис. 1 и 4 выделяется этап оценки эффективности стратегий;
- на рис. 2 выделяется этап выработки процедур регистрации рисков;
- на рис. 3 выделяется этап разработки корпоративных правил, организационной структуры и культуры;

– на рис. 4 выделяется этап разработки мотивации разработчиков стратегии и лиц, принимающих стратегические решения и этап создания системы управления реализацией стратегии.

**Выводы.** По итогам рассмотрения моделей процессов формирования стратегий инновационно-инвестиционного развития производственного предприятия можно сделать вывод о необходимости учета при разработке стратегий как общих этапов, так и отличия и особенности моделей процессов стратегического менеджмента, а именно: оценку эффективности стратегий; выработку процедур регистрации рисков; разработку корпоративных правил, организационной структуры и культуры; разработку мотивации разработчиков стратегии и лиц, принимающих стратегические решения; создание системы управления реализацией стратегии.

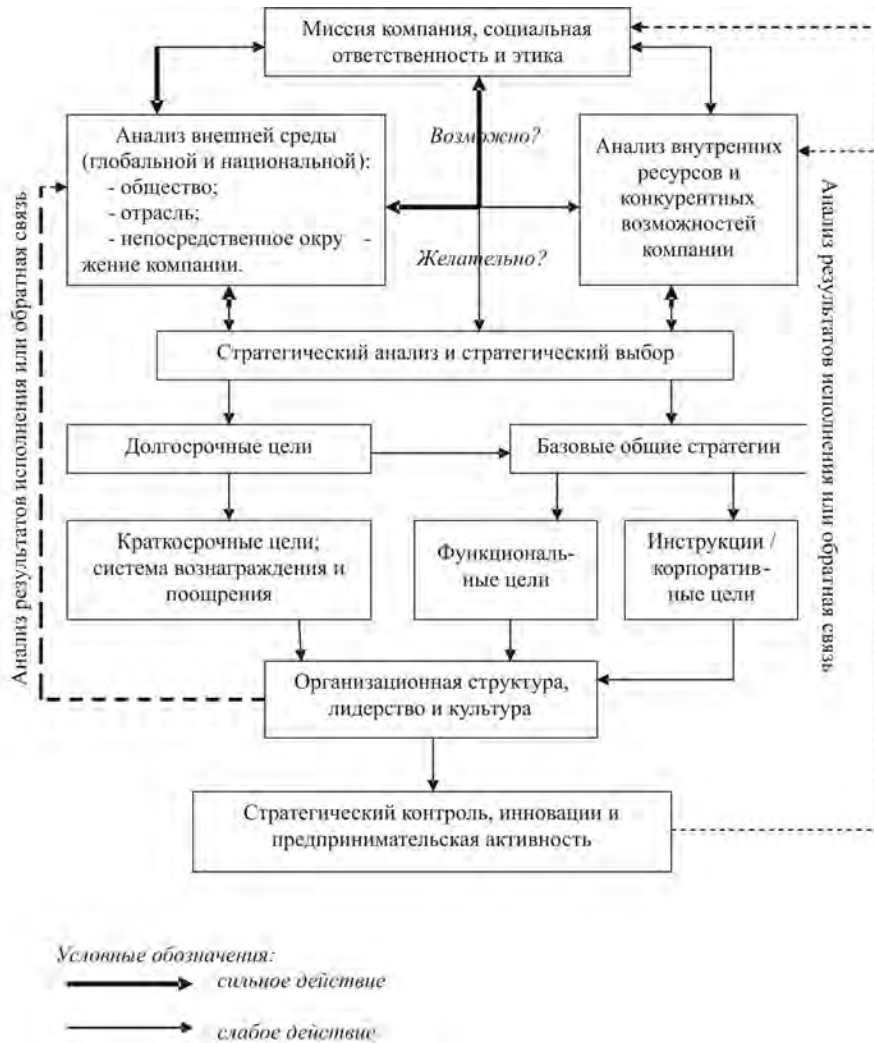


Рис. 3. Модель процесса разработки стратегии предприятия [10]



Рис. 4. Системная модель процесса эффективного стратегического менеджмента производственного предприятия [7]

### Литература:

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление / Д. Аакер [Пер. с англ. под ред. Ю. Н. Катуревского]. – СПб.: Питер, 2003. – 544 с.
2. Глухов В. В. Стратегический менеджмент инновационной организации : учебное пособие по дисциплине специальности «Менеджмент организации» / В. В. Глухов и др. – Государственный университет управления. 2-е изд., испр. и доп. – М.: ГУУ, 2009. – 387 с.
3. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Жан-Жак Ламбен [Пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова]. – СПб.: Питер. – 800 с.
4. Каплан Р. С. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новой бизнес-среде преуспевают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон [Пер. с англ. М. Павловой]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2009. – 416 с.
5. Мазур И. И. Корпоративный менеджмент: учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент орг. / Под общ. ред. И. И. Мазура и В. Д. Шапиро. – 4-е изд., стер. – М.: Издательство «Омега-Л», 2011. – 781 с.
6. Мак-Кин Д. Стратегии. / Д. Мак-Кин. – М.: Дело и Сервис, 2010. – 247 с.
7. Маленков Ю. А. Стратегический менеджмент: учебн. / Ю. А. Маленков. – М.: Проспект, 2011. – 224 с.
8. Олве Н. Г. Балланс между стратегией и контролем / Н. Г. Олве, К. Й. Петри, Ж. Рой и др. [Пер. с англ. Е. Колотвиной, под ред. Е. Добровольского]. – СПб.: Питер, 2005. – 320 с.
9. Окорочков В. Р. Управление организацией в меняющемся мире / В. Р. Окорочков, А. А. Тимофеева, Г. А. Клементьев. [Под ред. В. Р. Окорочкова, Ю. А. Соколова]. – СПб.: Из-во Политехн. ун-та. – 362 с.
10. Пирс II Дж. Стратегический менеджмент / Дж. Пирс II, Р. Робинсон. – 12-е изд. – СПб: Питер, 2013. – 560 с.
11. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер – М.: из дом. «Вильямс», 2001. – 445 с.
12. Совет директоров как мировой стандарт корпоративного управления компанией / [Под ред. И.В. Беликова]. – М.: Экмо, 2008. – 624 с.
13. Томсон-мл А. А. Стратегический менеджмент: Концепции и ситуации для анализа / А. А. Томпсон-мл, А. Дж. Стрикленд III. – 12-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 928 с.:
14. Экономическая стратегия фирмы : уч. пос./ Под ред. проф. А. П. Градова. – 2-изд., испр. и доп. – СПб.: Специальная литература, 1999.
15. Эффективность стратегии фирмы: учеб. пособ. / [Под ред. А. П. Градова]. – СПб.: Специальная литература, 2006. – 414 с.



**Окороков В.Р.**

доктор эконом. наук, профессор

**Евсеева С.А.**

канд. эконом. наук

Санкт-Петербургский государственный политехнический университет

## СТРАТЕГИЯ АДАПТАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ДО ПЛИННОГО СЕРЕДОВИЩА

## СТРАТЕГИЯ АДАПТАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ К МЕНЯЮЩЕЙСЯ СРЕДЕ

## ADAPTIVE STRATEGY OF INDUSTRIAL COMPANY TO A CHANGING ENVIRONMENT

Глобалізація в економіці, зростаюча інтеграція в світі, посилення конкуренції на національних і міжнародних ринках, висока інтенсивність науково-технічного та технологічного процесу занурюють підприємства в середу, яка вимагає від них все більш глибокого прогнозування і масштабного оновлення основних сфер діяльності. У даній науковій статті розглядається необхідність постійних змін діяльності підприємства відповідно до умов навколишнього середовища. У цьому контексті пропонується алгоритм адаптації стратегії промислового підприємства, апробований на прикладі малого інноваційного промислового підприємства м. Пскова, що спеціалізується на проектуванні та виробництві сучасного гальванічного обладнання. Алгоритм дозволяє своєчасно реагувати на зміну навколишнього середовища і враховує зв'язок змін факторів навколишнього середовища з результативними показниками діяльності промислового підприємства. Також встановлено, що рішення про вибір стратегії приймається на основі функції корисності.

**Ключові слова:** адаптація стратегій, алгоритм, середовище, що змінюється, стратегії підприємств.

Глобализация в экономике, растущая интеграция в мире, ужесточение конкуренции на национальных и международных рынках, высокая интенсивность научно-технического и технологического процесса погружают предприятия в среду, которая требует от них все более глубокого прогнозирования и масштабного обновления основных сфер деятельности. В данной научной статье рассматривается необходимость постоянных изменений деятельности предприятия в соответствии с условиями окружающей среды. В этом контексте предлагается алгоритм адаптации стратегии промышленного предприятия, апробированный на примере малого инновационного промышленного предприятия г. Пскова, специализирующегося на проектировании и производстве современного гальванического оборудования. Алгоритм позволяет своевременно реагировать на изменение окружающей среды и учитывает связь изменений факторов окружающей среды с результирующими показателями деятельности промышленного предприятия. Также установлено, что решение о выборе стратегии принимается на основе функции полезности.

**Ключевые слова:** адаптация стратегий, алгоритм, меняющаяся среда, стратегии предприятий.

Globalization of the economy, the growing integration of the world, increased competition in national and international markets, the high intensity of scientific, technical and technological process is immersed in the enterprise environment that requires them deeper and deeper in predicting large-scale renovation and core competencies. In this research article it was discussed the need for constant change of the company in accordance with the environmental conditions. In this context, we propose an algorithm to adapt the strategy of industrial enterprises, that was tested on a small innovative industrial enterprise of Pskov city, which specializes in designing and manufacturing of modern electroplating equipment. The algorithm allows to react to changes in the environment and allows for the connection of environmental

*factors changes with the resulting performance of an industrial enterprise. Also, found that the decision to choose a strategy shall be based on the utility function .*

**Keywords:** *adaptation strategies, algorithm, changing medium, strategies of enterprises.*

**Вступление.** В сложном, динамично развивающемся мире любое предприятие, чтобы обеспечить себе достойное место в будущем, должно стремиться своевременно и гибко реагировать на происходящие перемены, адаптироваться и приспосабливаться к ним. Такое поведение соответствует основным текущим и стратегическим целям всех уровней организационной иерархии современных организаций. Глобализация в экономике, растущая интеграция в мире, ужесточение конкуренции на национальных и международных рынках, высокая интенсивность научно-технического и технологического процесса погружают предприятия в среду, которая требует от них все более глубокого прогнозирования и масштабного обновления основных сфер деятельности. В новых меняющихся условиях промышленные предприятия постоянно и неуклонно стремятся внедрить новые гибкие производственные системы, новейшие информационные и другие технологии, инновации в управлении производством и др.

В условиях меняющейся среды должны меняться и стратегии, которые разрабатывают и осуществляют предприятия. Чем сильнее воздействие внешних и внутренних факторов, тем большие изменения потребуются в производственно-хозяйственной деятельности предприятий. Поэтому адаптация стратегий промышленных предприятий к меняющимся условиям окружающей среды становится особенно актуальной в современных условиях.

Проблемы разработки стратегий предприятий исследуются многими учеными, однако недостаточно изучена специфика формирования стратегий в условиях постоянно меняющейся окружающей среды.

**Постановка задания.** Целью исследования является формирование стратегии адаптации промышленного предприятия к меняющейся среде.

**Методология.** В процессе исследования применялся системный подход, методы анализа и синтеза, экономико-математического моделирования, экспертных оценок.

**Результаты исследований.** Адаптация стратегии предприятия тесно связана со стратегическим управлением, которое представляет собой процесс разработки, принятия и реализации стратегической модели, центральным звеном которой выступает стратегический выбор, основанный на сопоставлении собственного внутреннего потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешнего окружения.

В условиях меняющейся окружающей среды необходимо адаптировать стратегии, осуществляемые предприятием, чтобы соответствовать новым реалиям. Система стратегического управления должна адекватно реагировать на изменения во внешней и внутренней среде, а также позволять принимать текущие и упреждающие управленческие решения, которые снизят риск потери предприятием своей конкурентоспособности [1].

Традиционный подход к разработке стратегии основывается на анализе факторов внешней и внутренней среды, установлении целей и выборе стратегии. Модели разработки стратегии широко известны и описаны многими исследователями (М. Портер, И. Ансофф, К. Эндрюс и др.), а также консалтинговыми компаниями.

В общем виде процесс формирования стратегии состоит из следующих этапов [2]:

1. Определение миссии. Под миссией понимают социальное / общественное предназначение компании, т.е. ее роль в системе экономических и социальных отношений в обществе.

2. Формулировка целей (сбалансированная система целей). Требования к стратегическим целям: должны быть простыми и конкретными, реалистичными с точки зрения усилий и требуемых ресурсов, с четко определенными временными и количественными границами. При этом следует отметить, что с течением времени цели необходимо пересматривать с учетом меняющихся условий внешней и внутренней среды предприятия.

3. Стратегический анализ. Изучение стратегической позиции предприятия с позиций внешней и внутренней среды, определение стратегических альтернатив.

4. Стратегический выбор. Выбор определенного варианта стратегии, основанный на сопоставлении собственного внутреннего потенциала предприятия с возможностями и угрозами внешнего окружения.

5. Внедрение (реализация) стратегии. Вся совокупность методов и механизмов управленческой деятельности, связанных с претворением выбранной стратегии в жизнь, контролем ее выполнения и достижением намеченных целей.

Разные исследователи располагают этапы в разном порядке. Одни ученые на первое место ставят анализ внешней и внутренней среды, затем определяются миссия, цели и задачи, проводится анализ альтернатив, выбор стратегии, реализация и контроль. Другие авторы предлагают следующие этапы формирования и реализации стратегии предприятия: анализ внешней среды, определение миссии и целей, оценка внутреннего потенциала, разработка и выбор альтернативных стратегий по конкретным подсистемам предприятия, реализация стратегии.

Многие отечественные и зарубежные ученые [3; 4; 5 и др.] считают, что процесс формирования стратегии заключается в четком и системном описании стратегического выбора, сделанного в целях обеспечения долгосрочного развития. Этот выбор затем воплощается в решения и программы действий.



Рис. 1. Алгоритм адаптации стратегии промышленного предприятия к меняющимся условиям окружающей среды

Однако большинство исследователей не уделяют необходимого внимания адаптации стратегии промышленного предприятия к меняющимся условиям окружающей среды. Предлагается в качестве основы адаптации стратегии промышленного предприятия использовать алгоритм [6], представленный на рис. 1. Адаптивные алгоритмы позволяют более эффективно анализировать и выбирать стратегии предприятия, направленные на достижение основной стратегической цели сохранения и повышения конкурентоспособности в условиях меняющейся окружающей среды. Предложенный алгоритм адаптации стратегии деятельности предприятия позволяет увязать изменение факторов окружающей среды с принятием решения о пересмотре стратегии организации. При этом необходимо осуществлять постоянный мониторинг окружающей среды на каждом этапе и вносить соответствующие изменения в стратегию организации.

В рамках анализа окружающей среды осуществляются следующие действия: 1) определяются факторы окружающей среды, влияющие на показатели деятельности предприятия, методом

экспертных оценок и убираются из рассмотрения незначительные факторы; 2) рассчитывается значимость оставшихся факторов окружающей среды методом анализа иерархий; 3) выделяются индикаторы, которые будут отслеживаться (например, темп роста емкости рынка, количество конкурентов) и диапазоны их изменений; 4) оценивается изменение индикатора каждого из выбранных факторов (критическое, допустимое, незначительное) и общее изменение с учетом значимости:

$$D = \sum_{i=1}^n k_i d_i, \quad (1)$$

где:  $n$  - количество исследуемых факторов,  $k_i$  - значимость  $i$ -го фактора ( $\sum_{i=1}^n k_i = 1$ ),  $d_i$  - величина

индикатора, характеризующего  $i$ -й фактор (от 0 до 9). 5) принимается решение об изменении стратегии предприятия:  $D$  принимает критическое значение (6-9) – смена стратегии, допустимое значение (3-5,99) – корректировка стратегии путем изменения функциональных стратегий, незначительное (0-2,99) – остается существующая стратегия с незначительными изменениями.

Выбор стратегии деятельности предприятия, позволяющий увязать изменение факторов окружающей среды с принятием решения о пересмотре стратегии предприятия, состоит в: 1) анализе и изменении компонентов стратегии (таблица).

Таблица

**Необходимые компоненты стратегии предприятия**

Компонент	Содержание
Продукты или услуги	Изменение продуктов или услуг, производимых предприятием. При этом достижение стратегических преимуществ основывается не только на конкурентоспособности самого материального продукта, но и на нематериальных преимуществах
Категории целевых потребителей	Изменение целевых потребителей предприятия
Целевые рынки	Изменение географических регионов
Технология	Выбор использования новейших или традиционных технологий
Приоритеты выживания, роста и прибыльности	Изменение приоритетов выживания/поддержания существующего уровня прибыльности, или роста, высокой прибыльности и агрессивной конкуренции
Философия	Выбор важнейших ценностей, этических принципов
Конкурентные преимущества	Определение отличительных особенностей и стратегических преимуществ предприятия по сравнению с конкурентами
Публичный имидж	Участие предприятия в решении внеэкономических проблем
Отношение к работникам, занятым в компании	Управление персоналом с точки зрения достоинства, имеющего свою собственную человеческую ценность, или заменимого экономического ресурса

На основе проведенного анализа необходимых компонент стратегии предприятия решается надо ли адаптировать стратегию путем изменения соответствующих компонент; 2) определении миссии и системы целей; в основе формирования миссии лежат основные компоненты стратегии; 3) определении показателей деятельности предприятия, которые учитываются при разработке стратегии; 4) разработке альтернативных стратегий предприятия, используя сценарный метод, и определение для каждой из них ожидаемых значений показателей деятельности; 5) принятии решения о выборе стратегии основывается на построении многомерной функции полезности

(эффективности) [7] для каждой стратегии:

$$u(x) = \sum_{i=1}^n k_i u_i(x_i), \quad (2)$$

где:  $x_i$  – фактическое значение фактора  $X_i$ ;  $u_i$  – функция полезности (эффективности) для фактора  $X_i (0 \leq u_i \leq 1)$ ;  $k_i$  – шкалирующая константа;  $u$  изменяется в диапазоне от 0 до 1,  $0 < k_i < 1$ ;  $n$  – количество факторов.

Набор показателей может меняться в зависимости от сложившейся ситуации и отраслевой принадлежности предприятия. Для отбора показателей используется экспертный метод. В качестве факторов для построения многомерной функции полезности отбираются конечные показатели, которые характеризуют эффективность деятельности промышленного предприятия.

Для построения многомерной функции полезности необходимо построить сначала одномерные функции полезности для каждого фактора  $X_i$ , а затем свести к аддитивной функции полезности. В результате выбирается стратегия с максимальным значением функции полезности.

В случае максимизации полезности используются несколько показателей, таким образом, отражаются предпочтения в многокритериальных задачах в условиях неопределенности.

6. Реализации стратегии.

Предложенный алгоритм адаптации стратегии предприятия был апробирован на примере малого инновационного промышленного предприятия г. Пскова, специализирующегося на проектировании и производстве современного гальванического оборудования с применением коррозионно-стойких полимерных материалов, а также очистных сооружений. На основе экспертного метода были выявлены наиболее значимые факторы окружающей среды (рис. 2). В результате выполненных расчетов  $D = 2,1$ , что позволяет сделать вывод о корректировке функциональных стратегий. Меняя значения факторов в формуле (1) для разных вариантов стратегий деятельности, получается совокупность значений функции полезности, из которых выбирается максимальное. Для предприятия, используя сценарный подход, применялись следующие изменения стратегии: предусматривающие развитие интеллектуального потенциала или снижение издержек за счет смены поставщиков.



Рис. 2. Совокупность показателей, влияющих на адаптацию стратегии, промышленного предприятия

В результате расчетов максимальное значение было получено для стратегии, предусматривающей развитие интеллектуального потенциала, позволяющей создавать инновации и расширять долю рынка.

**Выводы.** Любому промышленному предприятию, функционируя в условиях меняющейся окружающей среды, следует изменять стратегию деятельности. Разработанный алгоритм адаптации помогает в принятии такого решения. С его помощью можно понять, когда следует менять стратегию и каким образом. Деятельность хозяйствующего субъекта должна соответствовать сложившейся ситуации, чтобы предприятие оставалось конкурентоспособным, преуспевающим и не ушло с рынка, а, наоборот, заняло лидирующие позиции.

Удовлетворяя критерию максимальной полезности (эффективности) деятельности предприятия, стратегия деятельности промышленного предприятия должна адаптироваться при изменении влияния факторов окружающей среды. В современных условиях хозяйствования основной стратегической целью предприятия является сохранение и повышение конкурентоспособности в условиях меняющейся окружающей среды, что в свою очередь может быть обеспечено максимальным значением полезности (эффективности) выбираемой стратегии деятельности.

Разработанный алгоритм адаптации стратегии промышленного предприятия позволяет своевременно реагировать на изменение окружающей среды и учитывает связь изменений факторов окружающей среды с результирующими показателями деятельности промышленного предприятия.

#### Литература:

1. Окорочков, В.Р. Управление организацией в меняющемся мире / В.Р. Окорочков, А.А. Тимофеева, Г.А. Клементьев; под ред. В.Р. Окорочкова, Ю.А. Соколова. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – 362 с.
2. Городилов С.В., Воробьев А.Д. Проблемы и подходы к методическому обеспечению процесса формулирования стратегии на предприятии // Менеджмент в России и за рубежом. – 2009. - №5. - С.20-28
3. Амельченко А.В. Теория и методология формирования и оценки стратегий развития промышленного предприятия: автореф. дис. на соиск. учен. степ. д-ра экон. наук / С.-Петербург. гос. инженер.-экон. ун-т. - Санкт-Петербург, 2009. - 39 с.
4. Белокопытова Н. Г., Искусство разработки и реализации стратегии: новое видение / Н.Г. Белокопытова, И.П. Геращенко, Н.И. Горбачев и др.; под общ.ред. к.э.н. С.С. Чернова; Центр развития науч. сотрудничества. - Новосибирск: СИБПРИНТ, 2009. - 162 с.
5. Буренина Г.А. Стратегический анализ и анализ рисков предприятия / Г. А. Буренина, Е. В. Николова; М-во образования Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - СПб.: Изд-во С.-Петерб. гос. ун-та экономики и финансов, 2002. - 93 с.
6. Евсеева С.А. Стратегии поведения организаций в меняющемся мире / В.Р. Окорочков, С.А. Евсеева, О.А. Кальченко// Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки.– СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – №6. – С. 112-115.
7. Кини Р.Л., Райфа Х. Принятие решений при многих критериях: предпочтения и замещения: пер. с англ./ под ред. И.Ф. Шахнова. – М.: Радио и связь, 1981. – 560 с.

УДК 658.51

**Павленко Т.В.**  
канд. економ. наук,  
**Ключнікова М.В.**

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В НАУКОЄМНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В НАУКОЕМКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

## **FEATURES OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IN A SCIENCE-BASED ENTERPRISE**

*В статті визначено, що наукоємне підприємство характеризується систематичним використанням наукових та технічних знань, створенням та застосуванням провідних промислових технологій, комерціалізацією результатів НДДКР, створенням нових високотехнологічних товарів з високою доданою вартістю для забезпечення стійких конкурентних переваг. Проаналізовані підходи до визначення*

поняття «управління знаннями». Визначено, що метою управління знаннями наукоємного підприємства є створення умов для генерації, розповсюдження та використання знань для забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства. Відповідно до мети сформульовані задачі та функції управління знаннями на підприємстві. Розширено перелік принципів управління знаннями, враховуючи особливості наукоємного підприємства. Сформульовані загрози впровадження системи управління знаннями на підприємстві. Основними проблемами впровадження системи управління знаннями було визначено: розмиті права власності, опортуністичну поведінку співробітників, необхідність створення системи охорони важливих для підприємства знань. Оскільки ключовою частиною знань наукоємного підприємства є науково-технічні знання, результати науково-технічної творчості, було побудовано алгоритм управління науково-технічними знаннями, створеними на підприємстві.

**Ключові слова:** знання, наукоємне підприємство, управління знаннями.

В статье определено, что наукоёмкое предприятие характеризуется систематическим использованием научных и технических знаний, созданием и применением передовых промышленных технологий, коммерциализацией результатов НИОКР, созданием новых высокотехнологичных товаров с высокой добавленной стоимостью для обеспечения стойких конкурентных преимуществ. Проанализированы подходы к определению понятия «управление знаниями». Определено, что целью управления знаниями наукоёмкого предприятия является создание условий для генерации, распространения и использования знаний для обеспечения стойких конкурентных преимуществ предприятия. Соответственно цели сформулированы задачи и функции управления знаниями на предприятии. Расширен перечень принципов управления знаниями, учитывая особенности наукоёмкого предприятия. Сформулированы угрозы внедрения системы управления знаниями на предприятии. Основными проблемами внедрения системы управления знаниями были определены: размытые права собственности, оппортунистическое поведение сотрудников, необходимость создания системы охраны важных для предприятия знаний. Так как ключевой частью знания наукоёмкого предприятия являются научно-технические знания, результаты научно-технического творчества, был предложен алгоритм управления научно-техническими знаниями, созданными на предприятии.

**Ключевые слова:** знания, наукоёмкое предприятие, управление знаниями.

The article operationalizes scientific enterprise as the one, which systematically uses scientific and technical body of knowledge, develops and applies leading industrial technologies, commercializes R&D, creates new high-tech goods with high added value to ensure stable competitive advantages. Different approaches to defining "knowledge management" are analyzed. The goal of knowledge management of science intensive enterprise is creation of favorable conditions for generation, expansion and application of knowledge in order to ensure stable competitive advantages of this enterprise. Tasks and functions of knowledge management at the enterprise are developed in accordance with the goal. The list of principles of knowledge management is expanded according to special features of science intensive enterprise. The threats of implementing knowledge management at an enterprise are outlined. The main problems of implementing the system of knowledge management are: vague copyrights, opportunistic attitude of the employees, necessity of the knowledge protection system for the enterprise. Since the key components of knowledge of science intensive enterprise are science-technical knowledge, results of science and technical creative work, the article develops the algorithm of management of scientific and technical knowledge developed at the enterprise.

**Key words:** knowledge, science-based enterprise, knowledge management.

**Вступ.** Накопичення, розповсюдження та передача знань в усі часи визначали розвиток людської цивілізації. Останні десятиліття знання, інтелектуальні ресурси набули особливої значущості у соціальному та економічному розвитку суспільства. Глобальна інформатизація перетворює інформацію та знання, якими володіє підприємство, на вирішальний чинник виробництва.

Як зазначає П. Друкер [1], більшість ресурсів перестають бути специфічними: «Найголовніший ресурс, що відрізняє бізнес та забезпечує вирішальні конкурентні переваги, – це специфічні виробничі та управлінські знання, які використовуються при веденні бізнесу». Тому для підвищення конкурентоспроможності наукоємних підприємств першочерговими завданнями є налагодження процесів генерації, передачі, обміну, капіталізації та споживання знань.

Дослідженню проблем управління знаннями присвячені наукові праці К. Вііга [18], Т. Девенпорта [15], І. Нокака [17], Х. Такеучі [17], Т. Стюарта [19], В. Р. Буковіца [1], Р. Л. Уільямса [1],

Р. Руглеса[9], Дж. Харрінгтона [12], М. К. Маринічевої [7], М. А. Молодчик[2], А.Ф. Тузовського[16], С.В. Чирікова[16], В.З. Ямпольського[16], Л. Г. Смоляр[4], Н. В. Коби[4] та ін. Проте недостатньо вивченими залишаються особливості управління знаннями наукоємних підприємств.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення особливостей процесу управління знаннями наукоємних підприємств. Відповідно до зазначеної мети завданнями статті є аналіз підходів до управління знаннями підприємства, визначення мети, задач, функцій, принципів управління знаннями наукоємного підприємства, побудова алгоритму управління науково-технічними знаннями, створеними на підприємстві.

Методологія дослідження. Методологічну основу роботи складають праці вітчизняних та зарубіжних вчених, що досліджували проблеми управління знаннями, управління наукоємними підприємствами. У статті використані загальнонаукові методи дослідження: логічного узагальнення, системного підходу, аналізу та синтезу.

Результати дослідження. Концепція управління знаннями передбачає трансформацію поглядів керівників та співробітників організації на джерела конкурентоспроможності підприємства. Потенціал вартості бізнесу змістився від матеріальних активів компанії в бік неуречевлених, невідчутних джерел конкурентоспроможності: технічних та управлінських інновацій, об'єктів права інтелектуальної власності. Сучасна компанія не тільки використовує знання, але й створює їх [2, с. 225].

Наукоємне підприємство характеризується систематичним використанням наукових та технічних знань, створенням та застосуванням провідних промислових технологій, комерціалізацією НДДКР, створенням нових високотехнологічних товарів з високою доданою вартістю для забезпечення стійких конкурентних переваг.

Серед існуючого різноманіття визначень знань, автору найближче визначення поняття «знання», що наведено в Європейському керівництві з управління знаннями [3]: «Знання – це комбінація даних та інформації, до яких додано думку, майстерність та досвід експерта, що в результаті дає цінний актив, який може бути використано для допомоги в прийнятті рішень».

З точки зору ресурсної теорії – одного з напрямків стратегічного менеджменту – знання належать до такої категорії ресурсів підприємства, як стратегічні активи, що забезпечують компанію стійкими конкурентними перевагами [4]. Дж. Барні виділив три ознаки стратегічних активів: цінність для організації; неможливість імітації та незамінність; рідкісність серед конкурентів [5].

Для формування ключових компетенцій підприємству необхідно пройти складний шлях розпізнавання ринкових сигналів, застосування наявних навичок та вмій, використання всіх технологічних можливостей, для того, щоб у підсумку отримати синергетичний ефект розвитку формалізованих та неформалізованих знань організації у довгострокові конкурентні переваги [2, с. 225].

Отже, безперечно знання є основою конкурентних переваг наукоємного підприємства, що вимагає вивчення підходів до управління цим стратегічним активом. В таблиці наведені існуючі визначення поняття управління знаннями.

Більшість авторів підкреслює системність процесу управління знаннями [12, 19], направленість на досягнення цілей підприємства [10, 12, 8] за рахунок створення відповідних умов [7, 12], в [6, 2, 10, 19, 12] наводяться складові процесу управління знаннями. Проте наведені визначення мають певні недоліки. Так у Буковіца та Уільямса відсутня деталізація складових процесу управління знаннями, також, на думку автора, накопичення багатства не є синонімом набуття стійких конкурентних переваг. Захарова стверджує, що управління знаннями спрямовано на сукупність суб'єктів розумової діяльності. На нашу думку управління знаннями направлено не лише на суб'єктів розумової діяльності, але й на сферу інформаційних технологій. Враховуючи аналіз існуючих визначень та особливості наукоємних підприємств сформулюємо авторське визначення. Управління знаннями наукоємних підприємств – це систематичне виявлення, створення, удосконалення, розповсюдження, використання та охорони важливих для підприємства знань за рахунок створення організаційних, технологічних та комунікаційних умов при яких знання та інформація будуть сприяти досягненню стратегічних та тактичних цілей підприємства.

Метою управління знаннями наукоємного підприємства є створення умов для генерації, розповсюдження та використання знань для забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства.

Задачі управління знаннями у наукоємних підприємствах:

- вчасне виявлення дефіциту знань;
- оцінка існуючого знання в організації (як формального, так і неформального);
- визначення перспективних напрямів генерації знань;
- розвиток системи мотивації персоналу (матеріальні та нематеріальні засоби мотивації);
- забезпечення належних умов роботи для працівників (зручність, достатність ресурсів, спри-



ятливий клімат, тощо);

- стимулювання підвищення кваліфікації;
- впровадження і розвиток інформаційних технологій;
- забезпечення доступу до інформаційних потоків підприємства для персоналу з урахуванням вимог безпеки та конфіденційності;
- визначення способу введення в господарський оборот створеного на підприємстві знання (результати нт творчості).

У процесі управління знаннями виокремлюють наступні функції:

- створення, результатом якої є нові знання або нові конфігурації наявних;
- виявлення, яка робить неявні знання явними, тобто перетворює індивідуальні знання в знання підприємства (його співробітників);
- організації знань, полягає у класифікації і категоризації знань для навігації, запам'ятовування, пошуку і супроводу знань;
- доступу, тобто передачі і поширення знань між співробітниками;
- використання, яка полягає у застосуванні знань для ухвалення рішень і розширення можливостей [13];
- створення системи охорони важливих для підприємства знань.

Таблиця

### Визначення поняття управління знаннями

Автор	Визначення
В.Р. Буковіц Р.Л. Уільямс	Управління знаннями є процесом, за допомогою якого організація накопичує багатство, спираючись на свої інтелектуальні чи засновані на знаннях організаційні активи [1].
Я.О. Захарова	Управління знаннями – система дій, що направлені на деяку сукупність суб'єктів розумової діяльності з метою її активізації, підвищення ефективності та практичної реалізації, що супроводжується пошуком, передачею, оцінкою та застосуванням знань [6].
М. К. Мариничева	Управління знаннями – створення організаційних, технологічних та комунікаційних умов, за яких знання та інформація будуть сприяти рішенням стратегічних і тактичних завдань ... принцип чотирьох Н: створення умов, за якими необхідні люди зможуть отримувати необхідну інформацію та знання в необхідний час для виконання необхідних завдань [7].
А.В. Молодчик	Управління знаннями — це стратегія, що спрямована на управління формальними та неформальними знаннями організації, забезпечення доступу до них, їх аудита та відновлення (розвитку) з метою формування нових компетенцій компанії, стимулювання інновацій та підвищення цінності для споживача [2].
Мюрей І. Дженекс	Управління знаннями (Knowledge Management) – це практика вибіркового застосування знань з нагромадженого досвіду прийняття рішень для теперішньої та майбутньої практики прийняття рішень з конкретною метою – покращення організаційної ефективності [8].
Р. Руглес	Управління знаннями може бути визначене як підхід до збільшення або створення цінності шляхом активнішої підтримки досвіду, пов'язаного з ноу-хау та знанням, що і як робити, які існують однаковою мірою як у межах організації, так і поза нею [9].
Д. Скірме	Управління знаннями – це чітко окреслене і систематичне управління важливими для організації знаннями і пов'язаними з ними процесами управління, збирання, організації, дифузії, застосування і експлуатації з метою досягнення цілей організації [10].
Т.Стюарт	Управління знаннями – це систематичний процес ідентифікації, використання і передачі інформації, знань, які працівники можуть створювати, удосконалювати і застосовувати [11, 19].
Дж. Харрінгтон	Управління знаннями – це систематичні процеси, завдяки яким ідентифікуються, створюються, зберігаються, розподіляються та застосовуються необхідні для успіху організації знання (процесний підхід); Управління знаннями – це створення організаційних, технологічних та комунікаційних умов при яких знання та інформація будуть сприяти вирішенню стратегічних та тактичних задач організації. (системний підхід) [12]

Воронкова А., Вечерковська Р. пропонують такі принципи управління знаннями підприємства: принцип програмно-цільового управління; принцип саморегулювання і саморозвитку відносно динаміки внутрішнього середовища; принцип системності; зворотного зв'язку; логічної основи; моделювання [14, с.148]. На нашу думку перелік запропонованих принципів не є повним і стосується загального управління підприємством.

Девенпорт Т. розробив 10 загальних принципів управління знаннями: управління знаннями дорого коштує; ефективно управління знаннями потребує таких рішень які б враховували як людей так і технології; управління знаннями в більшій мірі є політичним; управління знаннями потребує менеджерів знань; для управління знаннями більшу користь приносять карти знань ніж моделі та ієрархії; розповсюдження та використання знань часто є штучними (не природними) процесами; управління знаннями це - удосконалення процесу інтелектуальної діяльності; доступ до знань це лише початок; управління знаннями ніколи не закінчується; управління знаннями потребує контракту на знання (наприклад, охоронні документи на інтелектуальну власність) [15].

На нашу думку, перелік принципів, що запропонував Девенпорт Т., є достатньо повним, враховує проблему розмитих прав власності на знання, але його можна доповнити, враховуючи особливості наукоємних підприємств.

Принцип усвідомлення ролі знань як ключового фактора конкурентоспроможності наукоємного підприємства.

Принцип системності. Всебічне залучення співробітників підприємства як елементів системи в процес управління знаннями, покращуючи взаємодію і кооперацію між ними.

Принцип ефективності. Витрати на управління знаннями мають відповідати користі, отриманої від використання цих знань.

Принцип балансу доступності і конфіденційності. Охорона наявних цінних знань є важливою складовою діяльності наукоємних підприємств.

Принцип безперервного удосконалення. Мається на увазі створення сприятливих умов, системи мотивуючих заходів для навчання, підвищення кваліфікації, розвитку наявних на підприємстві знань.

Основними загрозами впровадження системи управління знаннями на підприємстві є:

Розмиті права власності. Особливо це стосується результатів науково-технічної творчості, що ще не перетворені в об'єкти права інтелектуальної власності.

Опортуністична поведінка співробітників через навмисне спотворення інформації співробітниками організації; недостатню мотивацію; недостатнє усвідомлення значущості своїх знань самим індивідом; побоювання критики; недостатнє усвідомлення ролі знань як стратегічно важливого ресурсу.

Конкуренція між співробітниками.

Необхідність створення системи охорони наявних цінних знань.

На рисунку наведено алгоритм управління результатами науково-технічної творчості. ІВ- інтелектуальна власність, ОПІВ- об'єкти права інтелектуальної власності.

Найважливішою частиною знань наукоємного підприємства є результати науково-технічної творчості, створені на підприємстві. Отримання користі від яких можливо за рахунок використання у власному виробництві, передачі прав користування або продаж технології. Передача прав на результат науково-технічної діяльності передбачає набуття прав власності, отримання охоронного документу на об'єкт інтелектуальної власності.

**Висновки.** У статті визначено, що наукоємне підприємство характеризується систематичним використанням наукових та технічних знань, створенням та застосуванням провідних промислових технологій, комерціалізацією результатів НДДКР, створенням нових високотехнологічних товарів з високою доданою вартістю для забезпечення стійких конкурентних переваг. Проаналізовані визначення поняття «управління знаннями», запропоновано авторське бачення з урахуванням особливостей наукоємного підприємства. Визначено, що метою управління знаннями наукоємного підприємства є створення умов для генерації, розповсюдження та використання знань для забезпечення стійких конкурентних переваг підприємства. Відповідно до мети сформульовані задачі та функції управління знаннями на підприємстві. Розширено перелік принципів управління знаннями, враховуючи особливості наукоємного підприємства. Сформульовані загрози впровадження системи управління знаннями на підприємстві. Основними проблемами впровадження системи управління знаннями було визначено: розмиті права власності, опортуністичну поведінку співробітників, необхідність створення системи охорони цінних для підприємства знань. Оскільки ключовою частиною знань наукоємного підприємства є науково-технічні знання, результати науково-технічної творчості, було побудовано алгоритм управління науково-технічними знаннями, створеними на підприємстві.

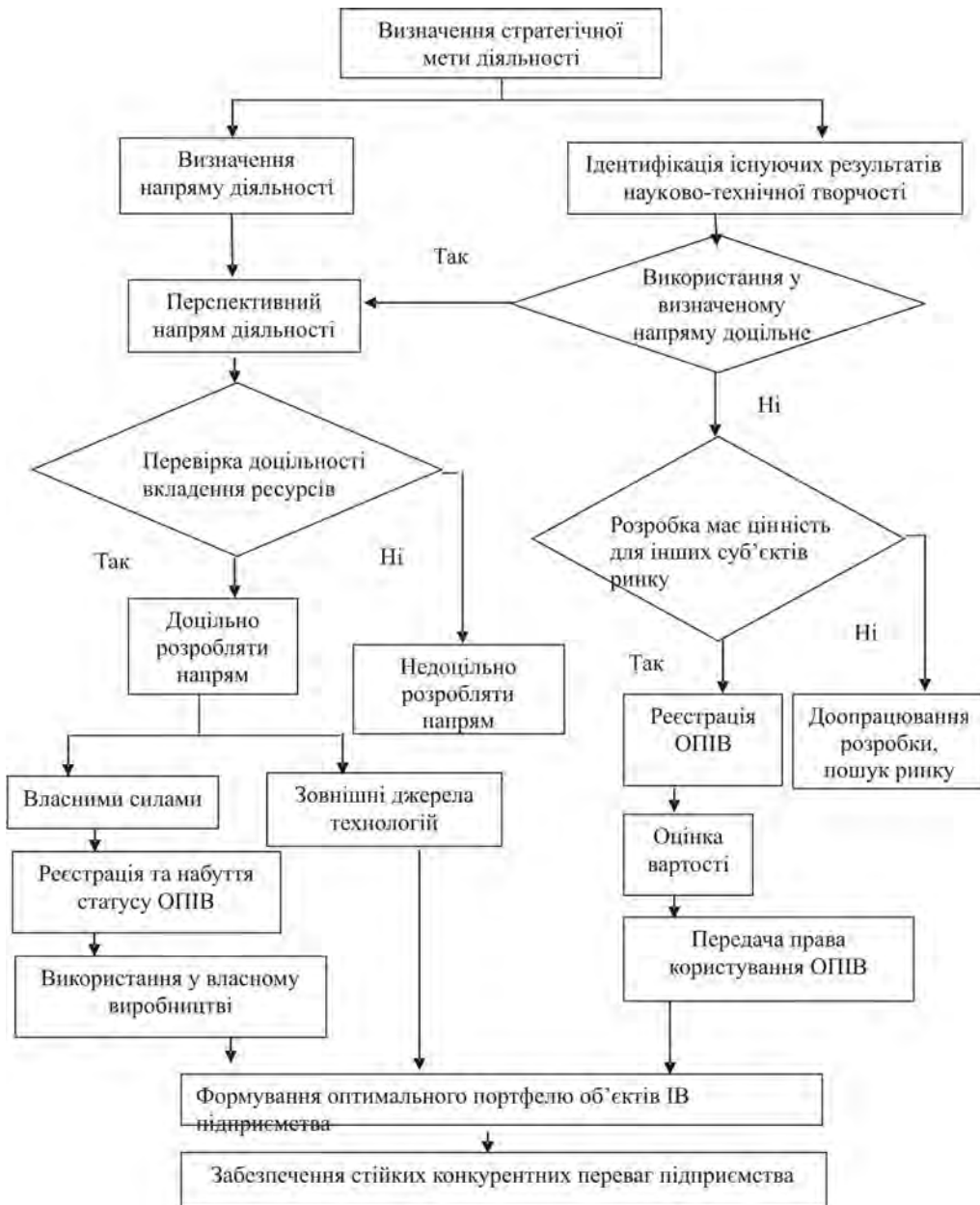


Рис. Алгоритм управління результатами науково-технічної творчості

Наукова новизна одержаних результатів полягає у:

- авторському формулюванні понять «наукоємне підприємство», «управління знаннями наукоємного підприємства»;

- формулюванні задач, функцій та принципів управління знаннями у наукоємному підприємстві.

Практичне значення результатів дослідження полягає у:

- визначенні основних загроз впровадження системи управління знаннями на підприємстві;

- побудові алгоритму управління науково-технічними знаннями, створеними на підприємстві.

Перспективами подальших наукових досліджень є виявлення та оцінка корисності формально-го та неформального знання наукоємного підприємства, оцінка ефективності системи управління знаннями наукоємної організації.

#### Література:

1. Буковиц У. Управление знаниями: руководство к действию / У. Буковиц, Р. Уильямс . – М.: Инфра-М. – 2002. – 504с.

2. Молодчик А. В. Менеджмент: стратегия, структура, персонал, знание: учеб. пособие для вузов / А. В. Молодчик, М. А. Молодчик; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – 296 с.

3. European Guide to good Practice in Knowledge Management – Part 1: Knowledge Management Framework [Електронний ресурс]. – Режим доступу <ftp://cenftp1.cenorm.be/PUBLIC/CWAs/e-Europe/KM/CWA14924-01-2004-Mar.pdf>
4. Смоляр Л.Г. Знання як стратегічний ресурс сучасного підприємства [Електронний ресурс] / Л.Г. Смоляр, Н.В.Коба. – Режим доступу <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/1135/1/104.pdf>
5. Бобрышев С. Управление организационным знанием как стратегическим активом [Електронний ресурс]: Режим доступу: [www.cfin.ru/management/strategy/knowledge\\_asset.shtml](http://www.cfin.ru/management/strategy/knowledge_asset.shtml)
6. Захарова Я. О Сутність, підходи та інструменти управління знаннями / Я. О. Захарова, С. Є. Захаров // Економіка будівництва і міського господарства. – 2011. – том 7, № 2. – С.133–139.
7. Мариничева М. К. Управление знаниями на 100%: Путеводитель для практиков / М. К. Мариничева. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 320 с.
8. Murray E. Knowledge Management// Jennex International Journal of Knowledge Management.– 2003. – № 6. – С. 32.
9. Rugles, R. The State of Notion: Knowledge Management in Practice, California Management Review. – 1988. – Vol. 40. – No. 3.
10. David Skyrme. Information Resources Management . – Режим доступу [www.skyrme.com](http://www.skyrme.com).
11. Андросюк // Креативная экономика. – 2007. – № 3. – Режим доступу : <http://www.creativeconomy.ru>.
12. Харрингтон Дж. Совершенство управления знаниями. / Дж. Харрингтон, Ф. Воул. – М. : «Стандарты и качество», 2008. – 272 с. –
13. Попов Э. В. Управление знаниями [Електронний ресурс]/Э. В. Попов. – Режим доступу: <http://w3.rfbr.ru/pics/20742/uprznzn.pdf>.
14. Воронкова А. Построение модели управления знаниями предприятия / А. Воронкова, Р. Вечерковская // Актуальні Проблеми Економіки. – 2005. – №1. – С.147-154.
15. Davenport T. H. Ten principles of knowledge management and four case studies. Knowledge and Process Management / Davenport T. H. // № 4(3). – 1998. – P. 187-208
16. Ямпольский В.З. Системы управления знаниями (методы и технологии) / А.Ф. Тузовский, С.В. Чириков, В.З. Ямпольский . – Томск: Изд-во НТЛ, 2005. – 260 с.
17. Нонака И. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 384 с.
18. Wiig K.M. Introducing knowledge management into the enterprise // Knowledge management handbook / Ed. by J. Liebowitz. – NY: CRC Press, 1999. – P. 3.1 – 3.41.
19. Stewart T.A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations. Currency / T.A. Stewart. – 1998. – 320 p.
20. Дячкова М.О. Принципи формування та розвитку системи управління знаннями підприємства / М.О. Дячкова // Економіка Криму. – № 2(35) . – , 2011. – С. 326-329.

Ситник Н.І.

канд. біол. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

## МОТИВАЦІЯ КРЕАТИВНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

## МОТИВАЦИЯ КРЕАТИВНО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

## MOTIVATION OF PERSONNEL CREATIVITY IN MODERN ORGANIZATIONS

Стаття присвячена дослідженню особливостей мотивації до креативно-інноваційної діяльності в сучасних організаціях. Пропонується в структурі внутрішньої мотивації виділяти дві групи мотивів: процесні, що беруть початок власне у креативному процесі, і результуючі, що пов'язані з очікуваними позитивними наслідками від участі в креативному процесі. Припускається, що зовнішні мотиватори, які надає організація, діють вибірково або на процесні, або на результуючі мотиви. Підтримуючі зовнішні мотиватори спрямовані на створення умов для креативного процесу і посилення процесних внутрішніх мотивів. Винагороджувальні зовнішні мотиватори спрямовані на матеріальне, статусне та емоційне визнання цінності досягнутого результату і посилення результуючих внутрішніх мотивів. В роботі визначаються принципи функціонування системи мотивації до креативно-інноваційної діяльності: відносної автономності процесних і результуючих мотивів, пріоритетності процесних внутрішніх мотивів, спрямованої дії зовнішніх мотиваторів, збалансованості і синергетичності зовнішніх мотиваторів, індивідуальної чутливості до дії зовнішніх мотиваторів.

**Ключові слова:** процесні і результуючі мотиви, підтримуючі і винагороджувальні мотиватори

Статья посвящена исследованию мотивации к креативно-инновационной деятельности. Предлагается в структуре внутренней мотивации выделять две группы мотивов: процессные, которые берут начало в самом креативном процессе, и результирующие, связанные с ожидаемыми положительными последствиями от участия в креативном процессе. Предполагается, что внешние мотиваторы, которые предоставляет организация, действуют выборочно или на процессные, или на результирующие мотивы. Поддерживающие внешние мотиваторы направлены на создание условий для креативного процесса и усиление процессных внутренних мотивов. Награждающие внешние мотиваторы направлены на материальное, статусное и эмоциональное признание ценности достигнутого результата и усиление результирующих внутренних мотивов. Установлены принципы функционирования системы мотивации к креативно-инновационной деятельности: относительной автономности процессных и результирующих мотивов, приоритетности процессных внутренних мотивов, направленного действия, сбалансированности и синергетичности внешних мотиваторов, индивидуальной чувствительности к их действию.

**Ключевые слова:** процессные и результирующие мотивы, поддерживающие и награждающие мотиваторы

The article is devoted to investigation of personnel motivation to creativity in modern organizations. It is proposed to differentiate two groups of intrinsic motives. Process-oriented motives are launched in creative process per se, whereas result-oriented motives are associated with perceived positive consequences from participation in creative process. Granted by organization external motivators exert selective effect either on process-oriented motives or result-oriented motives. Supporting external motivators are directed onto forming favorable conditions for creative process and enhance process-oriented intrinsic motives. Rewarding external motivators are directed onto financial, status and emotional

*recognition of reached results and enhance result-oriented motives. General principles for building effective motivation systems in modern organizations are established as follows: relative autonomy of process-oriented and result-oriented motives, priority of process-oriented motives, directional action of external motivators, balance between external motivators, synergy of external motivators and individual sensitivity to external motivators.*

**Keywords:** *process-oriented and result-oriented motives, supporting and rewarding motivators.*

**Вступ.** Кожна організація прагне досягти максимальної віддачі від своїх працівників. Спонування персоналу до ефективної трудової діяльності, яка в найбільшій мірі відповідає цілям організації, вважається однією з ключових задач управління людськими ресурсами.

Для організацій, які обрали інноваційний шлях розвитку, особливого значення набуває мотивація персоналу до креативної поведінки на передпроектній і проектній стадіях інноваційного циклу, що має результатом генерування нових знань і створення нових конкурентоздатних ідей.

Роботи, присвячені дослідженню мотивації до креативно-іноваційної діяльності, поки нечисленні і не позбавлені суперечностей. Різні аспекти мотивації до креативно-іноваційної діяльності висвітлюються переважно в роботах зарубіжних науковців, зокрема Т. Амабайл, П.Н. Завліна, Г.К. Іпполітова, Ю.А Карпової, Д. Стенмарка, А.Г. Робінсона та інших. Враховуючи важливість формування системи адекватних мотиваційних заходів в забезпеченні ефективної інноваційної діяльності організації, подальші дослідження в даному напрямку представляються актуальними.

Відправним пунктом у розумінні особливостей мотивації до креативно-іноваційної діяльності є теоретичне положення про зміну особистісних пріоритетів і цінностей працівників, що виконують високоінтелектуальні види діяльності. Такі працівники не сприймають матеріальні стимули як домінуючі у своїй діяльності, вони окреслюють свої найбільш принципові мотиви та інтереси не в термінах максимізації особистого багатства, а в категоріях власного інтелектуального зростання і розвитку [1,2].

Нова система мотивації, характерна для інтелектуальної праці, все в меншій мірі залежить від економічних стимулів і тому отримала назву постеконімічної. Вона відображає розуміння того, наскільки серйозно сучасна система мотивів і стимулів відрізняється від класичної системи, характерної для працівників індустріальної доби [1,3].

Концептуальні засади побудови системи мотивації до креативно-іноваційної діяльності знаходяться на початкових етапах формування і потребують подальшого розвитку.

**Постановка завдання.** Дане дослідження спрямоване на поглиблення існуючих теоретичних уявлень стосовно формування системи мотивації до креативно-іноваційної діяльності.

В процесі проведення дослідження вирішувались такі завдання:

- проаналізувати сучасні теоретичні підходи до формування системи мотивації креативно-іноваційної діяльності;
- конкретизувати сутність понять внутрішньої і зовнішньої мотивації;
- визначити структурні елементи системи мотивації персоналу до креативно-іноваційної діяльності;
- встановити принципи функціонування організаційної системи мотивації персоналу до креативно-іноваційної діяльності.

**Методологія.** Теоретико-методологічну основу дослідження складають праці провідних науковців, присвячені мотивації до креативно-іноваційної діяльності. При проведенні даного дослідження використовувалися загальнонаукові методи: систематизації, конкретизації, порівняння, узагальнення, аналізу і синтезу.

**Результати дослідження.** Мотивація є важливим інструментом активізації креативної поведінки працівників. В найбільш загальному розумінні під мотивацією розуміють сукупність рушійних сил, що спонукають людину до певної поведінки і спрямовують її дії [4].

Відповідно, мотивація до креативно-іноваційної діяльності може бути визначена як сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають людину до творчої активності, активізують її творчі здібності, спрямовують на пошук нових знань, ідей і рішень.

Внутрішні рушійні сили, або внутрішня мотивація, – це внутрішні мотиви, що спонукають до творчого пошуку і досягнення творчої мети. Зовнішні рушійні сили, або зовнішня мотивація, це різноманітні фактори заохочення до участі в креативному процесі, що надаються організацією і мають на меті посилити внутрішню мотивацію до креативно-іноваційної діяльності.

Наразі існують суперечливі дані стосовно ролі зовнішньої мотивації в забезпеченні креативно-іноваційної діяльності.

Фундаментальний принцип креативності, встановлений Т. Амабайл, полягає у виявленні вирішальної ролі внутрішньої мотивації для формування організаційної креативності [5].

Внутрішня мотивація визначається авторами як «мотивація, що виникає як особистісна позитивна реакція на складові самого завдання; ця реакція може проявлятися як інтерес, залученість, допитливість, задоволення, або позитивний виклик». Зовнішня мотивація, навпаки, визначається як «мотивація, що виникає із зовнішніх по відношенню до завдання джерел, ці джерела інтегрують очікувану оцінку, обумовлену контрактом винагороду, зовнішні спрямування, або будь-які інші аналогічні джерела» [5, с. 115].

Експериментальні дослідження показують, що внутрішня мотивація посилює креативність, а зовнішня її гальмує. Поширеним є уявлення про винагороду як певний обмежувальний фактор поведінки, що знижує суб'єктивно сприйняте відчуття самостійності, переключає увагу на винагороду і може призвести до зменшення або втрати внутрішнього інтересу до завдання. [6]. Зокрема, в експериментах Т.Амабайл зовнішньо мотивовані учасники обирали найкоротший і очевидний шлях до вирішення проблеми, щоб швидше отримати винагороду. Внутрішньомотивовані учасники випробовували різні шляхи, розглядали альтернативи, не рахуючись із часом і отримуючи задоволення від самого процесу пошуку рішення. Такий підхід часто призводив до принципово нових ідей, деякі з яких виявлялися дуже креативними [5].

Існують вагомі докази того, що використання зовнішньої винагороди для стимулювання креативно-інноваційної діяльності в умовах організаційного середовища має неоднозначний ефект [7]. «Гроші не обов'язково заважають прояву креативності, однак вони в багатьох випадках і не допомагають», – відзначає Т. Амабайл [5, с. 14].

Типові аргументи, що наводяться як доказ негативного впливу зовнішньої мотивації, є такими [8]:

– Зовнішня мотивація фокусує увагу працівників на винагороді, а не на самому завданні, тому часто отримання винагороди стає більш важливим, ніж знаходження креативного рішення. Особливо помітним цей вплив стає у ситуаціях, коли зовнішня винагорода спонукає людей виконувати те, що вони, не маючи її, не стали б робити взагалі.

– Наявність винагороди налаштовує працівників на зовнішню мотивацію, навіть якщо внутрішня мотивація є для них первинною. Негативний ефект винагороди на внутрішню мотивацію і відповідно на креативність, зростає, коли винагорода стає значною.

– Якщо нова ідея висувається заради грошей, то її реалізація сприймається як покарання. Якщо ж існує справжня зацікавленість у завданні, то можливість його реалізації сприймається як винагорода.

– Очікування винагороди може спонукати працівника не ділитися своїми ідеями з іншими і ослабити соціальні зв'язки між членами колективу, що може стати бар'єром до створення дійсно інноваційного продукту.

Однак, дискутуючи з Т. Амабайл стосовно впливу зовнішньої мотивації, Д. Стенмарк зазначає, що працівники організації будуть незадоволені, якщо не отримуватимуть винагороду за свій творчий внесок, оскільки будь-яка праця, особливо високоінтелектуальна, повинна винагороджуватися [8].

Накопичена світова практика управління інтелектуальними організаціями також свідчить про дієвість зовнішньої мотивації до креативно-інноваційної діяльності.

В цілому, корпорації США витрачають на стимулювання творчої ініціативи робітників 10–15 % фонду заробітної плати.

В компанії «ЗМ» за втілену в життя ідею виплачується премія. Це може бути частка додаткового прибутку за підсумками здійснення проекту або за фіксований період, наприклад перший рік. Сума може становити 15-20% від економічного ефекту першого року. Заохочується самодіяльна креативність, на яку можна отримати грант. В компанії «ІБМ» діє система винагород наукових співробітників за окремі досягнення, що виходять за межі звичайних вимог до виконуваної роботи. В концерні «Форд Моторс» щорічно складається і розповсюджується серед робітників «План винагороди за пропозиції нових ідей», яким передбачається виплата одноразових премій за інноваційні пропозиції.

Отже, наведені дані свідчать про наявність суперечливих поглядів стосовно ролі зовнішньої мотивації в забезпеченні креативно-інноваційної діяльності. Виявлені протиріччя, на нашу думку, вимагають уточнення сутності понять внутрішньої і зовнішньої мотивації та відповідного переосмислення базової структури і принципів функціонування мотиваційної системи сучасних організацій.

Загальна структура мотиваційної системи до креативно-інноваційної діяльності організацій зображена на рис.

Представляється, що внутрішня мотивація інтегрує щонайменше дві групи мотивів, які відрізняються за своєю природою і значенням для творчої діяльності, а саме: ті, що пов'язані власне з творчим процесом і ті, що пов'язані з його результатом для суб'єкта творчої діяльності.

Процесні внутрішні мотиви – це усвідомлені внутрішні спонукання до креативно-інноваційної діяльності, що виникають через потребу задовольнити пізнавальний інтерес, допитливість, прагнення знайти нове рішення проблеми, втілити в життя свої ідеї. Ці внутрішні мотиви беруть початок у самому креативному процесі. Вони спонукають людину до участі у креативно-інноваційній діяльності і активізують її творчі здібності. Змістовно вони відповідають внутрішній мотивації у визначенні Т. Амабайл.

Результуючі внутрішні мотиви – це усвідомлені внутрішні спонукання до отримання особистих вигод, що пов'язані з успішною креативно-інноваційною діяльністю. Очікування таких вигод у вигляді матеріальної винагороди, визнання, професійного розвитку, самовдосконалення може бути потужним рушійним фактором для багатьох людей, хоча і не є обов'язковим з точки зору креативного процесу. Отже, якщо процесні внутрішні мотиви відносяться власне до самого креативного процесу і є його необхідною умовою, то результуючі внутрішні мотиви стосуються очікуваних позитивних наслідків, пов'язаних з участю в цьому процесі, і їх наявність не є необхідною умовою для креативного процесу.



Рис. Система мотивації до креативно-інноваційної діяльності

Джерело: розроблено автором

Зовнішня мотивація, що надається організацією, спрямована на посилення внутрішньої мотивації персоналу до креативно-інноваційної діяльності і містить дві групи мотиваторів, які діють відповідно на процесні або результуючі внутрішні мотиви.

Мотиватори першої групи, або підтримуючі зовнішні мотиватори – це фактори, дія яких безпосередньо спрямована на створення умов для креативно-інноваційної діяльності. До цієї групи слід віднести постановку творчого завдання, формування і підтримку роботи проектних груп, надання ресурсів на проведення досліджень, креативне лідерство, формування креативного середовища, тощо.

Мотиватори другої групи, або винагороджувальні зовнішні мотиватори, охоплюють широкий спектр винагород за участь у креативно-інноваційній діяльності і їх розмір зазвичай залежить від досягнутого індивідуального і групового результату.

Взаємодія складових системи мотивації відбувається за принципами, представленими в табл.



**Принципи функціонування системи мотивації персоналу  
до креативно-інноваційної діяльності**

Назва принципу	Характеристика
Принцип автономності процесних і результуючих мотивів	Групи процесних і результуючих мотивів є відносно незалежними одна від одної. Їх співвідношення формує мотиваційний профіль працівника, в якому можуть домінувати як процесні, так і результуючі мотиви.
Принцип пріоритетності процесних внутрішніх мотивів	Наявність виражених процесних внутрішніх мотивів є обов'язковою умовою для активізації творчих здібностей працівників та ініціації творчого процесу. Наявність виражених результуючих внутрішніх мотивів не може компенсувати відсутність або низький рівень процесних внутрішніх мотивів.
Принцип спрямованої дії зовнішніх мотиваторів	Зовнішні мотиватори, що відносяться до групи підтримуючих, діють на процесні внутрішні мотиви. Зовнішні мотиватори, що відносяться до винагороджувальних, безпосередньо не впливають на процесні внутрішні мотиви. Зовнішні мотиватори, що відносяться до групи винагороджувальних, діють на результуючі внутрішні мотиви.
Принцип збалансованості зовнішніх мотиваторів	Для забезпечення дієвої мотивації персоналу важливо підтримувати баланс між зовнішніми мотиваторами, спрямованими на процес, і зовнішніми мотиваторами, спрямованими на винагороду. Жодна окремо взята група мотиваторів не є достатньою для мотивації до креативно-інноваційної діяльності.
Принцип синергетичності зовнішніх мотиваторів	Різноманітні зовнішні мотиватори, що застосовуються організаціями, неоднозначно впливають на внутрішні мотиви. Це необхідно враховувати при виборі конкретних мотиваційних заходів. Перевага повинна надаватися тим, що «працюють» на посилення внутрішньої мотивації до креативно-інноваційної діяльності і мають найбільший синергетичний ефект.
Принцип індивідуальної чутливості до дії зовнішніх мотиваторів	Набір і ступінь вираженості результуючих внутрішніх мотивів працівника є індивідуальними, тому для досягнення максимального впливу на внутрішню мотивацію сукупність зовнішніх мотиваторів, що надаються організацією як винагорода за творчість, має бути індивідуалізованою.

Джерело: розроблено автором

Спираючись на наведені принципи, можна надати такі рекомендації стосовно побудови і ефективного функціонування організаційної системи мотивації до креативно-інноваційної діяльності.

– Сукупність зовнішніх мотиваторів, що використовується організацією, повинна включати дві групи мотиваторів, що відрізняються за напрямом своєї дії. Для підтримки процесної внутрішньої мотивації працівників необхідно звертатися до мотиваторів, спрямованих на створення умов для креативного процесу. Для підтримки результуючих внутрішніх мотивів необхідно застосовувати мотиватори, спрямовані на винагороду за досягнуті у творчому процесі результати.

– Розробляючи систему мотивації до креативно-інноваційної діяльності, необхідно дотримуватися балансу між мотиваторами, спрямованими на створення умов для креативного процесу, і мотиваторами, спрямованими на винагороду за отримання креативного результату. Недостатня увага до кожної з груп призводить до зменшення ефективності креативно-інноваційної діяльності.

– Система мотивації до креативно-інноваційної діяльності повинна включати синергетичні мотиватори, дія яких підтримує внутрішню мотивацію. Несинергетичні мотиватори, як, наприклад, адміністративний контроль, жорсткі обмеження часу, мінімізація ризиків, регламентування, повинні уникатися.

– Вже на етапі відбору персоналу необхідно оцінювати мотиваційний профіль кандидатів і, зокрема, внутрішню мотивацію до креативно-інноваційної діяльності. Перевага повинна надаватися працівникам з вираженими процесними внутрішніми мотивами, для яких мотивуючим є сам процес пошуку нових ідей і рішень.

– Оскільки структура і вираженість результуючих внутрішніх мотивів має індивідуальний ха-

ракер, винагорода працівників, залучених до виконання креативно-інноваційної діяльності, повинна бути індивідуалізованою. Вона має визнавати цінність працівника для організації і мотивувати до подальших творчих пошуків.

**Висновки.** Найбільш важливими результатами, що відображають наукову новизну та теоретичне значення даного дослідження, є такі.

– Сформульовано уявлення про двокомпонентну структуру внутрішньої і зовнішньої мотивації до креативно-інноваційної діяльності. Внутрішня мотивація складається з процесних мотивів, що асоційовані власне з креативним процесом, і результуючих мотивів, що пов'язані з очікуваними позитивними наслідками для працівника від участі в креативному процесі. Зовнішня мотивація включає підтримуючі мотиватори, дія яких спрямована на створення умов для креативного процесу, і винагороджувальні мотиватори, дія яких спрямована на матеріальне, статусне чи емоційне визнання цінності досягнутого результату.

– Визначені принципи функціонування системи мотивації до креативно-інноваційної діяльності, а саме: відносної автономності процесних і результуючих мотивів, пріоритетності процесних внутрішніх мотивів, спрямованої дії зовнішніх мотиваторів, збалансованості зовнішніх мотиваторів, синергетичності зовнішніх мотиваторів, індивідуальної чутливості до дії зовнішніх мотиваторів.

Практичне значення отриманих результатів полягає у формулюванні конкретних рекомендацій стосовно побудови і ефективного функціонування організаційної системи мотивації до креативно-інноваційної діяльності.

Перспективи досліджень за даним напрямом вбачаються в подальшому поглибленні теоретичних уявлень щодо функціонування механізму мотивації креативно-інноваційної діяльності, його ролі і місця в загальній системі мотивації персоналу та пошуку нових практичних методів та інструментів заохочення до креативно-інноваційної діяльності широкого кола працівників організації.

#### Література:

1. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: Учеб. пособие для студентов экон. специальностей / В. Л. Иноземцев. – М.: Логос, 2000. – 302 с.
2. Стаут Л.У. Управление персоналом. Настольная книга менеджера / Л.У. Стаут. – М.: ООО Издательство «Добрая книга», 2007. – 536 с.
3. Toffler A. The third wave / A. Toffler. – London: Pan Books Ltd., 1981.
4. Колот А.М. Мотивація персоналу: Підручник / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2006. – 340 с.
5. Amabile T.M. Creativity in context: update to the social psychology of creativity / T.M. Amabile. – Boulder, Colo.: Westview Press, 1996. – 336 p.
6. Hennessy B.A., Amabile T.M. The conditions of creativity / B.A. Hennessy – R. J. Sternberg (ed) The nature of creativity. – Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1988. – pp. 11-38.
7. Robinson A.G, Stern S. Corporate creativity: how innovation and improvement actually happen / A.G. Robinson – San Francisco: Berrett-Koehler, 1997.
8. Stenmark D. Failures of reward-driven behaviour in industry: a case of systems, management and creativity / D. Stenmark // Proceedings of ECIS. –Turku, Finland, June 14-16, 2004.

**Тупкало С.В.**канд. економ. наук  
ПрАТ «АСНОВА ХОЛДИНГ»**Тупкало В.М.**док. техн. наук, професор  
Державний університет телекомунікацій

## КАТЕГОРИАЛЬНИЙ АПАРАТ ТЕОРІЇ ПРОЦЕСНОГО УПРАВЛІННЯ

## КАТЕГОРИАЛЬНЫЙ АППАРАТ ТЕОРИИ ПРОЦЕССНОГО УПРАВЛЕНИЯ

## CATEGORIES OF THE THEORY OF PROCESS MANAGEMENT

В даній статті на основі проведеного критичного аналізу розповсюдженого твердження про синонімічність понять «процес» і «бізнес - процес» в контексті необхідності дотримання базових системоутворюючих принципів теорії управління організаційними системами («ієрархічність», «повнота і несуперечність», «синергетичність», «детермінованість») при формуванні процесно – орієнтованих систем управління підприємствами надано авторське трактування поняття «бізнес – процес» як взаємозв'язаної ієрархічної пари, що складається з процесу (об'єкт управління) та процесу управління керівника (суб'єкта управління), визначено нові поняття, а саме: «управлінський бізнес – процес»; «технологічний бізнес – процес»; «піраміда процесного менеджменту» як система взаємозв'язаних управлінських і технологічних бізнес-процесів, структурованих відповідно дерева бізнес – цілей підприємства.

**Ключові слова:** процесне управління, бізнес – процес, цикл PDCA.

В данной статье на основе проведенного критического анализа распространенного утверждения о синонимичности понятий «процесс» и «бизнес - процесс» в контексте необходимости соблюдения базовых системообразующих принципов теории управления организационными системами («иерархичность», «полнота и непротиворечивость», «синергетичность», «детерминированность») при формировании процессно - ориентированных систем управления предприятиями обоснована авторская трактовка понятия «бизнес - процесс» как взаимосвязанной иерархической пары, состоящей из процесса (объект управления) и процесса управления руководителя (субъекта управления), определены новые понятия, а именно: «управленческий бизнес - процесс», «технологический бизнес - процесс», «пирамида процессного менеджмента» как система взаимосвязанных управленческих и технологических бизнес-процессов, структурированных в соответствии с деревом бизнес - целей предприятия.

**Ключевые слова:** процессное управление, бизнес – процесс, цикл PDCA.

In this article, on the basis of a critical analysis of widespread allegations of synonymous terms «process» and «business – process» in the context of the need to respect the basic principles of the theory of system-management organizational systems («hierarchy», «completeness and consistency», «the synergies», «determinism») in the formation process - oriented enterprise management systems of copyright-based interpretation of the concept of «business – process» as interconnected hierarchical pair consisting of a process (to control) and process control manager (control subject), defined the new concept, namely the «management business – process», «technology business - process», «pyramid of process management» as a system of interrelated management and technology business - processes, structured in accordance with the tree business - business objectives.

**Keywords:** process management, business - process cycle PDCA.

**Вступ.** В сучасних ринкових умовах господарювання все більш альтернативним стає процесний підхід до управління діяльністю підприємств. Сьогодні реалії такі, що процесний менеджмент як прикладний напрямок загальної теорії менеджменту знаходиться в початковій фазі свого розвитку. Питання процесного підходу до управління широко відображені в численних публікаціях вітчизняних та зарубіжних авторів, а саме, Єліферова В.Г., Репіна В.В., Калянова Г.Н., Мазура І.І., Харрінгтона Дж., Й.Беккера та інших. Однак, незважаючи на велику кількість робіт на дану тему, багато з них мають або занадто загальний характер, або розглядають окремі аспекти використання процесно – орієнтованого управління на практиці. Проведений аналіз показує, що постійно зростаюча з кінця 80 – х років минулого століття увага бізнесу розвинутих країн до ідеї орієнтації структури підприємства на процеси призвела до відповідної реакції зі сторони спеціалістів в області менеджменту, вакуум, що утворився в розвитку методології процесного менеджменту, почав швидко заповнюватися різноманітними підходами і методиками. Разом з тим, до цього часу залишається неусталеним категорійний апарат означеного проблемного поля, зокрема, сутність та взаємозалежність ключових понять менеджменту - «процес» та «бізнес – процес».

**Постановка завдання.** Метою дослідження є уточнення базового категоріального апарату формованої сьогодні теорії процесного управління та надання авторських трактовок системоутворюючих понять цієї теорії на основі принципів детермінованості, ієрархічності, повноти і несуперечності.

**Методологія.** При проведенні дослідження використовувались методи порівняння та узагальнення, метод аналізу для уточнення базового категоріального апарату формованої сьогодні теорії процесного управління.

**Результати дослідження.** Оскільки система управління будь-яким підприємством (організацією) є ієрархічною системою взаємодії елементів (об'єктів) управління, то в основі парадигми процесно-орієнтованого управління об'єктами управління є бізнес-процеси. Тому формування категорійного апарату слід почати із з'ясування сутності та різниці між поняттями «процес» та «бізнес-процес» (таблиця).

В наведених визначеннях привертають увагу два суттєві, на наш погляд, аспекти.

1. Багато авторів (наприклад, Репін В.В., Єліферов В.Г. [1, с.16; 4, с.29;]) висловлюють думку, що в контексті поняття «система управління» між сутностями «процес» і «бізнес-процес» немає різниці – це синоніми.

2. Визначення понять «бізнес-процес» і «процес» мають однакову «горизонтальну» модель представлення «вхід – дія – вихід», яка не відображає сутності управління - єднання в нерозривне кільце чотирьох функцій управління - «плануй (Plan) – організуй (Do) – контролюй (Check) – аналізуй і впливай (Act) », відомих як «цикл (колесо) Демінга PDCA».

Таблиця

**Визначення понять «процес» та «бізнес – процес» різними авторами**

Визначення	Автор, джерело
Процес – безліч закінчених зістикованих робіт, які в сукупності створюють продукцію, що має споживчу цінність для клієнта.	Martin J. Enterprise Engineering // The Key to Corporate Survival. –V.I-V. –UK: Savant Institute, 1994.
Процес — це потік роботи, що переходить від однієї людини до іншої, а для великих процесів, ймовірно, від одного відділу до іншого.	Робсон М. Практическое руководство по реинжинирингу бизнес-процессов / М. Робсон, Ф. Уллах.: Пер. с англ. под ред. Н.Д.Эриашвили. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 1997. - 224с. - С.27.
Бізнес-процес - ряд взаємозв'язаних видів діяльності, що перетворюють входи у виходи.	ISO/IEC. Оценка и аттестация зрелости процессов создания и сопровождения программных средств и информационных систем - М.: Книга и Бизнес, 2001. -348 с.
Бізнес – процес - будь-які види діяльності в роботі організації.	Deming W. E. Quality, productivity, and competitive position. - Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study, 1982. – 373 p.

Визначення	Автор, джерело
Бізнес – процес – це сукупність різних видів діяльності, в рамках якої «на вході» використовуються один або більше видів ресурсів, і в результаті цієї діяльності на «виході» створюється продукт, що представляє цінність для споживача.	Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе / М.Хаммер, Дж. Чампи: Пер. с англ. - СПб.: Изд-во СПбУ, 1997.-332 с.
Бізнес-процес (процес) — стійка, цілеспрямована сукупність взаємозв'язаних видів діяльності, яка за певною технологією перетворює входи у виходи, що представляють цінність для клієнта.	Репин В.В. Бизнес-процессы компании: построение, анализ, регламентация /В.В.Репин. – М.:РИА «Стандарты и качества», 2007. - 240с.
Бізнес-процес - процес, який починається поза підприємством (з ринкової потреби) і закінчується поза підприємством (задоволення цієї потреби).	Вишняков О. Процессный подход к управлению. Основные понятия / О.Вишняков, В. Крохин // Антикризисный менеджмент.- 2004 .- №1. - С.19-25.

Вважаємо також, що наведене визначення М. Хаммера і Дж. Чампі [12] і подібні твердження інших фахівців є вельми розпливчатими. Якщо виходити з позиції, що бізнес-процес – це «сукупність різних видів діяльності», то він може містити в собі інші бізнес-процеси, але тоді виникає проблема єдиного центру управління бізнес-процесом.

Виходячи з вищезазначеного, ми вважаємо, що існує принципова різниця між поняттями «процес» і «бізнес-процес» (діловий процес). Процеси як причина зміни стану чого-небудь або кого-небудь, будь-якого об'єкту відносяться долюбих систем, не обов'язково тільки економічних. Як приклад, можна говорити про процеси розвитку людини, процеси творчості, процеси вегетації рослин тощо. Тому ми вважаємо, що процес – це послідовність дій (робіт) або явищ чи впливів (наприклад, природних), спрямованих на досягнення певного результату.

В свою чергу, поняття «бізнес - процес» принципово набуває вираженого економічного сенсу: в процесно - орієнтованій концепції управління організаційними системами бізнес - процес є самостійною організаційною підсистемою, що спрямована на створення економічної цінності для організаційної системи «підприємство» шляхом реалізації певних дій для задоволення потреб її споживачів. Для такої організаційної підсистеми характерною ознакою є наявність суб'єкта управління, якого називають власником процесу, і об'єкта управління, яким виступає або технологічний,

або управлінський процес. Тобто бізнес-процес реалізується за допомогою певних наборів технологічних дій (робіт) під впливом певних управлінських дій конкретного центру відповідальності (суб'єкта управління). Тому пропонується визначити технологічний процес (ТП) в широкому розумінні (а не як часто він вживається у вузькій трактовці в контексті технології виробництва певного продукту чи надання послуги) як ланцюжок дій посадових осіб чи виконавців, що однозначно виділяється по входу (входам) і виходу (виходам), кінцевою метою яких є створення цінності для споживача.

Щоб забезпечити функціонування і належні результати технологічного процесу, ним треба управляти за допомогою управлінського процесу (УП), під яким ми розуміємо циклічно повторюваний певною посадовою особою (керівником) у встановленому періоді часу ланцюжок функціональних управлінських дій по циклу PDCA. Таким чином, в загальному сенсі можна стверджувати, що бізнес – процес (БП) – це керована по циклу PDCA ієрархія внутрішніх і залежних між собою дій керівника і підлеглих йому об'єктів управління - УП або ТП.

В силу складності організаційної структури підприємства, наявності декількох управлінських рівнів виникає певна ієрархія і взаємозв'язок вищеназваних процесів. Тому вважаємо за потрібне ввести поняття управлінський бізнес – процес (УБП) як керованої по циклу PDCA ієрархії внутрішніх і залежних між собою функціональних дій керівника і підлеглих йому безпосередньо керівників нижнього (суміжного) рівня управління, кінцевою метою діяльності яких є вироблення управлінських рішень для безпосередньо підпорядкованих їм виконавців (див. рис. 1). Таким чином, власником управлінського бізнес – процесу виступає керівник, що реалізовує при управлінні цикл PDCA відносно об'єктів управління, якими є його підлеглі власники бізнес – процесів і керівники, що реалізують постійно при управлінні цикл DCA (організовуй-контролюй – аналізуй та впливай) і DC (організовуй-контролюй).

В контексті зазначеного вище пропонується наступні визначення.

Технологічний бізнес - процес (ТБП) – це керована по циклу PDCA ієрархія внутрішніх і залежних між собою функціональних дій керівника і підлеглого йому безпосередньо технологічного (операційного) процесу, тобто сукупність технологічного та управлінського процесу (див. рис. 2).

Власник технологічного бізнес – процесу - керівник, що реалізує при управлінні цикл PDCA відносно об'єктів управління, якими є його підлеглі -виконавці технологічного процесу виробництва продукції (послуги) для споживача.

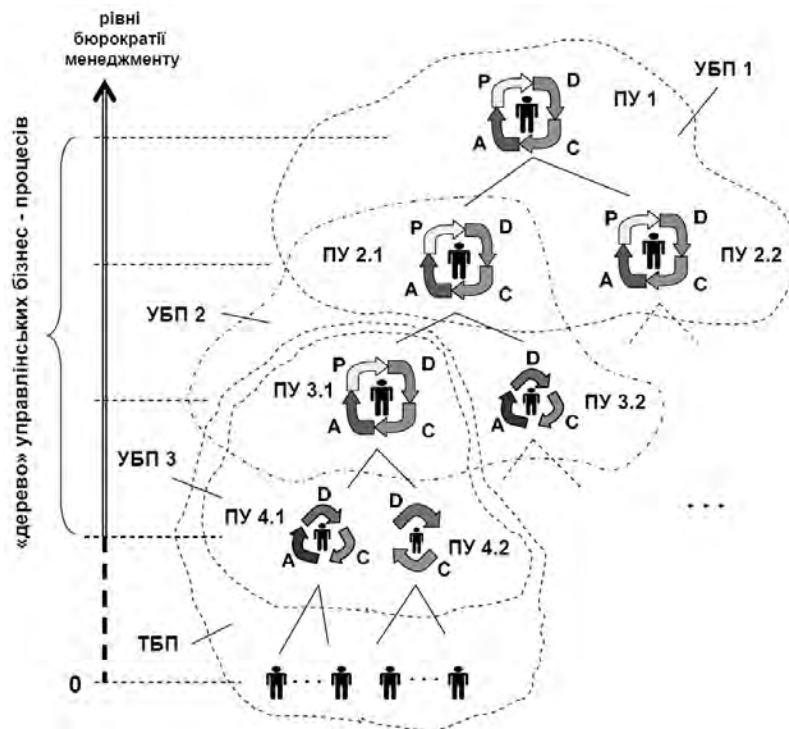


Рис. 1. Піраміда процесного менеджменту



Рис. 2. Технологічний бізнес-процес

Для зрозуміння принципової різниці між поняттями «процес» і «бізнес-процес» у запропонованому трактуванні, доречно поставити питання: планування – це бізнес-процес, процес або одна з чотирьох (P-D-C-A) функцій чи видів управлінської діяльності будь-якого керівника в ієрархічній системі управління? З позиції базового принципу «ієрархічність» теорії побудови організаційних систем ми стверджуємо, що сукупність дій з реалізації функції планування кожним керівником в рамках масштабу підприємства є процесом – оскільки в процесі немає єдиного відповідального у відмінності від бізнес – процесу як категорії, яка відображає взаємозв'язок об'єкту і суб'єкту управління – атрибутів системи управління. Якщо погодитися з автором [4], що функція «планування»

є бізнес – процесом, то хто тоді на підприємстві є власником бізнес-процеса «планування»? Відповідь є очевидною: таким власником є одна відповідальна особа – директор підприємства, як і майже всіх інших міжфункціональних (наскрізних) процесів, оскільки лише директор є управителем всіх керівників, які стоять на нижчих ієрархічних рівнях управління. Планування на підприємстві завжди конкретно: за планування продажів відповідає комерційний директор, за планування виробництва - директор з виробництва, за фінансове планування - фінансовий директор тощо. Отже, планування, як одна з чотирьох обов’язкових функцій керівника в ролі власника бізнес-процеса створення споживчої цінності, є складовою частиною особистого управлінського (P-D-C-A) процесу (ПУ) кожного власника бізнес-процесів піраміди процесного менеджменту підприємства.

Щоби зрозуміти взаємозв’язки між усіма названими вище видами процесів, звернемося до прикладу(див. рис. 3).

У цьому прикладі бізнес – завдання сформульоване як «оцінити ринкову перспективу продукту «NEW», а споживчою цінністю, виробленою по встановленому алгоритму, є документ «Концепція продукту «NEW». Даний документ необхідний керівництву підприємства (споживачам цінності) для ухвалення управлінського рішення про початок масового виробництва і збуту нового продукту. У свою чергу, цей документ є результатом певних наборів технологічних процесів що виконуються під керуванням певних управлінських процесів конкретного центру відповідальності.

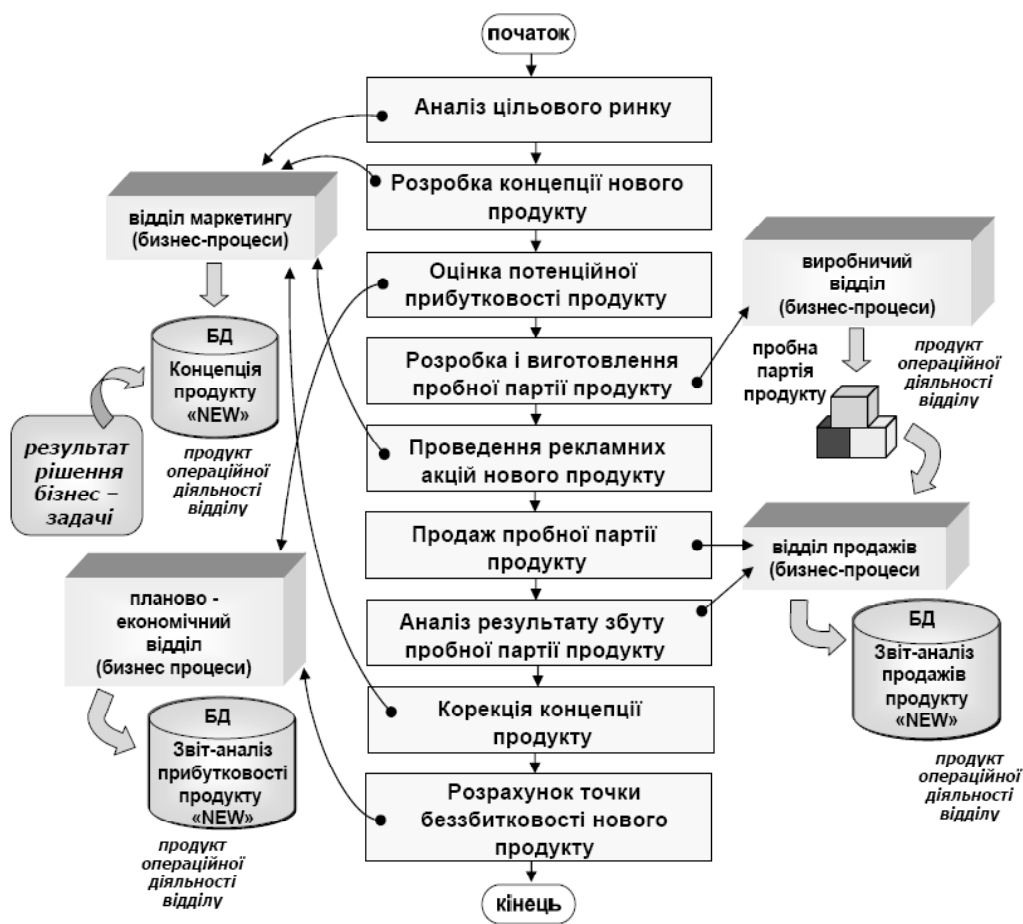


Рис. 3. Процес рішення бізнес – задачі «Оцінка ринкової перспективи продукту «NEW»

**Висновок.** Існує твердження про синонімічність понять «процес» і «бізнес-процес» не є коректним і розуміння методологічної різниці між цими поняттями в контексті теорії управління є ключем правильного системного рішення задачі реструктуризації системи управління підприємством відносно двох взаємозв’язаних проекцій «організаційна структура» - «бізнес-процеси».

З метою удосконалення термінологічної бази процесного підходу до управління слід визначення «процесу» і «бізнес - процесу» трактувати як взаємопов’язану пару (систему) понять, в якій повною мірою дотримані базові системоутворюючі принципи: детермінованість, ієрархічність, повнота

і несуперечність [10]. Це дає можливість формулювати і вирішувати задачу синтезу системи бізнес - процесів підприємства у вигляді піраміди процесного менеджменту, що забезпечує формування оптимальної організаційної структури процесно-орієнтованого підприємства.

#### Література:

1. Елиферов В.Г. Бизнес-процессы. Регламентация и управление /В. Г. Елиферов, В. В. Репин. Серия: Учебники для программы MBA. -М.: Инфра-М, 2005. - 319с.
2. Калянов Г.Н. Теория и практика реорганизации бизнес-процессов. - М: Синтег, 2000. - 212 с.
3. Мазур И.И. Эффективный менеджмент: Учеб. пос. для вузов/Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. – М.: Высш. школа, 2003. - 555с.
4. Репин В.В. Бизнес-процессы компании: построение, анализ, регламентация /В.В.Репин. – М.: РИА «Стандарты и качества», 2007. - 240с.
5. Харрингтон Дж Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация /Дж. Харрингтон, К.С.Эсселинг, Харм Ван Нимвеген. – СПб.: Азбука, 2002.-238с.
6. Менеджмент процессов /Под ред. Й.Беккера, Л.Вилкова, В. Таратухина, М.Кугелера, М.Роземанна; [пер. с нем.] – М.: Эксмо, 2007.- 384 с.
7. ДСТУ ISO 9001:2009. Системи управління якістю. Вимоги.
8. ДСТУ ISO 9004:2006. Системи управління якістю. Настанови щодо поліпшення діяльності.
9. Ван Гиг Дж. Прикладная общая теория систем / Дж. ван Гиг; [пер. с англ.]. - М.: Мир, 1981.
10. Новиков Д.А. Теория управления организационными системами / Д.А.Новиков. - М.: МПСИ, 2005. - 584 с.
11. Котлер Ф. Основы маркетинга/ Г.Армстронг, Дж. Сондерс, В.Вонг - М: «Вильямс», 2000г.
12. Хаммер М. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе: Пер. с англ./ М. Хаммер, Дж.Чампи. - СПб.: Изд-во СПбУ, 1997. - 332 с.
13. Тупкало С.В. Методика решения задачи оптимизации организационной структуры процессно-ориентированного предприятия на основе принципа «Структура следует за стратегией»/ С.В. Тупкало, В.Н. Тупкало // Системи управління, навігації та зв'язку: зб. наук. пр. ЦНДІНУ. - К., 2009. - Вип.3(11). - С.69 - 76.



**Тюленєва Ю.В.**

канд. екон. наук, доцент

**Антошко Т.Р.**

канд. екон. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

## **ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОМПАНИЙ**

## **FEATURES OF THE RISK MANAGEMENT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISES**

*Досліджено переваги та недоліки впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності. Визначено взаємозв'язок між впровадженням корпоративно-соціальних відносин та ризиками підприємства. До основних переваг впровадження корпоративно-соціальних відносин відносяться формування високої репутації в очах клієнтів та вдосконалення процесів управління. До недоліків відносяться втрати від реалізованих заходів, які не принесли очікуваних результатів. Визначено методи оцінки ризиків КСВ та алгоритм їх аналізу. Визначено особливості оцінки та управління ризиками відповідальності, зокрема страхування цивільної та професійної відповідальності. Авторами зазначено основні інструменти управління ризиками. В результаті проведеного аналізу були виявлені ризики КСВ, зокрема ризик неправильного вибору моделі та інструментарію впровадження принципів корпоративно-соціальних відносин; ризик неузгодженості інтересів прямих учасників підприємства; ризик низької мотивації учасників у результатах КСВ; ризик недостатньої кваліфікації управлінців підприємства. Для виявлених ризиків були запропоновані механізми їх управління.*

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, ризики, управління ризиками.

*Исследованы преимущества и недостатки внедрения принципов корпоративной социальной ответственности. Определена взаимосвязь между внедрением корпоративно-социальных отношений и рисками предприятия. К основным преимуществам внедрения корпоративно-социальных отношений относятся формирование высокой репутации в глазах клиентов и совершенствования процессов управления. К недостаткам относятся потери от реализованных мер, которые не принесли ожидаемых результатов. Определены методы оценки рисков КСО и алгоритм их анализа. Определены особенности оценки и управления рисками ответственности, в частности страхование гражданской и профессиональной ответственности. Авторами указаны основные инструменты управления рисками. В результате проведенного анализа были выявлены риски КСО, в том числе риск неправильного выбора модели и инструментария внедрения принципов корпоративно-социальных отношений; риск несогласованности интересов прямых участников предприятия; риск низкой мотивации участников в результатах КСО; риск недостаточной квалификации управленцев предприятия. Для выявленных рисков были предложены механизмы их управления.*

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, риски, управление рисками.

*The advantages and disadvantages of the implementation of corporate social responsibility are investigated. Correlation between the implementation of corporate social relationships and enterprise risk is shown. The main advantages of implementing corporate social relationships include the formation*

*of high reputation in the eyes of customers and improving management processes. The disadvantages include the costs of the measures that have been implemented and have not yielded the expected results. The methods of risk assessment CSR and algorithm analysis are defined. The features of risk assessment and management responsibility, including liability insurance and professional liability are defined. The risk management tools are identified. It was identified CSR risks as result of the analysis, which including the risk of a wrong choice models and tools for implementing the principles of corporate social relationships, the risk of misalignment of interests of direct participants in the enterprise, the risk of low motivation of participants in the results of CSR, risk managers lack training company. The mechanisms of governance are offered for the identifying risks.*

**Keywords:** *corporate social responsibility, risk management.*

**Вступ.** Розвиток соціально-економічних відносин в Україні спонукає до перетворення систем управління на рівні підприємств, організацій введенням в управлінську практику корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Дане перетворення управлінських систем передбачає наявність найповнішої інформації про об'єкт управління, яка формується з використанням розгалуженої сукупності критеріїв і показників для визначення його стану та напрямів розвитку.

Реалізуючи принципи КСВ, підприємство здійснює впровадження соціальних програм та постійно знаходиться у пошуку рівноваги ефективності заходів для суспільства, держави і переваг для підприємства від їх реалізації. Тобто, підприємства, організації знаходяться постійно на межі визначення доцільності реалізації таких проектів та небезпек, які вони приховують. Вірогідність виникнення однієї з ситуацій тісно пов'язана з поняттям невизначеності та категорією ризик, адже ризик це економічна категорія, яка відображає результат реалізації обраного рішення у вигляді успіху, невдачі або відхилення від поставленої цілі у ході діяльності з урахуванням впливу внутрішнього та зовнішнього середовищ.

Значним внеском у теорію та практику запровадження способів здійснення корпоративних відносин (соціальних, правових, виробничих та управлінських) можна віднести таких вчених як Р. Краплич, К. Ющенко, Н. Волгін, В. Єгорова, Б. Мей, Ф. Котлер, Лі Ненсі тощо. Проблема «соціальної відповідальності» як філософської категорії була предметом дослідження І. Канта, Г. Йонаса, П. Сорокіна, Г. Спенсера, П. Ульріха, К.-О. Апеля, Ю. Хабермаса, А. Єрмоленка, О. Тітаренко. Серед вітчизняних дослідників даної виділяють проблематики І. Акімова, Н. Водницька, Ю. Саєнко. А. Колот, В. Бурега, М. Мурашко. Дослідженням проблем відносин підприємств із зацікавленими сторонами серед вітчизняних науковців займалися Ю. Благон, Р. Краплич, А. Каптерев, Н. Калінкіна, Н. Піроженко, В. Мартиненко, С. Литовченко. Питанням розробки механізму управління корпоративної соціальної відповідальності присвячені роботи Л. Грициної, М. Стародубської, О. Лазаренко, Ф. Евдокимова, О. Степанової.

Питання ризиків у підприємстві та підприємницькій діяльності розглядаються у фундаментальних роботах представлених Ф.Х. Найтом, Т. Бачкаї, А.П. Альгін, І.Т. Балабанов, В.П. Буянов, В.В. Вітлінський, С.І. Наконечний, Г.І. Великоіваненко.

Але роботи зазначених науковців не акцентують увагу на дослідженні ризиків корпоративної соціальної відповідальності та їх особливостей управління.

**Постановка завдання.** Як зазначалось вище питанням дослідження сутності та становлення корпоративної соціальної відповідальності присвячено багато праць. Але потребують дослідження невизначеність та небезпеки, які можуть виникнути у процесі впровадження принципів КСВ, тобто ризики КСВ. Також потребує дослідження особливості управління ними. Таким чином, метою даної статті є визначення сутності ризиків КСВ та виявлення особливостей управління ними з метою покращення системи управління.

**Методологія.** Методологічною основою для систематизації наукових розробок та дослідження особливостей управління ризиками корпоративної соціальної відповідальності підприємств стали теоретико-методологічні основи методів систематизації, співставлення, аналізу та елімінавання.

**Результати дослідження.** Якщо визначити економічні вигоди КСВ для підприємства, то вони виявляються в таких сферах, як фінанси, виробництво, збут, управління персоналом, але необхідно відмітити і цінність заходів КСВ у галузі управління ризиками. Запровадження КСВ дає підприємствам певні економічні переваги [1]:

- формується висока репутація в очах клієнтів (підвищується ціна бренду та лояльність клієнтів, налагоджуються партнерські зв'язки);
- вдосконалюється процес управління, насамперед завдяки запобіганню ризикам різних видів;

- з'являється можливість підвищити доходи, насамперед через вирішення проблем з державними органами та органами контролю, налагодження дієвих відносин з ними;
- економія на залученні і утриманні висококваліфікованих спеціалістів;
- стандартизація (відповідно до міжнародних стандартів) дає змогу вийти на нові ринки;
- збільшення обсягу продажу та частки ринку;
- своєчасний доступ до актуальної інформації з компетентних джерел забезпечує швидкість реакції на критичні проблеми в регіоні та більш ефективне управління ризиками;
- з'являється можливість отримання засобів із фондів, що створюються соціально-орієнтованими підприємствами під соціально-орієнтовані програми.

Якщо зазначати же одну з переваг впровадження КСВ, то можна відмітити, що деякі підприємства управління ризиком розглядають в рамках корпоративного управління з точки зору впровадження КСВ [1]. Суспільству розкривається інформація, яка може бути ризикованою для репутації підприємства, але такі дії призводять до підвищення довіри населення.

Об'єктивно, реагування в ризиковій ситуації багато в чому залежить від рівня та якості інформованості суб'єкта ринкових відносин щодо різних аспектів намірів і дій його контрагентів і ситуації, що склалася в цілому [2]. Таким чином, КСВ як система запобігання некомерційних ризиків дозволяє зібрати інформацію про очікування стейкхолдерів (наприклад, в ході діалогів або проведення моніторингу думок) в процесі формування стратегії бізнесу або до початку реалізації проекту і відповідно, допомагає уникнути витрат, які в майбутньому можуть викликати несхвалення зацікавлених сторін і в результаті не принести очікуваних вигод або навіть спричинити додаткові витрати, наприклад, на врегулювання взаємин з винними для неї групами і нейтралізацію негативного суспільного резонансу. Аналогічним чином, реалізуючи програми по захисту навколишнього середовища і знижуючи кількість викидів, підприємство вберігає себе від штрафів за перевищення допустимого навантаження на навколишнє середовище, а, наприклад, ставши учасником Кіотського протоколу, може продати невикористані квоти і отримати додатковий прибуток.

Що ж стосується недоліки КСВ, то це втрати від заходів, які були реалізовані та не принесли очікуваних результатів, тобто прояви сукупності ризиків. Особлива форма ризиків породжує і відповідні форми управління ними. Найчастіше ризики відповідальності страхують, або якщо розглядати особливий вид ризиків КСВ, то саме дана відповідальність є інструментом уникнення деяких груп ризиків, включаючи і ризик відповідальності. Наприклад, розкриття інформації та поліпшення прозорості дій – призводить до впевненості громадськості, таким чином, зменшується відтік кадрів, втрата клієнтів, позичальників та інвесторів.

Для того, щоб управляти ризиками, необхідно їх оцінювати. Виявляючи ризик, насамперед, слід визначити існування зон ризику для даних робіт, а за їх наявності якісно, за можливості кількісно, оцінити важливість цих ризиків. Подібний аналіз проводиться за допомогою кількісних і якісних, формальних і неформальних методів і прийомів, властивих кожному конкретному виду. До найбільш поширених методів оцінювання ризику відносяться аналіз чутливості, аналіз сценаріїв, теорія ігор (наприклад, метод Монте-Карло), аналіз дерева рішень [3]. Комплексний підсумковий аналіз необхідно розділити на етапи – контрольні точки. Це дозволить своєчасно виявити негативні ситуації і тенденції та уникнути підвищення витрат підприємства, пов'язаних з впровадженням принципів КСВ, заходів корпоративно-соціального характеру, і, з рештою, ризику банкрутства.

Відзначимо, що попередній аналіз ризиків при формуванні стратегії КСВ або при запуску соціального проекту є найбільш відповідальним. Виявлені і виправлені на даному етапі помилки не завдадуть істотної шкоди підприємству, так як фінансовий збиток буде обмежений сумою коштів, витрачених на виявлення ризиків та їх нівелювання. Поточний аналіз здійснюється вже в процесі роботи. До цього етапу підприємство витрачає значно більше коштів, ніж до впровадження принципів, елементів КСВ (наприклад, впровадження соціальних проектів). Вони включають в себе, крім витрат на придбання та монтаж необхідних основних засобів (машин, устаткування, обладнання тощо), витрати на оборотні засоби (матеріали, комплектуючі вироби, напівфабрикати тощо), витрати на оплату праці (заробітна плата з єдиним соціальним внеском) та інші. Останній етап аналізу пов'язаний з виявленням причин і факторів, як негативних, так і позитивних (відповідність стандартам, технічним умовам, світовому рівню), оцінкою їх впливу на якість продукції і витрати. Виявлені на даному етапі факти невідповідності соціальним, юридичним чи іншим вимогам наносять підприємствам найбільший збиток.

Визначено, що сьогодні засоби управління ризиками підприємства поділяються на дві групи, в залежності від результату їх впровадження [4]:

- уникнення появи можливих ризиків;
- зниження впливу ризику на результат виробничо-фінансової діяльності.

Уникнення появи можливих ризиків являє собою просте ухилення від певного виду діяльності, контактів з власністю та контрагентами з високим рівнем ризику. Даний засіб вимагає зваженості, оскільки дозволяє уникнути втрат пов'язаних з ризиком, але одночасне призводить до втрати прибутку в результаті відмови від даного виду діяльності, тобто виникає ризик невикористаних можливостей, неотримання прибутків [5]. Даний засіб зазвичай використовується у випадках катастрофічного та критичного ризиків, коли втрати підприємства внаслідок реалізації запланованої діяльності становлять розмір їх власних обігових активів чи 75 % чистого прибутку. Для решти випадків бажано застосовувати іншу групу засобів управління ризиками. До такого засобу управління ризиками звертаються найчастіше малі підприємства при аналізі результатів впровадження нового напрямку діяльності, рідше великі підприємства.

Група засобів управління ризиками підприємства, метою якої є зниження їх впливу, розкривається через такі засоби [6, 7]:

- попередження ризику;
- передача ризику;
- прийняття (збереження чи навіть збільшення ступеня ризику) ризику;
- зниження ступеня ризику (оптимізація).

Зниження ступеня ризику (оптимізація його ступеня) полягає у зменшенні ймовірності настання ризику, та розміру втрат від нього. Ці засоби поділяють на зовнішні та внутрішні засоби [6, 7]. До зовнішніх засобів зниження ступеня ризику (оптимізації) належать:

- розподіл (делегування) частини ризиків між партнерами, які матимуть змогу контролювати той чи той ризик, а також хеджування;

- зовнішнє страхування ризику, тобто передання певних ризиків страховику.

Страхування є одним з найпоширеніших та практично універсальних засобів зниження ступеня ризику. Страхування можна віднести до передання ризику, але, оскільки він має безліч різновидів, його виокремлюють в окремий засіб і для сторони, що приймає ризик на себе, є джерелом отримання доходів. Існують переліки ризиків, розроблений науковцями [8, 9], які варто страхувати, і, які не варто страхувати. До таких, які варто страхувати, відносять ризики неотримання запланованого фінансового результату, майнові ризики, та ті види ризиків, які актуарно можна розрахувати.

До ризиків відповідальності, які можна страхувати відносять наступні групи [10, 11]:

- ризики цивільної відповідальності;
- ризики професійної відповідальності.

Серед ризиків цивільної відповідальності виділяють наступні види [10, 11]: ризики неплатежів та недбалого виконання контрактних зобов'язань; ризики відповідальності за вантаж морського та авіаційного перевізника, за вантаж автотранспортного перевізника; ризики відповідальності у міжнародному бізнесі (відповідальність перевізника вантажів, судовласника, відповідальність перед третіми особами); ризики відповідальності позичальника за непогашення кредиту.

Ризики професійної відповідальності пов'язані з відповідальністю за помилки або упущення, що їх допустила особа під час виконання своїх професійних обов'язків. Вони ґрунтуються на законодавчо-нормативних актах, що регламентують обов'язки сторін в відповідних сферах діяльності. Основу професійної відповідальності становить порушення контракту між виконавцем та споживачем послуги чи товару. Будь-яка особа, що купує послугу, товар, розраховує на компетентність та сумлінність виконавця. Якщо споживачеві завдано шкоди, він має право притягти до відповідальності виконавця в судовому порядку. Тому для збереження власних коштів підприємцям вигідніше страхувати свої ризики відповідальності.

Для України, страхування відповідальності – новий вид страхування, різновиди якого найчастіше не підкріплені відповідними законодавчо-нормативними актами. Тому серед усіх видів ризиків відповідальності виокремлюються лише деякі, які страхуються. Хоча необхідно відзначити, що серед передбачених 46 видів обов'язкового страхування [10], 19 з яких, а це майже половина, – стосується страхування відповідальності. Тобто, ризики відповідальності є одним з актуальних ризиків сьогочасних підприємств.

У страхуванні професійної відповідальності виділяють дві групи ризиків [11, 12, 13]:

- ризики, пов'язані з можливістю заподіяння третім особам тілесних пошкоджень та шкоди здоров'ю. Такі випадки трапляються в роботі лікарів, хірургів, дантистів, фармацевтів, водіїв транспортних засобів, що працюють за наймом, тощо;

- ризики, пов'язані з можливістю заподіяння матеріальних збитків, куди включають термін втрати права на пред'явлення претензій. Вони пов'язані з діяльністю архітекторів, будівельників, консультантів тощо.

Розглянемо особливості управління ризиками, що були визначені вище. До невдач при впровадженні принципів КСВ може призвести небажання або нездатність управлінців або власників підприємства чітко визначити мету, цілі та завдання цих заходів. Такою причиною виникнення даного ризику є і відсутність обґрунтованого пояснення цих змін всім співробітникам з різних причин (неспроможність, відсутність бажання тощо), а також невиконання постійного контролю процесу розробки та впровадження заходів. Відповідно способами управління даними ризиками є пошук відповідних проектних команд, які забезпечать виконання зазначених процесів.

Ризик неправильного вибору моделі та інструментарію впровадження принципів корпоративно-соціальних відносин пов'язаний з невідповідністю вибраній меті, цілям, політиці, стратегії КСВ та стану самого підприємства методу впровадження принципів КСВ. Наприклад, якщо підприємство прийняло рішення про проведення поточного, оперативного впровадження корпоративно-соціальних відносин, то ним можуть бути використані наступні методи: методи управління майновим комплексом, методи управління кредиторською заборгованістю та методи управління дебіторською заборгованістю, в залежності від наявності відповідних об'єктів на підприємстві та цілям, які переслідує підприємство у процесі впровадження принципів КСВ. Так, методи управління основними засобами можуть бути забезпечені у вигляді наступних заходів, як оренда майна бюджетним організаціям, під соціальні проекти, консервація, ліквідація або списання активів, які є екологічно-небезпечними, або це необхідно для підвищення репутації, покращення іміджу підприємства. Методи управління кредиторською заборгованістю можуть бути реалізовані, зокрема, у визнанні заборгованості недійсною, у відстрочці або розстрочці боргу з наступним погашенням, у вигляді погашення заборгованості з мінімальними витратами, шляхом викупу прав вимог до кредитора з наступним пред'явленням вимог і багато інших [14]. Підприємство може використовувати і різні методи управління дебіторською заборгованістю. Серед зазначених методів можна виокремити погашення заборгованості з отриманням максимального економічного ефекту, визнання заборгованості недійсною, факторинг, а також різні форми звільнення або скорочення чисельності співробітників [14] за домовленостями з профспілками без порушення принципів КСВ.

Наприклад, якщо підприємство вже досягло високого рівня операційної ефективності, воно повинно використовувати інструментарій стратегічного управління ризиками, зокрема вдосконалювати структуру бізнес-портфеля, створювати управлінський і фінансовий потенціал для нового росту. Цього можна досягти або за рахунок видалення з бізнес-портфеля тих напрямків, які не є ключовими для майбутнього підприємства, або за рахунок зміцнення стратегічно важливих для підприємства напрямків шляхом придбання нових видів діяльності. Згодом це допоможе завоювати довіру інвесторів і позитивно позначиться на результатах фінансово-господарської діяльності підприємства.

Ризики неправильної оцінки необхідних для впровадження та забезпечення діяльності соціально-орієнтованого підприємства засобів пов'язаний з тим, що власники підприємства або його управлінці недооцінюють складність процесу впровадження принципів КСВ. І, як результат, на впровадження корпоративно-соціальних відносин виділяються обмежені часові строки, залучається недостатня кількість фахівців та професіоналів, виділяються незначні грошові активи. Таким чином, проблема невідповідності наявних факторів виробництва, необхідних для впровадження комплексних заходів КСВ, може стати одним з серйозних бар'єрів у реалізації успішної стратегії КСВ. До того ж точно визначити наявність або відсутність достатнього обсягу одного з ресурсів (фінансового, матеріального, людського або часового) неможливо, оскільки для повноцінної перебудови підприємства в однаковій мірі вони всі необхідні, а їх кількісне значення залежить від реалізації інших видів ризиків.

Ризик неузгодженості інтересів прямих учасників підприємства виникає не лише в процесі впровадження КСВ, але і в процесі реалізації будь-якого проекту та діяльності, де таких учасників більше ніж один. Методом управління таким ризиком є ведення переговорів та підписання договорів, які повністю або частково узгоджують інтереси таких учасників, використання інструментів вирішення конфліктів [14].

Ризик низької мотивації учасників у результатах КСВ пов'язаний не лише з різною ступеню зацікавленості учасників в структурних змінах [14]. Він включає і конфлікт інтересів, який може виникнути між управлінцями і власниками підприємства в ході впровадження корпоративно-соціальних відносин і негативно вплинути на їх мотивацію протягом реалізації цього проекту. А у цьому процесі зацікавлені сторони складають не лише власників підприємства, але і вищий управлінський персонал, управлінців та працівників середньої і нижчої ланок, різні органи державного управління, конкурентів, посередників, споживачів, органи ЗМІ. Тільки при знаходженні компромісу між стратегією розвитку підприємства і інтересами всіх задіяних сторін можливо успішне впровадження корпоративно-соціальних заходів, принципів корпоративно-соціальних відносин. Для врахування

цього ризику необхідно, щоб програма йшла «зверху-вниз», а не «знизу-вгору». При цьому важливе прагнення власників підприємства досягти поставлені цілі, та передача цього прагнення як команді управлінців вищої ланки, так і середньої ланки, виконавцям низового рівня, створювати синергетичний характер взаємодії усіх членів цієї команди. Таким чином, це дозволить управляти зазначеним ризиком.

На практиці визначити, де починаються реальні результати структурних змін, дуже складно. Часто негативні короткострокові наслідки та початкові витрати на соціальні проекти управлінці підприємства приймають за її результат. У цьому випадку вся програма може бути згорнута, а стратегічні цілі так і не досягнуто. Для мінімізації цього ризику необхідно грамотне складання програми реструктуризації з докладним описом всіх короткострокових результатів і цільових показників, а також з чітким визначенням довгострокових цілей.

Ризик недостатньої кваліфікації управлінців підприємства є як самостійним ризиком, так і наслідком реалізації попередніх ризиків. Його можна вирішити наступними способами [14]:

1. Шляхом звільнення працюючих управлінців і залучення нової команди управлінців.
2. За рахунок проведення спеціалізованих семінарів та тренінгів для роз'яснення управлінцям цілей і основних напрямків впровадження КСВ.

У будь-якому випадку, щоб виявити і управляти цим ризиком необхідно залучення професійних фахівців зі сторони, або шляхом аутстафінгу та аутсорсінгу.

Виникнення негативних соціальних наслідків – нормальне явище в умовах ринкової економіки. Проявом цього ризику є масові скорочення персоналу діючих виробництв, звільнення на запланованих до ліквідації підприємствах, закриття підприємств соціальної сфери. Такі соціальні зрушення найбільш широко проявилися в умовах кризи 2008-2009 рр., коли усі підприємства, прагнучи залишитися на ринку, застосовували практично одноманітні інструменти антикризового управління, що порушувало принципи КСВ. Тобто прагнучи вирішити одні питання за рахунок ліквідації одних з елементів КСВ.

Але не зважаючи на кризу, в умовах впровадження стандартів КСВ та під впливом державного регулювання, більшість підприємств зменшують ці соціальні негаразди, наприклад, декларуючи збільшення нових робочих місць.

Дуже часто в ході впровадження КСВ виникає необхідність здійснити юридичні перетворення, правильне ведення документообороту. Такі юридичні перетворення є елементами організаційної складової механізму впровадження КСВ та її забезпечення у подальших діях підприємства, серед яких виділяють наступні перетворення: створення дочірніх товариств на базі підприємства, для вирішення антимонопольних питань з метою узгодження інтересів з державою та забезпечення конкурентних позицій на ринку, ліквідації монополії та задоволення таким чином потреб споживачів; реорганізація підприємства у формі поділу або у формі злиття для задоволення інтересів споживачів, вирішення питань з конкурентами; банкрутство підприємства.

Точна інформація про те, скільки всього проектів КСВ було реалізовано в Україні відсутня, а визначити, які з них були ефективні, взагалі не можливо. Таким чином, визначити, які наукові розробки з управління ризиками у процесі впровадження КСВ були успішними важко, а отримання практичних напрацювань з даного питання не можливо. Але очевидно, що проведення корпоративно-соціально відповідальних заходів, не підкріпленими реальними організаційними змінами, змінами фінансових, виробничих систем, врахуванням ризиків на практиці є лише неповним заходом.

Висновки. Таким чином, з розвитком суспільства виникають нові (раніше не відомі) види ризику у діяльності підприємств, які необхідно враховувати у процесі їх функціонування. Сучасні підприємці розробляють відповідні методи управління ризиками з метою зменшення збитковості діяльності. Зазначенні ризики мають особливість – їх неможливо уникнути, їх існування продиктоване нормами розвитку підприємства, прагненням залишитися на конкурентному рівні.

У всьому світі КСВ є одним з вагомих інструментів підвищення капіталізації підприємства, запобігання некомерційних ризиків, залучення інвестицій та стійкого розвитку. Але, одночасно з цим, впровадження принципів КСВ породжує, як і будь-яке нововведення власні ризики. Для того, щоб мати позитивні результати від їх введення, необхідно враховувати всі можливі небезпеки. Тому, наукова новизна дослідження полягає у визначенні сутності поняття ризиків КСВ, формуванні основ їх управління, виявленні особливостей управління ризиками КСВ, що дозволить здійснювати подальші дослідження у напрямку удосконалення механізмів управління ризиками підприємства.

**Література:**

1. Мелашич Ж. Корпоративна соціальна відповідальність як елемент стратегії підприємства: можливості та ризики / Ж. Мелашич, І. Старінець // Страховий клуб КНЕУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pck.kneu.edu.ua/?p=174>
2. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Академия народного хозяйства при Правительстве РФ; Центр эволюционной экономики / М.Я. Каждан (пер. с англ.). – М.: Дело, 2003. – 359с. – (Серия «Современная институционально-экономическая теория»). – ISBN 5-7749-0306-0.
3. Машина Н.І. Економічний ризик: методи його вимірювання : навчальний посібник. – Київ : Центр навчальної літератури, 2003. – 188 с. – ISBN 966-8278-85-2.
4. Тюленева Ю.В. Критерії вибору методів управління ризиками // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. Науково-виробничий журнал. – Запоріжжя: Гуманітарний університет «Запорізький інститут державного та муніципального управління», 2007. – №3. – С. 237-241
5. Лапуста М.Г. Риски в предпринимательской деятельности / М.Г. Лапуста, Л.Г. Шаршукова. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 224 с.
6. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент / И.Т. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 1996. – 192с.
7. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. – К. : Ника-Центр, 2005. – 600с.: рис. – (серия Библиотека финансового менеджера; Вып.12). – ISBN 966-521-320-2.
8. Национальные принципы корпоративного управления Украины (утверждены решением ГКЦБФР № 571 от 11 декабря 2003 г.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ssmssc.gov.ua>.
9. Пять шагов на пути к социальной устойчивой компании. Рекомендации по оценке деятельности и подготовки нефинансовых отчетов. – М. : Российский союз промышленников и предпринимателей. Комитет по социально-трудовым отношениям, 2005. – 33 с.
10. Закон України. Про страхування / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, N 18, ст. 78 ; N 86/96-ВР від 07.03.96, ВВР, 1996, N 18, ст. 79 } [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/85/96-%D0%B2%D1%80>
11. Базилевич В.Д. Страхова справа: монографія / В.Д.Базилевич, К.С.Базилевич. – 6-те вид. – К.: Знання, 2008. – 351 с.
12. Страхування: підручник./ Керівник авт.кол. і наук. ред. Осадець С.С. – К.: КНЕУ, 1998. – 528с.
13. Астафьева О.С. Страхування професійної відповідальності / О.С. Астафьева // Стратегічні орієнтири [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=226>
14. Боковець В.В. Економічна сутність ризиків процесу трансформації промислових підприємств та особливості управління ними / В.В. Боковець, А.В. Швидко // Проблеми сталого розвитку національних економік: збірник наукових праць. – 2009. – 1 (23). – С. 2 – 8.

**Шелехов К.В.**

канд. техн. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

## **КОРПОРАТИВНЕ СТРАХУВАННЯ ЗДОРОВ'Я ПЕРСОНАЛУ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНВЕСТУВАННЯ У ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ**

## **КОРПОРАТИВНОЕ СТРАХОВАНИЕ ЗДОРОВЬЯ ПЕРСОНАЛА КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ**

## **CORPORATE HEALTH INSURANCE STAFF AS CURRENT INSTRUMENT OF HUMAN CAPITAL INVESTMENTS**

*Проаналізовано особливості розвитку інвестиційного підходу до управління людським капіталом шляхом корпоративного страхування здоров'я як інструменту інвестування у здоров'я персоналу. Здійснено порівняння обсягів існуючих інвестицій у здоров'я персоналу у світі, в Росії та на Україні і визначено тенденції розвитку цих показників. Уточнено зміст понять «корпоративне страхування здоров'я», «корпоративне медичне страхування» як складових інвестування у людський капітал. Встановлено зміст та особливості реалізації корпоративного страхування здоров'я персоналу як інвестиційного інструменту. Запропоновано структуру цього інструменту як сполучення добровільного страхування здоров'я на випадок хвороби і добровільного медичного страхування (безперервного страхування здоров'я). Проаналізовано стан і існуючі показники застосування корпоративного страхування здоров'я персоналу підприємств в Україні, сформовано основні етапи і організаційно-економічні особливості його практичної реалізації.*

**Ключові слова:** підприємство, інвестування, людський капітал, корпоративне страхування здоров'я.

*Проанализированы особенности развития инвестиционного подхода к управлению человеческим капиталом путем корпоративного страхования здоровья как инструмента инвестирования в здоровье персонала. Проведено сравнение объемов существующих инвестиций в здоровье персонала в мире, в России и на Украине и определены тенденции развития этих показателей. Уточнено содержание понятий «корпоративное страхование здоровья», «корпоративное медицинское страхование» как составляющих инвестирования в человеческий капитал. Установлены содержание и особенности реализации корпоративного страхования здоровья персонала как инвестиционного инструмента. Предложена структура этого инструмента как сочетание добровольного страхования здоровья на случай болезни и добровольного медицинского страхования (непрерывного страхования здоровья). Проанализированы состояние и существующие показатели применения корпоративного страхования здоровья персонала предприятий в Украине, сформированы основные этапы и организационно - экономические особенности его практической реализации.*

**Ключевые слова:** предприятие, инвестирование, человеческий капитал, корпоративное страхование здоровья.

*The features of the investment approach to human capital management by corporate employees health insurance as a tool for investing in health personnel. The comparison of the volume of investment in the existing health personnel in the world, in Russia and Ukraine and identifies trends of these indicators. Clarified meaning of "corporate health insurance", "corporate medical insurance" as a component of investment in human capital. Determined the content and features of the implementation of corporate*



*health insurance personnel as an investment tool. The structure of this instrument as a combination of voluntary health insurance in case of illness and voluntary health insurance (permanent health insurance). The condition and use of existing indicators of corporate health insurance companies in Ukraine staff, formed the main stages of organizational and economic features of its implementation.*

**Keywords:** *enterprise, investment, human capital, corporate health insurance.*

**Вступ.** Сучасні трансформаційні процеси в соціально-економічній сфері розвитку України актуалізують проблему ефективного управління людським капіталом вітчизняних підприємств. Практика управління людським капіталом засвідчує, що одним із превентивних підходів до підвищення ефективності цього управління є застосування різноманітних інструментів інвестування у людський капітал.

Проблематику інвестування у людський капітал висвітлено в наукових працях закордонних вчених – G. Becker, D.-B. Kwon, O. Northog, H. Saint-Onge, T. Shultz, Є. Голованової, Є. Єлістратової, В. Максимової, В. Смірнова, І. Скоблякової, І. Сошнікова, В. Романчина, С. Роштіна, Д. Хавіна. Серед наукових вітчизняних науковців виділимо праці Є. Гришнєвої, Р. Євтушенко, О. Захарової, Р. Капельюшикової, В. Савченко, Н. Цимбаленко, В. Юрченко.

У сучасних публікаціях підкреслюється актуальність застосування сучасних засобів інвестування у людський капітал при управлінні людськими ресурсами підприємства, аналізуються засоби та інструменти інвестування, характеризуються різні моделі інвестування. Однак практика застосування інвестиційних інструментів свідчить про наявність істотних проблем при реалізації цих заходів, а сучасні наукові публікації характеризуються недостатньою практичною спрямованістю висновків і рекомендацій щодо застосування конкретних інструментів інвестування у людський капітал.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування доцільності і визначення особливостей застосування корпоративного страхування здоров'я як сучасного інструменту інвестування у людський капітал підприємства.

Поставлена мета зумовила необхідність вирішення таких завдань:

- розглянути зміст поняття «корпоративне страхування здоров'я персоналу підприємства»;
- здійснити аналіз особливостей практичної реалізації корпоративного страхування здоров'я персоналу;
- проаналізувати сучасну практику і основні напрями застосування корпоративного страхування здоров'я персоналу;
- визначити й обґрунтувати ефективність впровадження інвестицій у людський капітал шляхом корпоративного страхування здоров'я персоналу при управлінні людськими ресурсами підприємства.

Методологія. Теоретико - методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, основними з яких є системний підхід, аналіз, синтез, систематизація, класифікація.

Результати дослідження. Аналіз відомих джерел з питань інвестування у людський капітал дозволив визначити такі найголовніші види цих інвестицій, як професійна освіта, охорона здоров'я, мотивація розвитку, інноваційна та творча діяльність, мобільність персоналу [1].

Інвестиційна складова «охорона здоров'я» означає, що фактор рівня здоров'я із загального психосоматичного, фізіологічного стану людини перетворюється на певний спосіб життя особи, спрямований на продовження періоду високопродуктивного використання праці цієї особи роботодавцем. Дослідження різних складових інвестування у загальному обсязі інвестицій у людський капітал показали, що саме ця складова є ефективною і привабливою для вітчизняних роботодавців [2]. Проаналізуємо перспективні показники інвестування у охорону здоров'я персоналу у світовій практиці і існуючі показники для Росії та України. Прогнозні тенденції розвитку обсягів систем соціального і медичного страхування у світі наведені на рис. 1. Ці результати розраховано на період з 2011 по 2020 рік з використанням консервативної моделі, тобто фактичні результати у наступному можуть бути і більшими [3].

Так, у 2011 р. із загальної суми витрат роботодавців на медичне обслуговування персоналу суму майже 3000 млрд. євро склали внески по соціальному страхуванню (майже 6,5% світового ВВП), і близько 850 млрд. євро - внески по медичному страхуванню. Суми витрат на медичне страхування персоналу у 2011 р. становили 28,3% від внесків по соціальному страхуванню, або 1,8% від світового ВВП у сумі 46290 млрд. євро. Очікується, що до 2020 року ці витрати будуть зростати у тій же самій пропорції з інтенсивністю не менше 7% на рік.

Існуючий стан інвестування роботодавців у охорону здоров'я персоналу для Росії доцільно проаналізувати по даних корпоративного медичного страхування працівників за рахунок роботодавця (КМС) у двох формах - добровільній і обов'язковій. Добровільна форма КМС реалізується як доб-

ровільне медичне страхування персоналу (ДМС), обов'язкова – шляхом обов'язкового медичного страхування (ОМС), що існує у Росії з 1991 р.

Для України інвестування роботодавців у охорону здоров'я персоналу охарактеризуємо внесками тільки по договорах ДМС, адже обов'язкового медичного страхування в Україні немає. За 2009 і 2010 роки (до впровадження єдиного соціального внеску) дані по Україні не враховувалися.

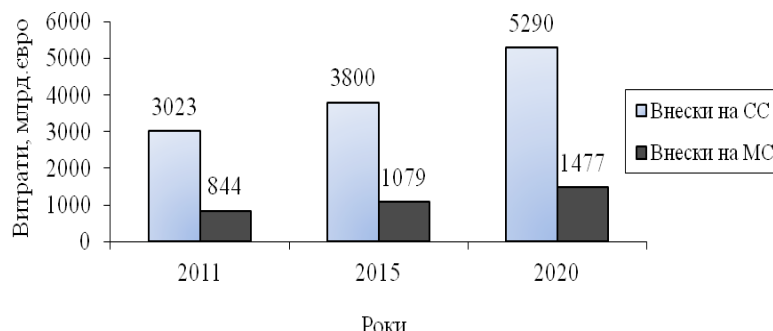


Рис. 1. Прогноз розвитку витрат на соціальне і медичне страхування у світі: СС – соціальне страхування; МС – медичне страхування (авторська розробка).

У табл. 1 наведено суми коштів, вкладених у охорону здоров'я працівників у вигляді страхових внесків, сплачених роботодавцями у страхові компанії по договорах ДМС (Росія і Україна) і у Фонд обов'язкового медичного страхування (тільки Росія). Для нормування розрахункових показників суми внесків на ОМС і ДМС віднесені до сум обов'язкових внесків на загальнодержавне пенсійне страхування (ЗДПС) у Росії і в Україні.

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика розмірів страхових внесків роботодавців на охорону здоров'я персоналу в Росії і Україні**

Види страхових внесків	Роки							
	2009		2010		2011		2012	
	Росія							
ОМС1	18,9%	238	13,3%	255	19,5%	548	23,1%	720
ДМС2	5,8%	73	4,4%	84	3,4%	94	3,5%	109
ЗДПС3	100%	1261	100%	1916	100%	2815	100%	3120
Україна								
ДМС4	-	0,762	-	0,810	0,78%	1,1	0,83%	1,33
ЗДПС5	-	-	-	-	100%	139,1	100%	158,8

Джерела: 1,3 – Пенсійний фонд РФ (<http://www.pfrf.ru>) і Федеральний фонд ОМС РФ (<http://www.ffoms.ru>); 2 – Федеральна служба по фінринкам РФ (<http://www.fcsm.ru>); 4 – Нацкомфінпослуг України ([www.dfp.gov.ua](http://www.dfp.gov.ua)); 5 – Пенсійний фонд України ([www.pfu.gov.ua](http://www.pfu.gov.ua)).

На основі даних табл. 1 побудовано порівняльні діаграми існуючих рівнів інвестування у охорону здоров'я персоналу в Україні і Росії у 2011 і 2012 роках (рис. 2). З діаграм видно, що у Росії обсяг додаткових коштів підприємств на інвестування у охорону здоров'я персоналу для ОМС становить більше 22%, а для ДМС 3,5% від суми обов'язкових пенсійних внесків цих підприємств, разом більше 25% від суми обов'язкових пенсійних внесків. Це відповідає світовим тенденціям розвитку інвестицій у охорону здоров'я персоналу. Для України цей показник інвестування менше 1%.

Розглянемо пропозиції щодо підвищення ефективності інвестування у персонал шляхом впровадження програми страхування здоров'я персоналу. Вочевидь, що пропонувані заходи повинні бути спрямовані на досягнення головних цілей і завдань підприємства, а саме - скорочення рівня витрат, зростання показників його рентабельності і прибутковості.

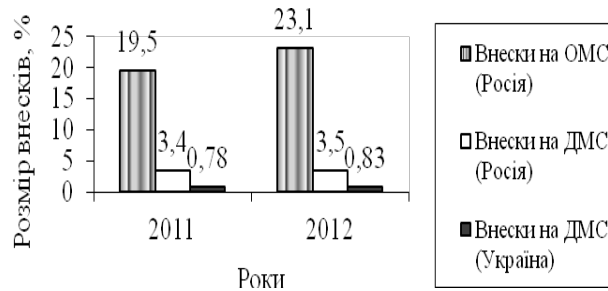


Рис. 2. Порівняльні діаграми обсягів застосування інвестицій у охорону здоров'я персоналу у Росії і в Україні за 2011 і 2012 роки (авторська розробка)

За даними [4], інтерес до корпоративного страхування здоров'я (КСЗ) зростає з кожним роком. Все більше роботодавців прагнуть долучитися до цієї послуги, а підприємства, які вже застосовували КСЗ, продовжують оформляти його для своїх співробітників. Страхування здоров'я використовується у складі соцпакету більшості підприємств, що надають додаткові соціальні пільги персоналу, адже корпоративне страхування здоров'я - доступний і ефективний спосіб забезпечення персоналу високоякісною медичною і фінансовою допомогою, яку не може гарантувати безоплатна бюджетна медицина за умов відсутності в Україні обов'язкового медичного страхування.

Корпоративне страхування здоров'я працівників є інвестуванням у задоволення працівниками їх соціальних потреб і у фінансову компенсацію вкладених працівниками трудових зусиль. Це інвестування комбінованого типу, адже очікуваний результат має як монетарний, так і немонетарний характер. Впровадження цього інвестиційного інструменту має для підприємства як позитивні, так і негативні наслідки, узагальнені у табл. 2.

Таблиця 2

**Переваги і недоліки КСЗ для підприємств і працівників**

«Плюси» КСЗ	«Мінуси» КСЗ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку праці.</li> <li>2. Підвищення якості медичного обслуговування працівників.</li> <li>3. Зменшення непродуктивних втрат робочого часу працівників внаслідок прискорення часу лікування.</li> <li>4. Додатковий фактор стабілізації кадрів.</li> <li>5. Підвищення якості здоров'я працівників, збільшення ефективності праці та зниження виробничих втрат на лікарняні листки.</li> <li>6. Оптимізація витрат на організацію профілактичних медоглядів, диспансеризації та вакцинації працівників.</li> <li>7. Фінансовий захист у зв'язку з збитком здоров'ю працівників значно перевищує витрати на оплату страхових внесків.</li> <li>8. Фінансова відповідальність за шкоду здоров'ю працівників переноситься з підприємства-роботодавця на страховика.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Підвищення фінансового навантаження на бюджет підприємства.</li> <li>2. Відсутність податкових пільг по КСЗ.</li> <li>3. Низький мотивуючий ефект для молодих працівників, що мають міцне здоров'я і не надають значення фактору його підтримки.</li> <li>4. Додаткове навантаження на адміністрування при впровадженні КСЗ. Особливого значення набуває в умовах високої плинності кадрів і внутрішньої кадрової ротації (якщо, наприклад, рівень вартості поліса та пакету послуг КСЗ прив'язаний до посадових рівнів).</li> <li>5. Страхові компанії заощаджують за рахунок зниження рівня і обсягу медичних послуг при збільшенні їх вартості.</li> <li>6. Неотримання очікуваного позитивного ефекту від впровадження КСЗ (не усі працівники скористалися послугою і т.д.).</li> <li>7. Недостатній вибір медустанов по критеріях: ціна, якість, об'єм послуг тощо.</li> </ol>

Джерело: авторська розробка

Стосовно працівників, КСЗ практично не має ніяких «мінусів», що погіршували б його соціально-економічний стан, але надає їм такі переваги:

1. Гарантії отримання якісної і своєчасної медичної допомоги.
2. Додаткове фінансування у складних випадках, пов'язаних з здоров'ям.
3. Страховик як консультант допомагає застрахованому працівнику отримати необхідну кваліфіковану медичну допомогу.

4. Страховик забезпечує захист інтересів застрахованого працівника при конфліктній ситуації з лікувальним закладом і можливість компенсацій у випадках медичних помилок або неякісного надання медичних послуг.

Корпоративний страховий захист здоров'я працівника реалізується двома видами послуг добровільного особистого страхування – страхуванням здоров'я на випадок хвороби ДСЗ і медичним страхуванням ДМС. Для вибору страховика при реалізації КСЗ, проаналізуємо показники тих страхових компаній, які займають передові позиції по страхуванню здоров'я і медичному страхуванню в Україні (табл. 3) [5].

З даних табл.3 видно, що послуги ДМС мають у 6 разів вищий середній рівень виплат (72%), ніж послуги страхування здоров'я (12%). Це свідчить про більш високий рівень затребуваності послуг ДМС і кращий обсяг страхового захисту. Тому наявність ДМС у складі КСЗ гарантує отримання страхового захисту для більшої кількості працівників.

Таблиця 3

**ТОП-5 українських страховиків по ДМС і ДСЗ за 1 півріччя 2013 р.**

№	Страхові компанії	Премії, тис. грн.	Виплати, тис. грн.	Рівень виплат, %
1	НАФТАГАЗСТРАХ (ДМС)	123640,2	82646,6	66,84
2	ПРОВІДНА (ДМС)	84 079,1	65 324,6	77,69
3	ІНГО УКРАЇНА (ДМС)	59 230,5	58 275,4	98,39
4	АСКА (ДМС)	59 014,4	32 544,8	55,15
5	УНІКА (ДМС)	25 198,3	29 519,8	117,15
Середнє значення рівня страхових виплат по ринку для ДМС, %				72,07
1	ДЕЛЬТА (ДСЗ)	13 811,0	959,0	6,94
2	АСКА (ДСЗ)	6 368,8	510,7	8,02
3	ДОВІРА І ГАРАНТІЯ (ДСЗ)	6 133,0	143,0	2,33
4	АСКО-ДОНБАС (ДСЗ)	4 751,1	1 961,3	41,28
5	АЛЬФА СТРАХУВАННЯ (ДСЗ)	2 143,2	13,0	0,61
Середнє значення рівня страхових виплат по ринку для ДСЗ, %				12,70

Джерело: дані Інтернет-журналу «Форіншурер Страхування» [5].

Розглянувши показники основних компаній по страхуванню здоров'я, перейдемо до аналізу перспектив розвитку ринку КСЗ у найближчі роки. Фахівці прогнозують зростання ринку особистого страхування здоров'я у 2013...2015 роках на 15-20%, переважно за рахунок корпоративних клієнтів (зараз корпоративна частка становить 95% на ринку страхування здоров'я). Кількість страхових компаній, що займаються класичним КСЗ, поступово зменшується у прогнозі до 20-25 компаній [4].

Ємність потенційного ринку пропозицій по страхуванню здоров'я достатня для задоволення потреб національної економіки, однак обізнаність підприємств про можливості цього страхування ще є низькою. Попит на медичні послуги та страхування здоров'я протягом наступних років повинен підвищитися внаслідок збереження несприятливої соціально-економічної і демографічної ситуації у країні, при цьому страховики пов'язують надію на зростання цього ринку з підвищенням рівня страхової культури у суспільстві.

Структура клієнтського портфеля страховиків на користь корпоративних клієнтів повинна зберегтися. Цьому сприятиме кадрова політика роботодавців, направлена на збільшення обсягів корпоративного страхування здоров'я їх працівників, негативний прогноз рівня середньої заробітної плати, що не дозволяє сподіватися на розвиток сегменту індивідуального страхування здоров'я, і послаблення діагностичної бази державних медичних установ. Однак існує і реальна загроза скорочення обсягів КСЗ при запровадженні в Україні обов'язкового соціального медичного страхування.

Впровадження на підприємстві корпоративного страхування здоров'я неможливе без правильного розуміння змісту і призначення тих страхових продуктів, які складають поняття «страхування здоров'я». Крім цього, треба врахувати особливості вірного обрання як страховиків, так і оптимальних програм КСЗ для конкретного трудового колективу з відповідністю цілям цього страхування як процесу інвестування у розвиток трудового колективу підприємства. Розглянемо основні етапи реалізації цього процесу.

Перший етап - визначення, для чого потрібне КСЗ і який результат отримає підприємство. Цілі можуть бути різними: утримання працівників (підвищення лояльності персоналу), залучення висококваліфікованих фахівців, підвищення статусу окремих працівників, підвищення статусу підприємства в ділових колах і т.д. Залежно від обраної цілі мають підбиратися типи страхових програм і регламент їх розподілу по особистостях (або забезпечення КСЗ для усіх працівників після закінчення випробувального терміну, або тільки для працівників з певним стажем роботи на підприємстві, або тільки для керівників підрозділів і т.і.).

Оскільки наявність КСЗ здатна вплинути на мотивацію працівників, то програми КСЗ можуть використовуватися для підвищення статусу працівника в якості доповнення до його переведення на більш високу посаду, тому що супроводження посадового підвищення працівника розширенням пакету КСЗ підсилює ефект мотивації до праці. Також за допомогою КСЗ можна заохочувати працівників за вислугу років, наприклад збільшувати обсяг послуг залежно від стажу роботи на підприємстві. Або КСЗ можна пов'язати з конкретними результатами роботи працівника - якщо працівник протягом першого півріччя показує гарні результати, йому надається солідний пакет послуг з КСЗ. Якщо у наступне півріччя він знижує виробничі показники, цей пакет переоформлюють на іншого працівника.

У результаті на першому етапі необхідно розподілити персонал на окремі однорідні групи працівників, для яких будуть застосовуватися однорідні страхові програми з пакету КСЗ.

Другим етапом є визначення бюджету КСЗ. При цьому не слід розглядати бюджет КСЗ як ще одні додаткові витрати, тому що КСЗ є не просто витратами, а потужним інвестиційним інструментом розвитку персоналу і засобом залучення потрібного кваліфікованого персоналу з ринку праці. Бюджет розподіляється між сформованими групами працівників.

Третій етап – формування портфелю оптимальних корпоративних страхових програм для груп працівників, які визначені на попередніх етапах. Для цього необхідно зібрати і проаналізувати пропозиції страхових компаній та вивчити відгуки про їх діяльність у засобах масової інформації і в Інтернеті. Потім необхідно звернутися у попередньо відібрані страхові компанії для конкретного ознайомлення зі змістом програм КСЗ в межах бюджету та його розподілу між сформованими групами працівників.

Запропоновані страхові програми необхідно порівняти за основними критеріями (ціна, обсяг страхових ризиків і страхових випадків, зміст програм надання медичних послуг, розміри страхових сум, перелік і територія розташування медичних установ, що надаватимуть послуги, зручність послуг запропонованого медичного асистансу тощо). Після аналізу програм обираються їх конкретні варіанти для окремих груп працівників. Для цього в межах кожної групи формується список працівників з визначенням параметрів страхового захисту для кожної особи. Програми страхування здоров'я та їхня вартість обираються індивідуально для кожного працівника, враховуючи цілі страхування та дані працівника (вік, стать, стаж роботи, стан здоров'я тощо).

Обираючи програми страхування, слід пам'ятати про те, що страховий захист здоров'я працівників реалізується двома видами послуг – страхуванням здоров'я на випадок хвороби ДСЗ і медичним страхуванням ДМС. Розглянемо детально особливості цих страхових послуг.

Страхування на випадок хвороби - послуга особистого страхування, де предметом страхування є майнові інтереси, пов'язані із завданням шкоди здоров'ю працівника при його захворюванні на визначену хворобу, і з тимчасовою втратою ним працездатності внаслідок захворювання (рис.3).



Рис. 3. Схема страхування здоров'я на випадок хвороби (авторська розробка)

Суб'єктами страхування є страховик, страхувальник (підприємство) і застрахована особа (працівник). Страховий ризик - ймовірне захворювання застрахованої особи однією з хвороб з переліку, передбаченого в договорі страхування. Цей перелік по "Міжнародній статистичній класифікації хвороб і проблем, пов'язаних із здоров'ям" 10-го перегляду, прийнятій Всесвітньою Асамблеєю охорони здоров'я, має 20 груп хвороб із їх числом до 1000.

Страхові виплати здійснюються по факту захворювання застрахованою особою на хворобу з певної групи хвороб, визначеної у договорі страхування. Додатково може здійснюватися виплата у випадку встановлення працівнику групи інвалідності або його смерті внаслідок такого захворювання.

Річні базові страхові тарифи визначаються окремо за кожною групою хвороб, а загальний тариф за договором визначається як сума тарифів за групами хвороб. Критерієм встановлення розміру страхової суми є задоволення фінансових потреб, які виникають у застрахованої особи при її лікуванні та/або тимчасовій непрацездатності внаслідок захворювання. Для корпоративного страхування страхові тарифи, як правило, знаходяться у межах від 1 до 2 % для кожної з найбільш поширених груп хвороб. Страховий внесок за кожну застраховану особу розраховується за формулою:

$$P_{xvj} = T_{xv,i} \cdot K_{pj} \cdot S_{jxv} \quad (1)$$

де  $T_{xv,i}$  – базовий річний страховий тариф по ризику  $i$ -ї групи хвороб;  $S_{jxv}$  – індивідуальна страхова сума для  $j$ -ї особи;  $K_{pj}$  – індивідуальний коефіцієнт, який визначається страховиком після медичного андерайтингу (вивчення рівня ризиковості стану здоров'я) цієї особи.

Договір страхування укладається на підставі заяви підприємства-страхувальника за згодою усіх застрахованих осіб на строк до одного року. При укладанні договору враховуються такі фактори ризику захворювання як стан здоров'я, професія, вік працівника та ін. При необхідності призначається медичне обстеження застрахованої особи для оцінки фактичного стану її здоров'я. Страхові суми встановлюються у договорі індивідуально для кожної застрахованої особи за згодою усіх сторін договору.

Страхова виплата здійснюється по факту захворювання працівника конкретною хворобою після медичного підтвердження діагнозу цієї хвороби. При цьому особі безпосередньо або лікарському закладу (якщо застрахована особа дала на це вказівку) сплачується сума згідно з наведеною у договорі таблицею виплат по конкретних хворобах.

Договір страхування може передбачати, що при встановленні працівнику інвалідності внаслідок захворювання обумовленою хворобою, йому буде виплачено визначену у договорі окрему страхову суму в залежності від групи інвалідності (як правило, це 50...90% від  $S_{jxv}$ ). Договір також може передбачати ризик смерті працівника в результаті його захворювання певною хворобою та особу – вигодонабувача по такому випадку. При цьому страхова виплата по смерті здійснюється вигодонабувачу у розмірі 100% від суми  $S_{jcm}$ . Ризики інвалідності та смерті внаслідок захворювання є додатковими і оплачуються додатковими внесками, що розраховуються по додаткових тарифах страховика:

$$P_{invj} = T_{inv,i} \cdot K_{pj} \cdot S_{jinv}; \quad P_{cmj} = T_{cm,i} \cdot K_{pj} \cdot S_{jcm} \quad (2)$$

де  $T_{inv,i}$ ,  $T_{cm,i}$  – базові річні страхові тарифи по ризиках інвалідності та смерті відповідно внаслідок захворювання хворобою з  $i$ -ї групи хвороб;  $P_{invj}$ ,  $P_{cmj}$  – додаткові внески по ризиках інвалідності і смерті відповідно.

Загальний страховий внесок на  $j$ -ту особу у цьому випадку буде таким:

$$P_j = P_{xvj} + P_{invj} + P_{cmj} \quad (3)$$

Для медичного страхування (ДМС) предметом страхування є майнові інтереси, пов'язані із здоров'ям працівника, а саме з витратами на отримання ним необхідної медичної допомоги. Суб'єкти ДМС - страховик, підприємство-страхувальник, працівник-застрахований і лікувально-профілактична установа (ЛПУ). Остання – це ліцензований заклад охорони здоров'я, яке забезпечує задоволення потреб населення в галузі охорони здоров'я шляхом надання медико-санітарної допомоги, включаючи широкий спектр профілактичних і лікувальних заходів або послуг медичного характеру, а також виконання інших функцій на основі професійної діяльності медичних працівників. Страховик укладає з ЛПУ договір надання медичних послуг для застрахованих осіб в обсязі страхових програм по укладених договорах страхування. Страховик виступає гарантом повноти надання необхідних медичних послуг застрахованим особам (рис.4).

Страховим ризиком є розлад здоров'я застрахованої особи, який вимагає надання цій особі медичних послуг у межах, визначених договором. Страховим випадком є факт мотивованого звернення застрахованої особи до ЛПУ за одержанням медичних послуг у випадку захворювання, загострення хронічного захворювання, травми, отруєння, та інших випадків, які потребують медично-санітарної допомоги. Набір певних медичних послуг формує програму медичного страхування. Настання страхового випадку підтверджується рахунком ЛПУ, який надається для оплати страховику.

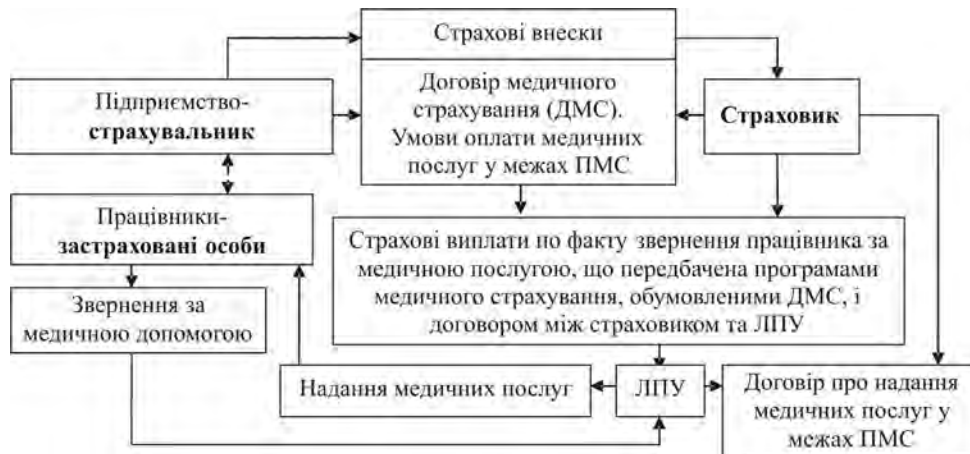


Рис. 4. Схема добровільного медичного страхування (авторська розробка)

Розмір внеску для ДМС розраховується аналогічно внеску для ДСЗ з використанням формули (1). Тарифи визначаються страховиком у відповідності з програмами медичного страхування (ПМС) для кожної застрахованої особи окремо, а загальний тариф по групі застрахованих осіб дорівнює сумі тарифів за обраними ПМС. Річні тарифи становлять 5...30% від страхових сум, які встановлюються в межах вартості кожної ПМС, що розраховується як вартість надання медичних послуг за цією програмою протягом терміну страхування. Коефіцієнти ризику об'єктивізують наявність відхилень у стані здоров'я працівників - застрахованих осіб.

Договір страхування укладається на строк до одного року, але може бути подовжений. За договором страховик зобов'язується організувати і фінансувати надання застрахованим особам медичних послуг (лікувальних, діагностичних, профілактичних, реабілітаційних тощо) певного переліку і якості в обсязі ПМС, обраних підприємством. Отримують необхідні медичні послуги тільки працівники - застраховані особи.

Страхові виплати здійснюються по факту надання медичних послуг застрахованим особам шляхом оплати рахунків, наданих страховику лікувально-профілактичним закладом. Вартість послуг, що надані ЛПУ, розраховується за цінами, які попередньо узгоджені між страховиком і цим медичним закладом. Для координації надання медичних послуг і зручності їх отримання клієнтами застосовуються компанії медичного асистансу.

Проаналізувавши зміст і особливості цих страхових послуг, обираємо для формування портфелю корпоративного страхування здоров'я працівників підприємства послуги страхування здоров'я на випадок найбільш поширених груп хвороб і послуги медичного страхування з відповідним співвідношенням сум їх бюджетування. Порівняння характеристик послуг ДМС і ДСЗ наведено у табл. 4. Показник «Середня вартість» оцінюється по умовному пакету ДСЗ, що включає ДМС і ДСЗ з середнім рівнем страхових сум та мінімальною кількістю страхових ризиків.

Далі необхідно вирішити, яким чином буде укладатися договір – або самостійно менеджерами відділу кадрів, або звертанням до страхового брокера. Брокер є висококваліфікованим фахівцем і під власну відповідальність має забезпечити найкращого страховика для реалізації тих програм страхування, які обрані підприємством у складі страхового портфелю для своїх працівників. Вартість брокерських послуг становить від 5 до 15% вартості договору страхування.

Якщо страховик визначається самостійно, слід ретельно проаналізувати показники діяльності страховиків, попередньо обраних на третьому етапі, та вивчити існуючі відгуки про них у ЗМІ і Інтернеті. При цьому треба дотримуватися таких основних правил при виборі страхової компанії:

1. Не треба приймати рішення на підставі рекомендацій людей, які не є фахівцями в галузі страхування. Рішення необхідно приймати тільки на підставі об'єктивних даних.

2. Слід обов'язково вивчити рейтинги страхових компаній, представлені на сайтах Рейтингового агентства FORINSURER.UA і Ліги страхових організацій України UAINSUR.COM, а також вивчити показники діяльності компаній саме по ДМС та ДСЗ. Адже страховик по загальних показниках може займати високі місця, а по ДМС або ДСЗ знаходитися значно нижче.

3. Необхідно проаналізувати співвідношення зборів і виплат по ДМС і по страхуванню здоров'я. Середньоринковий рівень страхових виплат у порівнянні зі зборами страхових внесків становить 80%. Якщо рівень цього співвідношення менше 50%, краще відмовитися від роботи з страховиком.

4. Тарифи страховика не повинні бути значно нижче ринкових, а страховик повинен мати вищі за середньоринкові рівні страхових виплат, активів і страхових резервів.

## Порівняльна характеристика послуг ДМС і ДСЗ у складі портфеля КСЗ

Показники	ДМС	ДСЗХ
Страхові ризики	Розлад здоров'я	Захворювання
Страхові випадки	Звертання до ЛПУ за медичною послугою	ТВП по захворюванню, інвалідність, смерть
Середні річні страхові тарифи (%)	5...30	1...2 на 1 групу хвороб
Страхові суми (грн.)	25 000...150 000	5 000...100 000
Період страхування	Рік	Рік
Середня вартість на 1 особу, грн.	2 500	1 000
Середня вартість умовного річного пакету КСЗ на 1 особу = 3 500 грн.		

Джерело: авторська розробка

Подалі необхідно узгодити обрані на попередніх етапах і скориговані після вибору страховика страхові портфелі корпоративного страхування здоров'я і перейти до укладання договору КСЗ із обраним страховиком. При укладанні договору треба уважно вивчити оригінали правил страхування страховика, а для вирішення усіх питань, які залишаються незрозумілими, треба офіційно звертатися за роз'ясненнями до страховика.

Процедура укладання договору корпоративного страхування здоров'я працівників здійснюється у письмовій формі відповідно до [6, ст.979-999], [7, ст. 354] і [9, ст.16]. Договір укладається на підставі заяви підприємства-страхувальника із зазначенням у ньому істотних умов, встановлених у [6, ст.982], а саме: предметів договору страхування; страхових випадків; страхових сум, в межах яких страховик зобов'язаний провести виплату у разі настання страхового випадку; розміру страхового платежу та строків його сплати; терміну договору та інших умов, визначених актами цивільного законодавства, реквізитів працівників, яких передбачається застрахувати; обраних програм страхування для кожного з працівників. З метою підтвердження факту укладення цього договору, страховик на кожну застраховану особу оформлює окремих страховий поліс.

Умови ДМС і ДСЗ різноманітні і відрізняються програмами, обсягами надання медичної допомоги, групами хвороб і розмірами страхових виплат. Комплексне страхування здоров'я, як правило, включає чотири основні програми: «поліклініка», «стаціонар», «невідкладна медична допомога» та «стоматологія» плюс набір з 3-4 основних груп хвороб як ризиків ДСЗ.

У відповідності з умовами [6, ст.979] та [9, ст.16], за договором корпоративного страхування здоров'я працівників страховик бере на себе зобов'язання у разі настання страхового випадку надати медичну допомогу, виконати послугу (для ДМС) або здійснити страхову виплату (для ДСЗ) застрахованій особі - працівнику, визначеному у договорі страхування, а підприємство-страхувальник зобов'язується сплачувати страхові платежі у визначені строки та виконувати інші умови договору.

Розмір страхових внесків залежить від обраної програми ДМС і набору хвороб для ДСЗ, розміру страхових сум, строку страхування, тарифних ставок та інших умов, передбачених у договорі. У договорі також наводиться перелік умов, за яких страховик має право відмовити у страховій виплаті. Страхові внески можуть сплачуватися одноразово за весь термін страхування або періодично (щоквартально) у безготівковій формі.

Страховим випадком у частині ДМС вважається будь-який розлад здоров'я застрахованої особи, що відповідає обраній для цієї особи програмі медичного страхування, а у частині ДСЗ – захворювання хворобою, передбаченою договором страхування і визначеною у діагнозі ЛПУ. Застрахована особа повідомляє про розлад здоров'я у асистуючу компанію або у диспетчерську медичну службу страховика.

При настанні страхового випадку по ДСЗ застрахована особа - працівник має право: у частині ДМС – отримати у медичному закладі необхідну медичну допомогу або послуги, які будуть оплачені страховою компанією згідно з умовами ДСЗ, а у частині ДСЗ – отримати від страховика відповідну страхову виплату, що відповідає діагнозу його фактичного захворювання. За надану в межах ДМС медичну допомогу страховик перераховує страхову виплату медичному закладу, який її надав. При цьому розмір страхової виплати залежить від розміру виставленого медичною установою



рахунку, і має максимальну межу відповідно до умов страхового поліса. За умов виникнення спорів між застрахованою особою і ЛПУ стосовно якості та/або наслідків надання медичних послуг в межах ДМС, гарантом відшкодування працівнику шкоди, заподіяної йому діями (бездіяльністю) ЛПУ, виступає страховик як організатор процесу надання медичних послуг.

Дослідимо економічні питання корпоративного страхування здоров'я по оподаткуванню, нарахуванню єдиного соціального внеску і бухгалтерському обліку операцій з оплати договору страхування і отримання страхових виплат.

Стосовно податку на прибуток підприємства, витрати роботодавця на добровільне страхування здоров'я працівників є витратами подвійного призначення згідно [8, ст.140]. Операції по добровільному страхуванню не пов'язані з господарською діяльністю підприємства-роботодавця, і на підставі [8, пп. 140.1.6] заборонено включати до складу витрат витрати на добровільне страхування здоров'я фізичних осіб, що перебувають у трудових відносинах з платником податку. Тому витрати роботодавця на страхування здоров'я працівників не включаються до складу витрат.

Податок на додану вартість. Відповідно до [8, пп. 196.1.3] операції надання послуг із страхування особами, які мають ліцензію на здійснення страхової діяльності, а також пов'язаних з страхуванням послуг страхових брокерів та страхових агентів, цим податком не оподатковуються.

Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО). Згідно з [8, пп. 164.2.16], до складу загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку включається сума страхових внесків, сплачених будь-якою особою - резидентом за платника ПДФО або в його інтересах. Отже, сума страхових внесків, сплачених підприємством за добровільне страхування здоров'я своїх найманих працівників, вважається додатковим благом останніх і підлягає оподаткуванню за ставкою, визначеною у [8, п. 167.1].

Оподаткування суми страхової виплати по ДСЗ працівнику у випадку розладу його здоров'я (захворювання). Факт заподіяння шкоди застрахованій особі повинен бути належним чином підтверджений довідкою медичного закладу або завіреною копією страхового акта, укладеного страховиком [9, ст.25]. Згідно [8, пп. 165.1.27], сума страхової виплати страхового відшкодування, отримана працівником за договором страхування здоров'я від страховика, не включається до загального оподатковуваного доходу.

Нарахування єдиного соціального внеску (ЄСВ) на страхові операції. Так, по [10, пп. 2.3.4] витрати підприємства на добровільне особисте страхування працівників відносяться до фонду оплати праці, крім витрат, зазначених у [10, п. 3.5] (а саме внески підприємств згідно з договорами страхування здоров'я працівників, які до фонду оплати праці не належать). Цей факт роз'яснено у [11]. Хоча у колективному договорі, укладеному між працівниками і роботодавцем, сторонам не заборонено самостійно визначати соціальний характер виплат страхових внесків, сплачених підприємством на користь своїх працівників згідно з договорами ДСЗ, такі виплати не є об'єктом для нарахування ЄСВ, адже сума страхових внесків, сплачена підприємством за ДСЗ працівників, не входить до бази нарахування ЄСВ [12].

Висновки. Наукова новизна отриманих результатів полягає в поглибленні науково-методичного забезпечення застосування корпоративного страхування здоров'я працівників як дієвого інструменту інвестування у людський капітал підприємства. Запропоновано основні умови корпоративного страхування здоров'я працівників, проаналізовано переваги і недоліки цього страхування, визначено склад страхових продуктів, описано процедури аналізу страховиків і формування договору страхування, економічні і організаційні особливості реалізації КСЗ, які підтвердили ефективність його практичного застосування в національних умовах.

#### Література:

1. Голованова Е.Н. Инвестиции в человеческий капитал предприятия: учебное пособие/ Е.Н. Голованова, С.А. Лочан, Д.В. Хавин. – М: Инфра-М, 2011. – 88 с.
2. Захарова О.В. Управління інвестуванням у людський капітал: монографія / О.В. Захарова. – Донецьк: ДВНЗ ДонНТУ, 2010. – 378 с.
3. Х. Гудрун. Международная практика и тенденции медицинского страхования. Департамент экономических исследований Группы Allianz. [Електронний ресурс]: <http://www.insur-info.ru/analysis/840/>.
4. Інтернет-журнал «Страхування в Україні». Сайт ЛСОУ. [Електронний ресурс]: <http://uainsur.com/stats/analiz/>.
5. Інтернет-журнал «Форіншурер Страхування». [Електронний ресурс]: режим доступу <http://forinsurer.com/stat/>.
6. Цивільний кодекс України: за станом на 1 січня 2004 р. /Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К : Парлам. вид-во, 2004. - 352 с. - (Бібліотека офіційних видань).

7. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV. // Голос України від 14.03.2003 - № 49.
8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. // Голос України від 04.12.2010 - № 229, (№ 229 - 230).
9. Закон України «Про страхування» від 07.03.96 р. № 85/96-ВР// Відомості Верховної Ради України від 30.04.1996 - 1996 р., № 18.
10. Про затвердження інструкції зі статистики заробітної плати. Наказ № 5 Держкомстату України від 13.01.2004 р.// Офіційний вісник України від 13.02.2004 — 2004 р., № 4, том 2, с. 569.
11. Про нарахування внесків на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування на окремі види виплат. Лист Пенсійного фонду України від 06.12.2005 р. №15407/03-02. Сайт МЕГА-Нау. [Електронний ресурс]. <http://zakon.nau.ua/?uid=1041.1.180&title>.
12. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010 р. № 2464-VI// Відомості Верховної Ради України від 21.01.2011 - 2011 р., № 2.

УДК 338.24.01

**Дрінь О.Я.**  
*ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»*

## **ПЕРЕДБАЧУВАНІСТЬ ЗМІН СЕРЕДОВИЩА ЯК ПЕРЕДУМОВА ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ МЕТОДОЛОГІЇ І ФОРМИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

## **ПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЙ СРЕДЫ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕТОДОЛОГИИ И ФОРМЫ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **PREDICTABILITY OF ENVIRONMENTAL CHANGES AS A PREREQUISITE FOR DETERMINATION OF STRATEGIC METHODOLOGY AND FORMS STRATEGIC ENTERPRISE**

*У статті розглянуто проблеми вибору методології і форми представлення стратегії підприємства з урахуванням об'єктивних зовнішніх чинників і особливостей внутрішнього середовища підприємства. Обґрунтовано доцільність використання категорії передбачуваності зазначених змін середовища, що має індивідуальні для кожного суб'єкта параметри, замість усередненої характеристики нестабільності зовнішнього організаційного середовища, яка домінує при виборі пріоритетної стратегічної методології.*

*Визначено підходи до оцінки передбачуваності змін на основі ідентифікації прогностичних компетенцій розробників стратегії та ймовірності прогнозованого розвитку, що залежить від реактивності дій підприємства.*

*Запропоновано моделі визначення форми стратегії і стратегічної методології на основі диференційованих рівнів нестабільності зовнішнього середовища і відповідної реактивності підприємств, яка дозволяє ідентифікувати ймовірність їхнього прогнозованого розвитку.*

**Ключові слова:** стратегія, стратегічна методологія, стратегічний менеджмент, зовнішнє середовище, передбачуваність змін.

*Рассмотрены проблемы выбора методологии и формы представления стратегии предприятия с учетом объективных внешних факторов и особенности внутренней среды. Обоснована целесообразность использования категории предсказуемости изменений среды, которая имеет индивидуальные для каждого субъекта параметры, вместо усредненной характеристики нестабильности внешней организационной среды, которая доминирует при выборе приоритетной стратегической методологии.*

*Определены подходы к оценке предсказуемости изменений на основе идентификации прогностических компетенций разработчиков стратегии и вероятности прогнозируемого развития, которая зависит от реактивности действий предприятия.*

*Предложены модели определения формы стратегии и стратегической методологии на основе дифференцированных уровней нестабильности внешней среды и соответствующей реактивности предприятий, которая позволяет идентифицировать вероятность их прогнозируемого развития.*

**Ключевые слова:** стратегия, стратегическая методология, Стратегический менеджмент, внешняя среда, предсказуемость изменений.

*The problems of choice of methodology and forms of representing the enterprise strategy taking into consideration objective external factors and particularities of the internal environment are considered. Appropriateness of usage of the category of indicated environment changes predictability is justified which has individual parameters for each subject instead of the average characteristic of the instability of the external organizational environment which dominates while choosing priority strategic methodology.*

*Approaches to the evaluation of the predictability of changes based on identification of prognostic competencies of strategy developers and probability of the predicted market depending on the enterprise's reaction to the external factors of influence are determined.*

*Models of defining strategy forms and strategic methodology based on differentiable level of external environment instability and corresponding enterprises reaction which allows to identify predictability of the forecasted development are proposed.*

**Keywords:** strategy, strategic methodology, strategic management, external environment, predictability of changes.

**Вступ.** Розвиток стратегічної ідеології, який з різним рівнем інтенсивності триває вже більше 60 років, обумовив появу великої кількості концепцій і прикладних підходів, що визначають і регулюють стратегічні перспективи підприємства. До нього долучилось багато видатних вчених, зокрема А. Чандлер, Т. Левітт, І. Ансофф, Б. Хендерсон, Г. Мінцберга і П. Уденбурга, Х. Віссема, М. Портер та інші, які своїми працями довели, що формування стратегії розвитку суб'єкта ринку не може здійснюватись за загальноприйнятим алгоритмом, придатним для застосування в різних умовах організаційного середовища. Це спонукало до розробки нових методологій, які мали відповідати процесам прискорення і ускладнення зовнішніх і внутрішніх умов діяльності підприємств. На зміну стратегічному плануванню прийшла методологія стратегічного управління, а згодом, і стратегічного підприємництва. Намагання їхніх adeptів довести застарілість попередніх було спростовано подальшими дослідженнями. Сучасне бачення стратегічної ідеології базується на доказовому положенні щодо доцільності вибору тієї чи іншої методології з урахування диференційованих умов зовнішнього і внутрішнього організаційного середовища. Тобто, існуючі теоретико-методологічні підходи до формування стратегії підприємства мають перспективу застосування за умови об'єктивної ідентифікації рівня нестабільності середовища.

В прикладній площині актуальність проблеми визначення рівня нестабільності середовища пов'язана з оцінкою передбачуваності змін середовища, яка має індивідуальний характер і обумовлена певними здатностями підприємства, яке поставило собі за мету обрати придатну для використання методологію розробки стратегії. Не менш складною і важливою є проблема визначення форми стратегії, яка, з одного боку, є наслідком застосованої методології, з іншого – результатом бачення вищим менеджментом підприємства форми представлення стратегії, яка здатна забезпечити її розуміння і реалізацію.

**Постановка завдання.** Виходячи з визначеної актуальності теми, метою дослідження є з'ясування підходів до оцінки рівня передбачуваності змін середовища підприємством, яке поставило за мету розроблення стратегії свого розвитку. Потребує також вирішення проблема розроблення механізму вибору підприємством методології формування стратегії і форми її представлення у відповідності до визначеного рівня передбачуваності впливу зовнішніх нерегульованих чинників та внутрішніх обставин.

**Методологія дослідження.** Вивчення складних теоретико-методологічних проблем визначення рівня передбачуваності змін середовища і пов'язаних з ним підходів до вибору форми стратегії підприємства, обумовило використання методів системного аналізу, наукової абстракції, систематизації та узагальнення, матричного позиціонування, прогнозування, експертних оцінок. Їхнє комплексне застосування слугувало науковою базою отриманих висновків і пропозицій.

**Результати дослідження.** В науковій літературі рівень передбачуваності майбутніх зовнішніх змін знайшов відображення переважно в площині виявлення та оцінки об'єктивних ознак і параметрів динамічності середовища функціонування підприємств.

Першими її дослідниками були Ф. Емері і Е. Тріст, які опублікували фундаментальні роботи з теорії динамізму зовнішнього середовища і виокремили типи такого середовища за системою якісних ознак [5], [6].

І. Ансофф [1, с. 402] підійшов до вивчення даної проблеми з практичного боку, запропонувавши три групи методів визначення майбутніх змін, що відповідають певному рівню динамізму зовнішнього середовища, зокрема, прогнозування, моделювання та експертне оцінювання. Заслугове на увагу структурований підхід до ідентифікації характеру зовнішнього середовища, запропонований Р. Дунканом [4, с. 45].

Дані дослідження, як і багато інших за подібною тематикою, є вагомим внеском у вирішення проблеми оцінки нестабільності середовища, яке суттєвим чином впливає на стратегічну поведінку учасників ринку. Але головною передумовою вибору стратегічної методології та пов'язаної з нею форми представлення стратегії підприємства є трансформація визначених об'єктивних ознак динамічності (нестабільності) середовища у суб'єктивізовану характеристику передбачуваності зазначених майбутніх змін. Її подальше використання в науковому лексиконі потребує змістовного визначення, ідентифікації складових і факторів впливу на оціночні параметри.

Під науковим передбаченням слід розуміти випереджаюче відображення дійсності, основане на пізнанні законів природи, суспільства і мислення. Що стосується рівня передбачуваності, то це відносна категорія, що має суб'єктивний характер, оскільки відображає усвідомлену міру здатності розробників стратегії визначити майбутні зміни середовища. Обґрунтованість такого рішення підвищується за рахунок врахування наступних об'єктивних обставин: рівня нестабільності зовнішнього середовища; прогностичної компетентності розробників стратегії; інформаційного забезпечення стратегічного процесу.

Рівень нестабільності зовнішнього середовища може бути оцінено на основі відповідної системи показників, які дозволяють ідентифікувати характер досліджуваного середовища за ознаками динамічності, турбулентності, стохастичності та стагнації.

Прогностична компетентність розробників стратегії залежить від великої кількості чинників, інтегрована оцінка яких виявляється у ретроспективних результатах оцінки прогнозованих характеристик.

В прикладному форматі оцінка прогностичної компетентності розробників надається на основі співставлення прогнозних і фактичних параметрів розвитку підприємства за період, що відповідає часовій глибині передбачуваних стратегічних рішень. Для цього розраховується коефіцієнт кореляції між значеннями даних показників, який диференціюється за якісними характеристиками – висока, середня чи низька прогностична компетентність розробників. Можливий варіант диференціації наведено у табл. 1.

Значення  $r < 0,70$  за 10-літньої ретроспективи слід вважати недостатнім для визнання допустимого рівня прогностичної компетентності розробників стратегії. За цих значень (коефіцієнт детермінації буде дорівнювати 0,49) прогноз виправдався лише на 49%, що явно замало для позитивної оцінки прогностичної здатності підприємства.

Запропоновані характеристики є рекомендаційними і задаються експертно. За більшої глибини ретроспективи прийнятність зниження кореляції зростає.

Умовністю даного підходу визначення прогностичної компетентності розробників є екстраполяція минулих здатностей на стратегічну перспективу.

Інформаційне забезпечення має відповідати певним кількісним і якісним критеріям. Нестача інформації звужує прогностичні можливості розробників стратегії, а її надмірність може призвести до хибних висновків щодо майбутніх змін середовища. За даних обставин на перший план виходять вимоги до якості інформації, яка помітно знижується за умов інформаційного перевантаження, що виявляється як у перевищенні потреби в інформації, так і у наявності інформації, яку складно обробити.

Комплексне врахуванням зазначених обставин складає основу визначення можливого рівня передбачуваності змін середовища (рис. 1), який впливає на вибір адекватних методологій і придатної для використання форми представлення стратегії (змістовне розуміння форми стратегії, її види і засоби представлення викладено в [3, 3-10])

**Якісна диференціація кореляції прогнозних  
і фактичних значень показників розвитку підприємства  
по ретроспективних періодах**

Значення коефіцієнту кореляції, (r)	Глибина ретроспективи, роки		
	До 5	5 - 10	Більше 10
1 – 0,9	висока	висока	висока
0,89 – 0,80	прийнятна		
0,79 – 0,70	не прийнятна	прийнятна	
0,69 – 0,60		не прийнятна	прийнятна
0,59 і менше			не прийнятна

Окремим коригуючим чинником виступає бюджет формування стратегії. Це об'єктивний параметр, відносно вибору методології і форми стратегії, має суб'єктивне походження, оскільки його обсяг визначається управлінським рішенням, основаним на з'ясуванні бюджетних можливостей підприємства.

Тому суб'єктивне бачення рівня передбачуваності змін середовища, оцінювання достатності бюджетного забезпечення стратегічного процесу, придатності стратегічних методологій і адекватності форм стратегії є визначальним, але таким, що формується на основі знання об'єктивних чинників і кількісно визначених ознак. З огляду на присутність суб'єктивного компоненту і при з'ясуванні рівня нестабільності середовища, його типи визначаються у форматі укрупнених якісних характеристик, які не потребують точного кількісного оцінювання.

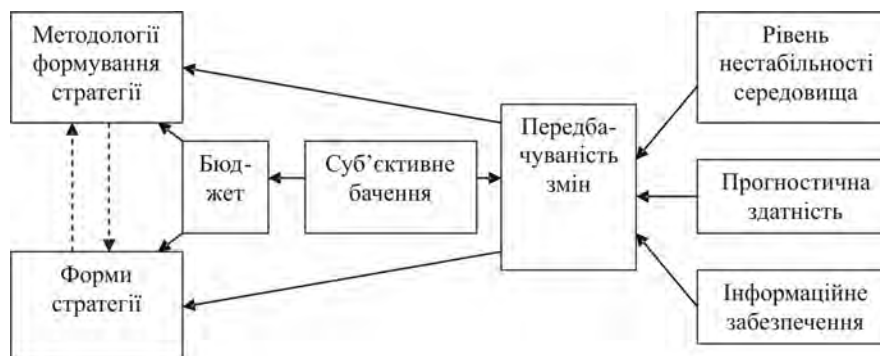


Рис. 1. Модель визначення форми стратегії і методології її формування на основі передбачуваності змін середовища (модель А).

Слід підкреслити, що суб'єктивні фактори формування стратегії мають місце на усіх стадіях стратегічного процесу. За влучним висловлюванням Р.Коха, "між мисленням і дією, між аналізом і спостереженням, між логічними моделями і досвідом, між теорією і інтуїцією існує симбіоз. В кінцевому рахунку, однак, рішення, як правило, приймаються на основі інтуїції. ...Якби це було не так, всі проблеми вирішувались за допомогою математики" [2, 108].

Це нашоє на думку щодо прикладної значимості кількісного вимірювання нестабільності середовища загалом, якщо реалізується мета формування стратегії підприємства, яка передбачає індивідуальне сприйняття рівня його нестабільності. Додамо, що індивідуалізм сприйняття зовнішнього середовища поширюється і на характер змін внутрішнього середовища підприємства під впливом зовнішніх умов.

Якісні і кількісні, статичні та динамічні ознаки спільного зовнішнього середовища по різному впливають на різні підприємства. Навіть якщо припустити, що два підприємства розробили абсолютно ідентичні стратегії, їхня реалізація найскоріше за все буде здійснюватися в абсолютно різному режимі і форматі. Тому виключний стратегічний інтерес може представляти не тільки характер середовища, в якому буде здійснюватися стратегічний розвиток підприємства, а й реакція цього підприємства на виклики зовнішнього середовища. Її результативність виявляється через ознаку реактивності досліджуваного підприємства.

Реактивність підприємства відображає ступінь його залежності від змінюваних зовнішніх умов з урахуванням внутрішніх стабілізаційних можливостей. Вона може бути стабілізуючою і дестабілізуючою. Стабілізуючий характер реактивності буде спостерігатись за умови забезпечення більш стабільного внутрішнього середовища підприємства у порівнянні із зовнішнім. Дестабілізуюча реактивність (нестабільність внутрішнього середовища більша за зовнішню) є результатом неефективного управління, що призвело до некерованої динаміки основних показників розвитку підприємства.

Так, якщо за умов стохастичного зовнішнього середовища підприємство має динамічне внутрішнє середовище, можна стверджувати, що воно має високий рівень реактивної стабільності, оскільки досягло значно більшої внутрішньої стабільності у порівнянні із зовнішнім оточенням. За стохастичного внутрішнього середовища при динамічному типі зовнішнього, реактивність буде дестабілізуючою з високими ознаками негативної значущості.

Отже, модель визначення форми стратегії і методології її формування на основі передбачуваності змін середовища (рис. 1) трансформується, з урахуванням визначеної можливості кількісного вимірювання внутрішніх змін в підприємстві під впливом зовнішніх чинників (рис. 2).

Отже, вибір стратегічної методології і форми стратегії можна здійснювати на основі ймовірності прогнозованого розвитку, що визначається рівнем реактивності підприємства з урахуванням диференційованої нестабільності зовнішнього організаційного середовища.

Не можна стверджувати, що викладений підхід до з'ясування чинників вибору стратегічних методологій та форм стратегій не має вад, притаманних моделі, побудованій на визначенні рівня передбачуваності змін середовища.

Якщо у моделі А допускається можливість оцінки рівня передбачуваності змін зовнішнього середовища на основі набутого у минулому досвіду за ознаками, які, здебільшого, не піддаються кількісному вимірюванню, то модель Б, квінтесенцією якої є визначення ймовірності прогнозованого розвитку, припускає можливість однакової реакції досліджуваного підприємства на зміни в поточному періоді і стратегічній перспективі.

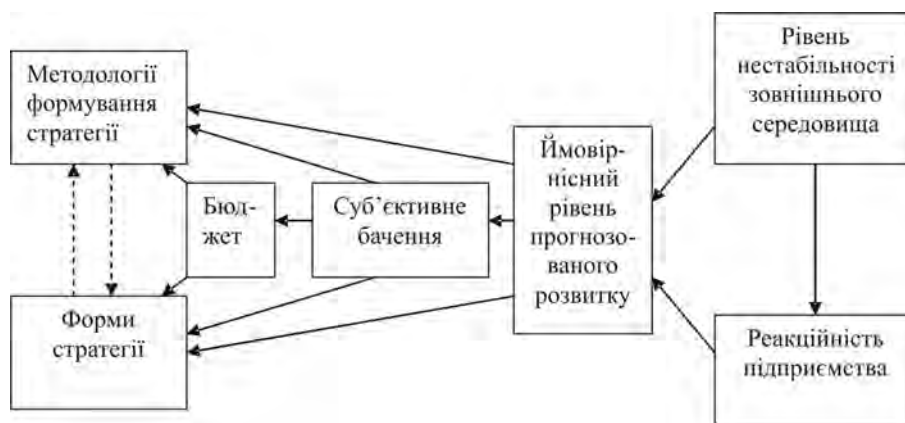


Рис. 2. Модель визначення форми стратегії і стратегічної методології на основі кількісного вимірювання внутрішніх змін в підприємстві під впливом зовнішнього середовища (модель Б).

Прикладне застосування моделі визначення форми стратегії і методології її формування на основі кількісного вимірювання внутрішніх змін в підприємстві під впливом зовнішнього середовища передбачає ідентифікацію ймовірнісного рівня його прогнозованого розвитку за параметрами реактивної організаційної стабільності та рівня нестабільності зовнішнього середовища.

Необхідність обопільного врахування зазначених характеристик обумовлена наступними логічними побудовами.

Прогнозованість розвитку буде тим більшою, чим буде більшою реактивна стабільність підприємства, яка відображає його здатність до згладжування впливу зовнішніх змін на внутрішні організаційні процеси. Реактивна стабільність є важливою диференційованою характеристикою управлінської діяльності підприємства, але недостатньою для визначення рівня його прогнозованого розвитку. За однакової реактивної стабільності, а вона буде мати місце за турбулентного зовнішнього середовища і динамічного внутрішнього, стохастичного зовнішнього і турбулентного внутрішнього (тобто близьких рівнів нестабільності зовнішнього і внутрішнього середовища), будуть різні передумови до визначення ймовірності прогнозованого розвитку підприємства. Причиною

тому – різний рівень нестабільності зовнішнього оточення: ймовірність прогнозованого розвитку підприємств, які мають однакову реактивну стабільність, у стохастичному і турбулентному середовищі буде різною.

Матричне позиціонування підприємств за ознаками їх реактивності і та нестабільності зовнішнього середовища дозволяє сформулювати парні співвідношення зазначених характеристик, за якими можна визначити рівні ймовірності прогнозованого розвитку даних підприємств (табл.2).

Таблиця 2

**Матриця конфігурацій реактивності підприємства (Рп)  
та нестабільності його зовнішнього середовища (Зн).**

Внутрішнє середовище\*\*

Диференційовані ознаки середовища	Вд	Вт	Вс
Зс	Рп 7 / Зн7	Рп 8 / Зн8	Рп 9 / Зн9
Зт	Рп 4 / Зн4	Рп 5 / Зн5	Рп 6 / Зн6
Зд	Рп 1 / Зн1	Рп 2 / Зн2	Рп 3 / Зн3

Зовнішнє середовище\*

\* Зд, Зт, Зс – відповідно, динамічне, турбулентне, стохастичне зовнішнє середовище ;

\*\* Вд, Вт, Вс – відповідно, динамічне, турбулентне, стохастичне внутрішнє середовище ;

Визначені варіанти конфігурації співвідношення реактивності та нестабільності зовнішнього середовища потребують якісного оцінювання з метою оцінки ймовірності прогнозованого розвитку (табл. 3).

Не з'ясовано є реактивність підприємства за динамічного зовнішнього та внутрішнього організаційного середовища. Причиною цього є неможливість визначення внутрішніх стабілізаційних можливостей підприємства за відносно стабільного зовнішнього середовища.

Це ж стосується і варіантів обопільно стохастичного організаційного середовища, але з іншої причини. За високої, але не диференційованої нестабільності зовнішнього середовища адекватна нестабільність внутрішнього свідчить про недиференційований рівень реактивності підприємства. Для сфокусованого її оцінювання необхідне неспівпадіння рівнів досліджуваних ознак. Це ж стосується і турбулентних характеристик обох середовищ.

В розглянутих варіантах Рп1/Зн1, Рп5/Зн5 і Рп9/Зн9, оцінювання ймовірності прогнозованого розвитку має здійснюватися за визначеною ознакою – рівнем нестабільності зовнішнього середовища. В динамічному середовищі вона найвища, в стохастичному – найнижча.

Середні значення рівня ймовірності прогнозованого розвитку мають надаватись за помірної невідповідності нестабільності середовища і реактивності підприємства, наприклад, за турбулентного зовнішнього і динамічного внутрішнього організаційного середовища.

Низькі та високі – в разі високої обопільної невідповідності досліджуваних характеристик середовища.

**Оцінювання ймовірності прогнозованого розвитку підприємства  
на основі конфігурації його реактивності і нестабільності зовнішнього середовища**

Варіант реактивності підприємства	Ознака реактивності підприємства	Варіант нестабільності зовнішнього середовища	Тип зовнішнього середовища	Ймовірність прогнозованого розвитку
Рп 1	не з'ясовано	Зн 1	динамічне	надвисока
Рп 2	помірна, дестабілізуюча	Зн 2	динамічне	середня
Рп 3	висока, дестабілізуюча	Зн 3	динамічне	низька
Рп 4	помірна, стабілізуюча	Зн 4	турбулентне	висока
Рп 5	не з'ясовано	Зн 5	турбулентне	середня
Рп 6	помірна, дестабілізуюча	Зн 6	турбулентне	низька
Рп 7	висока, стабілізуюча	Зн 7	стохастичне	висока
Рп 8	помірна, стабілізуюча	Зн 8	стохастичне	середня
Рп 9	не з'ясовано	Зн 9	стохастичне	наднизька

Слід зазначити, що розглянуті моделі можуть бути придатними для паралельного застосування. Оскільки визначення форми стратегії та пріоритетної стратегічної методології здійснюється на основі відповідних управлінських рішень, обґрунтованість яких залежить від повноти і об'єктивності вхідної інформації, знання можливих методичних підходів до вирішення проблеми, комплексного врахування внутрішніх і зовнішніх чинників розвитку підприємства, знання ймовірності прогнозованого розвитку підприємства та рівня передбачуваності змін середовища не будуть зайвими при вирішенні зазначеної проблеми. Особливо це стосується випадків з посередніми характеристиками рівня передбачуваності змін середовища і ймовірності прогнозованого розвитку.

Кожна з моделей може бути недоцільною для практичного застосування за певних обставин. Так, при отриманні низьких характеристик прогнозованого розвитку (Модель Б), єдиним засобом вибору стратегічної методології і форми стратегії залишається оцінювання передбачуваності змін зовнішнього середовища (Модель А). Пріоритетність Моделі А може бути визнана за умови високого рівня передбачуваності змін зовнішнього середовища, але це рішення є виключно управлінським. Більш обґрунтованим є підхід, що передбачає обопільне врахування обох головних передумов вибору зазначених моделей.

Вибір пріоритетної моделі передбачає здійснення наступних управлінських дій, що підпорядковані відповідному алгоритму (Рис. 3 )

Процес вибору починається з оцінювання ймовірності прогнозованого розвитку підприємства, яке на відміну від оцінки передбачуваності змін середовища має більший рівень об'єктивності, оскільки враховує статистично визначений рівень реактивної стабільності підприємства. За високої значимості ймовірності прогнозованого розвитку модель Б слід визнати пріоритетною, як і модель А за її низьких характеристик.

В разі середньої оцінки ймовірності прогнозованого розвитку застосовується додатковий оцінний показник – рівня передбачуваності змін середовища. За його високих значень пріоритетність моделі А вбачається обґрунтованою, за низьких – пріоритет слід надати моделі Б.

Складною є ситуація за обопільно середніх значень ймовірності прогнозованого розвитку і передбачуваності змін. Неможливість вибору моделі визначення форми стратегії і стратегічної методології за зазначеними характеристиками робить актуальним інтегральний підхід. Він передбачає формування стратегії підприємства за декількома основними методологіями з варіативністю форм



її представлення. Їхня пріоритетність буде визначатись в процесі прикладної реалізації стратегії в залежності від поточних умов діяльності підприємства.



Рис. 3. Алгоритм вибору пріоритетної моделі визначення форми стратегії і стратегічної методології

Обмежувальним чинником застосування інтегрального підходу можуть стати бюджетні обмеження. В цьому разі варіативність форм стратегії буде визначатись обсягом коштів, передбаченого на вирішення даного завдання.

Диференційовані рівні нестабільності зовнішнього і внутрішнього організаційного середовища дозволяють ідентифікувати їхній характер і запропонувати відповідні моделі визначення форми стратегії і стратегічної методології (табл. 4).

Таблиця 4

**Рекомендовані моделі визначення форми стратегії і стратегічної методології по досліджуваних підприємствах**

Варіанти співвідношення рівнів реактивної стабільності підприємства і нестабільності зовнішнього середовища	Ймовірність прогнозованого розвитку	Пріоритетна модель
Рс1 Ін1	надвисока	Модель Б
Рс2 Ін2	середня	Інтегральна
Рс3 Ін3	низька	Модель А
Рс4 Ін4	висока	Модель Б
Рс5 Ін5	середня	Інтегральна
Рс6 Ін6	низька	Модель А
Рс7 Ін7	висока	Модель Б
Рс8 Ін8	середня	Інтегральна
Рс9 Ін9	наднизька	Модель А

В прикладному форматі вибір форми стратегії і стратегічної методології здебільшого носить інтуїтивний характер, що суттєво знижує наукову обґрунтованість визначених напрямів стратегічного розвитку підприємств. Їхня реалізації наштовхується на не прогнозовані зовнішні і внутрішні обставини, ймовірність яких можна було б передбачити, в разі ретельного вивчення і оцінювання нестабільності організаційного оточення та з'ясування рівня прогностичних здатностей підприємства.

**Висновки.** Існуючий науковий постулат стратегічного менеджменту щодо необхідності вибору стратегічної методології з урахуванням визначеної нестабільності змін середовища потребує удосконалення на основі уведення положення про передбачуваності зазначених змін, яка має індивідуальні для кожного суб'єкта параметри. Вона залежить від об'єктивних ознак нестабільності середовища і суб'єктивних прогностичних компетенцій розробників стратегії та наявного інформаційного забезпечення стратегічного процесу на підприємстві.

Вибір стратегічної методології і форми стратегії можна здійснювати на основі оцінки рівня передбачуваності змін середовища і ймовірності прогнозованого розвитку, яка визначається реактивністю підприємства на зовнішні чинники впливу.

Зазначені підходи можуть бути придатними для паралельного застосування, виходячи з повноти і об'єктивності наявної вхідної інформації та комплексного врахування внутрішніх і зовнішніх чинників розвитку підприємства.

В практичній площині диференційовані рівні нестабільності зовнішнього середовища і відповідної реактивності підприємств дозволяють ідентифікувати ймовірність їхнього прогнозованого розвитку і запропонувати відповідні моделі визначення форми стратегії і стратегічної методології.

#### Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление: Пер. с англ. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Кох Р. Стратегия. Как создать и использовать эффективную стратегию. – СПб.: Питер, 2003. – 320 с.
3. Смолін І.В., Дрінь О.Я. Поліформізм стратегій підприємств в диференційованих умовах організаційного середовища, // "Стратегія", ВДНЗ КНЕУ імені Вадима Гетьмана, 2013, № 3, с. 3-10.
4. Dunkan R. What Is The Right Organization Structura? // Organizational Dynamic's. – Winter, 1979. - 34- 42p.
5. Emery F.E., Trist E.L. The casual texture of organizational environment // Human relations. – 1965. – Vol. 18.
6. Emery F.E., Trist E.L. Toward a social ecology. – NY, 1973.

УДК 338.24

**Стеченко Д.М.**

*доктор економ. наук, професор*

**Омельченко О.С.**

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВИДІВ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ І СТВОРЕННЯ МЕХАНІЗМУ ЇЇ ПЛАНУВАННЯ ТА ЗДІЙСНЕННЯ**

## **СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К КЛАССИФИКАЦИИ ВИДОВ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ И СОЗДАНИЕ МЕХАНИЗМА ЕЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ**

## **SYSTEM APPROACH TO THE ENTERPRISE RESTRUCTURING KINDS CLASSIFICATION AND PLANNING AND IMPLEMENTATION MECHANISM ELABORATION**

*В статті розкрита економічна природа такої категорії як «реструктуризація». Запропоновано інтегральне визначення реструктуризації підприємства та її двоступенева класифікація на основі узагальнення аспектів системного підходу. Описано новий погляд на сутність організаційно-економічного механізму реструктуризації і запропоновано основні положення щодо його реалізації.*

*Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що запропоновані визначення, класифікації і підходи можуть скласти теоретичну основу для управління реструктуризацією, діагностування стану та загрози банкрутства промислового підприємства*

**Ключові слова:** реструктуризація, організаційно-економічний механізм реструктуризації, системний підхід, структурні зміни, класифікація

*В статье раскрыта экономическая природа такой категории как «реструктуризация». Предложено интегральное определение реструктуризации предприятия и его двухступенчатая классификация на основе обобщения аспектов системного подхода. Описан новый взгляд на сущность организационно - экономического механизма реструктуризации и предложены основные положения по его реализации.*

*Практическое значение полученных результатов заключается в том, что предложенные определения, классификации и подходы могут составить теоретическую основу для управления реструктуризацией, диагностирования состояния и угрозы банкротства промышленного предприятия*

**Ключевые слова:** реструктуризация, организационно-экономический механизм реструктуризации, системный подход, структурные изменения, классификация

*In the article The economic nature of such categories as “ restructuring .” An integral definition of restructuring the company and its two-stage classification-based generalization aspects of system approach. A new perspective on the nature of organizational- economic mechanism proposed restructuring and basic provisions for its implementation.*

*The practical significance of the results is that the proposed definition , classification and approach can make the scientific and theoretical basis for management restructuring and diagnostics of industrial enterprise threat of bankruptcy.*

**Keywords:** restructuring, organizational and economic mechanism of restructuring, system approach, structural changes, classification

**Вступ.** Орієнтація промислових підприємств на інноваційний розвиток вимагає їх реструктуризації. Управління цим процесом супроводжується уточненням основних понять, формуванням науково обґрунтованої методології планування, розроблення, обґрунтування і здійснення реструктуризації.

Належний термінологічний апарат з питань реструктуризації формується. Наявність різних трактувань цього процесу зумовлена комплексним характером як самої реструктуризації, так і об'єктів, на які направлена її дія. Численні класифікації відображають різні аспекти реструктуризації. Різним поглядам на сутність і функціонування її організаційно-економічного механізму притаманні жорсткість схем реалізації, неузгодженість окремих етапів і напрямів реструктуризації, відсутність комплексного врахування усіх її аспектів.

Управління структурними змінами потребує аналізу та узагальнення існуючих науково-методичних положень з точки зору системного підходу. З'являється необхідність у комплексному підході до визначення сутності і основ функціонування організаційно-економічного механізму реструктуризації.

Сьогодні дослідники розглядають різні аспекти реструктуризації, застосовуючи широкий спектр теоретико-методологічних підходів. Сутність реструктуризації підприємств зводять до: цілеспрямованого, системного і предметно-дійового процесу керованого впливу на зміну структури складових підприємств для забезпечення їх конкурентоспроможності через посилення потенціалу [1, 2]; здійснення комплексу заходів, спрямованих на зміну структури і управління підприємства, форм власності, організаційно-правових форм [3, 4]; структурної переорієнтації за рахунок створення ефективної системи функціонування, здатної своєчасно адаптуватися до змін середовища [5, с. 73]; комплексу змін в організаційно-функціональній структурі [6, с. 8].

Відповідно існує декілька поглядів на сутність, форми і функціонування організаційно-економічного механізму реструктуризації. Загалом цей механізм визначають через його здатність характеризувати динамічний процес, який включає чітку послідовність і взаємообумовленість економічних явищ [7]. Для визначення також використовують такі аспекти як: сукупність організаційних структур, конкретних форм і методів управління, правових норм, економічних законів та процесів відтворення [8]; система мір, важелів, стимулів для підвищення ефективності суспільного виробництва [9]; механізм поєднання дії державного регулювання та ринкового механізму саморегуляції для досягнення визначеної мети [10]; система соціально-економічних відносин [11].

Існуючі науково-методичні положення потребують детальнішого розгляду та узагальнення з позицій системного підходу. Широкий спектр проблемних питань стосовно реструктуризації в повній мірі вирішено, що зумовлює необхідність подальших наукових і практичних розробок.

**Постановка завдання.** На основі аналізу існуючих науково-методичних положень щодо сутності реструктуризації та її здійснення необхідно уточнити з точки зору системного підходу сутності понять «реструктуризація» і «організаційно-економічний механізм реструктуризації» і розробити новий підхід до планування, розроблення, здійснення реструктуризації і оцінювання її результатів.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань: проаналізувати різні підходи до визначення поняття реструктуризації, її класифікації та організаційно-економічного механізму реструктуризації; запропонувати визначення та систему класифікаційних ознак реструктуризації з врахуванням її комплексного характеру і механізм її реалізації; розробити основні положення організаційно-економічного механізму реструктуризації.

**Методологія.** Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження є системний підхід, загальнонаукові методи наукового пізнання, такі як порівняння, абстрагування, методи індукції та дедукції, аналізу та синтезу. Теоретичну базу дослідження становлять науково-методичні праці вітчизняних і зарубіжних учених щодо процесів структурних перетворень і трансформації підприємств.

#### **Результати дослідження.**

##### **1. Інтегральне визначення реструктуризації**

Узагальнення існуючих поглядів на реструктуризацію дозволяє ввести узагальнене комплексне визначення реструктуризації одночасно як:

а) функції управління щодо здійснення перетворень, які сприяють приведенню організаційно-управлінської, фінансово-економічної, виробничо-господарської підсистем підприємства та бізнес-процесів до його конкурентної позиції на ринку з метою повнішого використання наявного економічного потенціалу;

б) процесу організаційно-економічних, правових, технічних перетворень, які призводять до зміни організаційної, виробничої, технологічної, управлінської структури підприємства;

в) способу структурної переорієнтації підприємства його підсистем шляхом забезпечення ефективності розподілу і використання ресурсів шляхом впровадження комплексу інновацій у наявній сфері діяльності;

г) інструменту здійснення змін, спрямованого на забезпечення оптимального функціонування підприємства у мінливих ринкових умовах відповідно до розробленої і обґрунтованої стратегії його розвитку.

Таке розуміння реструктуризації передбачає використання сукупності методів аналізу усіх її аспектів у взаємозв'язку з усіма чинниками і процесами:

– функціонального підходу до управління для дослідження реструктуризації як функції, що дозволяє перейти до циклічно повторюваного контуру дій і його елементів та визначити організаційно-функціональну її структуру;

– теорії життєвого циклу та концепції управління вартістю підприємства для дослідження реструктуризації як процесу, що є основою для розгляду реструктуризації як неперервного процесу адаптації підприємства до зовнішнього середовища з метою збереження або збільшення вартості бізнесу і дозволяє розмежувати статичні та динамічні параметри, відстежувати розгортання процесу її здійснення у часі, оцінювати вартість, прогнозувати результати;

– теорії оптимізації і прийняття рішень для дослідження реструктуризації як способу структурної переорієнтації підприємства, що сприяє дослідженню таких проблемних питань, як вибір оптимальної стратегії та методів її підтримки, критеріїв визначення оптимальних рішень і дозволяє розкрити взаємозв'язок організаційно-функціональних особливостей підприємства з результатами його діяльності та структурними змінами;

– теоретичного апарату міжрівневої (макро-, мезо- і мікроекономіка) координації для дослідження реструктуризації як інструменту, що дозволяє привести структуру і діяльність підприємств у відповідність до регіональних, галузевих та державних вимог і перейти до управління підприємствами на основі ринкових механізмів. Завдяки розгляду цього аспекту реструктуризація перетворюється у ключовий інструмент забезпечення оптимізації витрат, інвестиційної привабливості, підвищення якості продукції і зростання вартості підприємства, побудови структури управління, адаптованої до зміни зовнішнього середовища і вимог реінжинірингу бізнес-процесів.

##### **2. Інтегральна класифікація реструктуризації**

Існує багаторозрізнених і не пов'язаних між собою якісними зв'язками класифікацій. Одні й ті ж самі види реструктуризації виокремлюються за різними критеріями. Тому виникла необхідність розробити нову узагальнену двоступеневу класифікацію реструктуризації, зображену на рис. 1.

Така класифікація, в основу якої покладено багатоаспектність реструктуризації, на наш погляд, повніше відображає як комплексну природу реструктуризації, так і характеристики окремих її проявів. Використання одночасно двох класифікаційних критеріїв — досліджуваного аспекту (функція, процес, спосіб, інструмент) і його домінуючої ознаки — зумовлене поєднанням в її економічній природі таких понять як «функція — процес — спосіб — інструмент» і здатне об'єднати всі існуючі класифікації в єдину систему.

Так, дослідження адаптаційної, санаційної(антикризової) та еволюційної (розвиткової, випереджальної) реструктуризації (за метою змін [6, с. 9], видомуправління [1, с. 123], умовами реалізації [12, с. 81], станом підприємства умовамизовнішнього середовища [2, с. 72], станом господарюючого суб'єкта та поставленими цілями [5, с. 74], етапом життєвого циклу або фазою кризи [13, с. 115] чи без виділення певного класифікаційного критерію, наприклад[14]) оперує цілою низкою процесних характеристик та застосовує концепцію життєвого циклу. Отже, при виокремленні вказаних видів реструктуризація розглядається як процес. Процесний аспект покладено також в основу виокремлення таких видів реструктуризації: короткотермінова і довготермінова (за термінами перетворень) [12, с. 81-82]; стратегічна і оперативна(за обсягом і характером робіт[12, с. 81], видомуправління [15, с. 233], формою [16, с. 9] і тривалістю періоду здійснення[5, с. 74]); активна і пасивна (за характером процесів); обмежена й комплексна(за ціліямий інтенсивністю розроблення і реалізації заходів або масштабами проведення) [5, 12, 13]; локальна і комплексна (за ступенем охоплення) [12, с. 81].



Рис. 1. Узагальнена двоступенева класифікація реструктуризації

Функціональний підхід покладено в основу виокремлення таких видів реструктуризації: примусова й добровільна (за джерелом ініціативи проведення реструктуризації) [12, с. 81-82]; реструктуризація власності, комерційної діяльності і інформаційних систем, управлінська, виробнича, кадрова, фінансово-інвестиційна реструктуризація (за функціональним змістом[12, с. 81-82], об'єктом функціональної сфери діяльності [15, с. 233], складовими діяльності» [2, с. 34-35]).

Функціональний аспект також надає можливість встановити взаємозв'язок понять «реструктуризація» та «реорганізація». Реорганізація як зміна організаційної структури підприємства (в тому числі зовнішньої структури – організаційно-правової форми та внутрішньої – системи управління)

співвідноситься з такими видами реструктуризації як організаційна та управлінська за зазначеною вище класифікацією [12, с. 81-82] та корпоративною реструктуризацією [17, с. 46-47].

Інструментальний аспект покладено в основу виокремлення таких видів реструктуризації: стратегічна і оперативна (за обсягом і характером робіт) [12, с.81-82] і видом управління [15, с. 233]); удосконалення маркетингової концепції, реалізація захисної, автоматичної, антиборгової стратегій, нарощування потенціалу підприємства (за стратегією підприємства) [12, с.81-82]; підвищення ефективності або інвестиційної привабливості, фінансове оздоровлення, доприватизаційна підготовка (за цільовою спрямованістю) [12, с.81-82].

Розгляд реструктуризації як способу покладено в основу виокремлення її видів, пов'язаних зі зміною структури дебіторської і кредиторської заборгованості: реструктуризація активів, капіталу та зобов'язань [18, с.6].

Комплексний підхід до визначення реструктуризації дозволяє уточнити співвідношення між поняттями «реструктуризація» та «санация». Аналіз категорійних ознак показав, що санация та реструктуризація мають три спільні аспекти (процес, функція, інструмент) та два відмінних (стадія та спосіб). Дійсно, санация близька до реструктуризації у функціональному, процесному та інструментальному аспектах. При функціональному підході розглядають подібні повноваження органів управління щодо розробки, затвердження та реалізації плану санации чи реструктуризації та контролю його виконання. При розгляді процесного аспекту йдеться про зміни, тільки при реструктуризації зазначається їх структурний характер. При розгляді інструментального аспекту, хоч реструктуризацію розглядають як інструмент здійснення змін, спрямований на забезпечення оптимального функціонування підприємства у мінливих ринкових умовах відповідно до розробленої і обґрунтованої стратегії його розвитку, а санацию — як інструмент антикризового управління, в обох випадках досліджуються заходи організаційного, фінансово-економічного, виробничого та ін. характеру. Але розгляд санации у аспекті способу підкреслює відмінності: санация подібна до реструктуризації, якщо здійснюється як самостійний процес, і суттєво відрізняється від неї у значенні окремої стадії судового процесу банкрутства підприємства, порядок здійснення якої формалізовано в чинному законодавстві [19].

Встановлено, що відомі існуючі класифікації реструктуризації можуть бути виражені системою класифікаційних ознак запропонованої комплексної класифікації. Це дозволило об'єднати все різноманіття критеріїв класифікації.

### 3. Комплексний підхід до побудови механізму реструктуризації

Організаційно-економічний механізм реструктуризації — це система організаційно-функціональних схем, моделей, методів і процедур прийняття рішень і взаємодії з зовнішнім бізнес-середовищем, яка визначає послідовно-ітеративний процес зміни структури підприємства, соціально-економічних відносин, організації і функціонування виробництва, технологій, системи управління з урахуванням правових норм, існуючих суспільних інститутів.

Призначення, сутність і застосування цього механізму можна чітко визначити в розрізі запропонованого вище визначення реструктуризації:

а) призначення механізму для реалізації реструктуризації як функції управління здійсненням перетворень дозволяє пов'язати компоненти механізму з елементами системи управління підприємством, інтегрувати його функціонування з іншими функціями, визначити місце в функціональній структурі системи управління;

б) розгляд функціонування механізму як реалізацію відповідно виділеного і відповідним чином визначеного, описаного і підтримуваного процесу планування, здійснення і оцінювання результатів реструктуризації дозволяє пов'язати виконавців, роботи з відповідними компонентами механізму і надати реструктуризації притаманних їй процесних характеристик;

в) визначення реструктуризації як способу структурної переорієнтації надає механізму здатність до планування і здійснення реструктуризації на основі моделей оптимального розподілу і використання ресурсів підприємства, розподілу коштів між напрямками його діяльності, оцінювання результатів реструктуризації та інших моделей і методів. Завдяки цьому реструктуризація як функція і процес набуває органічного зв'язку з визначеною стратегічною метою розвитку підприємства, його наявним і прогнозованим потенціалом, ресурсними можливостями. Тепер якісно визначені цілі, потенціал і ресурси набувають вигляду кількісно визначених цільових функцій, технічних, технологічних, ресурсних та інших обмежень комплексу моделей і методів забезпечення і підтримки процесу реструктуризації;

г) трактування реструктуризації як інструменту здійснення змін надає механізму здатності підтримувати окремі роботи і операції бізнес-процесу реструктуризації. Саме цей аспект дозволяє

надати виконавцям робіт і операцій бізнес-процесу реструктуризації відповідні інструментальні засоби підтримки, які є складовими реалізації цього механізму.

Такий підхід до визначення сутності механізму реструктуризації забезпечує комплексний характер здійснення реструктуризації, природну інтеграцію цього механізму в єдину систему управління підприємством.

Оскільки на сьогодні існує єдиного комплексного підходу до здійснення процесу реструктуризації, який враховував би усі аспекти діяльності, і враховуючи індивідуальний характер схеми реструктурування для кожного підприємства, галузеві особливості, умови невизначеності, характерні для зовнішнього бізнес-середовища підприємств, пропонується підхід до здійснення реструктуризації на основі організаційно-економічного механізму реструктуризації, функціонування якого базується на використанні:

1) загальної моделі реструктуризації, яка визначає схему її планування, розроблення і реалізації — структуровану систему дій (етапів, підетапів, операцій). Потреба у цій моделі обумовлена необхідністю визначення: структури реструктуризації; варіантів її здійснення; основних об'єктів: стратегії реструктуризації; видів і форм реструктуризації; сценаріїв здійснення; взаємозв'язків з стратегічним і оперативним управлінням підприємством; засобів здійснення і інструментальної підтримки (функціональний аспект).

2) загальної бізнес-моделі підприємства у вигляді комплексу взаємопов'язаних моделей різного рівня деталізації, які описують найважливіші зв'язки між станом і параметрами підприємства, його потенціалу та бізнес-середовища і дозволяють оцінювати рішення щодо реструктуризації. Розроблення комплексу взаємопов'язаних моделей визначається недоцільністю побудови єдиної універсальної моделі [14]. На основі загальноприйнятої ієрархічної системи показників [14] розвинений апарат математичного моделювання дозволить параметри, які характеризують потребу в ресурсах, засобах здійснення реструктуризації підприємства, включити в моделі, які пов'яжуть їх параметри з очікуваними результатами реструктуризації, що створить умови для вибору ефективних рішень при плануванні, розробленні і реалізації реструктуризації (процесний аспект).

3) комплексу способів і методів здійснення реструктуризації й прийняття рішень щодо варіантів здійснення реструктуризації. Інтеграція загальних моделі реструктуризації і бізнес-моделі підприємства забезпечить вихід підприємства на якісно новий рівень розвитку. Реструктуризація передбачає оптимізацію діяльності підприємства на фоні постійного удосконалення його бізнес-моделі шляхом моніторингу і аналізу бізнес-процесів, ліквідації збиткових та створення нових, орієнтованих на ринок і адаптованих до сучасних умов, здатних забезпечити стійку конкурентоспроможність підприємств (аспект способу дії);

4) набору сценаріїв здійснення видів реструктуризації, на основі якого визначається стратегія реструктуризації, сутність якої становлять вибрані види реструктуризації та сценарії їхнього втілення. Методи здійснення змін забезпечують на основі комплексного модельного підходу сполучення різноманітних інструментів планування, оцінювання і здійснення перетворень. Це надасть підприємству здатність перманентно здійснювати системні організаційно-структурні зміни, а реструктуризації — нові бажані якості (аспект інструменту дії).

Такий підхід забезпечує розроблення стратегії реструктуризації підприємства, її деталізацію до необхідного для реалізації рівня, і втілення. При цьому розроблюється декілька стратегій, з яких формується оптимальна комбінована стратегія, якнайкращим чином спрямована на досягнення визначеної керівництвом мети. Це забезпечує ефект системності та дозволяє усунути дисбаланс між підприємством та зовнішнім середовищем.

Сценарний підхід дозволить реалізувати процес розроблення декількох варіантів реструктуризації і вибір оптимальної комбінованої стратегії на основі побудови сценаріїв розвитку подій для різних варіантів реструктуризації.

Визначені організаційно-економічним механізмом етапи здійснення реструктуризації наведені на рис. 2. Для підтримки здійснення реструктуризації передбачається інструментальний комплекс і процесно-рольова інтеграція управління реструктуризацією в існуючу систему управління підприємством.

Стисло розглянемо основні етапи реструктуризації і відповідні комплекси заходів, визначені на основі виконаних досліджень.

Прогнозно-оцінювальний етап (аналіз і діагностування): комплексний аналіз підприємства, тенденцій розвитку; виявлення кризових явищ; оцінювання їх переростання у кризові ситуації; класифікація кризового стану.

Аналітично-організаційний етап (підготовка до розроблення програми реструктуризації): розроблення механізмів подолання кризи; формування команди, яка здійснює реструктуризацію;

опрацювання результатів діяльності підприємства і діагностики; оцінювання інноваційно-інвестиційного потенціалу, санаційної спроможності підприємства.

Проектний етап (планування і розроблення стратегії реструктуризації та її деталізація): аналіз проблем діяльності і виділення ключових проблем; формулювання стратегічних цілей; виділення пріоритетних стратегій; розроблення концепції, програми і плану реструктуризації; оцінювання джерел ресурсів, концепції, програми і плану.

Реалізаційний етап (здійснення плану і програми реструктуризації): реалізація плану і програми.

Контрольний етап (контроль виконання проекту реструктуризації): моніторинг виконання проекту реструктуризації; контроль цільових показників; необхідні корегування; формування і розповсюдженні звітів.



Рис. 2. Схема реалізації механізму реструктуризації підприємства

#### 4. Напрями практичного застосування

Інтегральне визначення реструктуризації та класифікація її видів з точки зору системного підходу склали основу для розроблення організаційно-економічного механізму реструктуризації промислових підприємств. Виконані дослідження показали, що реалізація цього механізму забезпечить ефективне планування і здійснення реструктуризації за таких умов:

1) сукупність форм, моделей і методів організації процесу реструктуризації та способів і інструментів кількісного визначення і вимірювання змін повинна бути адекватною завданням реструктуризації;

2) оскільки процес підготовки і контролю реалізації програми реструктуризації базується на моніторингу, оцінюванні і прогнозуванні стану і потенціалу підприємства, моделі ідентифікації фактичного стану підприємства, його відхилення від нормативного стану, прогнозування стану повинні бути адекватними, точними і стійкими;

3) визначення ефективності реструктуризації як функції показників ефективності підприємства дозволить вчасно виявити сигнали щодо відхилення параметрів розвитку підприємства від бажаної траєкторії, забезпечити мінімальні відхилення фактичної траєкторії розвитку підприємства від визначеної і вибрати ефективні управлінські заходи в процесі реструктуризації;

4) реалізація механізму реструктуризації повинна створювати необхідні умови для ефективного планування часу та ресурсів, встановлення стратегічних орієнтацій та послідовно-ітераційної реалізації запланованих дій;

5) механізм реструктуризації повинен бути: превентивним і кризовим, коли кризи запобігти не вдалося; проактивним і реактивним, коли з'являються ознаки кризових явищ; активним, коли підприємство функціонує в умовах подолання кризи, і пасивним, коли - функціонує в умовах запобігання кризи;



6) стратегічна реструктуризація повинна розглядатися як одночасне продовження і поглиблення стратегічного розвитку підприємства;

7) реструктуризація як функція управління підприємством передбачає зміну кількісних та якісних характеристик структури підприємства, а як процес — саму зміну структури підприємства як цілісного комплексу для вибору оптимального шляху до мети;

8) реструктуризація на рівні підприємства може бути задіяна як до кожної сфери діяльності чи внутрішньої підсистеми окремо, так і до усіх одночасно. Вона передбачає зміну структури і форм власності, управлінських правил, процедур, функцій, методів прийняття рішень, політики та стратегії.

Загалом, таке розуміння реструктуризації підприємства дає змогу управляти організаційно-економічним механізмом реструктуризації на основі принципів і прийомів цільового управління з використанням формалізованих методів. Цей механізм має забезпечувати вибір форм реструктуризації, здатних комплексно використовувати чинники впливу на підприємство — рушійні сили, які впливають на господарську діяльність та забезпечують певний рівень отриманих результатів (підсилює позитивний вплив і нівелює негативний).

Висновки. У статті здійснено аналіз існуючих науково-методичних підходів до визначення і класифікації реструктуризації, визначення, побудови і функціонування організаційно-економічного механізму її реалізації і отримано такі нові наукові результати:

– запропоноване інтегральне визначення реструктуризації на основі системного підходу як процесу, функції, способу і інструменту, що дозволяє взаємопов'язано розглядати весь комплекс проблем, пов'язаних із аналізом і прогнозуванням діяльності підприємства і зовнішнього бізнес-середовища, оцінюванням потенціалу, діагностуванням кризового стану, плануванням і здійсненням реструктуризації, моніторингом і оцінюванням її результатів;

– здійснено класифікацію видів реструктуризації на основі системного підходу з виділенням дворівневої системи ознак, у якій на першому рівні виділяються ознаки за схемою “процес – функція – спосіб – інструмент”, а на другому комплексно поєднуються відомі системи ознак, що дозволило запобігти суперечливості і перетину різних систем ознак і виразити існуючі класифікації в рамках запропонованої системи класифікаційних ознак;

– удосконалено методичні основи побудови і функціонування організаційно-економічного механізму реалізації реструктуризації як функції управління щодо здійснення перетворень і власне процесу перетворень, а також способу структурної переорієнтації інструменту здійснення змін, що дозволило структурувати цей процес, інтегрувати в систему управління підприємства, пов'язати виконавців з роботами, застосувати для прийняття рішень математичні моделі і методи і надати виконавцям відповідні інструменти підтримки їх діяльності.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що запропоновані визначення, класифікації і підходи можуть скласти науково-теоретичну основу для управління реструктуризацією, діагностування стану та загрози банкрутства промислового підприємства.

Подальші дослідження спрямовані на формування науково-методичних основ і розробку організаційно-економічного механізму реструктуризації промислових підприємств у відповідності з запропонованим підходом.

### Література:

1. Пономаренко В.С. Стратегія управління організаційними перетвореннями на промислових підприємствах / В.С. Пономаренко, А.М. Золотарьов, О.М. Ястремська та ін.; В.С. Пономаренко (заг. ред.). – Х.: ХНЕУ, 2005. – 452 с.

2. Аистова М.Д. Реструктуризация предприятий. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям / Аистова М.Д. – М.: Альпина Паблшер, 2002. – 287 с.

3. Методика розробки планів реструктуризації державних підприємств та організацій. №73 від 02.06.97. Київ. Агенство з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій // [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).

4. Методичні вказівки щодо проведення реструктуризації державних підприємств. №9 від 23.01.1998. Міністерства економіки України. Київ. 1998 // [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).

5. Галушко А.В. Реструктуризация как средство адаптации предприятий к рыночным условиям хозяйствования / А.В. Галушко // Економіка розвитку. – 2002. – №1(21). – С. 73 – 74.

6. Портнова Г.О. Механізм вибору виду й оцінки ефективності реструктуризації промислового підприємства. Автореф. дисер. к.е.н. – Донецьк, 2008. – 25 с.

7. Економічна енциклопедія: у 3 т. / Б.Д. Гаврилишин (гол. ред.). – К.: ВЦ «Академія», 2000. – Т.2: К (концентрація капіталу) – П (портфельний аналіз). – 848 с.

8. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 494 с.

9. Кулькан А. Экономические механизмы / А.Кулькан: Пер.с фр./ общ.ред. Н.И.Хрусталевой.– М.: АО «Издательская группа «Прогресс», 1993.– 192 с.
10. Нетяжук М.В. Економічні механізми в ринкових умовах / М.В. Нетяжук // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук. праць. – К.: НДЕУ, 2004. – №3 (34). – С.24 – 29.
11. Євдокімов Ф. І. Організаційно-економічний механізм об'єднання промислових підприємств: монографія / Ф. І. Євдокімов, Н. В. Розумна. – Донецьк: ДВНЗ «ДонНТУ», 2010.– 179 с.
12. Кизим Н.А. Проблемы проведения реструктуризации промышленных предприятий в Украине: монография / Н. А. Кизим, В. В. Жихарцев: НИЦ промышленных проблем развития. – Х.: ИНЖЭК, 2009. – 179 с.
13. Ковалев А.И. Управление реструктуризацией предприятия. – К.: АВРИО, 2006. – 367 с.
14. Розвиток промислового виробництва: методи, моделі та інструменти: монографія / Грозний І.С. та ін.: заг. ред. І.С.Грозного. ІЕП НАН України. – Донецьк: Купріянов В.С., 2010. – 339 с.
15. Череп Л.В. Реструктуризація системи управління промислових підприємств: монографія / Л.В.Череп, О.В.Лепьохін, І.О.Лепьохіна-Таберко, О.Г.Череп: Запоріжжя: Вид-во КПУ, 2010. – 395 с.
16. Істоміна Т.А. Діагностика кризових ситуацій в процесі управління реструктуризацією підприємства. Автореф. дисер. к.е.н. – Харків, 2002. – 24с.
17. Баюра Д.О. Система корпоративного управління в Україні: стан та перспективи розвитку: монографія / Д.О. Баюра.– К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009. –288 с.
18. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л. Формування антикризового механізму стабілізації та стійкого розвитку машинобудівних підприємств. Автореф. дисер. к.е.н. – Суми, 2011. – 16с.
19. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 № 2343-ХІІ – Офіційний сайт ВРУ – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/.

# МАРКЕТИНГ

УДК 339.1-051:697.245

**Бажеріна К.В.**

*канд. екон. наук*

**Комяков О.О.**

*канд. екон. наук, доцент*

**Стадніченко В.В.**

*канд. екон. наук*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ДИЛЕРСЬКИМИ МЕРЕЖАМИ НА РИНКУ ПОБУТОВИХ КОТЛІВ

## ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ ДИЛЕРСКУЮ СЕТЬ НА РЫНКЕ БЫТОВЫХ КОТЛОВ

## ORGANIZATIONAL-ECONOMIC MECHANISM OF DEALER'S NETWORK MANAGEMENT OF BOILER MANUFACTURES

Стаття фокусує увагу на важливості розробленні організаційно-економічного механізму управління дилерськими мережами на ринку побутових котлів, що передбачає комплексний підхід до розроблення, реалізації та контролю збутових заходів. Авторами пропонується механізм, який складається з послідовності п'яти етапів: інформаційного, аналітичного, планування, організаційного та контролю. В рамках інформаційного етапу, формується система показників оцінки діяльності дилерської мережі та впроваджується відповідне програмне забезпечення. На аналітичному етапі автори пропонують здійснення комплексного дослідження профільного ринку та систем розподілу на ньому. На етапі планування механізм передбачає визначення обсягів збуту та витрат на управління дилерською мережею. На четвертому, організаційному етапі проводиться корегування збутових зусиль, відповідно до виокремлених категорій дилерів та рекомендованих напрямів співпраці з кожним із них. П'ятим етапом є організація та реалізація контролю, спрямовані на подальше вдосконалення збутової діяльності дилерської мережі.

**Ключові слова:** збутова діяльність, дилерська мережа, управління дилерською мережею, послідовно-ієрархічна діагностика, збутові зусилля.

Статья фокусирует внимание на важности разработки организационно-экономического механизма управления дилерскими сетями на рынке бытовых котлов, предусматривающего комплексный подход к разработке, реализации и контролю мероприятий по сбыту. Авторами предлагается механизм, который состоит из последовательности пяти этапов: информационного, аналитического, планирования, организационного и контроля. В рамках информационного этапа, формируется система показателей оценки деятельности дилерской сети и внедряется соответствующее

программное обеспечение. На аналитическом этапе авторы предлагают проведение комплексного исследования профильного рынка и систем распределения на нем. На этапе планирования механизм предусматривает определение объемов сбыта и затрат на управление дилерской сетью. На четвертом, организационном этапе проводится корректировка сбытовых усилий, согласно выделенных категорий дилеров и рекомендованных направлений сотрудничества с каждым из них. Пятым этапом является организация и реализация контроля, направленные на дальнейшее совершенствование сбытовой деятельности дилерской сети.

**Ключевые слова:** сбытовая деятельность, дилерская сеть, управление дилерской сетью, последовательно-иерархическая диагностика, сбытовые усилия.

*Article focuses on the importance of developing organizational-economic mechanism of dealer's network management of boiler manufactures, providing an integrated approach to the organization, implementation and control of sales activities. The authors propose a mechanism that consists of a sequence of five steps: informational, analytical, planning, organizational and control. As part of the information phase, a system of indicators to measure the activity of the dealer network and implemented appropriate software have to be developed. At the analytical stage the authors propose a comprehensive study of the profile market and distribution systems on it. At the planning stage mechanism involves determining the volume of sales and the cost of managing the dealer network. On the fourth stage, the adjustment of organizational marketing efforts, according to selected categories of dealers and recommended areas of cooperation with each of them have to be provided. The fifth stage is the organization and implementation of controls designed to further improve the sales activities of the dealer's network.*

**Keywords:** sales management, dealer network, dealer network management, hierarchical sequence diagnostics marketing efforts.

**Вступ.** Одним з важливих завдань збутового апарату підприємств виробників побутових котлів є управління дилерською мережею, яка складається з економічно незалежних посередників, що знаходяться в різній віддаленості від головного офісу. У літературі зі збуту та розподілу існує багато публікацій присвячених окремим питанням пов'язаних з управлінням дилерськими мережами. Особливо можна відзначити роботи зарубіжних авторів Горчельс Л., Маріен Е, Уеста Ч. [1], Штерн Л.В. [2], серед представників пострадянського простору – це роботи Гранкіної Н.А., Попова Е.В. [3], Шкардуна В.Д., Стерхової С.А. [4], Лисакової Н.С. [5], Пустиннікової Ю, Корнева А. [6]. Щодо публікацій вітчизняних авторів з даного питання, то уваги заслуговують роботи Бондаренка С.Ю. і Войчака А.В. [7], Комякова О.О. [8], Солнцева С.О., Стадніченка В.В. [9,10,11]. В даній статті пропонується приклад розроблення організаційно-економічного механізму управління дилерською мережею, як поетапному комплексі заходів, використання якого сприяє досягненню цілей збутового підрозділу.

**Постановка завдання.** Розроблення організаційно-економічного механізму управління дилерською мережею, як поетапному комплексі заходів для підприємств-виробників побутових котлів.

**Методологія.** Дослідження ґрунтується на загальнонауковому комплексі методів: аналізу, синтезу, порівняння та аналогій. При розробці системи на інформаційному етапі було використано комп'ютерне моделювання.

**Результати дослідження.** Управління дилерською мережею, як множиною економічно незалежних суб'єктів ринку потребує формування комплексу обґрунтованих маркетингових заходів, спрямованих на забезпечення ефективних управлінських впливів. Для вирішення цієї проблеми запропоновано для впровадження організаційно-економічний механізм управління дилерськими мережами на виробничих підприємствах. При цьому треба зазначити, що управління збутовою діяльністю незалежних посередників є значно обмеженим порівняно з управлінням власним збутовим апаратом. Таким чином, виникає потреба у розробці та впровадженні дієвого механізму управління дилерськими мережами, що передбачає комплексний підхід до розроблення, реалізації та контролю збутових заходів. Даний механізм, складається з послідовності п'яти етапів: інформаційного етапу, аналітичного етапу, етапу планування, організаційного етапу та етапу контролю. Інформаційний етап, передбачає формування на підприємстві системи необхідної маркетингової інформації, на основі системи показників оцінки діяльності дилерської мережі. На аналітичному етапі здійснюється комплексне дослідження профільного ринку, систем розподілу на ньому та збутової діяльності дилерської мережі. На етапі планування механізм передбачає визначення обсягів збуту та витрат на управління дилерською мережею. На четвертому, організаційному етапі проводиться корегування збутових зусиль, відповідно до виокремлених категорій дилерів та рекомендованих

напрямів співпраці з кожним із них. П'ятим етапом є організація та реалізація контролю, спрямовані на подальше вдосконалення збутової діяльності регіональної мережі дилерів.

Далі пропонується розглянути кожну складову запропонованого механізму більш детально з урахуванням особливостей ринку побутових котлів.

1. Інформаційний етап. Для збуту побутових котлів як вітчизняними виробниками, так і імпортерами широко використовується непрямий метод збуту. В такій ситуації важливою складовою збутової діяльності виробника є формування залученої мережі регіональних дилерів. Також треба зазначити, що побутові котли є високотехнологічною продукцією, що потребує якісного після продажного обслуговування. У разі використання непрямого методу збуту відповідальність за надання сервісу споживачам в більшості випадків покладається на дилерів. Таким чином актуальним є селективний тип розподілу, коли виробник обирає обмежену кількість посередників залежно від можливостей обслуговування і ремонту продукції, рівня підготовки персоналу, тощо. На основі класифікації показників економічної діяльності дилерів запропонованої в статті Солнцева С.О. і Стадніченка В.В. [9], авторами було виокремлено найбільш значущі показники для ринку побутових котлів. В результаті було сформовано наступну систему показників оцінювання збутової діяльності дилерів у мережі, адаптовану до ринку побутових котлів (рис. 1). Кількісні дані розділяються на показники ресурсного потенціалу та показники результатів роботи із продуктом. Якісні дані охоплюють об'єктивні характеристики щодо бізнес-профілю дилера й суб'єктивні характеристики взаємодії з дилером. Розглянемо докладніше запропоновану систему показників для оцінювання посередників на ринку побутових котлів опалення. на виході системи формуються чотири комплекси показників: етап життєвого циклу дилера; важливість дилера для фірми; відповідність бізнес-профілю; лояльність дилера.



Рис. 1. Система показників оцінювання збутової діяльності дилера на ринку побутових котлів [розроблено автором]

З використанням даної системи показників можливим стає розроблення методики послідовно-ієрархічної діагностики та розроблення спеціального програмного забезпечення, що є також складовими першого етапу. На підставі запропонованих критеріїв оцінювання партнерів зі збуту було розроблено схему послідовно-ієрархічної діагностики дилерської мережі. Діагностика одержала назву послідовно-ієрархічної, оскільки в її процесі вибудовується ієрархія дилерів. Разом з тим, для кожної ієрархічної групи критерії оцінювання застосовуються у різній послідовності. Тобто для початкової сформованої ієрархії дилерів на підставі інтегрального критерію W, вибудовується

ся послідовність інших критеріїв, причому для кожної ієрархічної групи вона специфічна. Показник  $W$  – це основний індикатор результату роботи з дилером, він є найбільш об'єктивним і точним для оцінювання, оскільки ґрунтується на внутрішній звітності фірми. Тому саме важливість дилера в збуті продукту ( $W$ ) була взята за основу при формуванні ієрархії, що складається з категорій «А», «В», «С» та «D» [10]. У подальшій діагностиці беруться до уваги комплексні критерії: етап життєвого циклу (ЕЖЦ), лояльність ( $L$ ), рівень сервісу ( $S$ ) та прості критерії наявності товарів-субститутів ( $SUB$ ), прострочена кредиторська заборгованість ( $PK3$ ).

2. Аналітичний етап. Дослідження збуту побутових котлів через дилерські мережі потребує першочергового загального аналізу ринку, у результаті якого визначаються: структуру вітчизняного виробництва, імпорту та експорту; загальну місткість ринку та існуючі тенденції; конкурентну ситуацію та розподіл часток ринку між головними операторами. Крім того, приділяється увага самому продукту, дослідженню його техніко-економічних показників та їх важливості для споживачів. Для наочного уявлення структури ринку котлів наведемо модель макросегментації Ейбелла (рис. 2).

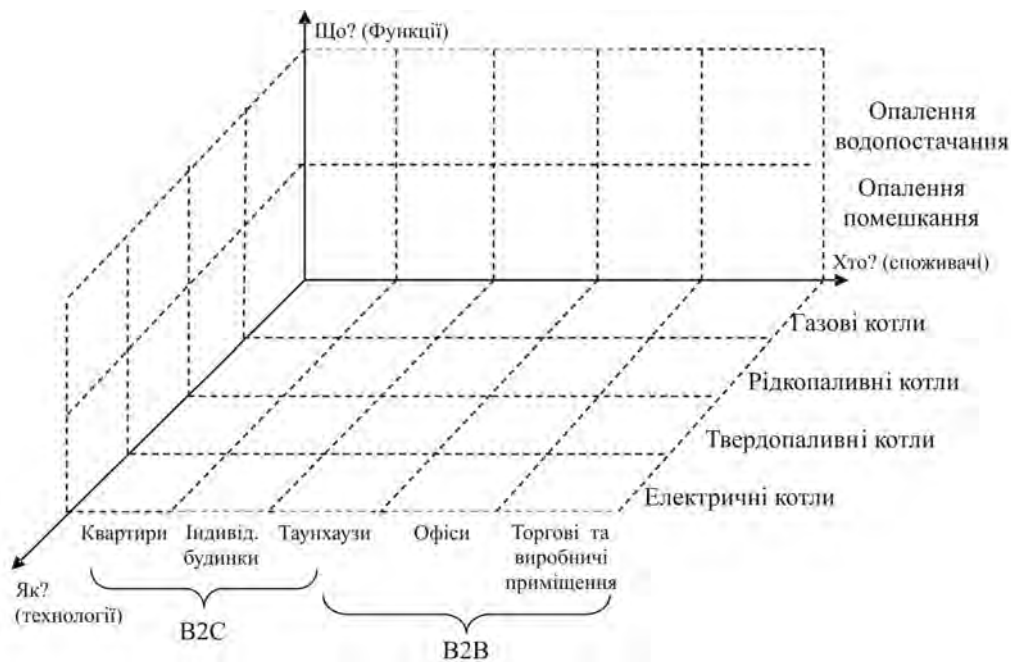


Рис. 2. Макросегментація ринку опалення [розроблено автором]

Важливим завданням на аналітичному етапі є дослідження системи розподілу та конфігурації дилерських мереж. На ринку побутових котлів присутні як оптові, роздрібні, так і оптово-роздрібні торговці (рис. 3). Основні виробники мають достатньо розвинені мережі регіональних дилерів, що налічують близько 50 торговельних організацій. За таких умов системі розподілу притаманна ситуація коли один і той самий комерційний посередник займається дистрибуцією продукції декількох виробників. Крім того комерційні посередники різняться за шириною асортименту, що пропонується. Утім у більшості випадків асортимент дилерів обмежується теплотехнічною продукцією.

Також необхідно відмітити, що на ринку присутні різні дилери за масштабом діяльності. 90% дилерів за формою власності є приватними підприємствами з одним, рідше двома магазинами. Натомість 10 % складають більш потужні торговельні оператори, що мають форму товариства з обмеженою відповідальністю і як правило реалізують продукцію через мережі спеціалізованих магазинів. Дилери, що реалізують продукцію через мережу магазинів, більш характерні для обласних центрів та великих міст. В той час як в районних центрах працюють невеликі фірми, що мають один або два магазини. Слід відмітити, що мережі магазинів найбільших дилерів є територіально сконцентрованими, так що рідко виходять за межі однієї області.

3. Етапу планування. Планування обсягів збуту та визначення необхідних витрат для їх досягнення є третім етапом організаційно-економічного механізму управління дилерською мережею. В попередній статті авторів була розроблена модель оптимізації витрат на управління дилерами, яка враховує як зовнішні фактори ринкового потенціалу, так і внутрішні фактори: поточні обсяги збуту, витрат на управління дилерами, конкурентоспроможність (формула 1–2) [11].

$$I_{ВП} = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} \mu_{ij} f_{ij} \tag{1}$$

$$I_{ОВС} = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_j} \mu_{ij} (f_{ij} - f_{ij}^{\min}) \tag{2}$$

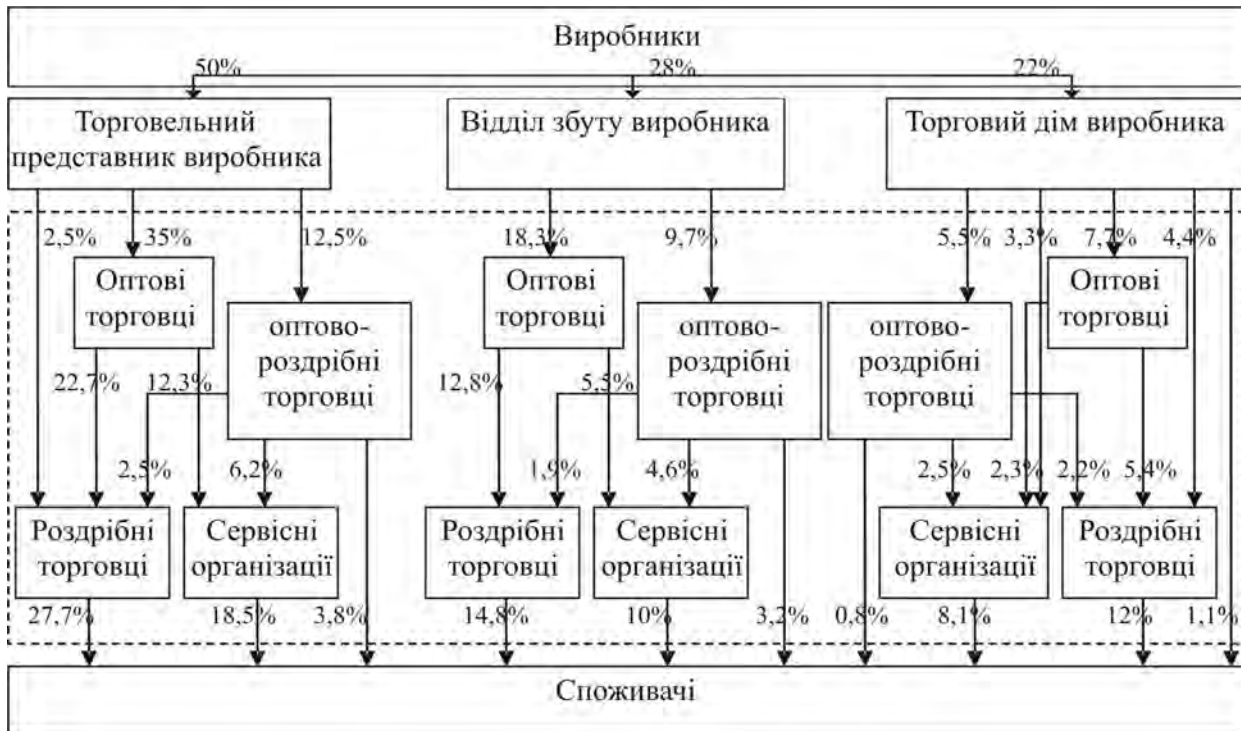


Рис. 3. Структура збуту побутових котлів через дилерські мережі [розроблено автором]

За запропонованою моделлю можливим стає розрахунок оптимальних витрат на управління дилерською мережею для конкретного підприємства виходячи з показників попиту на його продукцію в регіоні та коефіцієнту зростання обсягів збуту за рахунок збільшення витрат на управління дилерами. Для цього пропонується провести сегментацію ринку за регіональним критерієм на основі процедури кластеризації, та побудови багатofакторної моделі регресії для отримання коефіцієнту  $v$  – змінення обсягів продажу залежно від величини витрат на управління дилерською мережею. При цьому було використано наступні незалежні фактори:  $X_1$  – доходи на людину в області, грн./люд.;  $X_2$  – кількість індивідуальних будинків, в яких є газ, але немає опалення, од.;  $X_3$  – кількість газифікованих протягом року індивідуальних будинків, од.;  $X_4$  – конкурентоспроможність продукту відносно місцевого виробника;  $X_5$  – витрати виробника на управління дилерською мережею в області, грн. Далі наведено приклад планування витрат та обсягів збуту виробника побутових котлів в результаті розрахунків за зазначеними вище математичними моделями (табл. 1). У розрахунках моделі враховується банківська відсоткова ставка по кредиту для юридичних осіб на рівні 25 % річних, адже підприємство використовує залучені кошти. З наведених таблиць ми бачимо, що за результатами розрахунків математичної моделі пропонується збільшити витрати на управління дилерською мережею на 29,22 %, що має зумовити зростання обсягів збуту на 13,3 %. При цьому очікується збільшення прибутку на 1284,7 тис. грн. Таким чином рентабельність додаткових збутових витрат становитиме 87,92%.

4. Організаційний етап. В рамках четвертого етапу пропонується корегування збутових зусиль підприємства-виробника, спрямоване на удосконалення збутової діяльності регіональної мережі дилерів. При цьому для виокремлених у результаті діагностики груп дилерів фірма-виробник пропонуватиме спеціальні розроблені умови співпраці. Варто зазначити, що сама ідея диференціації зусиль не є новою, на евристичному рівні такий підхід є достатньо притаманним для ведення бізне-

су, зокрема у сфері збуту. Розподіливши дилерів на групи, виробник може більш ефективним чином організувати свою роботу з кожним з них. Таке управління регіональною мережею дилерів є гнучким і більш маневреним, оскільки передбачає розробку спеціальних договорів та умов співпраці для виокремлених категорій дилерів. При цьому для найменш привабливих дилерів передбачається можливість їхньої заміни. У результаті досягається:

- стабільність дилерської мережі за рахунок справедливого розподілу прибутку пропорційно зусиллям між учасниками каналу й зниження ймовірності конфліктів;
- зростає економічний ефект для постачальника, у результаті більш продуманого розподілу ресурсів і зусиль;
- вибіркова політика відносно дилерів у результаті сприяє підвищенню задоволеності кінцевих споживачів.

Таблиця 1

**Приклад планування витрат та обсягів збуту виробника на ринку побутових котлів [розраховано автором]**

Кластер	Область	Рівняння залежності обсягу продажів від витрат на управління дилерами	Значення рекомендованого обсягу продажу, од.	Оптимальні витрати на управління, тис. грн.
1	Вінницька, Київська, Львівська	$D(S) = \frac{5380}{1 + 0,688 \times \exp(-0,05526(S-121,123))}$	4740	506,82
2	Івано-Франківська, Одеська, Хмельницька, Чернівецька, Автономна Республіка Крим	$D(S) = \frac{3320}{1 + 0,5 \times \exp(-0,05526(S-190,190))}$	3570	367,64
3	Житомирська, Тернопільська, Чернігівська, Черкаська, Закарпатська, Запорізька, Рівненська, Харківська, Дніпропетровська, Полтавська, Волинська	$D(S) = \frac{2480}{1 + 0,405 \times \exp(-0,05526(S-195,542))}$	2430	247,2
4	Миколаївська, Сумська, Херсонська, Луганська, Кіровоградська, Донецька	$D(S) = \frac{1790}{1 + 0,3735 \times \exp(-0,05526(S-210,287))}$	1240	63,89
	Україна	–	66240	6461200

У процесі корегування збутових зусиль у дилерській мережі ключовою проблемою є визначення того як необхідно працювати з різними дилерами. Яким чином можна поєднати альтернативні варіанти співпраці з окремими партнерами зі збуту для сумарному підвищення економічного ефекту в умовах обмеженості ресурсів фірми. На рис. 4. наведено схему корегування збутових зусиль у дилерській мережі.

На організаційному етапі формується ієрархія дилерів з точки зору збутових зусиль. При цьому кожен з напрямів збутових зусиль має по три рівні пріоритетності: високий, середній та низький. Ієрархія збутових зусиль, або управлінських впливів, умовно поділяється на первинні та вторинні напрями зусиль. До первинних зусиль відносяться умови постачання та контроль, які є обов'язковими при роботі з будь-яким учасником дилерської мережі. До вторинних напрямів збутових зусиль відносяться просування, програма лояльності та програма вдосконалення логістики, які не є обов'язково необхідними і можуть застосовуватись до окремих дилерів виходячи із доцільності.



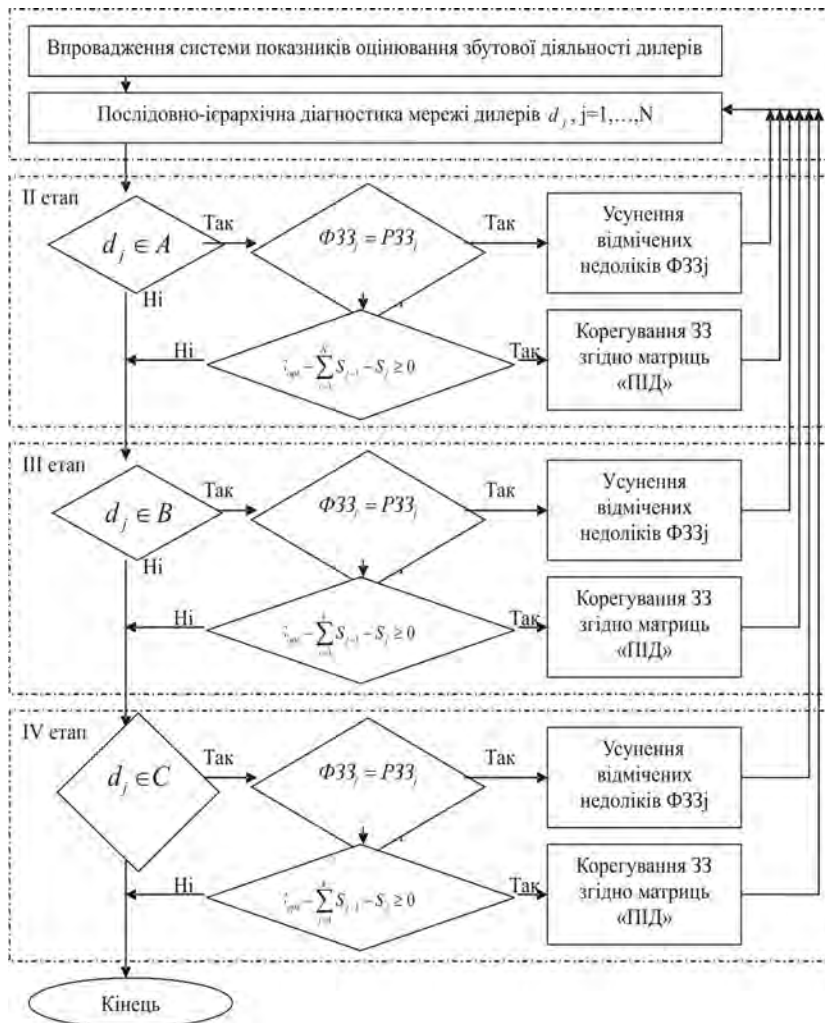


Рис. 4. Структурно-логічна схема корегування збутових зусиль у дилерській мережі [розроблено автором]  
 ФЗЗ – фактичні збутові зусилля у поточному звітному періоді; РЗЗ – рекомендовані збутові зусилля на основі програми «ПІД»;  $S_{Opt}$  – оптимальні витрати на управління дилерською мережею;  $S_j$  – витрати управління j-тим дилером.

До первинних напрямів збутових зусиль в ієрархії дилерів відносяться:

1. Контроль є нижчою сходинкою в ієрархії збутових зусиль і безпосереднім обов’язком працівників збуту та маркетингу підприємства-виробника. Доречним є визначення його трьох рівнів за пріоритетністю:

- високий пріоритет – особлива увага до дилера, пошук інформації про його діяльність;
- середній пріоритет – моніторинг показників збуту продукції дилерами;
- низький пріоритет – контроль виконання зобов’язань дилером.

2. Система постачання та оплати – друга складова первинних напрямів збутових зусиль, на основі якої визначаються основні аспекти договору про співпрацю між виробником і дилером. Визначення пріоритетності тут має аналогічний до попереднього принцип.

Високий пріоритет – гнучкість щодо умов постачання з боку виробника до дилера. Такої привілеї заслуговують представники категорії дилерів «А», «В» та «С».

Середній пріоритет – гнучкість щодо системи оплати для дилера застосовується у співпраці з дилерами категорії «В».

Низький пріоритет – надання знижок пропонується для дилерів категорії «С».

До вторинних напрямів збутових зусиль в ієрархії дилерів відносяться:

3. Просування – наступний напрям збутових зусиль, що передбачає розробку та реалізацію стратегії протягування з визначеними дилерами каналу розподілу. Пріоритетність у цьому разі встановлює чергу дилерів для реалізації коштів на просування продукції в каналі розподілу підприємством-виробником.

4. Програма лояльності є наступною категорією збутових зусиль, що передбачає розробку та реалізацію комплексу заходів з підвищення рівня партнерських відносин з дилерами. Таким чином, для кожного дилера з цієї ієрархічної області пропонуються вирішення виявлених проблем стосовно лояльності, що були зафіксовані в замітках про дилера. Пріоритетність у цьому разі визначає черговість витрат коштів на підвищення лояльності дилерів.

5. Вищою сходинкою в ієрархії збутових зусиль є програми вдосконалення логістики, яка передбачає розробку та реалізацію ефективних логістичних рішень щодо фази збуту. Такі рішення спрямовані на оптимізацію процесу збуту за критеріями максимального задоволення попиту та мінімальної вартості управління матеріальним потоком готових виробів та деталей для сервісу.

5. Етапу контролю є останнім етапом запропонованого організаційно-економічного механізму управління дилерською мережею. Основне завдання збутового апарату підприємства виробника полягає в систематичній організації і реалізації заходів контролю, основними з яких є: пошук інформації про збутову діяльність дилерів; моніторинг показників збуту продукції дилерами; контроль виконання зобов'язань дилерами. В статті пропонується приклад запровадження на підприємстві системи контролю і оцінювання діяльності дилерів, на підставі якої відбуватиметься подальший розподіл коштів на співпрацю з окремими дилерами. Саме за умови запровадження ефективного оцінювання та контролю збутової діяльності дилерів можуть бути досягнуті заплановані обсяги збуту. У таких умовах система контролю має бути постійно діючим комплексом технічних засобів, відповідальних спеціалістів та методичних засад, спрямованих на прийняття управлінських рішень щодо розподілення планових витрат на управління дилерською мережею (рис. 5). Основою інформаційної системи збуту має бути запроваджене спеціально комп'ютерне програмне забезпечення. Як можна побачити зі схеми, значні потоки інформації поступають з відділів бухгалтерії та маркетингу і для ефективної її обробки та використання разом із власною звітністю відділу збуту зручним може бути додаткове програмне забезпечення.



Рис. 5. Схема інформаційної системи збуту:

---> – інформаційні потоки; —> – управлінські впливи

Авторами пропонується зупинимися докладніше на прикладі впровадження програмного забезпечення, в якому реалізовані методичні засади послідовно-ієрархічної діагностики дилерської мережі. Для здійснення контролю діяльності дилерів пропонується виокремлення однорідних груп дилерів на основі алгоритму послідовно-ієрархічної діагностики дилерської мережі [10]. Комп'ютерна програма «ПІД» (CHD - Consistently hierarchical diagnostics), розроблена на мові програмування php5 у вигляді web-сайту, що робить можливим її використання за допомогою будь-якого браузеру за умови доступу до локального чи глобального серверу її розміщення.

Комп'ютерна програма «ПІД» (CHD - Consistently hierarchical diagnostics), розроблена на мові програмування php5 у вигляді web-сайту, що робить можливим її використання за допомогою будь-якого браузеру за умови доступу до локального чи глобального серверу її розміщення.

Програма має зручний інтерфейс з використанням комплексу графічних матриць, що характеризують дилерську мережу у статичній та динамічній формі. Це дозволяє проаналізувати залучену мережу

дилерів та здійснити ефективні управлінські впливи щодо кожного окремого дилера. Всі дані щодо дилерів та результатів їх діяльності у різних звітних періодах зберігаються в базах даних під управлінням СУРБД MySQL. У результаті такого аналізу дилери підприємства виробника розподіляються на три основні групи: «А», «В» та «С». При цьому пропонуються як стратегічні, так і тактичні рішення щодо взаємодії з кожним із них. Адекватність таких рішень може бути перевірена менеджером власноручно, за допомогою широкого набору матриць, які показують місце дилера у мережі за різноманітними параметрами.

Програма дозволяє нагромаджувати, зберігати та аналізувати інформацію щодо діяльності кожного дилера окремо за звітними періодами. При цьому можливі два основні варіанти систематизації даних: виведення основних показники роботи всіх дилерів за один звітний період та виведення показників одного окремого дилера за всіма звітними періодами.

Далі пропонується приклад використання «ПІД». Першочергово у програму було введено значення за відібраними показниками дилерів за річний звітний період. По кожному з 12-ти місяців було зафіксовано показники діяльності 50-ти дилерів залученої збутової мережі. Введення показників, які згруповано у чотири кластери відповідно до системи показників на рис. 2. відбувається окремо щодо кожного дилера. Після того як в програму було додано показники щодо всіх дилерів за визначені звітні періоди, далі пропонується розглянути результати аналітичної обробки, що дозволяє програма «ПІД». Запропоновані аналітичні можливості мають бути доступні всім регіональним менеджерам та працівниками відділу маркетингу. Для оцінювання збалансованості мережі регіональних дилерів пропонується скористатися комплексом двомірних матриць. Наявні в програмному забезпеченні «ПІД» матриці дають змогу групувати дилерів за визначеними категоріальними змінними:

- матриця «регіон – життєвий цикл дилера»;
- матриця «регіон – лояльність дилера»;
- матриця «регіон – рівень сервісу дилера»;
- матриця «конкуруюча продукція – рівень сервісу»;
- матриця «регіон – конкурентна стратегія дилера»;
- матриця «регіон – категорія дилера»;
- матриця «категорія дилера – напрям збутових зусиль» (табл. 2).

Зазначені матриці дають можливість оцінити тенденції в регіонах з приводу життєвого циклу партнерів зі збуту, та з урахуванням відносного ринкового потенціалу регіонів ця матриця дозволяє визначити пріоритетність фінансування збутових зусиль для окремих дилерів. Основної уваги потребує матриця «категорія дилера – напрям збутових зусиль», яка власне і являє собою реалізацію алгоритму послідовно-ієрархічної діагностики портфелю регіональних дилерів (табл. 2).

По горизонталі формується ієрархія дилерів за категоріями «А», «В» та «С» на основі інтегрального критерію важливості  $W_i$ , що визначається за формулою 1. Також виокремлюється категорія «D», до якої потрапляють найменш привабливі дилери, для яких повинно бути розглянуто питання, щодо припинення співпраці.

$$W_i = \frac{ПВ_i}{1 + \Delta ПКЗ_i} \quad (1)$$

де  $ПВ_i$  – покриття витрат на продукт від  $i$ -того дилера за рік, грн;  $ПКЗ_i$  – питома вага кредиторської заборгованості дилера в портфелі постачальника (співвідношення простроченої кредиторської заборгованості дилера до загальної кредиторської заборгованості портфелю дилерів).

З Цієї матриці видно наступний розподіл дилерів: 10 дилерів потрапили до категорії «А»; 21 – до категорії «В»; 19 – до категорії «С»; 0 – до категорії «D». Таким чином, за допомогою комп'ютерної програми «ПІД» пропонується забезпечення інформаційної систему збуту підприємств-виробників побутових котлів, яка дозволяє запровадити більш ефективний контроль результатів діяльності дилерів. Для кожного дилера таким чином визначається актуальний напрям збутових зусиль і встановлюється приблизну черговість фінансування управлінських впливів.

**Матриця «категорія дилера – напрям збутових зусиль»  
ЗАТ Машзавод [розроблено автором]**

Напря́м збутових зу́силь	Пріоритет	Категорія «А»	Категорія «В»	Категорія «С»	Кате-горія «D»
Програма удосконалення логістики	Високий	НПЦ «Протек» Лтд, ТОВ «СКС»	-	-	немає
	Середній	ТОВ «Акватех» ТОВ «ВИКЛ Ко ЛТД»			
	Низький	ТОВ «Тандем плюс» ТОВ «Торг-Сервіс»			
Програма лояльності	Високий	ДП ТЦ «Одесагаз»			
	Середній	«Центр опалювальної техніки»			
	Низький	ТОВ МПО «Газифікатор»			
Просування	Високий	ТОВ «Павлоград-строй»	ТОВ «Газкомлект+вода» ТОВ «Мортехсервіс» ТОВ «ГЕЛИОР-ЛК-V» ЦОТ «Світанок»		
	Середній	-	СПД «Лебідь» І.Н. СПД Христинячук В. СПД Чериниченко В.Б.		
	Низький		ПП Клочко М.Д. ПП Романчук		
Система оплати	Високий	-	М-н ПП «Тепломаркет» СПД Педанова СПД Филиппенко ФЛП Алтухова О.А. ПП Бовкун	СПД Кравчук І.А. СПД Силченко А.В. СПФЛ Григорев Б. ФЛП Курінний А. ФЛП Углов Г.С.	
	Середній		СПД Завидовский Т.В. ФЛП Борисов ПП Континенталь Запад ПП Троян А.І.	СПД Бережной Ю.А. ПП «АППАРЕЛЬ» ПП Брат ПП Кузишин І.М.	
	Низький		Немає	М-н ПП «Магма» СПД Ган Л.Г. Филиппенко О.С. ФЛП Полонка А.В.	
Контроль	Високий		-	Немає	СПД «Піскунова Т.» ПП «Бєбих Р.Н.»
	Середній			-	СПД «Бронский»
	Низький				СПД «Ющук Р.І.»

**Висновки.** Наукова новизна полягає в розробці організаційно-економічного механізму управління дилерськими мережами, який складається з п'яти етапів: інформаційного, аналітичного, планування, організаційного і контролю. Практична значущість статті полягає в апробації механізму на ринку побутових котлів. Для здійснення контролю результатів діяльності дилерської мережі було використано спеціальне комп'ютерне програмне забезпечення «ПІД». В результаті дилерську мережу було структуровано і для кожного окремого дилера визначено напрям управлінських впливів та збутових зусиль. Подальшим напрямом дослідження є адаптація та застосування розробленого механізму в різних галузях економіки України.

**Література:**

1. Горгельс Л. Некоторые вопросы управления каналами распределения(дистрибуции) / Горгельс Л., Марин Э., Уэст Ч. // Управление продажами. – 2004 г. – №4 – С. 42-54
2. Штерн Л. В. и др. Маркетинговые каналы. /Пер. в с англ. под ред.Медведь О.И. // Штерн Л. В. – М: изд. дом „Вильямс”, 2002. – 624с. – 3000 пр. ISBN 5-8459-0293-2 (в пер.)
3. Гранкіна Н.А. Оценка деятельности посредника при экспорте продукции предприятия / Гранкіна Н.А., Попов Е.В. // Маркетинг в России и за рубежом – 2003 г. – №6.
4. Шкардун В.Д. Формирование и оптимизация сбытовой сети – основа сбытовой политики предприятия. / Шкардун В.Д., Стерхова С.А. // Управление продажами. – 2001 г. – №4. – С. 11-20
5. Лысакова Н.С. Управление каналами сбыта товаров промышленного назначения. / Лысакова Н.С. // Маркетинг. – 2000 – №2.
6. Пустынникова Ю. Выбор каналов распределения и стимулирование дистрибьютеров. / Пустынникова Ю., Корнев А. // Управление продажами. – 2004 г. – № 3
7. Бондаренко, С.Ю. Маркетингова політика розподілу та товарного руху: монографія. / Бондаренко, С.Ю., Войчак. А.В. - К.: КДЕУ, 1994.
8. Комяков О.О. До питань формування системи розподілу підприємства / О.О. Комяков // Економічний вісник НТУУ «КПІ». Київ: Вид. ПП “Екмо”- 2004 р. - №1. – С. 338–341.
9. Солнцев С.О. Класифікація показників господарської діяльності партнерів зі збуту / С.О. Солнцев, В.В. Стадніченко // Економіка: проблеми теорії та практики, вип 240, том V. – С. 1263–1275.
10. Солнцев С.О., Структуризація дилерської мережі з метою підвищення її ефективності / С.О. Солнцев, Стадніченко В.В. // Вісник НУ «Львівська політехніка»: ВНУ «Львівська політехніка» - 2008. - №633. С.892-898.
11. Комяков. О.О. Оптимізація витрат на управління дилерською мережею / Комяков. О.О. Стадніченко В.В. // Економічний вісник НТУУ «КПІ». - Київ: ТОВ ВД “ЕКМО”. – 2011. – №8. С. 352-357

УДК 659.113.7

**Діброва Т.Г.**

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

**ПРОЦЕДУРА ПЛАНУВАННЯ БЮДЖЕТУ РЕКЛАМНОЇ  
КАМПАНІЇ: КОМБІНОВАНИЙ ПІДХІД****ПРОЦЕДУРА ПЛАНИРОВАНИЕ БЮДЖЕТА РЕКЛАМНОЙ  
КАМПАНИИ: КОМБИНИРОВАННЫЙ ПОДХОД****PROCEDURE OF PLANNING ADVERTISING BUDGET:  
A COMBINED APPROACH**

Ефективний перерозподіл фінансових ресурсів, зокрема інвестування коштів в рекламні проекти з виведення нових брендів неможливе без ретельного планування фінансових потоків всередині компанії. Ухвалення рішення щодо бюджету рекламної кампанії пов'язано з фінансовими можливостями підприємства та цілями маркетингу, які компанія намагається вирішити за допомогою реклами. В статті пропонується поетапна процедура планування бюджету рекламної кампанії, визначається зміст кожного етапу.

Планування витрат на РК необхідно починати з визначення кошторису витрат на розроблення та виробництво різних форматів рекламних повідомлень, витрат на покупку носіїв та засобів реклами, гонорари РА тощо. До формування бюджету РК слід підходити гнучко, тобто вміло варіювати розміром бюджету залежно від вагомості засобів і заходів які необхідно розробити. В процесі пла-

нування цілі можуть змінювати або коригуватися але ці зміни мають бути логічними та відповідати вимогам ринку.

Остаточне визначення методу фінансування бюджету РК рекомендуємо здійснювати за допомогою декількох методів фінансування в їх оптимальному поєднанні. Відповідно застосування поетапного контролю ефективності бюджетування, запропонованого в роботі, є запорукою ефективності процедури фінансування РК.

**Ключові слова:** рекламна кампанія (РК), бюджет рекламної кампанії, методи визначення бюджету РК, напрями контролю бюджету РК.

*Эффективное перераспределение финансовых ресурсов, в том числе инвестирование средств на выведение новых брендов на рынок, невозможно без тщательного планирования финансовых потоков внутри компании. Принятие решения о формировании бюджета РК связано с финансовыми возможностями предприятия и целями маркетинга, которые можно решить с помощью рекламы. В статье предлагается поэтапная процедура планирования бюджета рекламной кампании, где определяется содержание каждого этапа.*

*Начинать процесс планирование расходов на РК необходимо с определения затрат на разработку и производство разных форматов рекламных сообщений, покупку носителей рекламы, гонорары РА и т.п.. Формирование бюджета РК требует гибкости, то есть разработки различных вариантов бюджета, в зависимости от степени важности средств и мероприятий рекламы, которые необходимо использовать в конкретной РК. В процессе планирования цели РК могут меняться или корректироваться, при этом, внесенные изменения должны быть логичными и отвечать потребностям рынка.*

*Окончательное определение метода финансирования бюджета РК рекомендуем осуществлять с помощью нескольких методов финансирования в их оптимальном сочетании. Соответственно применение поэтапного контроля эффективности бюджетирования, предложенного в работе, является залогом эффективности процедуры финансирования РК.*

**Ключевые слова:** рекламная кампания (РК), бюджет рекламной кампании, методы определения бюджета РК, направления контроля бюджета РК.

*Effective redistribution of financial resources, including investing in promotional projects with developing new brands is impossible without careful planning of financial flows within the company. The decision regarding advertising budget due to the financial capacity and marketing objectives that the company is trying to solve with the help of advertising. In the article a phased a multi-stage procedure of planning the advertising budget is determined by the content of each stage procedure budgeting advertising campaigns is proposed.*

*Plan your advertising costs by a combined approach should begin with determining cost estimates for the development and production of various formats of advertisements, the cost of buying media and advertising media, advertising agencies' fees, costs of additional market research and more. By the use of advertising costs should be approached flexibly, ie use the budget amount based on the weight of tools and measures. In planning goals may change or be adjusted, but these changes should be logical and meet market demands. The paper proposed the structure and components of the control procedures budgeting advertising. The use of phased monitoring the effectiveness of budget planning is the key to the efficiency of funding for advertising.*

**Keywords:** advertising campaign, advertising budget, methods for determining of advertising budget.

**Вступ.** Аналіз рекламної діяльності українських підприємств з планування рекламного бюджету показує, що його ефективність залежить скоріше не від фінансового, а від організаційного аспекту бюджетування РК. Це стосується явного або прихованого спротиву окремих підрозділів компанії, які хотіли б «перетягнути» частину коштів на свою користь або нерозумінням важливості просування для досягнення стратегічних цілей бізнесу з боку деяких осіб з керівництва компанії. Все це вимагає визначення та дотримання процедури бюджетування рекламної кампанії.

Проблеми визначення бюджету маркетингу в центрі уваги більшості фахівців з менеджменту. В працях Мескона М., Альберта М., Хедоури Ф., Гелловея Л, Ламбена Ж.-Ж., Котлера Ф, Веснина В., Скринченко Б. значна увага, скоріше, приділяється змісту його планування на підприємстві, а не процедурі та організації цього процесу. Щодо визначення особливостей фінансування бюджету РК, то вони розглядаються в роботах таких дослідників рекламного менеджменту як Аакер Д., Батра,

Р., Майерс, Дж., Ромат Е.В тощо. Кожний з авторів визначає важливість і складність вибору методу фінансування РК. Адже витрати на просування та рекламу є поточними витратами, і одночасно, одним з факторів збільшення обсягів збуту Але у більшості досліджень бракує пропозицій щодо вибору оптимального підходу та процедури планування бюджету РК, вимірювання його ефективності як в процесі розроблення, так і після проведення РК.

**Постановка завдання.** Складний процес планування часто супроводжується проблемами, що виникають не тільки на ринку, а і всередині компанії. Відсутність узгодження інтересів між різними функціональними підрозділами та системності в процесі планування, низький рівень кваліфікації відповідних за цей процес працівників призводить до зниження ефективності фінансування РК. Метою даного дослідження є розроблення процедури планування бюджету РК. Визначення оптимального підходу та змісту кожного з етапів цього процесу, складових контролю процедури бюджетування реклами з визначення відповідальних за цей процес на підприємстві.

**Методологія.** Методологічною базою проведеного дослідження є системний підхід, сучасні науково-теоретичні положення теорії маркетингу та практичні методи пізнання: порівняльний аналіз і метод логічного узагальнення, що найбільше відповідають тематиці проведеного дослідження.

**Результати дослідження.** Планування стратегії взагалі та планування бюджету РК зокрема, є складовою загального процесу маркетингового планування і має базуватися на певних принципах [1].

Перш за все, це принцип системності, де процес планування має враховувати інтереси різних структурних складових менеджменту компанії, що дозволяє досягти ефекту синергії. Дотримання принципу залучення передбачає участь кожного співробітника компанії в процесі планування. Адже загальне розуміння процесу планування позитивно впливає на мотивацію співробітників та підвищує ефективність реалізації таких планів. Принцип безперервності базується на циклічності процедури планування, де в період завершення дії існуючого плану, вже має існувати план на наступний період. Гнучкість процесу планування, за умови змін ринкового середовища, є запорукою його ефективності. Адекватність планування безпосередньо пов'язана з деталізацією та конкретизацією параметрів плану, що мають відповідати організаційній структурі компанії. Принцип охоплення полягає в урахуванні інтересів максимальної кількості фірм та організацій (реklamних агенцій, маркетингових дослідницьких компаній тощо) та узгоджені їх підчас планування.

При з'ясуванні процедури планування бюджету РК, перш за все необхідно дати відповіді на питання: хто, коли, та як має займатися плануванням бюджету РК на підприємстві.

Організація та відповідальність за процес планування бюджету РК лежить на керівництві відповідного підрозділу і є важливою складовою посадових обов'язків. Щодо формалізації процесу планування, то він залежить від стилю управління бізнесом та від особистості керівника. При цьому кожний з співробітників підрозділу має бути залученим до цього процесу.

Більшість фахівців з менеджменту розглядають три підходи до процесу планування бізнес діяльності компанії: «згори-вниз»; «знизу-вверх» та комбінований підхід [2].

Перший підхід - «згори-вниз», передбачає детальне розроблення засобів і заходів та шляхів їх досягнення з чітко визначеними результатами. Такий підхід, де персонал компанії залучений тільки до виконання плану, за умови масштабного виробництва товарів масового попиту та необхідності їх не менш масштабної рекламної підтримки зменшує реалістичність планування бюджету.

Другий підхід - «знизу-вверх» називається так, оскільки різні підрозділи компанії розробляють свої цілі та плани засновані на власному баченні проблем компанії та можливостей своїх підрозділів щодо реалізації таких планів. При цьому цілі, що їх визначає керівництво на початку процесу планування, мають частіше за все абстрактний характер і не дозволяють точно виміряти результат. Отже, такий метод передбачає узгодження пропозицій відповідних підрозділів з їх подальшим врахуванням в головний фінансовий план маркетингу компанії. З точки зору планування бюджету РК такий підхід недостатньо враховує загальні корпоративні та маркетингові цілі і може збільшити, або знизити витрати на рекламування марки.

Більшість великих компаній використовує третій підхід до планування бюджету маркетингу [3]. Процес планування починається з визначення керівництвом можливостей компанії та формування загальних цілей на рік. Після цього відповідні підрозділи розробляють плани щодо їх реалізації, з подальшим затвердженням їх керівництвом компанії.

Для визначення фінансування РК найбільш прийнятним підходом є «комбінований», який передбачає врахування загально корпоративних цілей, визначених керівництвом компанії, та ретельне обґрунтування і покрокове розроблення всіх етапів РК у відповідному підрозділі компанії. За умови застосування такого підходу визначення розміру фінансування РК відбувається після обґрунтування витрат на різні аспекти рекламної кампанії (рисунки).



Рисунок. Етапи планування бюджету РК в системі маркетингової діяльності

Розглянемо більш детально процедуру планування бюджету РК (комбінований підхід) в системі маркетингової діяльності підприємства. Зазначимо, що процедура бюджетування має певну послідовність.

Першим етапом планування маркетингової діяльності компанії є процес визначення стратегічних цілей бізнесу як напряму для послідовного складання системи планів щодо формування ринкових та продуктових стратегій маркетингу з визначенням обсягів їх фінансування.

Другий етап – це стратегічний аналіз, що ґрунтується на аналізі внутрішніх і зовнішніх факторів маркетингового середовища (аудит маркетингу), який визначає як поточний стан бізнесу, так і загрози та можливості ринкового середовища. До факторів, що визначають методи фінансування РК відносяться: визначення рівня відомості та лояльності споживачів до марки, виявлення ставлення до неї покупців. Інформація про ринкову ситуацію, етап життєвого циклу товару та характер попиту на нього, фінансові можливості компанії та фінансові можливості конкурентів також впливає на формування бюджету рекламної кампанії.

Остаточне визначення цілей рекламної кампанії та розподіл коштів за видами рекламної діяльності відбувається на третьому етапі - формування маркетингових стратегій. Визначення цілей маркетингу залежить від стратегії охоплення ринку. Відповідно, розподіл коштів на фінансування



рекламної кампанії залежить від обраних стратегій комплексу маркетинг. Щодо фінансування РК, то необхідність масштабного фінансування реклами залежить від домінуючого місця реклами в комунікаційній підтримці брендів. Адаптація планування рекламної стратегії відбувається також поетапно з урахуванням фінансових ресурсів на їх реалізацію. Кошторис витрат розподіляється на розроблення та виробництво різних форматів рекламних повідомлень; витрати на покупку носіїв та засобів реклами; гонорари РА; витрати на додаткові маркетингові дослідження тощо.

Остаточне формування бюджету РК відбувається на четвертому етапі - визначення загального бюджету маркетингу. Саме на цьому етапі обирається оптимальний (для певної ринкової ситуації) метод фінансування РК. Процедура передбачає узгодження плану на рівні вищого керівництва з залученням керівників всіх функціональних і бізнес напрямів. В ситуації розбіжностей інтересів або бачення для компромісного рішення може знадобитися більше роботи з корегування плану.

Методи фінансування РК, що пропонують більшість фахівців з маркетингу [4,6], досить умовно, можна розділити на фінансові та маркетингові [5]. Фінансові підходи базуються на кількісному визначенні бюджету з урахуванням рентабельності комунікаційної діяльності, але вони майже не враховують зворотної реакції споживача. До першої групи можна віднести: залишковий метод; методику розрахунку бюджету у відсотках від очікуваних річних обсягів продажу або валового прибутку; метод визначення бюджету на основі рентабельності витрат.

Залишковий метод передбачає планування бюджету, виходячи з фінансових можливостей фірми. В основному, спирається на аналіз порогу рентабельності реклами. Основний недолік такого підходу полягає в тому, що витрати на просування рік у рік змінюються непередбаченим чином. В цілому метод ігнорує цілі реклами щодо просування марки

Метод розрахунку бюджету у відсотках від очікуваних річних обсягів продажу або валового прибутку. Такий метод дає позитивні результати, за умови незмінної стратегії просування конкурентів, де обсяги продажів можна передбачити. Прихильники застосування цього методу посилаються на такі його переваги. По-перше, асигнування на просування вимірюють відповідно до змін обороту компанії. По-друге, такий підхід свідчить про визнання взаємозв'язку між витратами на рекламу, ціни на товар та прибутком, який можна отримати від його реалізації. По-третє, цей метод сприяє підтримці певної стабільності на ринку (за умови олігополістичного характеру конкуренції). Проте, застосування такого методу призводить до того, що розмір асигнувань визначається в залежності від фінансових можливостей компанії, а не від можливостей, які можуть виникнути на ринку.

Метод визначення бюджету на основі рентабельності витрат на рекламу [6]. Використання цього методу передбачає, що за результатами розрахунків можна визначити, чи передбачає запланований на майбутнє бюджет нереальних оцінок частки ринку, на яку спрямований рекламний тиск. Проте, деякі комунікаційні цілі не передбачають одночасного збільшення обсягів продажу, відповідно їхнє досягнення важко визначити кількісно. Цей метод можна вважати корисним, тому що реклама в ньому розглядається не як постійні витрати, а як інвестиції в майбутнє.

Щодо маркетингових підходів до визначення бюджету РК, то вони більш орієнтовані на урахування залежності між рівнем витрат на рекламу та продажами. Процедура їх планування потребує інформації про показники, які дозволяють визначити зміни реакції ринку під впливом комунікації. До маркетингових методів слід віднести метод конкурентного паритету, метод розрахунку бюджету відповідно цілям та завданням, математичні методи моделювання витрат на рекламу.

Метод конкурентного паритету базується на визначенні бюджету РК відповідно до рекламних витрат конкурентів. Деякі компанії формують свої рекламні бюджети з урахуванням протидії конкурентам. Виходячи з того, що існують: відмінність цілей, стратегій, ресурсів, можливостей різних компаній метод використовується як орієнтир разом з іншими методами. На користь застосування даного методу свідчать такі аргументи: витрати конкурентів відображають колективний досвід галузі; підтримка певної рівності з конкурентами допомагає передбачати спалахи "рекламний війн". Проте, ресурси компаній, репутація, популярність, можливості, цілі реклами настільки відрізняються, що їх рекламні бюджети навряд доцільно копіювати.

Використання методу розрахунку бюджету виходячи із цілей і завдань передбачає застосування певної процедури, де розмір бюджету планується з урахуванням витрат на реалізацію цілей. Цей метод передбачає наступний порядок складання бюджету: точне визначення цілей РК; розрахунки на розроблення та виготовлення рекламного повідомлення (реалізація концепції РП); визначення витрат на розміщення реклами в ЗМІ (реалізація медіа стратегії РК). Цей метод досить широко використовується фірмами, він теж має певні недоліки. Недостатньо чітко формулюється взаємозв'язок між кінцевим завданням і обсягами майбутніх і безпосередніх продаж. Тому необхідно постійно співвідносити витрати на майбутні заходи, величина яких визначається на початку року із прибутком, продажами або часткою ринку, що очікуються наприкінці року.

Математичні методи моделювання витрат на рекламу - метод Відаля й Вольфа та метод ADBUDG [6]. В загальному розумінні моделі враховують взаємозв'язок трьох важливих факторів: розміру рекламного бюджету, обсягів реалізації товарів і змін обсягів реалізації під впливом реклами та відповідний вплив на розмір бюджету РК. Застосування даних методів орієнтовано на стабільний ринок з глобальним попитом на марки, що рекламуються, за умови що попит такий є відносно стабільним, де реклама сприяє зростанню продажів або частки ринку. Найбільш складним аспектом практичного застосування моделей є проблеми у визначенні функціональної залежності між витратами на рекламу і обсягом продажів. Всі ці методи є програмними продуктами, прості у застосуванні, що є значним плюсом при їх використанні.

Таблиця

### Основні напрями контролю бюджету рекламної кампанії

Тип контролю	Цілі контролю	Зміст контролю	Відповідальний
Стратегічний контроль	Визначення відповідності обраного методу фінансування РК цілям та бюджету маркетингу	Внутрішній та зовнішній аудит маркетингу. Координація бюджету маркетингу за напрямками відповідно до запланованих результатів. Вибір оптимального методу фінансування РК	Вище керівництво. Менеджери середньої ланки. Маркетинговий аудитор
Поточний контроль	Визначення та оптимізація коштів за видами рекламної діяльності в процесі планування бюджету РК	Визначення витрат на: - проведення додаткових досліджень (МДО); - виробництво різних форматів рекламної продукції (рекламні агенції, продакшн студії, фірми з виробництва рекламного продукту); - реалізацію медіа стратегії (планування та покупка носіїв реклами).	Функціональні менеджери (бренд менеджер, менеджер з реклами тощо)
Контроль ефективності та прибутковості	Визначення комунікаційної та комерційної ефективності РК	Оцінювання ефективності РК. Визначення: - рівня відомості марки ; - рівня лояльності споживачів; - ставлення до марки споживачів; - обсягів продажів; - частки ринку; - прибутку тощо	Вище керівництво. Фінансовий менеджер Маркетинговий аудитор

Процес планування маркетингу компанії є ланцюгом узгоджень та компромісів між її різними підрозділами. Адже головною метою процесу бюджетування є оптимальний розподіл ресурсів між різними видами діяльності спрямований на реалізацію вигідних для бізнесу проектів. Формування бюджету РК – це також складна процедура узгодження інтересів різних бізнес підрозділів компанії. Вона вимагає не тільки визначення ефективності використаних коштів, а і поточного контролю самого процесу його розроблення (табл. 1).

В ситуації появи принципових розбіжностей щодо бюджету РК узгодження має відбуватися не тільки на рівні вищого керівництва, а і на рівні керівництва всіх функціональних підрозділів та бізнес напрямів. Якщо розбіжності мають серйозний характер, то досягнення компромісу може потребувати більше роботи та часу. Для цього бюджет РК повинен мати резерви гнучкості. Тобто налічувати певну кількість резервних коштів, які можуть знадобитися в процесі реалізації рекламної кампанії у ситуації загроз ринкового середовища та збільшення рівня їх впливу на бізнес процеси компанії.

**Висновки.** Отримані в статті результати довели необхідність застосування поетапної процедури бюджетування РК, заснованої на комбінованому підході до планування рекламної діяльності компанії.

Формування стратегії рекламної кампанії є органічною складовою загального процесу планування маркетингової діяльності компанії. При визначенні бюджету РК мають бути враховані фінансові інтереси різних функціональних підрозділів компанії.

Оптимальним підходом до визначення бюджету РК є комбінований підхід, за якого планування бюджету різних видів маркетингової діяльності компанії пропонується на місцях, а потім координується вищим керівництвом підприємства у вигляді загального бюджету маркетингу.

Процедура планування бюджету РК це етапний процес, де послідовність його реалізації гарантує ефективність кінцевого результату. Планування витрат на РК необхідно починати з її планування з визначенням кошторису витрат на розроблення та виробництво різних форматів рекламних повідомлень, витрат на покупку носіїв та засобів реклами, гонорари РА тощо. До формування бюджету РК слід підходити гнучко, тобто вміло варіювати розміром бюджету залежно від вагомості засобів і заходів які необхідно розробити. В процесі планування цілі можуть змінювати або коригуватися але ці зміни мають бути логічними та відповідати вимогам ринку.

Остаточне визначення методу фінансування бюджету РК рекомендуємо здійснювати за допомогою декількох методів фінансування в їх оптимальному поєднанні. Відповідно застосування поетапного контролю ефективності бюджетування, запропонованого в роботі, є запорукою ефективності процедури фінансування РК. При цьому слід дослухатися до думки співробітників в процесі планування адже вони мотивовані в його успішній реалізації.

### Література:

1. Мескон М. Основы менеджмента.// Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. — М.: Дело, 1992. , с. 308
2. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление: Бизнес-стратегии для успешного менеджмента / Дэвид А. Аакер: Пер. с англ. – 6-е изд., междунар. – СПб.: Питер, 2003. – 542 с.: ил. – (Теория и практика менеджмента).
3. Гелловой Л. Операционный менеджмент. – СПб; Питер, 2002. – 320 с.: ил. – (Серия теория и практика менеджмента»).
4. Аакер, Д. Рекламный менеджмент: Пер.с англ. – 5-е изд.// Аакер, Д., Батра, Р., Майерс, Дж. – М.; СПб.; К.; / :Вильямс, 1999.-784с.:ил. –Парал. Тит.англ. Уч.пос.
5. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика / Діброва Т.Г. - Навчальний посібник. - К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2009. - 320с.
6. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: Пер. с франц. - Спб.; М.; Наука, 1996. –XV 589 с.

**Кубишина Н.С.**

канд. економ. наук, доцент

**Цапук О.Ю.**

Національний технічний університет України «КПІ»

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК

## КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНИЗМА ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РАЗРАБОТОК

## CONCEPTUAL PRINCIPLES OF OPERATION OF MARKETING MECHANISM OF INNOVATIVE DEVELOPMENTS IMPLEMENTATION

В статті проаналізовані тенденції впровадження інноваційних розробок в енергетиці та її місце в економіці України. Розглянуто бар'єри, що виникають на шляху підвищення енергоефективності країни, особливу увагу приділено механізму впровадження інноваційних розробок, а також ролі інвестиційної та інноваційної складових програм енергозбереження та розвитку енергетики України. Виконано огляд сучасних наукових підходів щодо тлумачення поняття «маркетинговий механізм», розглянуто сутність механізму впровадження інноваційних розробок в контексті взаємозв'язку з маркетингом та запропоновано нове визначення маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок. Розроблено концептуальні засади функціонування маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок, що передбачають визначення еластичності очікуваної вигоди споживача на промисловому ринку щодо купівлі інноваційної розробки та дозволяють моделювати його поведінку, що надає змогу підвищити ефективність функціонування механізму під час впровадження інноваційної розробки. На основі розроблених засад визначені заходи з удосконалення організаційно-економічного забезпечення впровадження інноваційних розробок, що дають змогу підвищити конкурентоспроможність підприємств енергетичного машинобудування.

**Ключові слова:** інноваційна розробка, маркетинговий механізм впровадження інноваційних розробок, еластичність очікуваної вигоди, поведінка споживача, функціонування механізму.

В статье проанализированы тенденции внедрения инновационных разработок в энергетике и ее место в экономике Украины. Рассмотрены барьеры, возникающие на пути повышения энергетической эффективности страны, особое внимание уделено механизму внедрения инновационных разработок, а также роли инвестиционной и инновационной составляющих программ энергосбережения и развития энергетики Украины. Выполнен обзор современных научных подходов к толкованию понятия «маркетинговый механизм», рассмотрена сущность механизма внедрения инновационных разработок в контексте взаимосвязи с маркетингом и предложено новое определение маркетингового механизма внедрения инновационных разработок. Разработаны концептуальные основы функционирования маркетингового механизма внедрения инновационных разработок, что предусматривают определение эластичности ожидаемой выгоды потребителя на промышленном рынке при покупке инновационной разработки и позволяют моделировать его поведение, что дает возможность повысить эффективность функционирования механизма при внедрении инновационной разработки. На основе разработанных принципов определены меры по совершенствованию организационно-экономического обеспечения внедрения инновационных разработок, позволяющих повысить конкурентоспособность предприятий энергетического машиностроения.

**Ключевые слова:** инновационная разработка, маркетинговий механізм внедрения инновационных разработок, эластичность ожидаемой выгоды, поведение потребителя, функционирование механизма.

*This article analyses trends of implementation innovative developments in energy and its place in the economy of Ukraine. Considered barriers encountered in energy efficiency of the country, special attention is paid to the mechanism of introduction of innovations, as well as investment and innovation components of energy efficiency programs and energy development in Ukraine. A review of modern scientific approaches to the interpretation of the concept of «marketing mechanism», the essence of the mechanism of implementation of innovation in the context of relationship marketing and proposed a new definition of marketing mechanism to implement innovations. The conceptual foundations of the marketing mechanism to implement innovations that provide a definition of elasticity of the expected consumer benefits in the industrial marketplace for buying and innovative design allow you to simulate the behaviour that gives an opportunity to increase the efficiency of the mechanism in the implementation of innovative developments. Developed on the basis of the principles identified measures to improve the organizational and economic support for the introduction of innovative solutions that improve the competitiveness of enterprises of power engineering.*

**Keywords:** *innovative design, marketing modus operandi of innovation, flexibility expected profits, consumer behaviour, operation mechanism.*

**Вступ.** В умовах орієнтації країни на інноваційний шлях розвитку, зростання конкуренції зі сторони зарубіжних виробників, скорочення життєвих циклів товарів та неструктурований попит на інноваційні товари, посилюються трансформаційні зміни в управлінні впровадженням інноваційних розробок вітчизняних підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності. Важливість заощадження енергії у глобальному масштабі зумовило у розвинених країнах впровадження інноваційних розробок, що націлені на зменшення обсягів споживання енергії та посилення конкурентоспроможності економіки. В Україні протягом останніх п'яти років впровадження інноваційних розробок відзначалось негативною динамікою. Так, частка виконаних НДДКР у ВВП становила 0,83% в 2008 р., вже за результатами 2012 р. цей показник зменшився до 0,73%, тоді коли інвестиції на ведення інноваційної діяльності зростали щороку на 5-10% [5].

Ефективне впровадження інноваційних розробок з метою забезпечення конкурентоспроможності підприємства та національної економіки потребує формування маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок, використання якого дозволить не тільки підвищити результативність інноваційної діяльності, а й надасть потужні можливості для підвищення ефективності функціонування підприємств в умовах нестабільного економічного середовища. Проблеми впровадження інноваційних розробок та реалізації інноваційного процесу досліджуються у наукових працях учених ближнього зарубіжжя, серед яких І. Т. Балабанов, А. А. Дагаєв, С. Д. Ільєнкова, П. Н. Завлін, Р. А. Фатхудінов та ін. [7, 11, 14]. Дослідженню питань управління інноваційною діяльністю присвячені праці українських науковців, зокрема О. А. Гавриша, Ю. А. Дайновського, С. М. Ілляшенка, О. В. Зозульова, О. В. Кам'янської, Н. С. Кубишиної, О. С. Телетова, Н. І. Чухрай та ін. [3, 8, 9, 10, 12, 15]. Поряд із цим недостатньо розкритими залишаються питання, пов'язані з формуванням та функціонуванням маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок, який би забезпечував зростання результативності інноваційної діяльності з урахуванням моделювання поведінки промислового споживача в процесі прийняття рішення щодо придбання інноваційної розробки.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є розроблення концептуальних засад функціонування маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок підприємствами енергетичного машинобудування, що передбачає визначення еластичності очікуваної вигоди споживача на промисловому ринку щодо купівлі інноваційної розробки, що дозволить моделювати його поведінку і надасть змогу підвищити ефективність функціонування механізму під час впровадження інноваційної розробки.

**Методологія.** Теоретичну та методологічну основою дослідження складають загальнонаукові та економічні методи: системно-структурного аналізу, аналогій, аналізу та синтезу. Інформаційну базу дослідження становлять нормативні та законодавчі акти органів державного управління, статистичні дані Державного комітету статистики України, звітність підприємств досліджуваного ринку, вітчизняні та зарубіжні періодичні видання тощо.

**Результати дослідження.** До стратегічних пріоритетних напрямів політики енергозбереження у нашій державі до 2021 р. належить впровадження біогазових когенераційних технологій. Проте їх частка складає лише 3,5% в загальній структурі виробництва енергії, тоді коли частка таких інноваційних розробок в загальній енергетиці країн Європи у 2012 р. складала: у Німеччині – 38 %, США – 10 %, Великобританії – 10 %, Японії, Франції та Китаю – по 8 % [16]. Аналіз динаміки впровадження біогазових когенераційних установок свідчить, що темпи впровадження є значно нижчими в порів-

нянні з впровадженням інших інноваційних розробок в енергозбереженні (теплові насоси, сонячні, вітрові станції тощо). Так, в 2012–I півріччі 2013 рр. темпи впровадження енергозберігаючих технологій в цілому склали 32,6–39,6 %, тоді коли впровадження біогазових когенераційних установок – 13 % і 5 % відповідно (рис. 1).

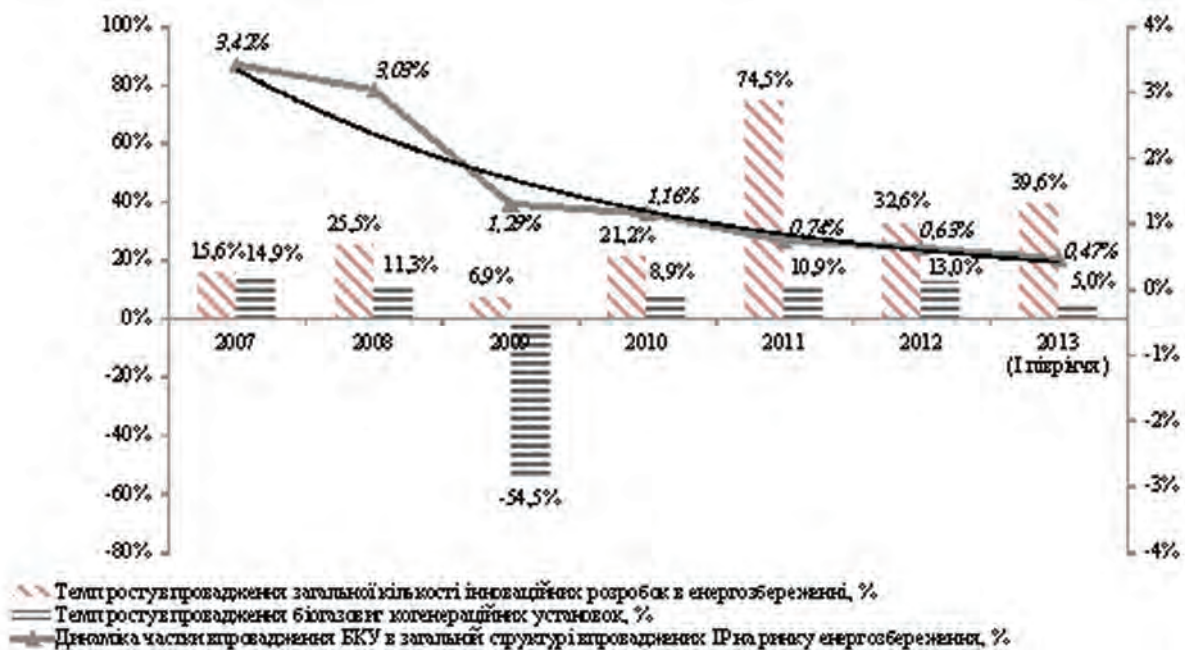


Рис. 1. Розвиток ринку біогазових когенераційних установок порівняно з ринком енергозбереження в 2007–I півріччі 2013 рр., % [5]

Підвищення ефективності впровадження інноваційних розробок потребує удосконалення маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок, що дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств в умовах стохастичності ринкових процесів. Механізм представляє собою систему, яка визначає порядок визначеного виду діяльності, процесу, будь-яких явищ [6]. Грейсон Дж., О'Делл К. механізм розглядають як систему і зазначають, що управління є процесом, а система управління – механізмом, який забезпечує цей процес [4]. Економічний та організаційний механізми в свою чергу, представляють собою організаційно-економічний механізм, під яким Колоколов В. [11] та Фатхутдінов Р. [14], розуміють систему, яка допомагає формувати та регулювати відносини об'єкта управління з внутрішнім і зовнішнім середовищем через економічні важелі для досягнення кінцевої мети підприємства. Отже, організаційно-економічний механізм підприємства є сукупністю форм та структур, методів, засобів та функцій управління, яка за допомогою економічних важелів формує відносини підприємства із зовнішнім середовищем з метою забезпечення оперативного регулювання діяльності підприємства та підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

Механізмом інноваційних розробок є сукупність функцій, методів, цілей, принципів, інструментів і прийомів, структурні елементів підприємства як системи й певна послідовність дій, за допомогою яких здійснюється управління інноваційною діяльністю підприємства [3]. Механізм інноваційних розробок це по суті, комплексна система інструментів забезпечення впровадження ІР (правових, економічних, адміністративних, організаційних, освітніх тощо), пов'язаних єдиними цілями, принципами і забезпечених відповідними ресурсами. Під маркетинговим механізмом впровадження інноваційних розробок в свою чергу розуміють комплекс законів, закономірностей, факторів, принципів і методів формування та функціонування системи, яка покликана задовольняти потреби споживачів та суб'єктів інноваційного процесу, шляхом отримання економічного, соціального, екологічного, маркетингового, організаційно-управлінського ефектів внаслідок створення та впровадження інноваційної розробки на ринок [9, 10, 12].

Аналіз наукових джерел свідчить, що сталого тлумачення поняття маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок немає, тому виходячи з огляду особливостей механізму впровадження під маркетинговим механізмом впровадження інноваційних розробок (ММВІР) розуміється система взаємопов'язаних та послідовних дій організаційно-економічного характеру,

спрямованих на ефективне впровадження інноваційних розробок на ринок на основі управління поведінкою споживачів з метою реалізації інтересів суб'єктів інноваційного процесу. Визначення враховує специфіку інноваційних розробок та відображає маркетинговий аспект впровадження їх на ринок. Варто зазначити, що чим краще інформовані учасники інноваційного процесу, тим вище задоволення їх потреб та підвищення добробуту. Дослідники проблеми задоволення потреб (Дж. Акерлоф, М. Спенс, Дж. Стиглиц) пов'язують її з існуванням асиметричної інформації, яка створює умови для невизначеності у тих чи інших рішеннях, що впливають на поведінку суб'єктів інноваційного процесу [1, 13]. В працях вчених зазначається, що неповна та неточна інформація стає причиною багатьох проблем в економіці та розвитку ринків нових товарів.

Під асиметричною інформацією розуміється така ситуація, в якій частина учасників інноваційного процесу володіє вичерпною і точною інформацією, в той час як інші учасники впровадження інноваційних розробок не володіють нею [13]. Проблема ринків з асиметричною інформацією характерна для ринків інноваційних розробок, де надання повної інформації про інноваційну розробку, що впроваджується на ринок найбільш важлива. Так, підприємства-інноватори знають про якість інноваційної розробки, додаткові можливості при її впровадженні краще, ніж споживачі, інвестори, суспільство. Споживачі в свою чергу мають потреби та керуються мотивами, котрі не відомі підприємству-інноватору, що знижує ефективність впровадження інноваційної розробки на ринок. Це спонукає до вивчення поведінки споживача на промисловому ринку та прийняття ним рішення щодо впровадження ІР з врахуванням асиметричності інформації. Тому ефективне впровадження ІР на ринок можливе за умови реалізації очікувань промислових споживачів, врахування рівня усвідомлення потреби, позитивного сприйняття інформації стосовно інноваційної розробки, що надає можливість вдосконалювати, корегувати елементи ММВІР та прийняти конкретні управлінські рішення.

Варто зазначити, що з розвитком виробничих, технологічних, логістичних відносин, роль маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок в господарському механізмі трансформується з додаткової до визначальної функції та має передбачати узгодження та реалізацію інтересів суб'єктів інноваційного процесу з метою вирішення існуючих протиріч. Для того, щоб інтереси виробників, споживачів, посередників, інвесторів та суспільства узгоджувались та реалізовувались, необхідним є їх розуміння та врахування при впровадженні інноваційних розробок на ринок. Теоретичні засади очікуваної вигоди споживача та підприємства-інноватора, які відображають принципи асиметричності інформації, що мають враховуватись при формуванні ММВІР можна представити в наступному вигляді (рис. 2)

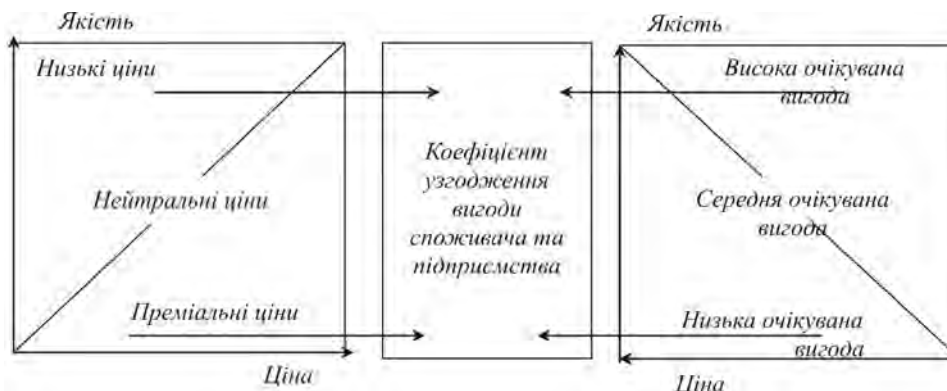


Рис. 2. Стратегія очікуваної вигоди споживача та підприємства-інноватора на промисловому ринку

Специфіка інноваційної розробки та наявність асиметричної інформації в інноваційному процесі впливають на зміну поведінки промислового споживача, що не відповідає існуючим моделям. Вище зазначено, що промисловий споживач характеризується більш раціональною поведінкою, але при врахуванні впливу когнітивного простору, змінюється процес прийняття рішення споживачем щодо купівлі інноваційної розробки та її впровадження. Реалізація інноваційного процесу та між особисті відносини суб'єктів цього процесу, вплив когнітивної компоненти зумовлюють зміну в процесі прийняття рішення. Таким чином, важливим етапом при впровадженні інноваційної розробки на промисловий ринок є сприйняття її споживачами. Так усвідомлення потреби в біогазових когенераційних установках на українському ринку відбувається як усвідомлення нової потреби. Безпосередньо це отримання суміжних продуктів для агросектора, що можуть отримуватись в результаті впровадження БКУ (крім виробництва теплової та електроенергії, це виробництво біогазу та добрив,

що використовуватимуться в діяльності промислового споживача, приносять додатковий прибуток). Другим моментом є усвідомлення потреби, що задовольняється новим способом. Так це в основному сектори промисловості та ЖКГ, які при впровадженні інноваційної розробки задовольняють свої потреби в отриманні тепло- та електроенергії, холоду (технології три генерації), але з можливістю енергозбереження та зменшення втрат, що є більш вигідним в порівнянні з існуючою ситуацією отримання енергії. Таким чином, в межах процедури удосконалення ММВІР, підприємству-інноватору потрібно спрогнозувати очікувану вигоду споживача та стан усвідомлення потреби ним для розробки завдань щодо підвищення успіху впровадження інноваційних розробок. Такі завдання полягають у підборі інструментів впливу на потенційних промислових споживачів з метою формування нової потреби та її усвідомлення або інформування про нові, більш кращі можливості задоволення існуючих потреб.

Оцінювання, що ґрунтується на споживачах та на ресурсах і зусиллях підприємства, дає змогу побудувати матрицю узгодження очікуваної вигоди споживача та вигоди підприємства, що має шість квадратів, до яких потрапляють результати розрахунків очікуваної вигоди з погляду споживача та з погляду підприємства, що в свою чергу дозволяє обрати потрібні маркетингові інструменти для підвищення коефіцієнту узгодження та підвищити ефективність впровадження інноваційних розробок (рис.3).

Розрахунок вигоди з погляду підприємства:

$$I_{ВП} = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} \mu_{ij} f_{ij} \quad (1)$$

де,  $\mu_{ij}$  — коефіцієнт важливості  $i$ -го критерію в групі  $j$ ,  $i = 1, \dots, n_j$ ;  $j = 1, \dots, k$ ;  $f_{ij}$  — значення  $i$ -го критерію в групі  $j$ ,  $i = 1, \dots, n_j$ ;  $j = 1, \dots, k$ .

Розрахунок очікуваної вигоди з погляду споживача:

$$I_{ОВС} = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} \mu_{ij} (f_{ij} - f_{ij}^{\min}) \quad (2)$$

де  $\mu_{ij}$  — коефіцієнт важливості  $i$ -го критерію в групі  $j$ ;  $f_{ij}$  — значення  $i$ -го критерію в групі  $j$ ;  $f_{ij}^{\min}$  — мінімально допустиме значення  $i$ -го критерію в групі  $j$ ,  $i = 1, \dots, n_j$ ;  $j = 1, \dots, k$ .

Ефективності впровадження ІР висока в межах двох підходів, то прийняття рішення промисловим споживачем позитивне. Якщо очікувана вигода з погляду споживача та з погляду підприємства не узгоджена, то така ситуація свідчить про низьку ефективність функціонування ММВІР та потребує вирішення управлінських проблем [2]. Підвищення функціонування маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок, характеризується моделюванням поведінки промислового споживача на основі показника еластичності очікуваної вигоди, передбачає розробку комплексу маркетингових заходів на основі матриці ефективності впровадження інноваційних розробок, реалізацію нового маркетингового механізму та економічного обґрунтування його використання.

Важливо зазначити, що споживча поведінка на ринку біогазових когенераційних установок є специфічною в силу природи інноваційної розробки. Для вітчизняних підприємств енергетичного машинобудування, що впроваджують інноваційні розробки на ринок, одним із способів забезпечення їх подальшої комерціалізації є моделювання споживчої поведінки за допомогою формування стандарту споживчої поведінки, в основі якого лежить модель споживача [8, 12]. Моделювання поведінки промислового споживача дозволяє оцінити справедливості сприйняття ІР споживачем та є джерелом конкурентоспроможності підприємств, можливостей реалізації маркетингових стратегій сегментації та позиціонування, а відповідно і ефективного функціонування маркетингового механізму впровадження ІР. Моделювання поведінки промислових споживачів передбачає оцінювання показника еластичності очікуваної вигоди споживачем, який визначається як співвідношення зміни очікуваної вигоди до певної зміни ціни:

$$E_p^B = \frac{\Delta I / I}{\Delta p / p} = \frac{(I_{p_{new}} - I) / I}{(p_{new} - p) / p} \quad (3)$$



де,  $\Delta I$  – зміна очікуваної вигоди при зміні ціни;  $I$  – поточне значення очікуваної вигоди;  $I_{pnew}$  – значення очікуваної вигоди при зміні ціни;  $\Delta p$  – зміна ціни;  $p$  – поточне значення ціни;  $pnew$  – значення нової ціни.

Очікувана вигода підприємства (цінова політика)	Висока	Інструменти маркетингові для збільшення вигоди споживача	Інструменти маркетингові для збільшення вигоди споживача	Преміум-стратегія
	Середня	Інструменти маркетингові для збільшення вигоди споживача	Стратегія середніх цін	Інструменти маркетингові для збільшення вигоди підприємства
	Низька	Стратегія проривних цін	Інструменти маркетингові для збільшення вигоди підприємства	Інструменти маркетингові для збільшення вигоди підприємства
		Низька	Середня	Висока
		Очікувана вигода споживача		

Рис. 3. Матриця узгодження вигоди підприємства та очікуваної вигоди споживача [розроблено автором]

Аналіз процесу усвідомлення потреби в БКУ споживачем та сприйняття її як інноваційного товару, що в змозі задовольнити потреби є основою для подальшого моделювання поведінки споживача БКУ та вдосконалення інформаційно-комунікаційного блоку ММВІР підприємства-інноватора. Для підвищення рівня залучення та сприйняття інноваційної розробки споживачами, серед завдань інформаційно-комунікаційного блоку ММВІР є: надання необхідної інформації про інноваційну розробку; розширення знання про інноваційну розробку, підприємство-інноватор та посилення позитивного ставлення розробки і виробника; переконання споживача в необхідності купівлі біогазової когенераційної установки та її впровадження; стимулювання здійснення купівлі та впровадження біогазових когенераційних установок.

Висновки. Реалізація енергозберігаючої політики та інноваційного шляху розвитку економіки України в цілому є можливою за умов активної підтримки вітчизняної фундаментальної науки за визначеними державними пріоритетами, що передбачає формуванням маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок. Активізація застосування сучасних методів управління дозволяє підприємствам об'єднати складові маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок в узгоджену систему впровадження та комерціалізації інноваційних розробок.

Розроблені концептуальні засади функціонування маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок підприємствами енергетичного машинобудування враховують асиметричність інформації, що проявляється в неузгодженості інтересів між виробником та споживачем, а також аналіз рівнів реакції у ході прийняття споживачем управлінського рішення, що дозволяє моделювати його поведінку та прийняти рішення щодо визначення шляхів підвищення реалізації маркетингового механізму впровадження інноваційних розробок. Це зумовлює використання комплексного підходу до планування, реалізації та контролю впровадження інноваційних розробок з врахуванням ринкових тенденцій та дозволяє підвищити конкурентоспроможність підприємств енергетичного машинобудування зокрема та національної економіки в цілому.

### Література:

1. Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм / Дж. Акерлоф // Thesis. — 1994. — Вып. 5. — С. 91 — 104.
2. Боронин О.С. Многокритериальная оценка экономической эффективности инновационных проектов / О.С. Боронин, С.Н. Яшин // Экономические науки. — 2010. — №11. — С. 253 — 256.
3. Гавриш О.А. Організаційно-управлінські механізми розвитку підприємницької діяльності національного господарства : монографія О.А. Гавриш, П.В. Круш, Л.Є. Довгань, В.В. Пастухова, Н.О. Сімченко, Т.П. Ткаченко // Національний технічний ун-т України «Київський політехнічний ін-т». — К. : НТУУ «КПІ». — 2009. — 368 с.

4. Грейсон Дж., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века / Дж. Грейсон, К. О'Делл. — М.: Экономика, 1991. — 320 с.
5. Державний комітет статистики: формат представлення статистичних даних [Електронний ресурс]: публікації / статистика науки та інновації. — Електрон. дан. (2 файли). — 2012. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. — Назва з домашньої сторінки Інтернету.
6. Друкер П. Як забезпечити успіх в бізнесі: новаторство і підприємництво / П. Друкер. — К.: «Україна», 1994. — 319 с.
7. Завлин П.Н. Инновационное предпринимательство: организация, статистика, проблемы / П.Н. Завлин // Инновации. — 1996. — № 3. — С.8 — 13.
8. Зозульов О.В. Проблеми і перспективи стратегічної стабільності підприємства / О.В. Зозульов // Маркетинг в Україні. — 2005. — № 2. — С. 54 — 57.
9. Ілляшенко Н.С. Організаційно-економічні засади інноваційного маркетингу промислових підприємств: монографія / Н.С. Ілляшенко. — Суми : «Вид-во СумДУ», 2011. — 192 с.
10. Ілляшенко С.М. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. — Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. — 621 с.
11. Инновационный менеджмент : концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития : учеб. пособие / [В.М. Аньшин, А.А. Дагаев, В.А. Колоколов, Л.Г. Кудинов, Н.В. Шелюбская] ; под ред. В.М. Аньшина, А.А. Дагаева. — [3-е изд.]— М. : Дело, 2007. — 584 с.
12. Кубишина Н. С. Маркетинг інноваційного продукту / Н.С. Кубишина // Проблеми економіки та управління. — 2007. — № 579. — С.480 — 485.
13. Стиглиц Дж.Е. Информация и смена парадигмы в экономической науке. Нобелевская лекция 8 декабря 2001 г. / Дж.Е. Стиглиц // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков: В 5 т. — Т. V: В 2 кн. — М.: Мысль, 2005. — Кн. 2. — С. 535 — 629.
14. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условия кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент: монография / Р.А. Фатхутдинов. М.: Маркетинг, «Дашков и Со», 2002. 892 с.
15. Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове і логістичне забезпечення: монографія. — Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2002. — 315 с.
16. GDP (current US\$) 2012 [electronic resource]: Site of the World Bank. — Access mode: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>. — Title to the home page of Internet.

**Лылык И.В.**

канд. эконом. наук, доцент, КНЭУ им. Вадима Гетьмана,  
Генеральный директор ВОО «Украинская ассоциация маркетинга»  
Национальный представитель ESOMAR в Украине

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ**

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ**

## **STUDIES ON THE USE OF NEW INFORMATION TECHNOLOGIES TO ENHANCE THE EFFICIENCY OF INTERACTION WITH CONSUMERS**

У статті розглядається підхід до оцінки ефективності взаємодії з споживачем в мережі Інтернет. Запропонована комплексна методика оцінки ефективності заходів у Інтернет просторі, в тому числі в соціальних мережах Facebook і ВКонтакте, які розглядаються як інформаційна платформа споживача.

Дослідження параметрів ефективності формувалися на основі даних пошукових науково-дослідних робіт, що проводяться методом глибинних інтерв'ю з експертами - smm менеджерами, які безпосередньо відповідають за контент і просування сторінок в соціальних мережах і SEO адміністраторами - фахівцями, які несуть безпосередню відповідальність за пошукову оптимізацію та просування веб-сайтів. В цій статті пропонуються оцінки ефективності взаємодії з споживачами, заснованих на аналізі веб-сайтів компанії та її діяльності в соціальних мережах. З допомогою такого комплексного підходу компанія зможе проаналізувати діяльність в Інтернеті і вибрати відповідні методи комунікації для створення своїх рекламних стратегій з метою просування своїх товарів і формування інтерактивної платформи для спілкування з клієнтами.

**Ключові слова:** соціальні мережі, Інтернет-маркетинг, методика оцінки ефективності просування

В статье рассматривается подход к оценке эффективности взаимодействия с потребителем в сети Интернет. Предложена комплексная методика оценки эффективности мероприятий в Интернет пространстве, в том числе в социальных сетях Facebook и в ВКонтакте, которые рассматриваются как информационная платформа потребителя.

Исследование параметров эффективности формировались на основе данных поисковых научно-исследовательских работ, проводимых методом глубинных интервью с экспертами - smm менеджерами, которые непосредственно отвечают за контент и продвижение страниц в социальных сетях и SEO администраторами - специалистами, которые несут непосредственную ответственность за поисковую оптимизацию и продвижения веб-сайтов. В этой статье предлагаются оценки эффективности взаимодействия с потребителями, основанных на анализе веб-сайтов компании и ее деятельности в социальных сетях. С помощью такого комплексного подхода компания сможет проанализировать деятельности в Интернете и выбрать соответствующие методы коммуникации для создания своих рекламных стратегий с целью продвижения своих товаров и формирование интерактивной платформы для общения с клиентами.

**Ключевые слова:** социальные сети, Интернет - маркетинг, методика оценки эффективности продвижения

*This article deals with approach for evaluation of effectiveness of cooperation with consumers through Internet. Author suggests complex technique of effectiveness of activities in Internet for Ukrainian brands. In particular, social networks Facebook and VKontakte are considered as informational platform of consumers.*

*Research methodology is based at concept of multinational marketing. It claims that efficiency of communication with customers is achieved only if it based on traditional values of appropriate communities. Consumer communities in social networks are analysed from this perspective. Research methods: descriptive method, that is, studying Internet advertising by description of available characteristics. Research methodology: research parameters were formed based on data of exploratory research, conducted by method of in-depth interview with experts - smm professionals - managers who are directly responsible for content and companies 'web-sites promotion in social networks, and SEO administrators - professionals, who are directly responsible for companies 'web-sites promotion. This article suggests estimating efficiency of cooperation with consumers based on analysing of company web-site and its activities in social networks. Using this complex approach would enable companies to analyse Internet activities and to choose appropriate communication methods for creating their advertisement strategies for promotion of their goods and forming interactive platform of communication with customers.*

**Keywords:** social networking, Internet - marketing, promotion efficiency assessment methodology

**Вступление.** Развитие информационных технологий привело к появлению новых возможностей для диалога с потребителем. Потребитель становится создателем бизнес среды. Опираясь на технические возможности, клиенты начали публиковать свое мнение в отношении товаров и услуг в созданных ими же медиа, распространять его в сообществах, которые, в свою очередь, ими же и формируются. Кроме того, появилась возможность активного общения с клиентом и распространение информации предприятия о продукции устами потребителей.

Такая активность потребителей в Интернете ставит перед компаниями вызов по изменению форм и концепций взаимодействия. Компании начинают понимать, что перед ними потребитель, который может сам спровоцировать большую информационную волну и выполнить функцию коммуникатора. Именно это новое качество и пытаются использовать современные бренды для распространения информации о себе и своих продуктах через создание клубов поклонников в Интернет пространстве и с помощью инструментов Интернет маркетинга. Таким образом, технологически новый потребитель требует новых подходов от предприятий для формирования взаимодействия с ним, в то же время исследовательское профессиональное сообщество не предложило рынку методики оценки эффективности такого взаимодействия и возможности сравнения собственной стратегии с деятельностью других компаний.

Публикации на эту тематику, достаточно распространены именно в виртуальном мире. Авторы прежде всего акцентируют свое внимание на рассмотрении понятия «Интернет маркетинг», под которым чаще всего понимается теория и методология организации маркетинга в гипермедийном пространстве. [1] Интернет - маркетинг - это широкое понятие, включающее в себя как ведение информационной деятельности в виртуальном пространстве, так и понятие электронного бизнеса (проведение транзакционных операций, продажа, обслуживание и т.п.). В данной статье мы сосредоточимся только на информационно – коммуникационном аспекте взаимодействия с потребителем.

Маркетологи, как правило, подчеркивают гипермедийность природы Интернета, что позволяет как эффективно и быстро предоставлять информацию, так и дешевле по сравнению с другими масс - медиа, привлекать инструменты продуктивного ее усвоения. Именно Интернет позволяет активизировать без дополнительных финансовых вложений такие органы чувств человека, как слух и зрение ему иллюзорную возможность активно включиться в какие-то действия через игры, акции, выразить свое отношение к происходящему через свои записи, голосования, участие в форумах. Исследования проводились, как правило, по использованию инструментария Интернет - маркетинга для отдельных видов деятельности с точки зрения эффективности рекламы и ее инструментов в мировой паутине. Этому посвящены работы Стельмаха А.А. [8], Фурманкевич Н. М., Дубовик А.В. [9, 10], Игоря Манна и Дмитрия Турусина а [11] и другие. Деятельность в социальных сетях почти не рассматривается в научной литературе. Этому есть несколько объяснений. Довольно сложно, с одной стороны, систематизировать информацию в социальных сетях, с другой стороны, социальные медиа, которые создаются обычными людьми, и получившие название «собственноручно созданные» (“Made media”), часто содержат разнообразную и разноплановую информацию: от семейных альбомов и рассказов о собственном бизнесе до любовных историй и мыслей о конце света. Такое разнообразие информации затрудняет анализ эффективности

взаимодействия с потребителем. Кроме того, достаточно сложно получить информацию о результатах той или иной акции.

**Постановка задания.** «Уход» активного потребителя в социальные сети и создание им самим информационных сообщений собственных масс медиа поставил задачу провести анализ эффективности работы украинских предприятий в Интернет пространстве с точки зрения эффективности взаимодействия с потребителем и предложить методику оценки такой деятельности.

Цель исследования состоит в анализе эффективности взаимодействия с потребителем в сети и разработке рекомендаций компаниям по улучшению своих коммуникаций с помощью Интернет.

**Методология.** В основу методологии исследования была положена концепция мультинационального маркетинга, которая утверждает, что эффективность общения с потребителем достигается лишь при опоре на традиционные ценности определенных общин. Сообщества потребителей, сформированы в социальных сетях, рассматривались нами именно под таким углом зрения. Методы исследования: описательный метод, предусматривающий изучение Интернет - рекламы путем описания д оступных для наблюдения характеристик. Методика исследования: параметры оценки были сформированы на основе данных поискового исследования, проведенного методом глубинного интервью с экспертами, которыми выступили smm специалисты, менеджеры, которые непосредственно в компаниях отвечают за содержание и продвижение страниц компаний в социальных сетях и SEO администраторы - то есть специалисты, которые непосредственно отвечают за продвижение веб страниц компаний. Результат: Разработана комплексная методика оценки эффективности взаимодействия с потребителем, предоставлены рекомендации для компаний по улучшению своих коммуникаций с помощью Интернет .

Были проанализированы подходы к определению понятия «эффективность», которое предполагает наличие определенных критериев, которые могли бы дать возможность сравнить приложенные усилия к полученному результату. Экономически корректен подход сравнения полученного результата в денежном выражении к усилиям в денежном выражении в относительных величинах. Однако коммуникативная деятельность предприятий показала, что такой одномерный подход не всегда может быть применен при оценке эффективности рекламных и ПР кампаний. Именно поэтому, был предложен подход определения цены одного контакта с целевым рынком как отправной точки оценки планирования эффективности коммуникационных компаний, а увеличение объемов продаж как критерий эффективности проводимой кампании.

**Результаты исследования.** Мы можем применять больше или меньше критериев для аргументации размещения рекламы на определенном медиа носителе, можем спорить о влиянии именно рекламной кампании или других факторов на увеличение продаж, которые привели к росту кривой продаж, однако мы должны признать, что такие подходы к определению эффективности рекламных кампаний относительно традиционных медиа достаточно обоснованы.

Взаимодействие с потребителем в традиционных медиа выглядит как предоставление информации о товаре или компании с целью вызвать желание купить товар. Информация может иметь разное содержание в зависимости от задач рекламы или ПР мероприятия. Конечно, общение только с помощью такого канала, как традиционные медиа, не исключает возможности получения рекламаций или других сообщений от потребителей. Потребитель также всегда имел возможность обратиться к различным медиа, но только с развитием технологий он получил возможность создавать свои собственные медиа, собственноручно, без получения разрешения, а затем проводить свою собственную информационную кампанию и устанавливать взаимодействие с компанией, проводить публичный диалог. Поэтому вопрос определения эффективности коммуникации в Интернет понятие более широкое, нужно учитывать не только количество контактов с информацией о продукте, но и содержание обратной связи с каждым отдельным потребителем, поскольку это становится публичной дискуссией.

Что можно рассматривать как обратную связь для определения эффективности взаимодействия с потребителем в Интернет пространстве? Наличие сайта или даже платформы вместе со страницей в социальных сетях не дают ответа на вопрос об эффективности взаимодействия с потребителем. Формирования лояльного потребителя в Интернет пространстве может стать критерием эффективности взаимодействия с потребителем в этом случае. Это требует развития персонализированного маркетинга, и такие возможности в наиболее удобном виде представлены в социальных медиа.

Информационная деятельность предприятий в социальных медиа получила название «маркетинг в социальных медиа» (Social Media Marketing (SMM)). Маркетинг в социальных медиа - это деятельность с использованием специальных инструментов маркетинга в социальных сетях и бло-

гах. Существует несколько наиболее распространенных социальных сетей и много разновидностей блогов.

Среди самых распространенных социальных сетей можно назвать: «В Контакте», «Одноклассники», «Facebook», «Twitter», «LinkedIn», «Connect.ua», «MySpace», «Мой круг», «hit 5», «ЖЖ». Существует также много различных блогов, которые согласно классификации Википедии [3], могут быть сгруппированы по таким признакам как: по авторскому составу (личные, групповые (корпоративные, клубные), общественные (открытые); по содержанию: тематические, общие; по размещению - сетевые (для раскрутки блогов) и автономные (могут иметь свою собственную систему управления и иметь самостоятельный хостинг).

Согласно данным компании ГФК-ЮКРЕЙН, пользования социальными медиа в Украине растет быстрыми темпами. Среди пользователей Интернет, 63% регулярно пользовались социальными сетями в 4 квартале 2012 года. (Рис. 1).

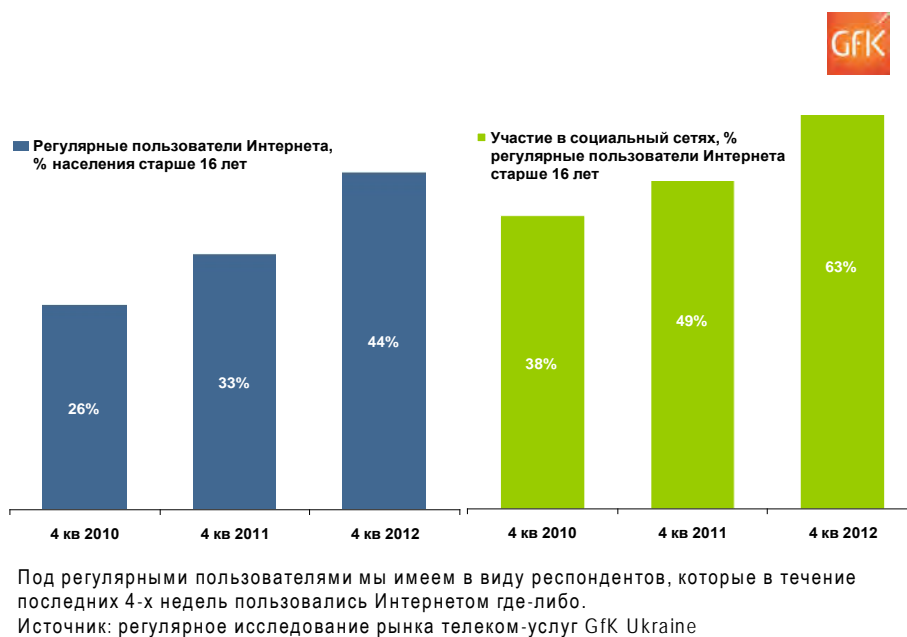


Рис. 1. Регулярные Интернет - пользователи

Согласно данным компании InMind, количество пользователей, зарегистрированных в двух социальных сетях - В Контакте и Facebook, ежемесячно просматривающих (посещающих) не менее 50 страниц, в феврале 2013 года составляло в Украине более 11,8 млн. человек. (Рис.2)

С точки зрения аудитории социальных сетей - это преимущественно молодые женщины, которые часто являются и наиболее активной потребительской аудиторией. (Рис. 3)

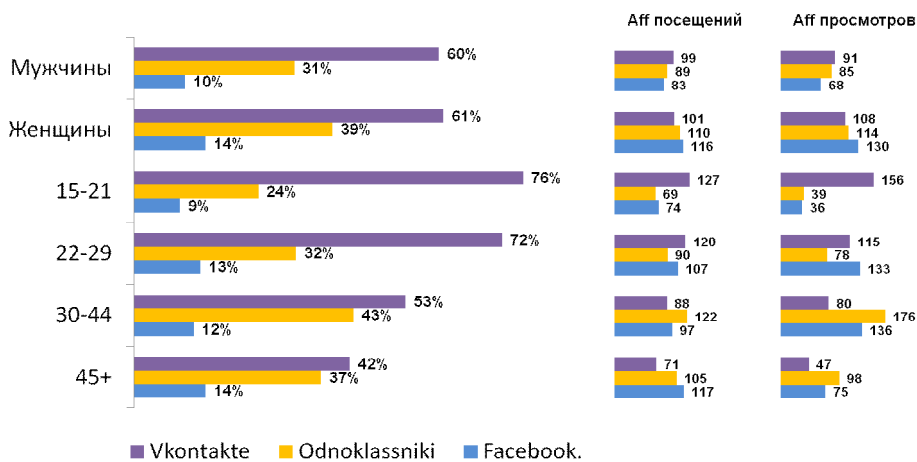
Деятельность в социальных медиа имеет четко выраженные маркетинговые цели, а именно: воспитание потребности относительно товара и услуги, изменение поведения человека и принятия решения о покупке этого товара, стимулирование спроса, расширение канала сбыта и канала коммуникации со своим потребителем, повышение знания о марке или бренде. Рекламные агентства часто предлагают услугу «продвижение в социальных сетях» как дополнение к комплексной маркетинговой кампании, или как к кампании в Интернет, где деятельность в социальных сетях является одной из важных составляющих.

Значительно большая возможность установления обратной связи с потребителем активизирует дискуссии среди исследователей относительно будущего собственных сайтов и страниц в социальных сетях. Среди преимуществ собственных сайтов приводят следующие: информация, которую вы размещаете на сайте является вашей собственностью и не может исчезнуть из-за решения владельца социальной сети, доменное имя принадлежит именно вам, вы также формируете уникальную структуру сайта, ограничения такой уникальности незначительные и обусловлены соответствующими платформами.



Opinion Software Media. Вся Украина 15+. Февраль 2013 год.

Рис. 2. Активная аудитория социальных сетей (не менее 50 просмотренных страниц на месяц), компания InMind, февраль 2013.



Opinion Software Media. Вся Украина 15+. Февраль 2013 год.

Рис. 3. Социальные сети: охват по целевым сегментам (не менее 50 просмотренных страниц на месяц) компания InMind, февраль 2013.

К преимуществам страниц в социальных сетях относятся разнообразные интерактивные возможности таких страниц и эффективнее обратная связь. Посетители страницы могут общаться у вас на странице, распространять информацию, выражать свое отношение к ней, формировать содержание страницы вместе с вами, участвовать в акциях, играх и т.д..

Среди недостатков собственных сайтов - ограниченность подключения интерактивных инс-

трументов, а среди страниц в социальных сетях - ограниченность формата создания страницы и неполное право собственности на свою страницу. Право собственности все же остается за разработчиком социальной сети.

Методика оценки эффективности взаимодействия с потребителем в Интернете. Информационная маркетинговая деятельность предприятий в Интернет пространстве - это деятельность компании, которая включает информационную деятельность на собственных сайтах и в социальных сетях. Разрабатывая методику оценки эффективности взаимодействия с потребителем, мы опирались именно на такой комплексный подход, в котором коммуникации можно классифицировать с точки зрения возможностей обратной связи для потребителя, на пассивные и активные. Такие особенности работы в Интернет пространстве требуют разного технического подхода к информационной составляющей сообщений и различных подходов к их оценке. Результатом стало понимание разработки комплексной методики для оценки эффективности установления взаимодействия в Интернет. Такая комплексная методика была создана на основе сочетания параметров оценивания, которые были обнаружены в течение экспертного опроса специалистов по SEO и SMM.

Сначала специалисты были опрошены для выявления наиболее весомых параметров по которым нужно оценивать веб - ресурсы компаний с точки зрения эффективности взаимодействия с потребителем. Эксперты отбирались по следующим критериям: не менее 2 лет работы на позиции smm менеджера или SEO администратора. Было опрошено 7 человек. На основе полученных ответов была составлена анкета для оценки эффективности взаимодействия с потребителем в социальных сетях. Согласно выявленным критериям был проведен анализ сайтов компаний и их сайтов в социальных сетях. Выборка случайная, детерминирована. Было опрошено 16 ведущих компаний, представляющих такие сферы деятельности как производство, провайдеры услуг, торговля. Эти компании имели как страницы в социальных сетях так и собственные веб-страницы (порталы), проводили акции в социальных сетях. Ограничение исследования: анализ проводился только по брендам компаний, изъявивших готовность предоставить полные данные. Анализ проводился только для двух социальных сетей - Facebook и в ВКонтате, поскольку проведение анализа для большего количества сетей методологически будет неверным, учитывая разную аудиторию, предпочтения и задачи этой аудитории в сетях.

Были проведены также оценки их собственных веб-страниц (платформ). Такой анализ необходимо проводить так как собственная страница даже при наличии блогов и форумов все же рассматривается как наиболее распространенный информационный инструмент создания пассивных продаж. Если компания не заботится о собственной странице в Интернете и возможности для потребителей найти ее с наименьшими усилиями, мы не можем говорить о желании установить взаимодействие с потребителями. Нами было проведено оценка сайтов с учетом двух основных показателей: возможность быстро и легко найти сайт по поисковому слову и с точки зрения демократичности сайта. Потребитель, оценивая дизайн сайта, опирается на два основных показателя: насколько легко найти информацию (демократичность сайта) и насколько данный сайт соответствует ожиданиям потребителей и «образу» компании в оффлайне. Под демократичностью сайта мы понимаем легкость поиска информации на самом сайте. К критериям легкости поиска информации относятся: насколько легко можно найти информацию о продукте, контактную информацию, информацию об акциях, которые предлагаются, условиях участия и информацию о победителях, руководство компании, миссию компании и т.д..

Образ компании в оффлайне формируется исходя из миссии компании и, как правило, выражается в цветах, дизайне, главных героях, которые задействованы в рекламных сообщениях. Анализируя такие субъективные эмоциональные составляющие необходимо также учитывать особенности каждого отдельного бизнеса. Так, например, образ добросовестной компании ООО Агрофирма «Золотая Балка» предусматривает непростой доступ к ее Интернет ресурсам для лиц моложе 18 лет.

Информационная работа менеджмента сайтов для повышения эффективности взаимодействия с потребителем означает, что товары именно этой компании наиболее легко и удобно будут найдены клиентом в Интернете. Однако, это не отвечает полностью на вопрос: «Построено ли эффективное взаимодействие с потребителем?». Эффективное взаимодействие предполагает формирование нескольких каналов для обратной связи. Ответ на такой вопрос дает лишь комплексная оценка, которая должна быть дополнена аудитом информационной маркетинговой деятельности в социальных сетях.



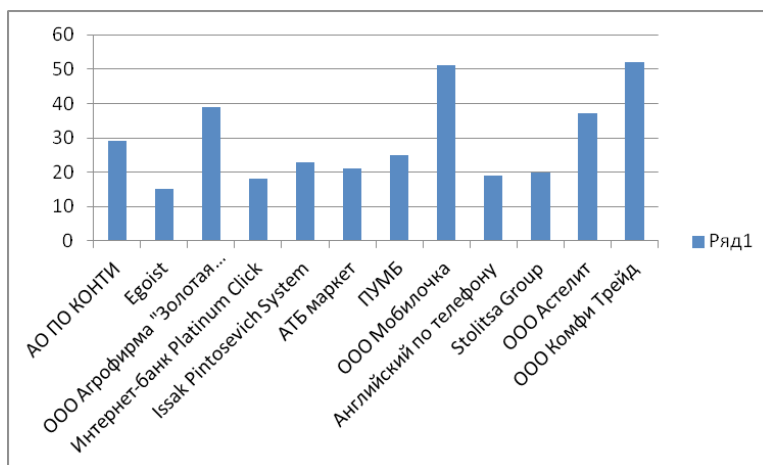


Рис. 4. Оценка «демократичности» дизайна сайтов компаний

Оптимизация сайта под социальные медиа (SMO) - то есть облегчения его нахождения или вывода его на первые позиции при поиске в социальных сетях - происходит без участия поисковых систем. Основа SMO продвижения - это интересный и уникальный контент. Контент современной собственной веб-страницы с доменным именем должен составляться по принципу «50/50» - наполовину для поисковых роботов, наполовину для людей. В социальных сетях медиа контент должен быть написан только для людей, которые будут его читать, продвигать, если он понравится и, таким образом, переведут его в разряд «вирусного».

Параметры оценки деятельности компаний в социальных медиа были сформированы на основе экспертного опроса именно с учетом особенностей SMO. Экспертами выступили специалисты по разработке и продвижению страниц в социальных сетях. Дизайн анкеты формировался исходя из того, что планирования продвижения в социальную сеть должно опираться на понимание того, что социальная сеть - это инструмент для общения с собственным клиентом и превращения его в адвоката бренда. Функция продажа - это, в данном случае, вторичная задача информационной маркетинговой деятельности. Концепция продвижения в социальных сетях предполагает интерактивное, постоянное взаимодействие с клиентом в виде акций, помощи в выборе товара, консультировании или привлечении к совместным действиям в оффлайне.

Основными параметрами оценивания информационной работы в социальных сетях является активность компании, которая предусматривает, как минимум, ежедневное размещение новых материалов, представляющее для целевого сообщества уникальную информацию. Мы подчеркиваем, что речь идет именно о минимальных требованиях по информационной наполненности сайтов. В зависимости от целевой аудитории необходимо разное присутствие и информационная активность в социальной сети - от ежедневной до почасового общения с потребителями в режиме реального времени. К интересной можно отнести информацию не уникального характера, которая была перепостована с других сайтов. Уникальная информация - это информация написана для данной страницы в социальной сети, другие члены сообщества могут ее распространять путем перепоста и с помощью лайков.

Активная информационная маркетинговая деятельность в социальных сетях предусматривает проведение различных акций. Несмотря на различный характер таких акций, множество задач и особенностей проведения, они несут маркетинговую составляющую, а именно информируют потребителя о товарах и услугах данной компании. Основным параметром для оценки эффективности таких акций является количество присоединившихся потребителей. Действенность и лояльность достигается за счет ясности условий участия и прозрачности выбора победителей.

При оценке эффективности информационной маркетинговой стратегии в социальных сетях необходимо помнить, что цель акции должна корректироваться с общей концепцией позиционирования бренда, быть уникальной, а избранные инструменты соответствовать стратегии проведения этой акции.

Применение комплексной методики оценки информационных маркетинговых стратегий предприятий.

Для оценки были выбраны 14 компаний, которые были опрошены как номинанты конкурса ИВИН 2013. Это компании, работающие в сфере предоставления услуг, операторы розничных

сетей, производители. Компаний-провайдеров услуг - ПАО Киевстар, ООО Астелит, ООО «English by Phone», Первый Украинский Международный Банк (ПУМБ), тренинговая компания Isaac Pintosevich Systems, международный банк Platinum Bank, Клуб ресторанов ЕГОисты, «Пицца Челентано». К операторам розничных сетей были отнесены следующие компании: COMFY - один из лидеров сетевого розничного рынка по бытовой техники в Украине, корпорация «АТБ», национальная сеть салонов мобильной связи «Мобилочка», которая входит в состав холдинга в Mobile Synergy Group. Среди производителей исследовались ООО Агрофирма «Золотая Балка», Объединенная компания SG (Stolitsa Group), один из ведущих операторов в украинском рынке недвижимости, ОАО «Мионовский хлебопродукт» ТМ «Наша Ряба», Группа «КОНТИ» ТМ Bonjour.

Все исследуемые компании имеют комплексное продвижение в Интернет пространстве, которое объединяет формирования контента на своем сайте с активным присутствием в социальных сетях Facebook и в ВКонтакте. Анализ маркетинговой деятельности в социальных сетях позволил выделить основные зоны, на которые нужно концентрировать внимание маркетологам при работе в социальных сетях а также ответить на вопрос, что можно считать критерием эффективности взаимодействия с потребителем. Критерием эффективности взаимодействия с потребителем в данном контексте можно считать количество проведенных акций в мировой сети, которые добавляют поклонников бренда по сравнению с теми, что вызывают интерес только у так называемых «призоловов».

Для ответа на этот вопрос необходимо оценить насколько эффективно сочетание акционной деятельности с информационным наполнением сайтов. Компании, ориентируясь на маркетинговую цель - проинформировать как можно большее количество людей о своем продукте / услуге - начинают предлагать много конкурсов и акций на страницах в социальных сетях. Акции автоматически увеличивают количество присоединившихся. Однако, не все компании прикладывают усилия для удержания своего клиента и после акции. Такая работа предполагает постоянное формирование уникального контента. Как следствие, наблюдается значительный отток посетителей после акций.

Акции условно можно разделить на:

1. Викторины, конкурсы с простыми задачами
2. Акции, условием участия в которых является простое кликанье на кнопку «лайк»
3. Акции, которые требуют от потребителей определенных действий, например фотоконкурсы со специальными заданиями, конкурсы на остроумие, вопросы, касающиеся фильмов т.д.
4. Акции, которые предлагают общения на определенные темы.

Первые два типа акций активно используются компаниями для увеличения посещений сайтов и для распространения постов из-за увеличения лайков. Все компании, которые мы анализировали, используют такие действия в социальных сетях. Однако результаты таких действий недостаточно эффективны. Во-первых, несмотря на то, что победители выбираются с помощью системы random.org, которая работает по методу случайных чисел, среди победителей в 45% случаев - это люди, которые своей целью ставят только участие в подобных акциях. Такие пользователи получили название «Призоловы». Призоловами называют пользователей социальных сетей, которые принимают участие в различных акциях и мероприятиях, предлагаемых различными компаниями, с одной целью - получить приз. Они не являются сторонниками или лояльными потребителями компаний. Призоловы создают «фальшивые» страницы, так называемые «боты», то есть страницы в социальной сети, которые в действительности не несут информации о владельце, а появляются только для регистрации в акциях, розыгрышах, лотереях и т.п. Получил приз или просто «лайкнул», то есть выразил свое положительное отношение к чему-то - информации или действию - посетитель часто больше никогда не заходит на страницу, не читает новости, не становится адвокатом бренда.

Согласно данным опроса 14 компаний, проведенного в течение сентября - марта 2013, количество людей, присоединившихся уменьшается при проведении акции со сложными задачами в 6 раз, а охват в 10,3 раз и. В то же время, победители таких акций - это сторонники брендов, у которых есть по крайней мере один собственный альбом на сайте в котором присутствуют реальные события в том числе связанные с компанией.

Исследование показало, что в целом посетители социальных сетей удовольствием общаются на социально значимые темы. Так, если сравнить количество присоединившихся в течение месяца на акции, проводимые, например, компанией Киевстар, то увидим, что общее количество людей, присоединившихся к социально значимой акции «Безопасность детей в Интернете» (2 волна) практически равняется количеству людей, которые присоединились к популярной акции «Ново-

годние подарки от Киевстар», которая, к тому же, имела мощную рекламную поддержку оффлайн. Пользователей также всегда привлекает возможность узнать что-то о себе. С этой точки зрения акция Киевстар «Интернет без границ (узнай СВОЙ Интернет портрет и получи рекомендации по использованию Интернетом») была интересна, социально значимая и эффективная с точки зрения информационной маркетинговой деятельности.

Таблица

**Количество людей, которые присоединились в течение месяца к различным акциям компании Киевстар**

Акция	Социальная сеть	Количество присоединившихся
«Безопасность детей в Интернете» (2 волна)		
	Facebook	4033
	Vkontakte	2905
«Новогодние подарки от Київстар»	Разом	6938
	Facebook	2097
	Vkontakte	4520
«Интернет без границ (узнай СВОЙ Интернет портрет и получи рекомендации, как пользоваться Интернетом)»	Разом	6617
	Facebook	3085
	Vkontakte	4042
	Итого	7127

Источник: Экспертный опрос, январь - март 2013, метод опроса - анкетирование.

Конечно, предлагая определенные акции в социальных сетях необходимо учитывать социально-демографический портрет пользователя. Как мы видим, более «взрослая» аудитория Facebook значительно благосклоннее относится к возможности поговорить на социально значимые темы. «Молодая» аудитория ВКонтакте предпочитает получать более наглядную информацию, фото, информацию об акциях и событиях.

Кроме того, анализ страниц показал, что общение «больших брендов» достаточно формализованное, в то время как пользователь социальных сетей приходит сюда именно для личного контакта. Контент и количество «реальных» людей на страницах компаний, которые имеют собственных smm менеджеров значительно больше. Речь идет, например, о таких компаниях, как Киевстар, Первый Украинский Международный Банк (ПУМБ), тренинговая компания Isaac Pintosevich Systems. Менеджеры компании, хорошо знакомы с продуктом, быстро и компетентно реагируя на вопрос, создают атмосферу доверия, что значительно повышает конверсию.

Анализируя данные по оценке SEO оптимизации сайта (рис. 4) и эффективности SMO оптимизации сайтов в социальных сетях Facebook и в Vkontakte (рис. 5) можно сделать вывод, что наиболее активные маркетинговые стратегий у таких компаний как Киевстар, ООО Комфи Трейд, ООО Агрофирма «Золотая Балка», ООО Астелит, ООО Мобилочка, ПУМБ, Объединенная компания SG (Stolitsa Group). Методика показала, что количественные оценки, а именно количество тех, кто присоединился или, просто «лайкнул», не могут служить критерием эффективности установления взаимодействия с потребителем. Необходимо проводить отдельное исследование относительно тех, кто получил приз, а именно ботов. Компании сегодня при проведении лотерей не имеют практически выбора относительно механизма избрания победителя. Система random. Org - случайным методом - выбирает победителя. Именно случайный метод дает возможность компании обосновать свой выбор. В то же время, в этот случайный выбор попадает много призовых. Одновременно, проведение конкурса с одной возможностью лайкнуть не дает эффекта установления длительного общения и взаимодействия с клиентом.

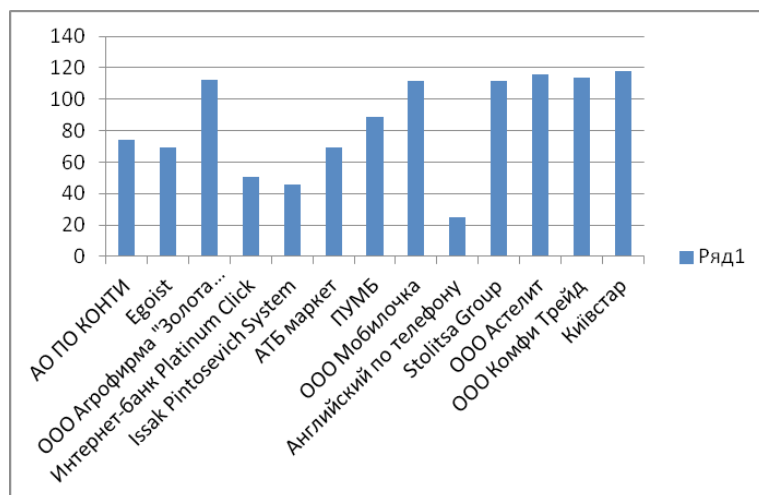


Рис. 5. Оценка эффективности SMO по следующим критериям: информационная наполненность страницы, дизайн, ясность и прозрачность условий акций, соответствие цели кампании

Анализ показал, что необходимо работать параллельно в нескольких социальных сетях, несмотря на то, что, аудитория этих сетей пересекается. Регулярность запуска промо-сайтов с поддержкой связи («лонч») продуктов дает возможность полнее охватить аудиторию и предоставить разнообразный интересный для нее контент. Кроме того, необходимо учитывать новые показатели привязанности, которые дают возможность быстро оценить реакцию потребителей на действия компании как в онлайн, так и в оффлайн (например количество лайков), но для оценки эффективности акции этих данных не достаточно, их нужно дополнять другими критериями оценки (например, активностью дискуссий, переполнения и тп).

Сегодня ни одна компания не предоставила данных по увеличению или уменьшению покупок во время проведения акции. В то же время, такие тренды необходимо отслеживать. Современную политику работы в социальных сетях для исследуемых компаний скорее можно охарактеризовать словами «присутствие» чем «продажи».

Выводы. Современный потребитель получил все необходимые технологические условия для общения с компаниями и формированию бизнес-среды компании. Учитывая новые обстоятельства, компании начали диалог с потребителем как на собственных Интернет-ресурсах так и на общественных информационных платформах, которыми можно считать социальные медиа.

В данной статье была представлена методика оценки эффективности взаимодействия с потребителем в Интернете. Исследование показало, что для компаний правила работы в социальных сетях должны опираться на общие принципы информационного сотрудничества с потребителем: интересный контент, социальная ответственность, прозрачность, и в тоже время соответствовать требованиям работы в Интернет пространстве: высокая динамика, интерактивность. В то же время эффективность взаимодействия с потребителем можно оценить лишь сочетая SMO оптимизации с SEO продвижением и аудитом демократичности сайта. Эти методы дополняют друг друга, поскольку имеют различные «поля» взаимодействия с потребителем и разные задачи. Украинским компаниям в современных условиях необходимо производить интересный уникальный контент. Именно наполнение сайта и страницы в социальных медиа выводит ее на первый план в обоих случаях.

Критерием эффективного взаимодействия может выступать увеличение активных участников сайта. Оценка сайта и мероприятий по достижению этой цели может проводиться, опираясь на предложенный опросник. Анализ также показал, что лишь более содержательные социально направленные акции дают больше лояльных потребителей. Однако количество присоединившихся при проведении таких акций уменьшается в десятки раз.

Новые потребители демонстрируют противоречивое поведение в новых информационных условиях: от общения с компаниями на равных, понимая свою влияние и ответственность за формирование информационного пространства, к использованию приемов откровенного мошенничества, создавая боты и становясь призраками.

Формирование равноправного диалога компаний с потребителем только началось. Это требует разработки новых технологических, информационных и этических принципов сотрудничества.

Научная новизна полученных результатов состоит в том, что впервые разработана комплексная методика оценки эффективности взаимодействия с потребителем для украинских брендов в Интернет пространстве, в том числе в социальных сетях Facebook и в ВКонтакте, которые рассматриваются как информационная платформа собственно потребителей.

Применение методики позволит компаниям анализировать деятельность в Интернет-пространстве и выбирать коммуникативно-адекватные методы для построения рекламных стратегий для продвижения продукции и формирования интерактивной платформы общения с потребителем.

#### Литература:

1. Успенский И.В. ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ / Учебник. - СПб.: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. [Электронный источник] - Режим доступа : // <http://www.aup.ru/books/m80/>- Заголовок с экрана Uspenskij IV Internet-marketing/Texbook. -San Petersburg.: СРГУиФ, 2003 Mode of access: <http://www.aup.ru/books/m80/>-
2. ГФК-ЮКРЕЙН. Регулярные интернет пользователи / Отчет, февраль 2013 - на правах рукописи GfK-Ukraine. Reguljarnye Internet polzovatili / Otchet, February 2013 - na pravah rukopisy
3. Википедия - [Электронный источник] - Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Блог> - Заголовок с экрана Wikipedia Mode of access: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Блог>
4. Opinion Software Media. Вся Украина 15 +. Февраля 2013 / Отчет компании InMind, 2013, на правах рукописи Opinion Software Media. Vsja Ukraine 15 +. Lutj 2013 rik / Zvit companii InMind 2013, na pravah rukopisy
5. Локализация Интернет-проектов в зарубежных странах: особенности национальной адаптации в Киеве. Одноклассники изучили украинский язык. // Маркетинг в Украине. № 3, 2012. - С. 53-54  
Lokalizacija Internet - proektiv v zarybiznyh krainah: osoblyvosti nacionalnoj adaptacii u Kyevi. Odnoklasniki vuvchili ukrainsky movu. // Marketing v Ukraini. № 3, 2012. - Stor. 53-54
6. Сергей Паранько. Интернет проекты Mail. Ru Group локализуются для ближнего зарубежья // Маркетинг в Украине. № 3, 2012. - С. 55-56  
Sergij Paranko. Internet proecty Mail. Ru Group lokalizyuetsja dlja bliznego zarubizja // Marketing v Ukraini. № 3, 2012. - Stor. 5 мая -5 6
7. Интернет-маркетинг. Справочник терминов .. [Электронное источник] - Режим доступа : // <http://www.seopro.ru/guide/105.html/>- Заголовок с экрана Internet - marketing. Spravochnik terminov. Mode of access: <http://www.seopro.ru/guide/105.html/>
8. Стельмах А.А. Мониторинг интерактивных маркетинговых коммуникаций // Торговля и рынок Украины. Тематический сборник научных трудов по проблемам торговли и общественного питания. Выпуск 17. - Донецк: ДонНУЭТ, 2004. - Т. 1. - С. 210-214  
Stelmah OO Monotoring interaktivnyh marketingovyh komynikacij // Torgovlia I rynek Ukrainny. Tematichnyi zbirnyk na ukovyh prac z problem torgivlo i gromadskogo harchyvania. Vypusk 17. - Donetsk, Don Duet, 2004. - Т. 1. - S. 210-214
9. Фурманкевич Н.М. Эффекты рекламного вещания / Н. М. Фурманкевич // Вестник Луганского нац. пед. ун-та им. Т. Шевченко. Серия Филологические науки. - Луганск, 2008. - № 3. - С. 208-215.  
Furmankevich N. M. Efecty reklamnoho movlenja / N. M. Furmankevich // Visnik Luganskogo nac. Ped. Un - ty im. T. Shevshchenka. Serija Filologichni nauki. - Lugansk, 2008. - # 3. - S. 208-215
10. Дубовик О. В. Методические основы оценки эффективности управления интернет-рекламой торговых предприятий / В. Дубовик // Формирование рыночных отношений в Украине: сб. наук. пр. - М. - 2009. - № 9 (100). - С. 106-111.  
Dybovik O. V. Metodychni zasady ocinki efektyvnosti upravlinnja internet - reklamou torgovelnyh pidpryemstv / O. V. Dybovik // Formuvaniaj rynkovyh vidnosin v Ukraine: zb. Nauk. Pr. - K. - 2009. - # 9 (100) / - s. 106-111.
11. Манн И. Точки контакта. Простые идеи для улучшения вашего маркетинга / Игорь Манн, Дмитрий Турусина. - 2-е изд. - М.: Манн, Иванов и Фербер 2013. - 156 с. ISBN 978-5-91657-556-9  
Mann, I. Tochki kontakta. Prostye idie dlaj uluchsheniaj dshego marketinga / Igor Mann, Dmitrij Tyrusin. - 2 izd.- M.: Mann, Ivanov I Ferber 2013. - 156 s. ISBN 978-5-91657-556-9

**Mariana Lylyk,***Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman,**Magister of European Studies,**University of Flensburg, Germany*

## **АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕКОМЕНДАЦІЇ СМ/РЕС (2007) 14 КОМІТЕТУ МІНІСТРІВ ДЛЯ КРАЇН – ЧЛЕНІВ ЄС ЩОДО ПРАВОВОГО СТАТУСУ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В ДЕЯКИХ ОКРЕМИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ**

## **АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКОМЕНДАЦИИ СМ / REC (2007) 14 КОМИТЕТА МИНИСТРОВ ДЛЯ СТРАН - ЧЛЕНОВ ЕС ПО ПРАВОВОЙ СТАТУС НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В НЕКОТОРЫХ ОТДЕЛЬНЫХ ЕВРОПЕЙСКИХ СТРАНАХ**

## **ANALYSIS OF IMPLEMENTATION OF RECOMMENDATION CM/REC (2007) 14 OF THE COMMITTEE OF MINISTERS TO MEMBER STATES ON THE LEGAL STATUS OF NON-GOVERN- MENTAL ORGANIZATIONS IN EUROPE IN SOME INDIVIDUAL MEMBER STATES**

В статті проаналізовані підходи різних європейських країн до практичної реалізації деяких положень Рекомендації СМ/Рес (2007) 14 Комітету Міністрів для країн – членів ЄС щодо правового статусу неурядових організацій в Європі (*Recommendation CM/Rec (2007) 14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe*), які стосуються визначення некомерційних організацій, процесу надання недержаним об'єднанням статусу неприбуткових організацій, процедурі заснування неприбуткових, недержавних об'єднань, визначення підходів до можливостей або заборони некомерційних організацій займатися бізнес діяльністю, можливих підстав, через які державні органи можуть відмовити некомерційним організаціям в наданні неприбуткового статусу, а також процедурних обмежень на прийняття такого рішення; змін у статутах некомерційних організацій, можливих форм державної підтримки. В статті також розглядаються підходи різних країн до процесу консультацій з НГО з метою розробки державних документів європейських країн.

**Ключові слова:** неприбуткова організація, некомерційна організація, НГО, Європейський Союз, реалізація, документ, регулювання.

В статье проанализированы подходы разных европейских стран к практической реализации Рекомендации СМ/Рес (2007) 14 Комитета Министров для стран – участниц ЕС о правовом статусе неправительственных организаций в Европе (*Recommendation CM/Rec (2007) 14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe*), которые касаются определения некомерческих организаций, процесса предоставления негосударственным объединениям статуса неприбыльных организаций, процедуры учреждения неприбыльных, негосударственных объединений, определения подходов к возможности или запрета для некомерческих организаций заниматься бизнес деятельностью, возможных причин, по которым государственные органы могут отказать некомерческим организациям в предоставлении неприбыльного статуса, а также процедурных ограничений на принятие такого решения, изменений в

статутах некомерческих организаций, возможных форм государственной поддержки. В статье также рассматриваются подходы разных стран к процессу консультаций с НГО с целью разработки государственных документов европейских стран.

**Ключевые слова:** неприбыльная организация, некомерческая организация, НГО, Европейский Союз, реализация, документ, регулирование.

*This article analyzes approaches of different European countries for practical implementation of some provisions of Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe, dealing with definition of nonprofit organizations, process of granting nongovernmental unions status of nonprofit organizations, procedure of establishing of nonprofit, nongovernmental unions, defining approaches for possibility or prohibition for nonprofits to conduct business activities, possible reasons because of which state bodies may refuse nonprofits in granting them nonprofit status, and also procedural limits for making such decisions, changes in statutes of nonprofit organizations, possible forms of state support. Article also considers approaches of different countries for process of consultations with NGOs aimed to design state documents of European countries.*

**Key words:** nonprofit organization, NGO, European Union, implementation, document, regulation.

**Introduction.** Ukrainian civil society is actively developing. However, its' role and place in the life of society are not finally defined. That's why it is extremely important for us to study leading world, and, in particular, European experience. Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe was chosen for analysis because, despite having recommendation character, this document includes the fullest list of issues dealing with state regulation of activities of nonprofit organizations. And thanks to Explanatory Memorandum to this Recommendation it is clear why exactly these approaches help in development of nonprofit organizations and, thus, civil society. Approaches of different European countries for practical implementation of this document are also extremely important to analyze in order to adopt the best experience.

Analysis of documents of such organizations as Council of Europe [1], OSCE [2], AssociatiOnline [3] etc. impossible without critical understanding of Recommendation, as this Recommendation often serves as a basis for analysis and adopting of appropriate national acts. Attempt of Ukrainian professionals M. Bulgakova and A. Petriv [4] to consider Ukrainian legislation about regulation of activities of nonprofit organizations, in our opinion, is not fundamental enough, because some articles of Recommendation are not fully understood.

Scientific and practical tasks to study practice of European countries in the field of practical implementation of some provisions of Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe in order to define best practice for more detailed research and future adoption in Ukraine.

Ukrainian civil society is still developing. That's why there is a need to study leading world, and, in particular, European experience.

Task setting is to study different approaches of European countries for practical implementation of some provisions of Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe.

**Methodology.** Desk research, conducted by us, is based on method of comparative analysis of documents and different experience of their implementation.

**Research results.** Implementation of Recommendation pCM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe

European Commission Directorate-General of Justice, Freedom and Security in its' "Study on recent public and self-regulatory initiatives improving transparency and accountability of non-profit organizations in the European Union" identifies some common trends in regulation and self-regulation of nonprofits within the EU [5]: 1) promoting of accountability and transparency of nonprofits; 2) improving general legal framework for NGOs; 3) creating state Registers of NGOs or making data about nonprofit organizations more available for general public; 4) introducing public benefit status and/or more requirements for accountability; 5) strengthening regulations dealing with fundraising and financial management; 6) using self-regulation to improve governance and accountability of nonprofits; 7) increasing powers for monitoring and investigation; 8) increasing transparency in the field of state funding of NGOs; 9) consultation and cross-sectoral cooperation are developing very slowly; 10) corporations and commercial firms are more and more engaged in partnerships with NGOs; 11) there are initiatives to solve problems affecting nonprofit

sector at the EU level: a) Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe by itself; b) initiative to introduce European Foundation Statute and Statute of a European Association; c) cases for ECJ aimed to eliminate remaining barriers for cross-border donations in the EU; d) Guidestar initiative to create All-European database of NGOs.

This study also mentions other important factors affecting level of NGO sector development in the country. [5] For instance, way of privacy rights implementation. For example, in Italy nonprofit should have written permissions from people in order to send to them letters asking for donations. On the other hand, in Hungary NGOs may just buy data and then simply inform people where they got their personal details. Another important thing is ratio between state regulation and self regulation. In more mature states, for example, UK and Ireland, there is trend for less state regulation and more self-regulation, with higher standards for transparency and accountability of NGOs. In new member states situation is opposite. Moreover, one should keep in mind important differences between large and small nonprofit organizations. In some countries NGOs even don't have to register if they have incomes less than some certain amounts, but there are more regulating requirements for larger organizations.

Among European Centre of Not-For-Profit Law (ECNL) publications there is "Selected provisions from world practice about procedure of granting to organizations charity status, public benefit status and free of taxes status [6]". It analyses legislation in the field of nonprofits in different countries. Further this is compared with selected provisions of "Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe [7]" and its' Explanatory Memorandum [8] in order to analyze how this Recommendation is actually implemented.

#### Definition of Non Profit Organization

In Paragraph 1 of the Recommendation [7] NGOs are defined as freewill autonomous bodies or organizations created to achieve essentially non-profit goals of their founders and members. Political parties are not included in this definition.

The Explanatory Memorandum to this Recommendation [8] states that there is no one universal definition of non-for-profit organization, but explains definition used in Recommendation. According to it, nonprofits should have the following special features: they are established and conduct activities on voluntary basis, are self-managed, but not governed by state bodies, and that their main goal is not generating profits. NGOs can have different names: associations, charities or foundations etc, but they are under scope of this Recommendation due to their actual nature. Political parties are not part of this definition because in many countries there are separate provisions for them. But states can decide to treat political parties as NGOs. Professional bodies, which are established to regulate professions and where people are obliged to belong, are also excluded from this definition because membership is not free choice and because they are governed by state bodies. However, states can choose to treat such organizations as NGOs. In addition, entities they establish can be voluntarily enough to be part of this definition, for example, human rights committee of a bar association.

However, in practice, approaches to implementation of these provisions in different European countries vary. For example, according to Selected provisions from world practice about procedure of granting to organizations charity status, public benefit status and free of taxes status [6]", in Bulgaria NGOs are named "legal persons with nonprofit goals". There is a list of such possible goals: 1) cultural goals, civil society development, as well as goals dealing with health care, science, education etc. 2) help for socially vulnerable groups; 3) help in social integration and self-realization of a person, goals dealing with human rights and environment; 4) other goals. However, "legal persons with nonprofit goals are divided at associations and foundations.

In Estonia [6] on the other hand, there is a list of associations and foundations, that have rights to receive tax benefits: 1) churches, congregations and their associations; 2) political parties; 3) organizations, that have activities directed at: charity, development of science, education, culture, sports, as well as law enforcement organizations, and those who have goals in the fields of health care, social welfare, environmental issues, culture of national minorities, as well as culture of religious groups. However, these organizations (except religious associations and political parties) should meet following conditions: 1) they don't divide profits between founders and members, and their relatives; 2) if organization is terminated it should transmit its' assets to organization with similar goals or to legal entity decided by state; 3) administrative expenses of organization are not to big; 4) managers and employees are paid no more than for similar jobs in commercial firms.

In France [6] NGOs are divided into two big groups: associations and foundations. Associations, in turn, are divided into three categories: associations with "public utility" status, associations with "general



interest status” and associations without any status. In general, associations are defined as agreement between two or more people to unite their knowledge in order to conduct activities, not aimed at distributing profits.

In Germany [6] NGOs should be active only in nonprofit goals. There are three main groups of such goals:

- 1) Advance general well-being;
  - a) Goals dealing with science, education, culture, religion, mutual understanding between different nationalities, environmental protection, memorials, country traditions;
  - b) Help youth and old people, social welfare and health care, sports;
  - c) Democracy development;
  - d) Assisting in animal breeding and plant growing, as well as help for soldiers;
- 2) Charity goals : help either mentally or physically disabled or very poor people
- 3) Helping church organizations

In UK [6] there is different legislation for different parts of the country. In England and Wales charity organizations also should be engaged only in activities directed at charity goals. There are two big groups of charity goals:

- 1) Easing financial difficulties, assisting in educational programs, helping in religious sphere.
- 2) All other goals, for example: helping elderly and disabled people; settlement and rehabilitation of criminals and drug addicted people; helping victims of natural and manmade disasters, organizations active in human rights protection, recreation facilities for general public, community structures development, health care

Normally in EU countries NGOs are divided into two big groups: associations (membership-based NGOs) and foundations. In addition, in many states there are special lists of nonprofit goals and/or spheres of activities. It helps with practical implementation of provisions in Recommendation dealing with definition of nonprofit organization.

Process of granting NGOs legal personality / establishing NGO

Paragraph 28 of the “Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe” states that rules on acquisition of legal personality, where it is not automatic result of establishing NGO, should not leave possibilities of free-will of state bodies [7] In Explanatory Memorandum [8] it is further explained that in countries where legal personality is not granted automatically after establishing NGO, should be process for evaluation if all legal requirements were met. If state bodies refuse to grant NGO legal personality, grounds for this should be clearly stated and allow objective assessment of meeting legal requirements guided by Paragraph 34 of the Recommendation.

Moreover, Paragraph 29 of the Recommendation [7] elaborates that these rules should be widely published and the process should be clear and easy to understand and make .And in Explanatory Memorandum it is stated that it would help to found NGO is interested people could access rules and process easy to understand and satisfy. For this purpose a guide for requirements for establishing NGO can be produced [8]

In Bulgaria [6] NGO should be registered in special Register of legal persons with nonprofit goals in order to receive legal personality. In order to do it, nonprofits should provide required documents: application, copy of court decision about registration of this organization, list of board members, certificate confirming registration in tax office, proof that organization satisfies criteria regarding fields of its’ activities, leading bodies, criteria regarding their documents and property, declaration stating if organization has some tax liabilities, information about internal rules and conditions.

In Estonia [6] there is also Register of tax free organizations. It is operated by tax bodies. Nonprofits should provide smaller number of documents: application, statute of organization, copy of certificate about state registration, annual report and audited administrative report.

In France [6] in order to obtain status of public benefit, association should:

1. Register in state body according to geographical location, providing information about name and objectives of organization, territory and field of activities, addresses and nationalities (citizenship) of leaders of organization. NGO should also provide two copies of statute.
2. During next five days nonprofit should receive confirmation that documents were received.
3. Association is officially created after publication about it in official journal and receiving confirmation about handing in all required documents.

In Germany [6] organizations have rights for tax benefits if they meet conditions regarding nonprofit goals and activities.

In England and Wales (parts of UK) there is a special Charity Commission dealing with nonprofits [6]. It does not grant charities their nonprofit status, but only confirms it. There are three forms of charities: non-incorporate unions (associations), trusts and foundations. In order to confirm nonprofit status, each of these organizations should provide: application, declaration filled in by every trustee, regulating documents in which charity nature of organization is stated.

Ireland [5] is characterised by “mixed regulatory model”, that is combination of public regulation and self-regulation. It is displayed in the Charities Regulation Bill. State encourages self-regulation. Fundraising management and activities would be regulated by Codes of Good Practice created by NGOs. However, state would grant fundraising permits and control accountability requirements.

Malta [5] is civil law country, but it was influenced by common law system, in particular, in common law charity concept. NGOs are divided into associations and foundations. Foundations should register in state register any way. But associations can make a choice if they want to do it. Unregistered associations have basic rights, such as signing contracts and opening bank accounts. However, there are incentives for them to register, as registered associations have more rights, for example, be engaged in fundraising or receive donations.

In Netherlands [5] NGOs should register to obtain ANBI status. This status gives them rights for tax benefits on both incomes and donations. There are certain criteria, that organization should meet to get it: 1) it should have only non profit goals, 2) have charitable character, 3) capital owners can't control assets of the organization, 4) institution is allowed to have only assets necessary for its' operations, not more, 5) leaders of organization can be paid only for their expenses and not very big fee for attendance. However, members, that regularly conduct activities, are allowed to receive reasonable compensations as well; 6) NGO should provide policy plan, as well as explain what are activities of organization, information about fundraising and management of funds and expenses; 7) fundraising and administration expenses should be in appropriate proportion to charity expenses; 8) if organization is terminated, its assets should be inherited by similar institution; 9) all records and books should transparently display information about previous requirements .

In all analyzed countries NGOs should be included in special registers in order to officially establish nonprofit organizations. However, requirements for that vary greatly from one state to another. In some countries nonprofits should provide too many documents. Thus, provisions of Recommendation dealing with process of granting NGO legal personality/establishing NGO are not fully implemented.

#### Possibility to conduct economic activities

According to Paragraph 14 of the Recommendation [7], NGOs also should be allowed to do any economic, business or commercial activities for support of their non commercial activities without any special authorization and meet general licensing and other regulatory requirements to these activities. Explanatory Memorandum [8] further elaborates that NGOs are not established to make profits and this is one of the features that differs them from commercial firms. However, they still need some sources of income to achieve their goals and this could be fees, grants and donations, as well as economic, commercial and business activities. But incomes from such activities should not be distributed among founders or members of nonprofit organization (see Paragraph 9 of the Recommendation). Possibility to conduct economic, business or commercial activities should not preclude meeting some modalities, such as establishment of subsidiary company for these purposes.

However, practical situation in different EU member states differs in this aspect.

So, in Bulgaria [6] nonprofits are allowed to conduct economic activities, connected with their main activities, if they use profits only for achievement of statute goals.

In Germany [6] NGOs can conduct economic activities, if they meet following criteria: these activities are not directed on own benefit of organization, funds are used only for statute goals (in particular, nonprofits are not allowed to use it for salaries for their employees or to pay members, and for supporting political parties), if members decide to leave organization or if organization is terminated, members receive back only their expenses and costs of their stock, and the rest money can be used only for tax free goals during defined period of time; NGO can't pay compensations for any expenses not related with statute goals and employees can't have too big salaries.

However, in some other countries, for example, in France, or in England and Wales (parts of UK) nonprofits are not allowed to be engaged in any economic activities [6]

Not in all EU countries NGOs are allowed to be involved in economic activities, even if those would be connected with mission of organization. Those provisions of Recommendation are not fully implemented. However, right to conduct economic activities and to receive incomes other than state financing (for example, grants or member fees) is extremely important because it shows which organizations people really support.

Refusal to grant NGO legal personality and time limits for making decision about granting or refusal to grant NGO legal personality

According Paragraph 34 of the Recommendation [7] states can deny to grant legal personality to NGO only if: not all required documents were submitted, name of the NGO is patently misleading or this name is hard to differ from name of existing natural or legal person in country concerned, or state beliefs that goals of the NGO statute unfit democratic society. Explanatory Memorandum [8] further elaborates that the grounds for refusing to grant NGO legal personality should include only relevant reasons, such as names belonging to other people or entities or misleading names. National law should set up the structured nature of such discretion.

Moreover, Paragraph 37 of this Recommendation [7] states that here should be reasonable time limit on decision to grant or not to grant legal personality to NGO. In Explanatory Memorandum [8] it is explained that process of making decision about granting legal personality to NGO should have appropriate time limits. Delay in it should not harm achievement of NGO objectives. When deciding about this time limit, it should be compared with time limit for such decisions regarding corporations or business firms. However, in most states this can be done in days, not weeks. If state bodies could not decide during stated time limits, it should mean automatic grant or refusal to grant a legal personality.

In Bulgaria [6] state body should make decision during 14 days. If there is no decision it means that registration was denied.

In Estonia [6] there are criteria for refusing to include NGO in register: it conducts mainly business activities, it uses profits for achievement of goals, other than statute goals, organization has tax liabilities, it is under termination or bankruptcy, provided documents don't meet legal criteria.

In England and Wales (parts of UK) [6] Charity Commission should inform applying organization during 15 days that it received documents. In this confirmation it should be already stated if this application will be considered or not. Organization can challenge such refusal in court. Normally Charity Commission asks applying organizations to provide some additional information. Process takes in average 88 days, but it can be faster if applying organization has incomes less than 10 thousand pounds.

In general, decision to grant nonprofit legal personality or to deny in doing so takes in practice much more time than it is stated in Recommendation. There are areas for further improvement.

#### Changes in statutes

According to Paragraph 43 of the Recommendation [7] nonprofits should not need any state approval to change their statutes, unless such changes affect name or objectives of organization. The procedure of granting such approval should be the same as the procedure of granting legal personality to NGO. NGO can't be required to establish new legal entity. However, it can be required to inform state body about changes in statutes before they enter into force.

Explanatory Memorandum [8] further states that NGOs should be required to have approval of state bodies for changes in their statutes only if these changes concern issues that might be basis for refusal to grant legal personality for them. However, NGOs may be required to inform state bodies about changes in their statutes before these changes enter into force. So, member state can require adding such changes in special register before they are applied. It can be done in order to protect interests of current and potential members, as well as creditors, bodies granting subsidies, state authorities and other contact groups.

Moreover, procedure for granting legal personality should already contain requirements for approval to make changes. However, NGOs should not be required to found themselves as completely new entity in order to receive approval for changes. In this paragraph term "approval" does not cover any participation of lawyers or notaries in preparing the change to the statutes.

However, in practice NGOs should in some countries just inform state bodies about changes in statutes and in some countries they need even approval of state bodies to do that.

For example, in Bulgaria [6] General Meeting of NGO should have rights to make changes in the statute of association. However, court bodies control these decisions if they are legal and if they contradict with the statute. Moreover, if founder of foundation can't make changes in the statute by himself /herself, interested persons can ask district court to do that. In addition, NGOs should submit annual reports about their activities for state register. Among other things, it should contain information about changes in statutes. If state employees of this Register come to conclusion that there are violation(s) of the law, they should inform about that state bodies of financial control and public prosecutors' office in order to make revisions and make appropriate measures.

In Estonia [6] NGO should just inform tax office about any changes in statute during 30 days after these changes were added to Register.

In France [6] NGOs need decision of State Council in order to make changes in their own statutes.

Moreover, Minister of home affairs should apply for this and can make this decision by himself/herself if his/her opinion is the same as opinion of State Council.

In some countries nonprofits need approval of state bodies to make changes in their own statutes. It makes NGO less independent from state bodies and might stimulate corruption.

Possible forms of state support

Generally, states help NGOs mainly by giving them tax benefits.

In Bulgaria [6] law states that government can help NGOs by such financial preferences as tax benefits and custom preferences, credits for smaller lender rates, and also by direct financing of NGO activities. However, in practice government provides only some tax benefits for nonprofits.

In Estonia [6] NGOs don't pay income tax on member fees, and they don't pay taxes if they make gifts or pay donations to each other. Moreover, nonprofits don't pay taxes for gifts and donations received from foundations.

In France [6] NGOs don't have to pay some taxes on economic activities. Moreover, organizations with status for public benefit are free for few more taxes, for example, taxes on inheritance. In addition, there are specified fields of activities where all active nonprofits have additional tax benefits. NGOs with goals directed on public benefit also don't pay taxes on some types of donations.

In Germany [6] NGOs have tax benefits. In particular, they don't pay tax on profits, member fees, grants and income from investments. They are also free from tax on profits from their economic activities if it uses it to achieve statute goals.

In England and Wales (parts of UK) [6] NGOs don't pay income tax on grants, gifts and some other incomes, as well as taxes on inheritance, and in some cases VAT.

In general, tax benefits proved to be useful form of state support due to nonprofit nature of NGO activities.

Implementation of consultations of state bodies with NGOs while creating legislation in EU member states

According to Paragraph 77 of Recommendation [7] NGOs should be consulted in the process of drafting or primarily and secondary legislation which influences their status, financing or spheres of operation. Explanatory Memorandum [8] further explains that NGOs should be consulted about issues that are relevant to their goal and also about changes in legislation that would potentially influence their ability to reach these goals. Such consultation is important because such changes could have direct impacts on their interests and the efficiency of their contribution to democratic society, and also because they have working experience useful for estimation of proposed changes.

In addition to consultation process at the EU level described above, in practice in many countries it is implemented through state offices responsible for cooperation with NGOs. According to K. Hadzi-Miceva-Uvans [9] these offices, among other functions, draft legislative documents and manage process of consultations if these documents affect NGOs. These bodies can: 1) be created by government, but work independently (for example, in France, Estonia, Hungary, and Macedonia), 2) be established and operate as consultative bodies (as in Slovakia or Czech Republic), 3) have status of state body, and cooperate with consultative body (for example, in Poland); 4) be part of bigger body, responsible for NGOs development in the country (Croatia model); 5) be created by nonprofits by themselves.

Thus, nonprofits are consulted, but in different ways.

**Conclusions.** Nonprofit organizations are developing all around the world and, in particularly, in the European Union. NGOs are active practically in all spheres of social life, even in those fields, that used to be exclusive responsibility of states.

In general, there are common trends in regulation and self-regulation of nonprofits within EU: 1) promoting of accountability and transparency of nonprofits; 2) improving general legal framework for NGOs; 3) creating state Registers of NGOs or making data about nonprofit organizations more available for general public; 4) introducing public benefit status and/or more requirements for accountability; 5) strengthening regulations dealing with fundraising and financial management; 6) using self-regulation to improve governance and accountability of nonprofits; 7) increasing powers for monitoring and investigation; 8) increasing transparency in the field of state funding of NGOs; 9) consultation and cross-sectoral cooperation are developing very slowly; 10) corporations and commercial firms are more and more engaged in partnerships with NGOs; 11) there are initiatives to solve problems affecting nonprofit sector at the EU level: a) Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe by itself; b) initiative to introduce European Foundation Statute and Statute of a European Association; c) cases for ECJ aimed to eliminate remaining barriers for cross-border donations in the EU; d) Guidestar initiative to create All-European database of NGOs.

In addition, in mature states governments tend to do less regulation and leave more to self-regulation. But in new member states situation is opposite.

NGO activities are also influenced by the way how private rights are implemented in given country. In addition, there are often different registration requirements for small and large NGOs.

Normally EU countries treat NGOs based on their legal form, the most often those are associations and foundations. However, UK and Ireland are exceptions from this. They treat organizations as NGOs based on their activities.

In all analyzed countries there are lists of possible goals organizations should have in order to be treated as NGO. In general, nonprofits should be included in special registers. However, requirement for including in these registers vary.

According to the Recommendation NGOs should be allowed to conduct economic activities to support their nonprofit goals. However, practical situation in different EU member states differs in this aspect. So, in some countries, for example, Bulgaria and Germany, NGOs can conduct economic activities if they meet certain criteria. But in other countries, for example, France, they are not allowed to do this.

In general, there are reasonable time limits for state bodies to make a decision whether to grant NGO legal personality. However, England and Wales (parts of the UK) the procedure to confirm legal personality by special Charity Commission takes rather long: 15 days to inform nonprofit that they received documents and in average 88 days to make a decision.

According to Recommendation NGOs should not need any approval of state bodies to make changes in their statutes unless these changes influence their objectives or name. However, in practice NGOs should in some countries inform state bodies about changes in statutes and in some countries (for instance, France) they need even approval of state bodies to do that.

Generally, states help NGOs mainly by giving them tax benefits.

According to Recommendation governments should consult NGOs while drafting legislation that impacts status, activities or sphere of operation of nonprofits. This is implemented through state offices responsible for cooperation with NGOs.

In general, Recommendation CM/Rec (2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe is implemented in EU member states. However, one can find different versions of implementation of some aspects within the EU.

#### Literature:

1. Parliamentary Assembly. Council of Europe. Documents. Working Papers. 2008 Ordinary Session (Third part) 23-27 June 2008. Volume VI Documents 11628-11672. Parliamentary Assembly of the Council of Europe. Communication from the Committee of Ministers Doc. 11642 – 17 June 2008. Co-operation between the Assembly and the Conference of INGOs. Reply to Parliamentary Assembly Recommendation 1820 (2007) (adopted by the Committee of Ministers on 11 June 2008, at the 1029th meeting of the Minister Deputies), page 213. [Electronic resource] – Mode of access: <http://books.google.com.ua/books?id=WHirYDwObg8C&pg=PA213&lpg=PA213&dq=comments+to+recommendation+CM/Rec+%282007%29+14&source=bl&ots=0WdADZyvMI&sig=MvbrYjrePIKrWj0X5Vo-W6X7iVY&hl=en&sa=X&ei=TIUHU7mXKKKt4ATEjYGACw&ved=0CEAQ6AEwBQ#v=onepage&q=comments%20to%20recommendation%20CM%2FRec%20%282007%29%2014&f=false> - Title on the screen.

2. Organization for Security and Cooperation in Europe, Spillover Monitor Mission to Skopje. Transparency and public participation in law making process. Comparative overview and assessment of the situation in Macedonia. Final draft, Skopje, October 2010. [Electronic resource] – Mode of access: [http://www.ecnl.org/dindocuments/381\\_Transparency%20in%20Law%20Making%20Eng.pdf](http://www.ecnl.org/dindocuments/381_Transparency%20in%20Law%20Making%20Eng.pdf). -Title on the screen.

3. AssociatiOnline. Participation in decision-making and Law-making. <http://associationline.org/guidebook/print/1/action/read/chapter/11>. - Title on the screen.

4. Expert Advisory Center “Legal analytics”. The Law of Ukraine “On Public Associations”. Sunday, 22 April 2012 00:18. Prepared by M. Bulgakova, A. Petriv. [Electronic resource] – Mode of access: <http://legalanalytics.com.ua/en/zakonodavstvo0/novnyzakonodavstva0/110-publicassociations.html> - Title on the screen.

5. Study on Recent Public and Self-Regulatory Initiatives Improving Transparency and Accountability of Non-Profit Organisations in the European Union”. Commissioned by the European Commission Directorate-General of Justice, Freedom and Security. Submitted by the European Center for Not-for-Profit-Law. Contract number: JLS/D2/2007/07. April 2009. [Electronic resource] – Mode of access: <http://www.ecnl.org/index.php?part=13publicati ons&pubid=29> - Title on the screen.

6. Избранные положения из мировой практики о порядке предоставления организациям статуса благотворительных, общественной пользы и освобожденных от налогообложения. Сборник материалов. Международный центр некоммерческого права. ИКЦ «Леста», Киев, 2007

Izbrannie polozeniya iz mirovoi praktiki o poryadke predostavleniya organizacijam statysa blagotvoritelnyh, obshchestvennoi polzu i osvobodzenyuh ot nalogooblazheniya. Sbornik materialov. Mezhdynarodni centr nekkommercheskogo prava. IKC “Lesta”, Kiev, 2007.

7. Recommendation CM/Rec(2007)14 of the Committee of Ministers to member states on the legal status of non-governmental organisations in Europe (Adopted by the Committee of Ministers on 10 October 2007 at the 1006th meeting of the Ministers' Deputies) <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1194609&Site=CM&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75> - Title on the screen.

8. Council of Europe. Committee of Ministers. Explanatory Memorandum to Recommendation CM/Rec (2007) 14 of the Committee of Ministers to member states on the Legal Status of Non-Governmental Organisations in Europe. [Electronic resource] – Mode of access: [www.coe.int/t/dghl/.../cdcj/ONG/Explanatory%20memorandum.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/.../cdcj/ONG/Explanatory%20memorandum.pdf) - Title on the screen.

9. Як організувати державну політику сприяння розвитку громадянського суспільства / [М.В. Лациба, О.С. Хмара, А.О. Красносільська [та ін.]; Укр. Незалеж. Центр політ. дослідж. – К. : [Агенство «Україна»], 2011. – 224 с. ISBN 978-966-2157-49-9. Стаття «Європейська практика виконання політичних документів та офіси зв'язку, які підтримують розвиток громадянського суспільства». Цю статтю підготувала Катерина Хаджи-Мицева-Уванс (старший консультант ЄЦНП) за наукової підтримки Анни Асипович (координатор проекту, ЄЦНП), Андреа Юдіт Тот (програмний менеджер ЄЦНП) і Фабріції Сапліссон, консультанта Міжнародного центру некомерційного права (МЦНП).

Yak organizyvaty derzavnyu polityku spruyannya rozvutky gromadyanskogo syspilstva / [M.V. Lacuba, O.S. Hmara, A.O. Krasnosilska [and others]; Ukr. Nezalez. Centr Polit. Doslidz. – K: [Agenstvo "Ukraina"], 2011. – 224 p. ISBN 978-966-2157-49-9. Stattya "Evropeiska praktyka vukonannya politychnuh dokyumentiv ta ofisu zvyazky, yaki pidtrumuyt rozvutok gromadyanskogo syspilstva". Cu stattyi pidgotyvala Katerina Hadzi-Miceva-Uvans (starshuy konsyltant ECNP) za naykovoї pidtrymky Annu Asypovuch (koordynator proekty, ECNP), Andrea Udit Tot (programnyu menedzer ECNP) i Fabricii Saplisson, konsyltanta Miznarodnogo centry nekomerciyного prava (MCNP).

УДК 339.658

**Майорова І.М.**

*доктор економічних наук, професор*

*ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»*

## **СУЧАСНА МАРКЕТИНГОВО- ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА**

## **СОВРЕМЕННАЯ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **MODERN MARKETING LOGISTIC CONCEPTION OF PRO- DUCTIVE ENTERPRISE**

*В статті запропоновано авторський підхід до розбудови маркетингово-логістичної концепції промислового підприємства. На підприємстві спільність дій маркетингової і логістичної систем проявляється в виконанні функції фізичного розподілу і розбудови дистриб'юторської мережі як комплексної категорії, що включає розподіл, товарорух і організацію торгівлі з наперед і після продажним сервісом. З логістичного підходу вагому роль в маркетингу виконує організація і управління інформаційними потоками. Це створює основу для прийняття компетентних рішень в оперативній і в стратегічній діяльності підприємства для планування збутової діяльності. Вплив маркетингу проявляється в забезпеченні дослідження кон'юнктури ринку, ціноутворенні, стимулюванні попиту на продукцію, а використання логістики дає можливість найкращим способом вирішувати питання ринкового розподілу, а саме, управляти запасами, організувати післяпродажне обслуговування, вести ділові переговори, заключати контракти і надавати додаткові послуги в процесі поставки про-*

дукції, тобто, створювати системи комплексного обслуговування споживачів. Такий підхід забезпечує як виробнику, так і споживачу металопродукції усунення протиріч між ефективним споживанням і раціональним використанням металу та суттєвим розвитком раціональних процесів переробки сировини і виготовлення металопродукції за рахунок поглиблення спеціалізації кожного з них.

**Ключові слова:** фізичний розподіл, дистриб'юторська мережа промислового підприємства, збутова діяльність, маркетингова система підприємства, логістика, споживач, виробник

*В статье предложен авторский подход к построению маркетингово-логистической концепции промышленного предприятия. На предприятии совместное использование маркетинговой и логистической систем проявляется в выполнении функций физического распределения и построения дистрибьюторской сети, как комплексной категории, которая включает распределение, товародвижение и организацию торговли с начальным и послепродажным сервисом. С точки зрения логистического подхода, весомую роль в маркетинге выполняет организация и управление информационными потоками. Это создает основу для принятия компетентных решений в оперативной и стратегической деятельности предприятия при планировании сбытовой деятельности. Влияние маркетинга проявляется: в обеспечении исследования рыночной конъюнктуры, ценообразовании, стимулировании спроса на продукцию. Использование логистики дает возможность наилучшим способом решать вопросы рыночного распределения, а именно: управлять запасами, организовывать послепродажное обслуживание, вести деловые переговоры, заключать контракты и оказывать дополнительные услуги в процесс поставки продукции, т.е., создавать системы комплексного обслуживания потребителей. Такой подход обеспечивает как производителю, так и потребителю металлопродукции снятие противоречий между эффективным потреблением и рациональным использованием металлоизделий, а также существенным развитием рациональных процессов сов переработки сырья и изготовления металлопродукции за счет углубления собственной специализации.*

**Ключевые слова:** физическое распределение, дистрибьюторская сеть промышленного предприятия, сбытовая деятельность, маркетинговая система предприятия, логистика, потребитель, производитель.

*In the article the authorial going is offered near development of marketing and logistic conception of industrial enterprise. On an enterprise community of actions of the marketing and logistic systems shows up in implementation of function of physical distribution and development of distributive network as a complex category, that includes distribution, commodity motion and organization of trade from beforehand and then by sale service. From logistic approach a ponderable role in marketing is carried out by organization and management informative streams. It provides a basis for the acceptance of competent decisions in operative and in strategic activity of enterprise for planning of sale activity. Influence of marketing shows up in providing of research of the state of affairs of market, pricing, stimulation of demand on products, and the use of logistic gives an opportunity the best method to decide the question of market distribution, namely, to handle inventories, to organize sale service then, to conduct business negotiations, contract and render additional services in the process of supplying with products, id est., to create the systems of complex maintenance of consumers. Such approach provides to both the producer and consumer of metallic products of removal of contradictions between an effective consumption and rational use of metal and substantial development of rational processes of processing of raw material and making of metallic products due to deepening of specialization each of them.*

**Keywords:** physical distribution, distributive network of industrial enterprise, sale activity, marketing system of enterprise, logistic, consumer, producer

**Вступ.** Домінуючою реальністю сучасності є глобалізація та інтеграція світових економічних процесів як феномен, сформований сучасним розподілом праці, виробництва та послуг, який істотно впливає на економіку підприємства. Розробка і застосування науково обґрунтованих стратегій управління підприємствами є основними передумовами участі України в євроінтеграційних процесах та адаптації діяльності підприємств у складних умовах глобальної ринкової економіки. Загострення фінансово-економічної кризи суттєво впливає на економічні результати роботи підприємств і вимагає ефективного управління засобами логістичної інфраструктури і раціональному використанню логістичних підходів в управлінні внутрішніми і зовнішніми середовищем підприємства.

Найвідомішими класиками в дослідженні проблеми використання маркетингу та логістики, як частини організаційного процесу виробничого підприємства, вважають Д. Бауерсокса, Д. Клосса, Д. Уотерса, М. Портера, М. Кристофера та ін.

Класичний підхід щодо дослідження питань впровадження маркетингу та логістики в сучасних умовах господарювання висвітлено у наукових працях: Л. Міротіна, Б. Анікіна, О. Альбекова, М. Гордона, С. Карнаухова, Д. Костоглодова, Є. Крикавського, Р. Ларіної, А. Череп, М. Білопольського, Л. Мяснікової, Д. Новікова, О. Новікова, М. Окландера, І. Проценко, М. Постан, М. Румянцева, А. Семененко, В. Сергєєва, А. Смєхова, Н. Чухрай, В. Щербаківа, В. Омельченко, О. Зборовської та ін.

Чорна металургія за роки незалежності України є однією з базових галузей промисловості країни: за світовими рейтингами виробництва металопродукції держава посідає восьме місце; валютні надходження від експорту металів складають більше 40% від загального обсягу валютних надходжень в країну; на підприємствах гірничо-металургійного комплексу працює 3,5% від загального числа зайнятих в національній економіці і 12,1% від загального числа зайнятих в промисловості.

Нова економіка характеризується додатковим ефектом, який виникає від усунення географічних, галузевих і внутрішньо корпоративних перешкод через економічну інтеграцію. Сучасні масштаби світової інтеграції до цього конкуруючих гігантських корпорацій викликані зниженням витрат на взаємодію. Цей чинник на даний час є домінуючим і грає стратегічну роль в функціонуванні інтегрованої логістики, яку активно використовують сучасні конкурентоспроможні підприємства з виробництва металопродукції.

**Постановка завдання.** Не зменшуючи важливості теоретико-методологічних, методичних та прикладних напрацювань, необхідно підкреслити, що певне коло завдань залишилось недостатньо розвинутим. Потребують подальшого дослідження чинники функціонування підприємств в сучасних умовах господарювання, використання ресурсів на шляху досягнення гнучкості ланцюгів поставок. Це обумовлює необхідність розширення діапазону і інтенсивності співпраці, оптимізації діяльності і використання ресурсів, поточної багатобічної співпраці з контрагентами ринку, постійного поліпшення організації логістичних процесів, а також оцінювання їх результативності і справності, збільшення швидкості реакції на зміни, збільшення прозорості інформації і швидкого розв'язання завдань та проблем, які виникають, що стає неможливим вирішити без застосування маркетингових підходів.

Головною ознакою змін, що з'являються у сьогоднішній реальності є існування труднощів у сфері управління внаслідок синергічного ефекту від поєднання впливу збільшеної складності і зростаючої змінності зовнішнього середовища. Важливість та актуальність розв'язання окреслених вище проблем формування та розвитку маркетингово-логістичних підходів в організації постачальницької, виробничої та збутової діяльності підприємств, а також широкий діапазон наукового пошуку в цій важливій сфері економіки зумовили вибір теми наукової статті.

**Методи дослідження.** Теоретичну основу досліджень склали фундаментальні положення сучасної економічної науки, основні положення логістики, маркетингу, виробничого менеджменту, економіко-математичного моделювання, економічного аналізу, статистики. Теоретичною та методологічною основою дослідження стали фундаментальні положення сучасної економічної теорії, економічні закони, праці вітчизняних і закордонних науковців з питань управління маркетингом та логістикою на промислових підприємствах.

У статті використано наступні методи дослідження: діалектичний, метод аналізу і синтезу – для дослідження характеристик та особливостей системного підходу в управлінні потоковими процесами; абстрактно-логічний метод для узагальнення результатів дослідження і формулювання висновків; класифікаційно-аналітичний – для дослідження природи дистрибутивних процесів як економічної категорії і систематизації каналів розподілу продукції промислового підприємства.

Інформаційною базою виступають чинні державні та галузеві нормативно-правові документи, дані вітчизняної та зарубіжної офіційної статистики, офіційні звіти і веб-сайти національних та міжнародних бізнес-структур і організацій, матеріали первинної звітності вітчизняних підприємств, галузеві та фахові видання, матеріали міжнародних науково-практичних конференцій і результати власних досліджень автора.

**Результати дослідження.** Торгівля і дистрибуція, будучи основою обмінних процесів, що відбуваються у будь-якій формації, можуть значною мірою вплинути на структуру суспільства. Незважаючи на важливість усіх інших етапів і стадій життєвого циклу виробів (прогнозування, дослідження, проектування, виробництво і т. д.), вони часто не доступні для розуміння і невідчутні споживачем. Тоді як в дистрибутивних процесах чіткість, точність і надійність постачання товару, забезпечення початкового і післяпродажного сервісу є основними маркетингово-логістичними аспектами цього життєво важливого процесу.

Професор М. А Окландер, аналізуючи стан дистрибуції на вітчизняних підприємствах конста-



тував: «Перша стадія дистрибуції як процесу, що розвивається, в системі української торгівлі вже пройдена. Про це свідчить те, що відповідно до одного із законів діалектики, кількість перейшла в якість, тобто число накопичених представників торгових фірм на два порядки перевищує кількість вітчизняних виробників і досягло критичного значення для господарства країни. З урахуванням економічного підходу це характеризується переходом дистриб'юторів різних товарів, які складають посередницьке середовище, в статус досконалої (чистої) конкуренції, яка ні теоретично, ні практично довго існувати не може. Тобто, можна зробити висновок, що в структурі економіки України має місце нестійка рівновага жорстко конкуруючих, але, між тим, представників посередницького середовища, які мало чим відрізняються один від одного, яке, середовище може бути зруйноване невеликими зусиллями. У цьому полягає синергізм цього явища. Тут можливі два крайні випадки: або деградація вітчизняної торгівлі, або стійка рівновага, що набирає силу, на товарному ринку за рахунок удосконалення дистриб'юторської мережі». [1, с.74]

Багатогранність, новизна і складність поставленої проблеми обумовлює використання системного підходу при її розгляді, оскільки безпосередньо її вирішити неможливо. Теоретична простота процесу розподілу товарів між їх споживачами оманлива. Багато що при цьому залежить як від виробника і споживача продукції, так і від стану посередницького середовища товарного ринку. Природно, що разом з ціновим чинником географічне розміщення суб'єктів ринку також робить істотний вплив на дистрибутивні процеси розподілу і просування товарів. Тому при дослідженні поставленої проблеми потрібна спеціальна маркетингово-логістична концепція дистрибуції товару на внутрішньому ринку, який своєчасно піддається безперервному впливу з боку зовнішнього і світового ринків.

Серед видів діяльності, що визначають комерційний успіх фірми на ринку, основна функція належить збутовій діяльності. У останні 10-15 років на заході у зв'язку з бурхливим розвитком економічної науки дещо змістилися акценти і "розмилися" межі між збутом, маркетингом і логістикою. Усі більшою мірою збутові функції ототожнюють з маркетинговими і логістичними. У зарубіжній літературі також немає чіткого розмежування цілей і функцій збуту, маркетингу і логістики. Більшість авторів дотримуються думки про те, що збут є частиною маркетингу фірми. [2, с.15]

В той же час ряд вітчизняних дослідників вважає, що основна відмінність збутової діяльності від маркетингової полягає в наявності товаропровідної мережі, яка є усталеною, і господарських зв'язків з постачання (продажу) товару споживачам. Для маркетингу ж характерне збільшення об'єму продажів шляхом освоєння нових сегментів ринку або розширення наявних за рахунок зміни асортименту продукції, поліпшення політики просування товарів і т. п. Проте основна концепція маркетингу полягає в тому, що прибутковість важливіша за обсяги продажів. При цьому вважається, що результатом застосування логістики є обслуговування споживачів [2, с. 210].

Виділяючи власне маркетингово-логістичні проблеми у збутовій діяльності, передусім необхідно зупинитися на таких ключових активностях, як дистрибуція, або фізичний розподіл. Ці два поняття ототожнюються. В той же час, останніми роками явно простежується тенденція ширшого тлумачення дистрибуції в сенсі включення в її сферу додаткових функцій по продажах продукції і сервісу. Більше того, найбільш витратною частиною сервісу є безпосередньо пов'язана з розподілом доставка товару споживачеві. Вже усвідомлено, що в поняття "дистрибуція" слід включати і процес руху товару як істотну частину логістики. [3, с. 210]

Не випадково, в США "Раду з управління фізичним розподілом" перейменували в 1991 році на "Раду логістичного менеджменту", а перша фундаментальна праця "Управління фізичним розподілом" («Physical Distribution Management» у виданнях 1961 і 1968 років стала книгою: "Управління логістикою" ("Logistical Management\*"), яка витримала чотири видання: 1974, 1978, 1986 і 1996 років [4, с.224].

Як і інші комплексні поняття, дистрибуцію не слід розглядати у відриві від стратегічних і тактичних цілей бізнесу фірми на ринку. Якщо ці цілі і конкретні сегменти ринку визначені, то з урахуванням маркетингово-логістичного підходу основним завданням дистрибуції є максимальна економія усіх ресурсів в ланцюзі "посередник - виробник - споживач" при забезпеченні необхідного рівня якості продукції і сервісу.

Багато фірм, найчастіше великі корпорації для забезпечення повного контролю над ринком збуту продукції прагнуть створювати власні дистрибутивні мережі, наприклад «Мак-Дональдс», «Кока-Кола», «Лукойл». Проте для цього потрібно значні витрати на будівництво і організацію складського господарства, транспортування, вантажопереробку, управління запасами і т. д. Тому більшість фірм-виробників при організації дистрибуції вважають за краще користуватися послугами торгових і логістичних фірм-посередників, намагаючись в той же час зберегти за собою право

власності на продукцію на як можна довших ділянках дистрибутивних каналів (у сенсі максимальної наближеності до кінцевих точок продажів). В цьому випадку між фірмою-виробником і посередниками в плані розподілу між ними витрат і прибутку можуть виникати конфліктні ситуації, вирішення яких також є прерогативою логістичного менеджменту фірми в дистрибуції. [5, с.351-352]

До основних функцій дистрибуції відносяться:

- побудова організаційної структури дистрибутивних каналів і мереж;
  - дислокація дистрибутивних центрів (баз, складів) і інших ланок логістичного ланцюга у відповідних каналах;
  - транспортування продукції, зворотної тари і відходів;
  - складування, зберігання і вантажопереробка продукції в складській системі;
  - управління запасами, консолідація і розпорошення товарів;
  - передача прав власності покупцеві продукції;
  - забезпечення збереження і захисту товарів, страхування ризиків;
  - підтримка стандартів якості продукції і логістичного сервісу;
  - ціноутворення;
  - моніторинг і інформаційно-комп'ютерна підтримка логістичних активностей в дистрибуції.
- [3, с. 214-215]

Укрупнено ці функції можна розділити на функції обміну, фізичного розподілу і підтримуючи. Таким чином, еволюція товарного ринку в країнах з розвиненими ринковими стосунками відбувалася залежно від вирішення задачі формування ефективної розподільної системи. Дистрибуція є другою стадією відтворювального циклу, що включає розділення продукту, доходу, прибутків на окремі частини, що мають адресне призначення для передачі до окремих фондів або окремим особам.

Можна виділити дію маркетингу на процеси, що протікають на всіх стадіях відтворювального циклу. Разом з тим, дистрибуція нерозривно пов'язана зі збутом продукції, тобто і з логістикою. Значне число дослідників рахують, що ці три поняття багато в чому перетинаються. [5, с.25-26] Розглядаючи суть дистрибуції, на наш погляд, необхідно досліджувати питання про взаємозв'язок маркетингу і логістики. Ці області економіки глибоко інтегровані, питання їх взаємозв'язку цікавили багато учених.

В результаті проведеного аналізу наукових праць [1, с. 78; 3, с. 356; 5, с. 28-30] можна вважати, що якщо дистрибуція як процес сприймається у вузькому сенсі тільки: як розподіл продукції, то в цьому випадку головна роль відводиться маркетингу, а другорядна - логістиці; як комплексна категорія, що включає разом з розподільними процесами і рух товару, а також організацію торгівлі з попереднім і післяпродажним сервісом, то маркетинг і логістика знаходяться в динамічній рівновазі, взаємодіючи між собою. На підставі викладеного можна зробити наступний висновок: для формування дистрибутивних процесів і відповідних структур потрібно роздільне використання як маркетингової, так і логістичної концепції їх побудови.

З логістичного підходу вагому роль в маркетингу виконує організація і управління інформаційними потоками. Це створює основу для прийняття компетентних рішень в оперативній і в стратегічній діяльності підприємства для планування збутової діяльності. Пріоритетними об'єктами дослідження і оптимізації в маркетингу з позиції основних функцій логістики будуть такі:

- концентрація ресурсів у зовнішньому і внутрішньому оточенні підприємства;
- інформаційне забезпечення процесів переміщення ресурсів і координація руху логістичних потоків у внутрішньому і зовнішньому оточенні підприємства.

Основними чинниками, які сприяють залученню концепції логістики в практичну діяльність промислових підприємств, виступають:

- посилення і широке використання інформаційних технологій в господарській діяльності підприємств і в світовій практиці;
- поширена товарна диференціація промислових товарів з наданням споживачеві саме того товару і з тими характеристиками, які він вимагає;
- зростання вартості витрат на добування сировини, переробку сировинних ресурсів і транспортування їх до місць призначення;
- більшість технологічних процесів в промисловості досягли свого максимального використання і ефективності;
- посилення конкуренції на місцевих, регіональних і світових ринках промислових товарів.

[1, с. 41]

Дослідження взаємодії маркетингу і логістики при формуванні дистрибутивних процесів металопродукції дало можливість сформулювати маркетингово-логістичну концепцію розбудови

дистриб'юторської мережі (рис. 1), де вплив маркетингу проявляється в забезпеченні дослідження кон'юнктури ринку, ціноутворенні, стимулюванні попиту на продукцію, а використання логістики дає можливість найкращим способом вирішувати питання ринкового розподілу, а саме, управляти запасами, організувати післяпродажне обслуговування, вести ділові переговори, заключати контракти і надавати додаткові послуги в процесі поставки продукції, тобто, створювати системи комплексного обслуговування споживачів.

Як відомо, комплекс маркетингу складають: товар, місце, ціна, просування. Основними пріоритетами діяльності підприємства на ринку вважаються такі: наявність платоспроможного попиту ринка споживачів на товари і послуги підприємства; організаційна, економічна і технічна можливість підприємства задовольняти ринковий попит пропозицією своєї продукції і виконанням послуг; діяльність підприємства спрямовується на прийняття відповідних заходів по запобіганню виникнення збитків від надлишкової пропозиції своїх товарів і послуг.

Відомий комплекс логістики складається з: продукту – необхідний продукт; якості – необхідної якості; витрати – з необхідним рівнем витрат, споживача – необхідному споживачеві; кількості – в необхідній кількості; часі – доставлено в необхідний час; місці – в необхідному місці, персоналіфікованості – система обслуговування розбудовується під кожний заказ окремо. Особливість сучасної діяльності підприємства – виробника не тільки задоволення разових вимог споживачів, а й збирання, поєднання, консолідація замовлень і їх своєчасне виконання, використання контактної форми діяльності.

Відповідно, залучення маркетингово-логістичної концепції до розподілу та товароруку металопродукції прийнято положення, що світові, регіональні, національні ринки організуються і технічно функціонують однаково.

Маркетинг, для вирішення задач постачання матеріальних ресурсів і енергоносіїв, збуту готової продукції підприємства застосовує такі функції, як дослідження ринку сировини і ринків збуту продукції, дослідження рівня цін і підходів до ціноутворення, розробленням рекламних заходів і комунікативної політики для просування готової продукції.

Логістика, зі свого боку, вирішує питання управління запасами матеріалів і готової продукції, організації після продажного сервісу і додаткових послуг в просуванні продукції підприємства: раціоналізації маршрутів перевезень, вибір економічного виду транспорту, організація процесу транспортування і розвантаження/навантаження і т.інш.

Спеціалізація при проведенні логістичних процесів дозволяє виробнику найкращим чином виконувати свої задачі з виготовлення металопродукції на замовлення конкретного споживача, а споживачеві використовувати отриманий товар за призначенням, тим сам розширювати масштаб своїх послуг, або асортимент товарів, для отримання прибутку.

Реалізація концепції логістики в умовах промислового підприємства неможлива без використання маркетингу. Саме в контексті маркетингової філософії використання логістики забезпечує мінімізацію сукупних витрат в діяльності підприємства: починаючи від вибору постачальників, супроводженням руху та збереженням матеріалів і готової продукції і закінчуючи після продажним сервісом. При використанні концепції логістики у менеджерів з'являється можливість виявляти, створювати, змінювати і стимулювати попит на продукцію підприємства з мінімальними витратами, які супроводжують матеріальний потік.

На підприємстві спільність дій маркетингової і логістичної систем проявляється в виконанні функції фізичного розподілу. Проте, слід підкреслити, що логістика функціонує тільки в умовах планомірних зв'язків між постачальником, виробником і споживачем, оскільки за відсутності договірних відносин між трьома учасниками процесу товароруку у використанні логістики немає сенсу. Логістика сприяє пристосуванню виробничого підприємства до мінливих умов господарювання на ринку з найменшими витратами, підвищенню ринкової частки й отриманню переваг над конкурентами. Задоволення вимог кінцевого споживача продукції виробничого підприємства може бути досягнуто реалізацією двох підходів: технологічного процесу, в рамках якого проходять зміни початкових властивостей матеріального потоку до отримання готового продукту і логістичного процесу, який складається із сукупності таких логістичних функцій, як транспортування, складування, зберігання, вантажопереробка, консолідація, сортування, маркування, прийомка і передача ресурсів, напівфабрикатів, готової продукції.

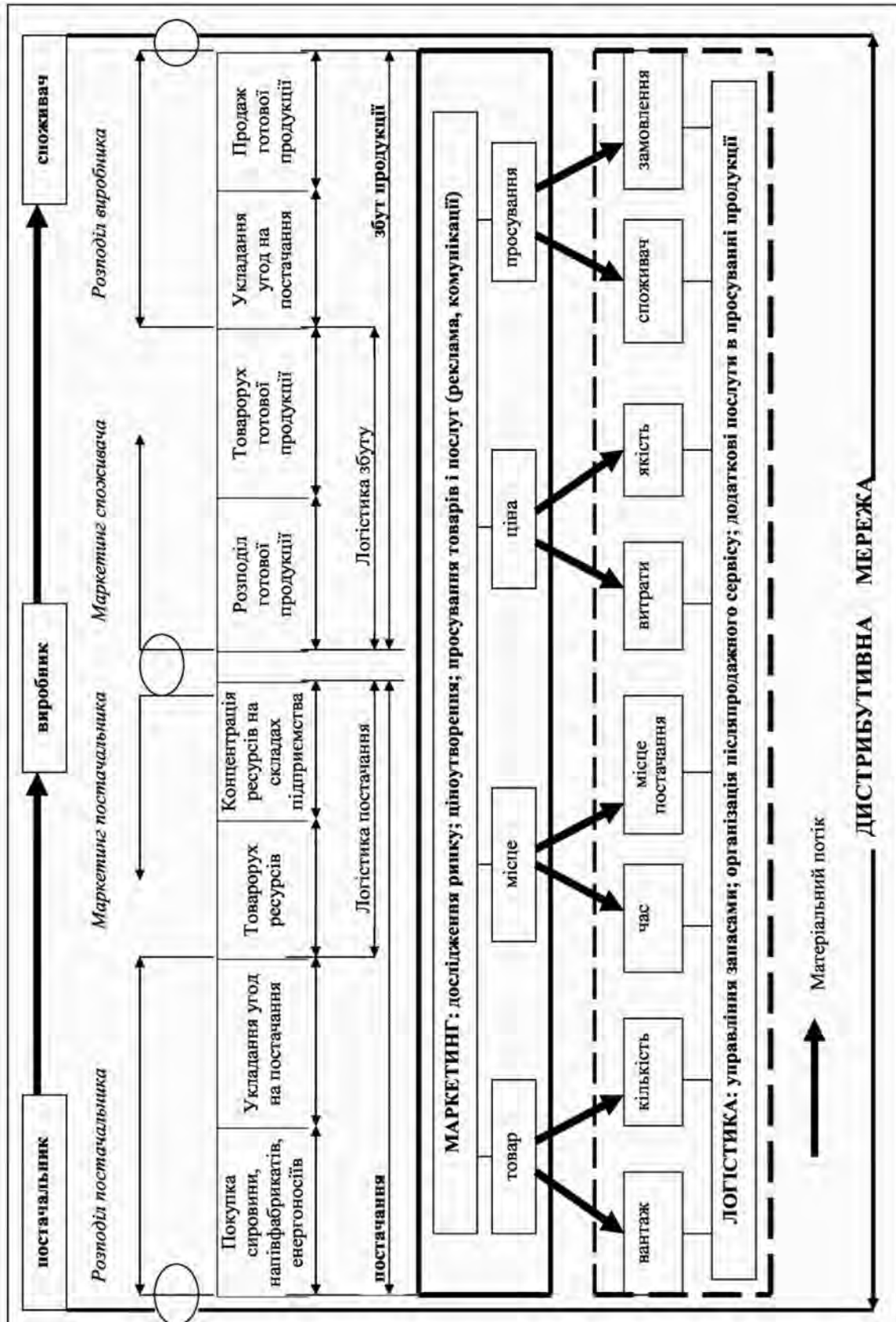


Рис. 1. Маркетингово-логістична концепція дистрибуторської мережі (удосконалено автором за [6, с. 18])

**Висновки.** Дослідження взаємодії маркетингу і логістики при формування дистрибутивних процесів металопродукції дало можливість сформулювати маркетингово-логістичну концепцію розбудови дистриб'юторської мережі, де вплив маркетингу проявляється в забезпеченні дослідження кон'юнктури ринку, ціноутворенні, стимулюванні попиту на продукцію, а використання логістики дає можливість найкращим способом вирішувати питання ринкового розподілу, а саме, управляти запасами, організувати після продажне обслуговування, вести ділові переговори, заключати контракти і надавати додаткові послуги в процесі поставки продукції.

Грамотно розбудована дистрибуція забезпечує як виробнику, так і споживачу металопродукції усунення протиріч між ефективним споживанням і раціональним використанням металу та суттєвим розвитком раціональних процесів переробки сировини і виготовлення металу. Саме на усуненні протиріччя між суб'єктами ринку металів за рахунок поглиблення спеціалізації кожного з них полягає суть концепції формування дистриб'юторської мережі

Перспективи подальших розробок. Необхідність використання логістичних підходів управління стає актуальним для вітчизняних підприємств за таких обставин: високим рівнем витрат на виробництво і реалізацію продукції. За даними експертів, витрати на виробництво і реалізацію продукції перевищують світові в 2, а в деяких випадках в 8 раз;

відсутністю організованої і логічно розбудованої системи розподілу продукції в загалі, і експортної зокрема. Збутом продукції українського виробництва займаються тисячі посередницьких структур. Їх діяльність приєє хаосу і зростанню трансакційних витрат, які в 2-2,5 рази завищують ціну готової продукції. Експортну продукцію в Україні виготовляють майже 2000 підприємств. Розподілом експортної продукції займаються 520 тис фірм-посередників; процеси постачання готової металопродукції відбуваються в умовах старих технологій транспортування відсталістю, а іноді і зовсім відсутністю транспортної інфраструктури; високим ступенем зношеності рухомого складу транспорту, причому як фізичного зношення, так і морального. Витрати на транспортування в українських умовах зростають від того, що більше ніж третини автошляхів і авто- та залізничних мостів просто не відповідають сучасним вимогам, які висуваються для інженерних споруд; низьким рівнем розвитку виробничо-технічної бази складського господарства; слабким рівнем розвитку виробництва сучасних видів тари і упаковки; та інш.

#### Література:

1. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки: Монографія. / М.А. Окландер, І.Л. Литовченко, М.І. Богушан. – О.:Астропринт, 2011. – 230с.
2. Маркетингові технології економічного зростання: Монографія/ М.А. Окландер та ін.; за ред. д-ра екон. наук, проф. М.А. Окландера. – О. :Астропринт, 2012. – 375с.
3. Лебедев Ю.Г. Логистика. Теория гармонизированных цепей поставок. /Ю.Г. Лебедев – М.:Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана. 2005. – 448с.
4. Бауэрсокс Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд. / Бауэрсокс Дональд Дж., Клосс Дейвид Дж. [Пер. с англ. Н.Н. Барышниковой, Б.С. Пинскера]. – М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2008. – 640 с.
5. Основы логистики: Учебник для вузов / Под ред. В. Щербакова. -- СПб.: Питер, 2009.–432с
6. Аникин Б.А., Тяпухин А.П. Коммерческая логистика: учеб. / Б.А. Аникин, А.П. Тяпухин. – М.: Проспект, 2009.– 432с
7. Сайт ради з логістичного менеджменту США. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [www.clm.org](http://www.clm.org)

Гнідіна О.Ю.  
Зозульов О.В.

канд. економ. наук, доцент  
Національний технічний університет України «КПІ»

## РЕБРЕНДИНГ ТОРГОВОЇ МАРКИ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ

## РЕБРЕНДИНГ ТОРГОВОЙ МАРКИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

## REBRANDING ON THE B2C - MARKET

У статті досліджується ступінь вивченості ребрендингу торгової марки в науковій літературі, розглянуто його місце в продуктово-ринковій стратегії компанії. Показаний взаємозв'язок між диференціацією, позиціонуванням, брендингом та ребрендингом. Ребрендинг розглядається як ефективний інструмент підвищення лояльності споживачів, розширення цільової аудиторії, отримання конкурентних переваг і як засіб утримання та посилення позицій підприємства на ринку. Були визначені завдання ребрендингу, а також умови необхідності його застосування компанією. Розроблено поетапний алгоритм реалізації процесу ребрендингу, систематизовані стратегічні напрями його здійснення. У статті визначені відмінні особливості здійснення ребрендингу торгової марки на споживчому ринку, розуміння яких є однією з необхідних умов стійкого і довгострокового існування компанії на ринку.

**Ключові слова:** ребрендинг, бренд, диференціація, позиціонування, репозиціонування, рестайлінг, ренеймінг.

В статье исследуется степень изученности ребрендинга торговой марки в научной литературе, рассмотрено его место в продуктово-рыночной стратегии компании. Показана взаимосвязь между дифференциацией, позиционированием, брендингом и ребрендингом. Ребрендинг рассматривается как эффективный инструмент увеличения лояльности потребителей, расширения целевой аудитории, получения конкурентных преимуществ и как средство удержания и усиления позиций предприятия на рынке. Были определены задачи ребрендинга, а так же условия необходимости его применения компанией. Разработан поэтапный алгоритм реализации процесса ребрендинга, систематизированы стратегические направления его осуществления. В статье определены отличительные особенности осуществления ребрендинга торговой марки на потребительском рынке, понимание которых является одним из необходимых условий устойчивого и долгосрочного существования компании на рынке.

**Ключевые слова:** ребрендинг, бренд, дифференциация, позиционирование, репозиционирование, рестайлинг, ренейминг.

Degree of knowledge and researchers in the scientific literature about trademark rebranding is investigated in the article. The place of rebranding in a marketing strategy is analysed. Connection between differentiation, positioning, branding and rebranding is showed. Rebranding is considered as an effective tool of increasing customer loyalty, extension of the target audience, receiving competitive advantages, and as a tool of retaining and strengthening of the company position on the market. Rebranding tasks were identified, as well as the conditions of its application for companies. Developed model of the rebranding process, systematized strategic directions for its implementation. Rebranding features on the consumer market are defined, which understanding is one of the necessary condition for a long-term success of a company on the market.

**Keywords:** rebranding, brand differentiation, positioning, repositioning, restyling, renaming.

**Вступ.** Сучасний стан як глобального, так і національного економічного простору характеризується зростанням мінливості ринку та вимог і потреб споживача. Знаходячись в умовах нестабільності бізнесу через недостатню гнучкість та неможливість швидкої адаптації до змін, чимало компаній втрачають свої ринкові позиції. Тому для багатьох компаній доцільним способом утримання існуючих позицій чи виходу на нові є застосування такого ефективного інструментарію стратегічного маркетингу як ребрендинг. В результаті успішного ребрендингу бренд виходить на новий етап розвитку, відбувається його оновлення, що веде до зростання лояльності, розширення цільової аудиторії та до посилення диференціації бренду, що, як наслідок, робить бренд більш ефективним.

Ребрендинг є особливо актуальним для українських підприємств на споживчому ринку, де як свідчить вивчення сучасного становища переважна більшість компаній стикається не з необхідністю створювати бренд з самого початку, а з необхідністю виправляти існуючу ситуацію, яка сформувалася внаслідок попередньої діяльності. Теоретичні та практичні аспекти брендингу та ребрендингу перебувають у центрі вивчення вчених, таких як Ж-Н Капферер, Д.Аакер, К.Келлер, Г.Стюарт та Л.Мазелек, О.Зозульов, О.Телетов, О.Овчиннікова та інші. Незважаючи на те, що в роботах зазначених вчених досить повно розглянуті різні аспекти управління брендом, сутність ребрендингу, його особливості на споживчому ринку та напрями його реалізації ще потребують додаткових досліджень.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є уточнення сутності ребрендингу, визначення необхідних умов його застосування та напрямів його реалізації для забезпечення тривалого існування компанії на ринку. Для вирішення цього завдання необхідним є розроблення етапів реалізації ребрендингу, а також особливостей цього процесу на споживчому ринку для успішної реалізації даного маркетингового інструменту на практиці.

**Методологія.** Методологічною базою для дослідження послуговували методи порівняння та абстрагування як спосіб обробки отриманої інформації. Крім того, застосовувався системний підхід, термінологічний підхід, аналіз та синтез, метод індукції.

**Результати дослідження.** В науковій літературі визначення поняття «ребрендинг» не є поширеним. Так, Д. Аакер та К.Келлер ввели термін «оздоровлення» бренду, яке багато часу ототожнювали з ребрендингом. При цьому, методами «оздоровлення» за Келлером є, по-перше, збільшення обсягів продажів, шляхом розширення та поглиблення обізнаності про бренд та, по-друге, підвищення унікальності основних асоціацій, що визначають імідж бренду [1]. При цьому, оздоровлення бренду проводиться на етапі зрілості або спаду, у той час як ребрендинг може здійснюватися на будь-якому етапі. Таким чином, ребрендинг може виступати інструментом оздоровлення бренду, проте саме поняття «оздоровлення» є більш широким та передбачає заходи не властиві ребрендингу.

Л.Мазелек та М.Лембкін більш глибоко підійшли до дослідження сутності ребрендингу, визначивши даний процес як стратегічний підхід компаній у створенні нової диференційованої позиції та нового образу вже існуючого бренду у свідомості споживачів, шляхом зміни його елементів: назви, салогану, логотипу, дизайну, їх різноманітних комбінацій [2]. О.Овчиннікова, спираючись на дане визначення, розглядає ребрендинг як комплекс процедур, що тягнуть за собою глибинні зміни ідеології бренду і всіх його комунікацій, при збереженні імені бренду або очевидної її наступності, що проводиться з метою підтримки споживчої лояльності, підвищення конкурентоспроможності бренду [3]. Отже, ребрендинг – це сукупність заходів зі зміни бренду з метою відповідності характеристик бренду цільовій аудиторії в цілях стимулювання зміни споживацького ставлення до нього, завданням якого є створення довгострокової позитивної тенденції зростання бренду на ринку.

Для більшості споживчих товарних ринків характерним є монополістична конкуренція, де, як відомо, ринкова сила виробників залежить від ступеня диференціації торгової марки. Чим більш диференційована торгова марка, тим міцніше становище компанії в рамках власної ринкової частки. Диференціювання є результатом концепції бренду, унікального набору атрибутів (як матеріальних, так і нематеріальних), які й становлять пропозицію цінності та досягаються за допомогою такого маркетингового інструменту як позиціонування. Таким чином, бренд представляє собою прямий результат реалізації стратегії сегментації ринку та диференціації, що знаходить втілення в комплексі маркетингу підприємства, який є носієм конкурентної переваги фірми. Перехід же до стратегії ребрендингу відбувається у зв'язку з виявленням відхилень від запланованих результатів діяльності, коли компанія прагне оновлення, оживлення та вдосконалення існуючого бренду. При цьому ребрендинг як і брендинг є невід'ємною складовою маркетингової стратегії та в залежності від глибини запропонованих змін може призвести до зміни ринкової та продуктової стратегії компанії.

Варто зазначити, що усі дослідники наголошують на тому, що ребрендинг є дуже складною та ризикованою стратегією та при невдалій реалізації може погіршити імідж та зменшити капітал

бренду. Для багатьох компаній внесення брендівих змін взагалі є протипоказаним, а для інших – необхідним, саме тому дослідження умов проведення ребрендингу, особливостей та доцільності реалізації є актуальним питанням у сучасному конкурентному середовищі.

В цілому, ребрендинг повинен виконувати такі завдання: посилювати бренд (з метою зростання лояльності споживачів), диференціювати бренд серед конкурентів (з метою посилення його унікальності), збільшувати цільову аудиторію бренду (з метою залучення нових споживачів) [4]. Ребрендинг є недешевим, але, при правильному аналізі та імplementації, є ефективним вкладенням у прибутковість підприємства та досягнення конкурентних переваг. Як правило, з необхідністю ребрендингу зустрічаються компанії середнього та великого бізнесу. І, як показує статистика, ребрендинг на таких підприємствах проводять в середньому кожні 5 років.

Для того, аби визначити доцільність проведення ребрендингу, підприємство має провести моніторинг бренду. Нами були доповнені причини або умови необхідності проведення ребрендингу, які у своєму дослідженні виділила Н.Івашова (рис. 1).



Рис. 1. Причини проведення ребрендингу [4]  
[джерело: узагальнено, систематизовано та доповнено авторами]

Одним із ключових факторів успіху даної маркетингової стратегії є момент її реалізації. Найбільш успішним є застосування стратегії ребрендингу на стадії переходу бренду з етапу зрілості на етап спаду. Дана закономірність має місце в силу наступних причин:

- так як на етапі зрілості у торговельної марки зберігається велика частка ринку, результатом занадто ранньої реалізації стратегії ребрендингу стане втрачений прибуток;
- застосування стратегії ребрендингу на стадії спаду може призвести до значного згасання бренду, що істотно збільшить витрати на його оновлення.

При аналізі літератури було виявлено, що існують різні підходи до визначення видів та процесу ребрендингу: від простої візуальної корекції торговельної марки, до перебудови цінностей бренду. В залежності від глибини запланованих змін, нами було виділено наступні типи ребрендингу (рис. 2):

Рестайлінг/ренеймінг проводиться коли стан ринку бренду достатньо прийнятний, проте товаровиробник виявляє бажання «освіжити» сприйняття бренду споживачем шляхом внесення певних змін до його назви або до кольорової гами його сприйняття. Функціональна мета полягає в підтримці інтересу у вже сформованого сегмента споживачів.

Репозиціонування – це свідомо зміна позиції бренду на ринку. Заходи репозиціонування полягають в тому, щоб додати цінність пропозиції, змінивши уявлення про бренд у споживача (асоціації) або розширити цільову аудиторію бренду (за рахунок залучення нового сегмента), створивши для нього нові унікальні асоціації.



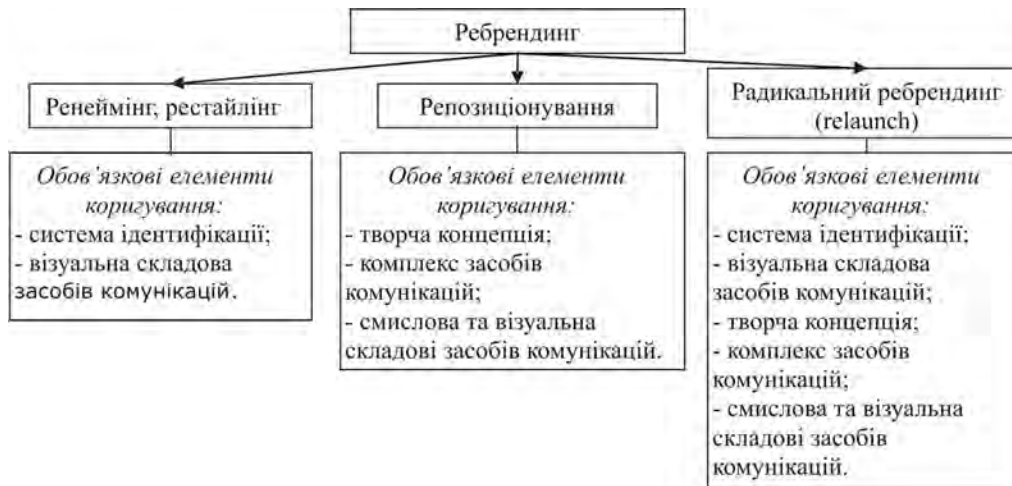


Рис. 2. Типи ребрендингу  
[джерело: власна розробка]

Радикальний ребрендинг передбачає зміну марочного імені та елементів фірмового стилю, та засноване в більшості випадків на повному репозиціонуванні бренду (коли змінюються стрижневі цінності бренду). Даний тип ребрендингу обмежується не тільки зміною ідентифікаторів. Має місце зміна індивідуальності бренду, його основних цінностей, стратегічного позиціонування.

Аналіз інформації стосовно кампаній ребрендингу підприємств, що працюють на споживчому ринку, показує, що про логічне завершення повідомляють у ЗМІ в середньому тільки 58% компаній [3]. Причинами незавершеності окремих кампаній ребрендингу в Україні, можуть виступати не лише несприятливі макрофактори, а й відсутність алгоритмізації і структурування проведення кампанії ребрендингу, яка повинна бути обґрунтованою та добре спланованою. Загальний вигляд послідовності етапів ребрендингу на споживчому ринку зображений на рисунку 3.

На підставі дослідження особливостей споживчого маркетингу, нами було виокремлено ряд особливостей споживчого ринку від промислового, які варто враховувати при плануванні стратегії ребрендингу, а саме:

- велика кількість продуктивних брендів та висока щільність інформаційних потоків. Попит на товари є еластичним, увагу споживачів все складніше втримати, тому важливим є підтримання спадкоємності оновленої марки, тобто збереження максимальної кількості характеристик бренду, які сприймаються споживачами як вигоди і переваги в порівнянні з характеристиками марок-конкурентів;

- період формування бренду та лояльності споживачів не є довготривалим, що пов'язано з відносно коротким життєвим циклом продукції. У масових комунікаціях пізнаваність торгової марки можна сформувати за півроку-рік, проте такі бренди швидко переходять до етапу зрілості та спаду, тому аудит бренду доцільно проводити, якомога частіше задля кращої адаптації до ринкових умов;

- на відміну від промислового ринку, для споживчого не є таким важливим зв'язок марки продукції з маркою виробника, адже споживачам достатньо знати і оцінювати характеристики бренду, тому в більшості випадках для посилення позиції бренду в процесі ребрендингу не доцільним є пов'язування марки продукції і виробника;

- перевага образних комунікацій над інформаційними. Сприйняття продукції у масових комунікаціях – це, перш за все, візуальне сприйняття: логотипи, упаковки, етикетки, що забезпечує високий ступінь запам'ятовування і сприйняття, тому для споживчого ринку найпоширенішим є застосування таких напрямів ребрендингу як рейеймінг та рестайлінг;

- пріоритетність емоційних мотивів при побудові комунікацій. Необхідним є вилучення тих властивостей бренду, які негативно сприймаються споживачами і знижують сприйняття якості продукції.

Досягнення бажаної позиції неможливе без застосування маркетингових комунікацій, специфіка використання яких залежить від багатьох факторів. На споживчому ринку найбільш ефективним є використання реклами та стимулювання збуту та інших синтетичних засобів маркетингових комунікацій. Застосування інтегрованого комплексу маркетингових комунікацій здатне забезпечити сприйняття споживачами оновленого образу бренду.



Рис. 3. Етапи ребрендингу на споживчому ринку  
[джерело: власна розробка]

**Висновки.** Наукова новизна даної статті полягає у розвитку теоретико-методичних засад брендингу, зокрема в уточненні дефініції «ребрендинг», узагальненні чинників, що визначають доцільність проведення ребрендингу, деталізації сутності типів ребрендингу та запропонованій процедурі планування та реалізації ребрендингу. У статті виокремлено особливості проведення ребрендингу на споживчому ринку, що надає змогу компаніям уникнути типових помилок. Подальше дослідження проблем ребрендингу на основі отриманих результатів, можливе у напрямку деталізації етапів ребрендингу та дослідженні інструментів його реалізації на споживчому ринку.

#### Література:

1. Келлер А.М. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом – 2-е изд. - пер. с англ. - М.: Вильямс, 2005. – 704 с.
2. Muzellec L. Corporate Rebranding – An Exploratory Review / Muzellec L., Doogan M., Lambkin M. - K. : Irish Marketing Review, vol. 16, no. 2, 2003. – 264р.
3. Овчинникова О.Г. Ребрендинг / О.Г. Овчинникова. – М.: Альфа-Пресс. – 2007. – 325 с.
4. Івашова, Н. В. Формування бренд-орієнтованої системи управління комунікаціями промислового підприємства: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Н. В. Івашова; Сум. держ. ун-т. - Суми, 2010. - 21 с. - укр.
5. Телетов, О.С. Брендінг та ребрендинг в умовах сучасних промислових виробництв / О.С. Телетов // Вид-во Львівської політехніки. – 2010. – С. 504.

## **ФОРМУВАННЯ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

## **ФОРМИРОВАНИЕ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ**

## **FORMATION TOWARDS INCREASING THE EFFECTIVENESS OF MARKETING MANAGEMENT MECHANISM COMPETI- TIVENESS OF CONSTRUCTION ENTERPRISES**

*В статті запропоновано вирішення проблеми формування напрямків підвищення ефективності маркетингового механізму управління конкурентоспроможності будівельних підприємств. Розглядаються основні стратегічні пріоритети підвищення ефективності маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств. Запропоновані напрямки дії маркетингового механізму управління конкурентоспроможності будівельних підприємств в умовах ринку. Визначено новий комплекс інструментів для реалізації маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в умовах ринку. Окреслені основні найбільш пріоритетні напрямки розбудови продуктивних відносин будівельного підприємства як основи ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства. Обґрунтовано використання системного підходу як ключового фактору розвитку будівельних організацій. Розглянуті основні принципи, за якими має будуватись маркетинговий механізм управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в умовах ринку. Досліджено основний механізм реалізації функцій управління маркетингової діяльності будівельного підприємства та напрямки їх реалізації.*

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, оцінка конкурентоспроможності, будівельне підприємство, житлове будівництво, маркетинг, маркетингові стратегії.

*В статье предложено решение проблемы формирования направлений повышения эффективности маркетингового механизма управления конкурентоспособности строительных предприятий. Рассматриваются основные стратегические приоритеты повышения эффективности маркетингового механизма управления конкурентоспособностью строительных предприятий. Предложены направления действия маркетингового механизма управления конкурентоспособности строительных предприятий в условиях рынка. Определен новый комплекс инструментов для реализации маркетингового механизма управления конкурентоспособностью строительных предприятий в условиях рынка. Очерчены основные наиболее приоритетные направления развития производственных отношений строительного предприятия как основы эффективного управления конкурентоспособностью предприятия. Обосновано использование системного подхода как ключевого фактора развития строительных организаций. Рассмотрены основные принципы, по которым должна строиться маркетинговый механизм управления конкурентоспособностью строительных предприятий в условиях рынка. Исследовано основной механизм реализации функций управления маркетинговой деятельности строительного предприятия и направления его реализации.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, оценка конкурентоспособности, строительное предприятие, жилищное строительство, маркетинг, маркетинговые стратегии.

*The paper proposed solution to the problem of forming ways to increase the effectiveness of marketing management mechanism competitiveness of construction enterprises. The main strategic priorities for improving the efficiency of marketing management mechanism competitiveness of construction enterprises. Directions action marketing management mechanism competitiveness of enterprises in the construction market. Definitely a new set of tools to implement a marketing mechanism for managing the competitiveness of enterprises in the construction market. The basic priorities for the development of the most productive relationship building enterprise as the basis of effective management of enterprise's competitiveness. The application of the system approach as a key factor in the development of construction companies. The basic principles on which is built a marketing mechanism for managing the competitiveness of enterprises in the construction market. The basic mechanism for implementing the marketing management functions of construction enterprises and directions for their implementation.*

**Keywords:** competitiveness, competitiveness of, construction companies, housing, marketing, marketing strategies.

**Вступ.** Ефективне управління в умовах ринку є необхідною умовою підвищення ефективності будівельного виробництва, створення, розвитку і реалізації конкурентних переваг будівельних підприємств.

Розвиток вітчизняного будівельного комплексу в умовах ринку зумовлений багатьма об'єктивними чинниками, серед яких в якості найважливіших можна виділити наступні: 1) стан будівельного комплексу і перспективи його розвитку; 2) обґрунтування мотивів, що викликають потребу в інвестуванні в основний капітал і що обумовлюють той або інший обсяг капітальних вкладень; 3) наявність стійких і таких, що виконують стимулюючу роль законодавчих і правових актів у сфері інвестиційно-будівельної діяльності.

При цьому особливу увагу необхідно приділяти питанням оптимізації структур будівельних організацій. В той же час, для сучасного керівника однаково важливе питання створення системи і технології управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства, яка забезпечує ефективну діяльність цього підприємства. Таким чином, перед сучасним керівником будівельного підприємства постають стратегічні питання вибору напряму розвитку бізнесу і визначення ключових конкурентних переваг організацій. З огляду на це, в даному параграфі передбачається сформулювати рекомендації щодо створення ефективної системи управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в сучасних умовах, зокрема, і в першу чергу – через підвищення ефективності маркетингового механізму управління.

Дослідження формування механізму підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств є одним з основних пріоритетів економічної науки. Багато науковців присвятили свої праці вивченню аспектів конкурентоспроможності в умовах кризи, зокрема, стратегічному маркетингу як інструменту підвищення конкурентоспроможності. Це такі дослідники як Гончарук Т.І.[1], Доленко Л. Х.[2], Лошенко І. Р.[3], Петровська С. В.[4], Федішин Б. П.[5], Федонін, О. С.[6], Федоренко В. Г.[7], Шершньова З. Є.[8].

**Постановка завдання.** Головною метою цієї роботи є формування напрямків підвищення ефективності маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств.

Потребує подальшого розвитку стратегія формування напрямків підвищення ефективності маркетингового управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств.

**Методологія.** Теоретичною і методологічною основою роботи є загальнонаукові методи пізнання досліджуваних явищ і процесів. Використовувались діалектичні і системні методи.

**Результати дослідження.** Як відомо, будівництво – провідна галузь народного господарства, де вирішуються життєво важливі завдання структурної перебудови матеріальної бази усього виробничого потенціалу країни і розвитку невиробничої сфери. Від ефективності функціонування будівельного комплексу багато в чому залежать як темпи виходу з кризи, так і конкурентоспроможність вітчизняної економіки. Цим і визначається значущість вибору об'єктивних характеристик його стану. Як показують результати дослідження, багато будівельних підприємств, враховуючи кон'юнктуру ринку, що змінюється, вимушені вносити оперативні зміни в систему управління, домагаючись при цьому [4]:

- підвищення якості будівельної продукції і її конкурентоспроможності;
- підвищення виробничих можливостей;
- уніфікації комплектуючих компонентів і матеріалів як умови підвищення гнучкості будівельної організації в цілому;
- формування матеріальних, кадрових і фінансових ресурсів будівельної організації, за допо-

могою яких, орієнтуючись на стратегічні цілі, можна було б ефективно реагувати на найскладніші і непередбачені явища і зовнішні тенденції.

В якості найважливіших пріоритетів підвищення ефективності маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в сучасних умовах можна виділити наступні (рис. 1).

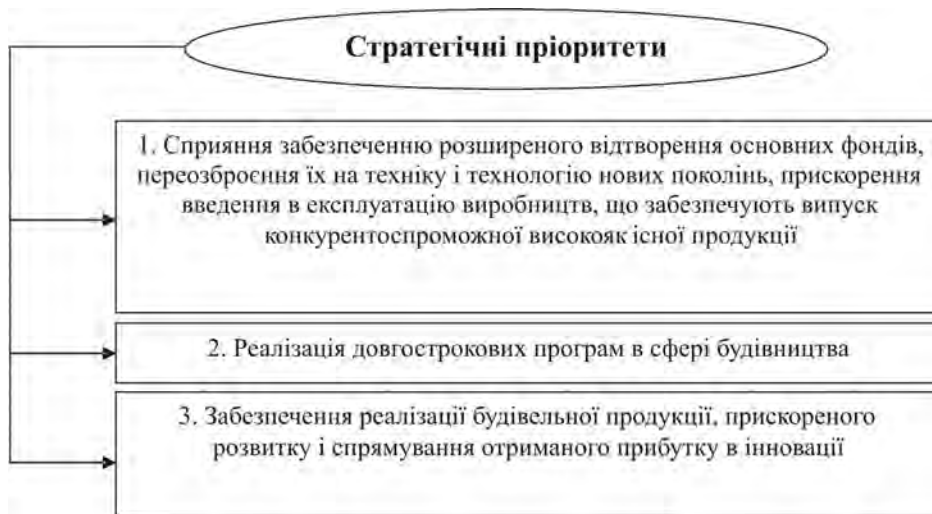


Рис. 1. Основні стратегічні пріоритети підвищення ефективності маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств

У сучасних умовах будівельне підприємство може поставити перед собою не одну, а декілька стратегічних цілей, пов'язаних з його поточною діяльністю, наприклад:

- освоїти нову технологію виробництва будівельних матеріалів;
- поліпшити якість і забезпечити підвищення конкурентоспроможності будівельної продукції;
- підвищити рівень спеціалізації будівельної організації тощо.

Для досягнення таких цілей зовсім не обов'язково задіяти усі структури і ланки будівельної організації, витратити усі наявні ресурси. Кількість учасників як внутрішніх, так і зовнішніх, а також об'єм ресурсів, що притягаються, у міру зміни ситуації можуть постійно змінюватися. Кінцева мета залишається в принципі незмінною [5].

Для матеріалів, будівельних конструкцій і деталей первинне значення має раціоналізація матеріальних потоків з метою мінімізації пов'язаних з ними витрат, що зумовлює доцільність і необхідність застосування в забезпеченні будівництва матеріалами методів логістики як ефективного наукового інструментарію управління формуванням і рухом матеріальних потоків.

Ринок будівельних матеріалів, на якому реалізують свою продукцію, зокрема, підприємства – виробники залізобетонних труб, є зараз тим сектором економіки, в якому вже є умови, достатні для використання логічних рішень в організації матеріальних потоків, у тому числі руху товару [3]:

- значна частина матеріального потоку в інвестиційному процесі формується усередині будівельного комплексу і повністю залежить від дій ланок і підрозділів цього комплексу, вибору ними раціональних рішень і їх послідовної реалізації;
- на ринку будівельних матеріалів спостерігається найбільш високий (в порівнянні з іншими ринками засобів виробництва) рівень конкуренції;
- підприємства промисловості будівельних матеріалів мають в розпорядженні значні резерви незадіяних виробничих потужностей, і багато хто задля їх повного завантаження готовий до співпраці з покупцями, виходячи із задоволення підвищених вимог з боку попиту;
- матеріальний потік у будівництві як галузі кінцевого споживання частини громадського продукту, починаючись за її межами, завершується моментом використання матеріальних ресурсів, в процесі створення;
- матеріальний потік у будівництві при створенні того або іншого об'єкту має чітко виражену продуктивну неоднорідність в процесі будівельного циклу;
- матеріальний потік у будівництві безперервно міняє свою просторову спрямованість у міру переміщення виробництва робіт з одного об'єкту на інший або розгалужується в просторі при одночасному зведенні декількох об'єктів.

Маркетинговий механізм управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в умовах ринку повинен забезпечити (рис. 2.):



Рис. 2. Напрямки управлінської дії маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в умовах ринку

З суті маркетингу витікають основні принципи, за якими має будуватись маркетинговий механізм управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в умовах ринку, які включають:

1. Націленість керівництва будівельного підприємства на досягнення кінцевого практичного результату виробничо-господарської діяльності: ефективна реалізація будівельної продукції на ринку в намічених об'ємах є одним з найважливіших завдань будівельних організацій.

2. Спрямованість будівельного підприємства на довготривалий результат маркетингової роботи. Це вимагає особливої уваги до прогностичних досліджень, розробки на основі їх результатів нових методичних підходів і рекомендацій, що забезпечують рентабельну роботу будівельних підприємств [2].

3. Застосування будівельним підприємством в єдності і взаємозв'язку стратегії і тактики активного пристосування до вимог потенційних покупців з одночасною цілеспрямованою дією на них.

Маркетинговий механізм управління конкурентоспроможністю будівельних підприємств в умовах ринку повинен, на думку автора, реалізуватись через наступний комплекс інструментів (підходів, методів, методик), що забезпечують в кінцевому результаті підвищення конкурентоспроможності підприємства:

- аналіз зовнішнього (по відношенню до підприємства) середовища, в яке входить не лише ринок, але і політичні, соціальні, культурні і інші умови;
- аналіз споживачів будівельної продукції як реальних, так і потенційних;
- забезпечення формування попиту і різного роду матеріальних стимулів, спрямованих на споживачів, агентів і конкретних продавців;
- забезпечення цінової політики, що полягає в плануванні систем і рівнів цін на будівельну продукцію;

- задоволення технічних і соціальних норм регіону, в якому реалізується будівельна продукція;
- управління маркетинговою діяльністю будівельної організації як системою, тобто планування, виконання і контроль маркетингової програми і індивідуальних обов'язків кожного учасника інвестиційно-будівельної діяльності, оцінка ризиків і прибутків, ефективності маркетингових рішень.

Безперервний розвиток і ускладнення об'ємно-планувальних архітектурно-конструктивних рішень в капітальному будівництві викликає гостру необхідність вирішення багатьох технічних, організаційно-технологічних і економічних завдань, пов'язаних з підвищенням ефективності цих рішень, зокрема – у маркетинговій діяльності. Основою і головною рушійною силою управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства, її «поживним середовищем» є конкуренція. Саме тому нині маркетинг розглядається як сучасна методологія створення високоефективних і конкурентоздатних організацій в умовах жорсткої конкуренції, а також як ефективний інструмент реструктуризації компаній, її адаптації до динамічних умов ринку, що характеризуються високим рівнем невизначеності [4].

Однією з особливостей сучасного будівництва є невизначеність його основних елементів і параметричного функціонування (об'єми робіт, системи технологій, продуктивність, людський фактор тощо). Кожна з цих подій повинна бути попередженою за допомогою детального планування, регулювання, суворого виконання графіків постачання продукції, виконання робіт та ін. Проте в сучасних умовах

цю невизначеність слід відкрито визнати як частину реального світу і розглядати її як найбільш важливу частину планування, що підлягає серйозному аналізу (тобто відповідно до відомих законів природи) і інтеграції до загального процесу формування конкурентоспроможності будівельного підприємства: що кращим буде механізм управління невизначеністю, що є невід'ємною характеристикою маркетингового середовища, тим вище буде конкурентоспроможність цього підприємства.

Сьогодні дуже складно розглядати в якості ефективного інструменту конкурентної боротьби матеріальні ресурси, в той же час нематеріальні ресурси стають однією з найбільш важливих активів підприємства. Автор робить висновок про те, що конкурентоспроможність компанії в умовах ринку реагує на будь-яку зміну ситуації навколо і усередині підприємства, а не тільки на його фінансові аспекти. В зв'язку з цим маркетингові джерела вартості є тією найважливішою складовою частиною конкурентоспроможності компанії, що визначає її ідентичність, відмінність від інших компаній [6].

З точки зору важливості саме ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства, створена бізнесом вартість компанії, її конкурентоспроможність – цінність для інвесторів, повинна перевищувати вкладення в неї. Тобто необхідно максимізувати не просто параметр «вартість бізнесу», а відношення вартості компанії до вкладень. В зв'язку з цим слід формувати напрямки підвищення ефективності маркетингового механізму управління конкурентоспроможністю будівельного підприємства за сучасних умов.

На основі оцінки пріоритетів розвитку компанії в умовах ринку проводиться пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності бізнесу, який доцільно спрямувати на розвиток передусім тих складових бізнесу, які формують основу його стабільного розвитку, формування вартості компанії.

Можна відзначити найбільш пріоритетні напрямки розбудови продуктивних відносин будівельного підприємства – виробника залізобетонних труб зі споживачами, як основа ефективного управління конкурентоспроможністю підприємства:

1. Впровадження знижок на значні обсяги продукції, яка купується, а також перегляд існуючої системи знижок в бік лояльності для постійних партнерів.
2. Суворий контроль за дотриманням термінів виробництва та доставки продукції споживачеві.
3. Удосконалення технологічних та дизайнерських рішень щодо продукції.
4. Розробка заходів для підвищення якості доставки, схоронності упакування та продукції.
5. Впровадження системи до- та післяпродажного обслуговування.
6. Впровадження системи контролю всіх робочих процесів та термінів, в тому числі у роботі з поверненими товарами.
7. Контроль професійних якостей, компетентності персоналу служби збуту виробника продукції, з яким контактує потенційний споживач чи покупець.
8. Активізація рекламних та PR- заходів щодо інформування споживачів відносно існуючого асортименту та появи новітніх продуктів, створення іміджу виробника. Удосконалення інформаційної наповненості рекламних звернень, а також інформативності сайтів в мережі Інтернет [3].

Функції управління маркетинговою діяльністю будівельного підприємства реалізуються підрозділами апарату управління і окремими працівниками, які при цьому вступають у економічні, організаційні, соціальні, психологічні відносини один з одним. Організаційні стосунки, що складаються між підрозділами і працівниками апарату управління підприємства, визначають його організаційну структуру. Під організаційною структурою маркетингового управління будівельним підприємством розуміється склад (перелік) відділів, служб і підрозділів в апараті управління, системна їх організація, характер співвідпорядкованості і підзвітності один одному і найвищому органу управління фірми, а також набір координаційних і інформаційних зв'язків, порядок розподілу функцій управління маркетингом по різних рівнях і підрозділах управлінської ієрархії.

Успішна діяльність будівельного підприємства в умовах конкурентної взаємодії з іншими суб'єктами господарської діяльності можлива, коли здійснюється безперервна програма змін у сфері підвищення його конкурентних переваг, що може бути забезпечено за рахунок використання сучасної техніки, період матеріального зносу якої значно коротше її фізичного старіння. У даних умовах необхідно розробити і реалізувати в найкоротші терміни програму перетворень, метою якої є підвищення конкурентоспроможності підприємства. Реалізація даної програми дозволить підприємству залишитися на ринку і завоювати його значущу частку [5].

Питання комплексних перетворень в будівельних підприємствах слід розглядати як управління програмами підвищення конкурентоспроможності, що обумовлено тим, що: перетворення в організації стають все більш складними і взаємопов'язаними; реалізація перетворень передбачає міжфункціональну координацію діяльності.

Методичною основою вирішення поставленого завдання служить системний підхід. Саме сис-

темний підхід до перетворень є запорукою розвитку будівельної організації. У сучасному конкурентному ринковому середовищі перетворення має взаємозалежний характер – якщо організація на даному етапі досягла деякого стійкого стану свого розвитку, то відповідно з цим синхронізується робота всіх структур організації (організаційної та виробничої). Перехід до іншого стану, характерного для наступного етапу розвитку організації, вимагає системної перебудови [6].

Такий підхід характерний для досконалих динамічних ринків з інтенсивною конкуренцією, на відміну від умов витратної економіки, коли керівники підприємств направляли свої зусилля в основному на задоволення потреб виробництва з метою зниження собівартості продукції.

**Висновки.** Таким чином, за результатами моделювання та за результатами виділення маркетингових джерел вартості та обґрунтування їх важливості для підвищення конкурентоспроможності будівельних підприємств визначено основні напрямки, перелік заходів, необхідних для підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства в сучасних умовах, виходячи зі специфіки діяльності виробників будматеріалів та особливостей поточної ринкової ситуації.

#### Література:

1. Гончарук Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці / Т. І. Гончарук. — Суми : ВВП "Мрія-1" ЛТД, 2011. — 60 с.
2. Доленко Л. Х. Теорія стратегії підприємства / Л. Х. Доленко. — Одеса : Астропринт, 2009. — 158 с.
3. Лошенко І. Р. Маркетингове управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства / І. Р. Лошенко // Економічні науки. — Луцьк, 2011. — Вип. 4 (14) : Серія : Економіка та менеджмент. — С. 194-203.
4. Петровська С. В. Маркетингова конкурентна стратегія: сутність і підходи до класифікації / С. В. Петровська // Проблеми транспорту. — К., 2010. — Вип. 2. — С. 89-92.
5. Федішин Б. П. Факторний аналіз потенціалу розвитку промисловості будівельних матеріалів регіону / Б. П. Федішин, Н. М. Цепенюк // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. праць. — Вип. 10. — Київ, 2009. — С. 93-99.
6. Федонін, О. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : [Навч. посібник] / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. — К. : КНЕУ, 2010. — 316 с.
7. Федоренко В. Г. Концепція стратегії розвитку будівельного комплексу України на період до 2015 року // Економіка та держава : Міжнародний науково-практичний журнал. — 2012. — №1. — С. 3-11.
8. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник / Київ. нац. екон. ун-т. / З. Є. Шершньова. — К. : Либідь, 2010. — 699 с.



**Лебеденко М.С.**

канд. економ. наук

Національний технічний університет України «КПІ»

## ВЕБОМЕТРИЧНИЙ РАНГ ЯК ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ЕЛЕКТРОННОГО РЕСУРСУ ПІДПРИЄМСТВА

## ВЕБОМЕТРИЧЕСКИЙ РАНГ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО РЕСУРСА ПРЕДПРИЯТИЯ

## WEBOMETRICS RANK AS INDEX OF EFFECTIVENESS OF WEB-SITE OF ENTERPRISE

Статтю присвячено дослідженню теоретичних та практичних засад комплексного дослідження застосування Інтернет-технологій в управлінні маркетинговими комунікаціями підприємств. Увагу приділено оцінюванню веб-ресурсу як основного носія комунікацій, що обумовило необхідність виявлення критеріїв, які визначають його ефективність та зв'язок з економічною результативністю діяльності підприємств. Зокрема, вивчено показники та критеріїв ефективності електронного ресурсу, інструментарій для оцінювання та підвищення ефективності заходів маркетингових комунікацій підприємств на основі Інтернет-технологій. У даній статті обґрунтовано значення веб-метричного рангу як основного показника ефективності веб-ресурсу в оцінюванні маркетингових комунікацій підприємств в мережі Інтернет. На підставі систематизації підходів до оцінювання ефективності маркетингових комунікацій виявлено основні показники ефективності електронного ресурсу. Запропоновано інструментарій для оцінювання та підвищення ефективності заходів маркетингових комунікацій на основі Інтернет-технологій.

**Ключові слова:** Інтернет-технології (ІТ), електронний бізнес, маркетингові комунікації, веб-метричний ранг, електронний ресурс, ефективність маркетингових комунікацій в Інтернеті.

Статью посвящено исследованию теоретических и практических основ комплексного исследования применения Интернет-технологий в управлении маркетинговыми коммуникациями предприятий. Внимание уделено оцениванию эффективности веб-ресурса как основного носителя коммуникаций, что стало причиной необходимости определения критериев, которые обуславливают его эффективность и взаимосвязь с экономической эффективностью деятельности предприятий. В этой статье обосновано значение вебметрического ранга вебметрического ранга как показателя эффективности веб-ресурса в оценивании маркетинговых коммуникаций предприятий в сети Интернет. На основе систематизации подходов к оцениванию эффективности маркетинговых коммуникаций определено основные показатели эффективности электронного ресурса. Предложено инструментарий для оценивания та повышения эффективности коммуникационных мероприятий на основе Интернет-технологий.

**Ключевые слова:** Интернет-технологии (ИТ), электронный бизнес, маркетинговые коммуникации, вебметрический ранг, электронный ресурс, эффективность маркетинговых коммуникаций в Интернете.

The article is devoted to the research of theoretical and practical basis of a comprehensive survey of the use of Internet technologies in management of marketing communications companies. Attention is paid to evaluating of web-site effectiveness as the main media of communications, what became the reason for the definition of criteria, which determine its effectiveness and the relationship with the economic efficiency of enterprises. In this article the value of Webometrics rank as main indicator of the web-site

*in the evaluation of marketing communications companies in Internet. Based on the systematization of the approaches to the estimation of efficiency of marketing communications defined key performance indicators resource. The proposed set of tools for assessing the efficiency of communication activities on the basis of Internet technologies.*

**Keywords:** *Internet technologies, Internet-business, marketing communications, webometrics rank, web-site, method of Internet marketing communication estimation.*

**Вступ.** Процеси глобалізації економіки пов'язані з комп'ютеризацією майже всіх сфер діяльності людини. За таких обставин важливою є здатність підприємств економічно адаптуватися до швидкоплинних зовнішніх факторів, ринкових умов, нових технологій і послуг. З кожним роком дедалі більше компаній звертаються до Інтернет-технологій (ІТ), які дають можливість автоматизувати та об'єднати функції виробництва товарів і послуг, сформуванню відповідний рівень обслуговування клієнтів, налагодити маркетингову комунікаційну взаємодію зі споживачами. Водночас ставиться завдання переглянути традиційні процеси ефективного обміну інформацією, зміни в їх інфраструктурі та погляди на оцінювання.

Актуальність теми зумовлена необхідністю впровадження у ринкову діяльність підприємств нової концепції управління маркетинговими комунікаціями на основі ІТ. Це ставить завдання визначення факторів та показників, які обумовлюють ефективність заходів маркетингових комунікацій у мережі Інтернет, збільшують віддачу від вкладених у просування коштів. Обґрунтована стратегія маркетингових комунікацій на основі ІТ стає головним чинником у досягненні успіху компаніями на ринку.

Значний внесок у дослідження цих питань зробили зарубіжні економісти, як Н. Бакман, Т. Боркарьов, В. Бордюже, Т. Буреніна, Д. Козьє, Ю. Піменов, У. Хенсон та багато інших. Аспекти, пов'язані з Інтернет-інтеграцією ринкових процесів вітчизняних підприємств, досліджували С. Газвий, Т. Данько, Т. Затонацька, І. Литовченко, М. Макарова, С. Мельниченко, В. Пилипчук, В. Плєскач, Є. Ромат; викладенню окремих теоретичних і практичних аспектів цієї проблеми на вітчизняному ринку присвячено публікації О. Аколова, М. Колесникової, М. Лукіної, В. Монахова, М. Раскладкиної, Ю. Сапожнікової, А. Чудіна та інших.

**Постановка завдання.** Натомість, у науковій літературі відсутнє комплексне дослідження застосування ІТ в управлінні маркетинговими комунікаціями підприємств. Недостатньо уваги приділено оцінюванню веб-ресурсу як основного носія комунікацій, що зумовлює необхідність виявлення показників, які визначають його ефективність та зв'язок з економічною результативністю діяльності підприємств. Вимагають більш ретельного вивчення показники та критеріїв ефективності електронного ресурсу, інструментарій для оцінювання та підвищення ефективності заходів маркетингових комунікацій підприємств на основі ІТ.

**Методологія.** У статті використано загальнонаукові методи пізнання об'єктивної природи економічних явищ і процесів, фундаментальні положення теорії менеджменту і маркетингу, наукових узагальнень для визначення сутності ефективності маркетингових комунікацій в Інтернеті, виявлення переваг застосування мережі Інтернет для ведення підприємницької діяльності, економіко-математичні методи і підходи до оцінювання ефективності маркетингових комунікаційних заходів в Інтернеті.

**Результати дослідження.** Поява і розвиток Інтернету додали цілий ряд інструментів, одними з функцій яких є створення і просування електронного ресурсу підприємства; формування унікального іміджу в електронному просторі; розширення ринків збуту; залучення нових споживачів тощо. Центральним елементом комунікацій в Інтернет веб-ресурс підприємства, тому важливим є його просування, від успішної реалізації якого залежить ефективність усієї підприємницької діяльності в Інтернеті.

Складністю оцінювання таких заходів в електронному середовищі є те, що, використовуючи різні інструменти комунікації, підприємство переслідує ті самі цілі, що й ринковою діяльністю (інформування про продукцію; стимулювання збуту; формування попиту на товар; підвищення довіри споживачів до компанії, продукції тощо). У разі одночасного впливу на всі елементи комплексу маркетингу складно визначити, який внесок зробили маркетингові комунікації у загальну ефективність.

У світовій та вітчизняній практиці існує велика кількість підходів до визначення ефективності маркетингових комунікацій підприємства, які умовно можна поділити на дві групи [1]: аналіз комерційної ефективності; аналіз комунікаційної ефективності.

Комерційна ефективність просування розглядається через призму фінансової віддачі маркетингових комунікацій, тобто, визначення того, який прибуток принесе кожна грошова одиниця, вкладена у засоби просування. Основними її показниками є зростання обсягу продажів, збільшення частки ринку та зростання прибутків, що виражається через такі критерії: рівень продажів та частка ринку за кількістю продажів у натуральному грошовому вираженні, рівень середнього маржинального прибутку тощо [2].

Комунікативна ефективність передбачає визначення впливу різних характеристик носіїв маркетингових комунікацій (формату, розміру, охоплення, частоти тощо) на результат, який вони дають, а також ефективності комунікаційного звернення (змісту, довжини, психолінг-вістичної структури повідомлення) і моделювання реакції споживачів на нього. Як показники комунікаційної ефективності аналітики застосовують охоплення цільової аудиторії, частоту показів, вартість розміщення, відомість бренду, рівень поінформованості та знання про бренд, рівень довіри та лояльності, ступінь сприйняття атрибутів іміджу та ін. [3].

Зазначимо, що Інтернет-комунікації ґрунтуються на тих самих показниках, що й для традиційних носіїв., вони є універсальними і підходять для будь-яких комунікаційних кампаній. Водночас, комунікації в Інтернеті чітко персоналізовані, що дає можливість більш індивідуального оцінювання реакції цільового споживача. Центральним елементом комунікацій в Інтернеті є електронний ресурс підприємства, одним з основних показників ефективності якого є відвідуваність. Завдання решти засобів просування полягають у забезпеченні переходу на сайт.

У науковій літературі ефективність веб-ресурсу трактується по-різному, оскільки власники сайтів та компанії з їх просування в Інтернеті вкладають у цей процес різні значення. Але всі вони сходяться до думки, що створення власного веб-ресурсу та Інтернет-інтеграція бізнесу пов'язані з реалізацією і досягненням ринкових цілей підприємства – продажу товарів або послуг та, як наслідок, отримання прибутку.

Статистика показує, що переважна більшість користувачів шукають інформацію в Інтернеті за допомогою пошукових систем та каталогів. За різними даними через пошукові системи на ресурси заходять до 95 % цільових користувачів, 55 % покупок і замовлень здійснюються на сайтах, знайдених через пошукові системи. Від того, на якому місці в результатах цільових запитів пошукових систем знаходиться той чи інший ресурс, залежить кількість споживачів, що його відвідають.

Постає питання що вважати показником ефективності пошукового просування веб-ресурсу і як оцінити його мережеву видимість?

Звернімося до закону Р. Меткалфа, який доводить наявність зв'язку між економічною цінністю застосування ІТ у підприємницькій діяльності та кількістю комунікацій, здійснюваних через Інтернет. Іншими словами, економічний результат веб-ресурсу збільшуватиметься у квадратній залежності від числа його користувачів, тобто числа комунікацій. Інтернет при цьому розглядаються як середовище для обміну інформацією між користувачами через електронні ресурси. Для підприємств сутність цього закону полягає у нарощуванні показників економічної ефективності ІТ для бізнесу за рахунок збільшення числа комунікацій, здійснюваних через електронний ресурс та залучення нових користувачів (табл. 1).

Таблиця 1

### Визначення індивідуальної та загальномережевої цінності веб-ресурсу

Кількість комунікацій на 1 людину через веб-ресурс	Індивідуальна цінність користувача веб-ресурсом	Загальномережева цінність веб-ресурсу
1	0	0
2	V	$2V = 2 \cdot 1 \cdot V$
3	2V	$6V = 3 \cdot 2 \cdot V$
...	...	...
26	25V	$650V = 26 \cdot 25 \cdot V$
N	$(n - 1)V$	$n(n - 1)V = (n2 - n)V$

У таблиці 1 показана залежність між кількістю комунікацій через веб-ресурс підприємства та економічною цінністю від підприємницької діяльності на основі ІТ [4]. В основу економічної ефективності Інтернет-комунікацій, зокрема, веб-ресурсу, покладено два показники – індивідуальну цінність кожного окремого відвідувача і загальномережеву цінність веб-ресурсу для підприємства. Найпростішим вираженням першої цінності є, коли кожний комунікаційний зв'язок користувача через електронний ресурс завжди приносить йому однакову цінність [4]:

$$V \cdot (n - 1),$$

де V – разова цінність для користувача; n – загальний розмір мережі (кількість відвідувачів веб-ресурсу); (n - 1) – число інших учасників, з якими користувач може вступати у комунікацію через веб-ресурс.

Формула демонструє, що індивідуальна цінність для відвідувача веб-ресурсу збільшується лінійно з ростом кількості користувачів на ньому. До числа основних складових, що визначають індивідуальну цінність ми можемо віднести: кількість інформації доступної користувачу на сайті, зручність її організації та розміщення на веб-сторінках ресурсу, доступність та легкість пошуку тощо. Підприємство на основі ІТ виробляє інформацію нової якості, використовуючи яку споживачу легше вирішувати свої проблеми, задовольняти власні потреби, біль раціонально та обґрунтовано приймати рішення.

Не менш важливим показником залежності відвідуваності від кількості комунікацій, здійснюваних через веб-ресурс, є загальномережева цінність, яка являє собою суму всіх індивідуальних цінностей. У цьому випадку значення загальномережевої цінності веб-ресурсу зі збільшенням кількості його відвідувачів зростатиме набагато швидше, ніж індивідуальна цінність кожного користувача. Кожен новий відвідувач отримуватиме від приєднання до мережі Інтернет індивідуальну користь, привносячи своїм приєднанням у неї додаткову цінність та розширюючи можливості наявних користувачів ресурсом (рис. 1).

При цьому, одержувана користь від використання Інтернет-технологій повинна перевищувати витрати, пов'язані зі створенням та обслуговуванням веб-ресурсу, та мати такий вигляд:  $V_i \cdot (n - 1) > C$  [4].

Цю вимогу виконати тим легше, чим більше користувачів матиме електронний ресурс (n):

$$V_i = C / (n - 1).$$

Співвідношення на рис. 1 показує, що при великому трафіку, а саме збільшенні кількості відвідувачів, ефективність сайту як носія маркетингових комунікацій зростатиме пропорційно, що виправдує розширення бізнес-діяльності в електронний простір. Чим більшим відвідувачів заходитиме на сайт, тим вищим буде його економічна цінність. Для окремої компанії ця залежність трансформується в підвищення продуктивності та зростання прибутків.

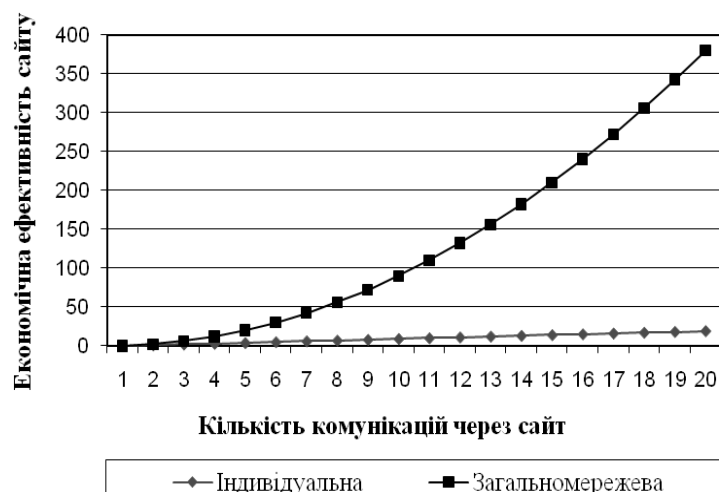


Рис. 1. Залежність економічної ефективності електронного ресурсу від кількості користувачів, що здійснюють комунікацію через нього

Таким чином, основним мотивом для приєднання до Інтернету окремої людини є індивідуальна цінність, для підприємства таким спонукальним чинником є загальномережева цінність. Остання також пояснює, чому усе більше компаній прагнуть мати доступ до Світової мережі, адже, чим більшим є її розмір, тим вищою є її загальномережева цінність.

Виходячи з вищесказаного, основним показником ефективності маркетингових комунікацій підприємства на основі ІТ є нарощування відвідуваності через залучення більшої кількості користувачів. Постає питання, які фактори визначають відвідування веб-ресурсу підприємства цільовими відвідувачами та що вважати показником ефективності пошукового просування веб-ресурсу і як оцінити його мережеву видимість?

Більшість фірм для визначення показника відвідуваності встановлюють на сайтах спеціальні лічильники. Вони демонструють дані щодо кількості відвідувачів, кількості переглянутих сторінок ресурсу, ланцюг пересування по сайту, переходи, а також позиції ресурсу у пошукових системах за тими або іншими запитами. При цьому, видимість і місце розташування ресурсу у результатах

пошукових запитів користувачів залежить від таких факторів: популярності пошукової системи; частоти пошукових запитів конкретного електронного ресурсу; позиції посилань на конкретний ресурс в результатах пошукових систем. Додатково пошуковими системами до уваги беруться такі параметри сайту, як:  $S$  – кількість сторінок, ідентифікованих конкретною пошуковою системою;  $V$  – кількість посилань на сайт, знайдених пошуковою машиною [2].

Сукупність впливу всіх вищеперерахованих факторів пов'язана з обчислення значенням веб-метричного рангу (WR) – видимістю та місцем сайту в результатах пошуку за цільовим запитом [6]. При цьому до уваги треба брати декілька пошукових систем, адже усі вони мають різний алгоритм пошуку та користуються різною популярністю серед користувачів, тому ймовірність переходу через ту або іншу систему різнитиметься.

Розрахувати середній показник популярності кожної пошукової системи можна за наступною формулою:

$$S_{int} = P_g S_g + P_{yn} S_{yn} + P_u S_u + P_{ml} S_{ml} + P_{mt} S_{mt} + \dots,$$

або у вигляді:

$$S_{int} = \sum_i P_i S_i,$$

де  $P$  – показники популярності пошукових систем;  $g, yn, u, ml, mt\dots$  – індекси різних пошукових систем, які досліджуються.

Оскільки кількість відвідувачів на різних пошукових порталах може відрізнятися у сотні й тисячі разів, для зручності їх порівняння та подальших розрахунків важливо нормувати визначені інтегральні показники:

$$S_{norm}^i = \frac{S_{int}^i}{\sum_i S_{int}^i},$$

та нормування всіх  $V_{norm}^i$ :

$$V_{norm}^i = \frac{V^i}{\sum_i V^i}.$$

Приклад результатів обчислень показників популярності різних пошукових систем в українському секторі мережі Інтернет та пронормовані значення кожного визначеного інтегрального показника представлено у таблиці 2.

Таблиця 2

Показники популярності пошукових систем в Україні

№	Пошукова система	Значення показника популярності	
1	Google.com	$P_g$	0,725
2	Yandex.ru	$P_{yn}$	0,174
3	Ukr.net	$P_u$	0,022
4	Mail.ru	$P_{ml}$	0,02
5	Meta.ua	$P_{mt}$	0,016
6	Rambler.ru	$P_r$	0,015
7	Bigmir.net	$P_b$	0,014
8	Live.com	$P_l$	0,006
9	msn.com	$P_{ms}$	0,006
10	i.ua	$P_i$	0,001

Визначення місця конкретного веб-ресурсу в результатах запитів основних пошукових систем шляхом розрахунку  $WR$  здійснюється за такою формулою:

$$WR = P_i S_{norm} + P_i V_{norm},$$

де  $P_i$  – ймовірність потрапляння на електронний ресурс через  $i$ -ту пошукову систему або посилання на сторінках  $i$ -го ресурсу;  $S$  – індикатор розміру електронного ресурсу;  $V$  – індикатор видимості електронного ресурсу на сторінках інших ресурсів у мережі Інтернет.

Для об'єктивності оцінювання  $WR$  ресурсів доцільно застосовувати метод одномоментного зрізу, тобто фіксувати дані відвідувачів протягом визначеного періоду. Для цього обираються унікальні ресурси одного галузевого спрямування. Відібрані веб-ресурси класифікуються за напрямками використання та видами підприємницької діяльності й виключаються ті, які не відповідають досліджуваному спрямуванню Решта ранжуються за визначеним показником  $WR$ . З усієї сукупності рангів обираються ті, які мають найбільший показник та на які припадає не менше 80 % відвідувань галузі, що дає можливість подальшого порівняльного конкурентного аналізу сайтів обраної галузі.

Для наглядності покажемо це на прикладі визначення  $WR$  ресурсу поліграфічного підприємства «Оранта». Відбір сайтів для порівняння здійснюємо на веб-сторінках 5 спеціалізованих галузевих каталогів і порталів, які містять розділ «Поліграфія» («Яндекс» (<http://yasa.yandex.ua>), Google (<http://www.google.com.ua/dirhp>), Ukr.net (<http://www.ukr-net.net>), Печатник ([pechatnik.com](http://pechatnik.com)), Типографія ([www.tipografia.com.ua](http://www.tipografia.com.ua))).

До цільової групи обираємо лише ті ресурси поліграфічної галузі, що мають власні доменні імена (URL) та співпадають за профілем діяльності з Оранта. Усі сайти вибірки ранжуємо за показником вимірюваного ранку ( $WR$ ). На основі цього було обрано лише ті ресурси підприємств, які мали найвищий ранг та на які припадає не менше 80 % відвідувань у галузевому розрізі. Результати аналізу вибірки було зведено та представлено у таблиці 3.

Для підтвердження статистичної залежності між мережевою видимістю досліджуваних веб-ресурсів, виражених  $WR$ , та економічної ефективністю комунікацій (прибутком) отримані значення рейтингів співвіднесено із задекларованими валовими доходами підприємств відповідно до фінансових результатів за перше півріччя 2013 р. Оскільки закон розподілу вибірок не є нормальним, для виявлення статистичної залежності між  $WR$  та валовими доходами компаній використаємо непараметричний аналіз (табл. 4).

За допомогою застосування непараметричного аналізу на основі методів Мана–Уїтні та Колмогорова–Смірнова виявлено, що в обох випадках рівень значимості перевищує 0,05. Це дає можливість зробити висновок, що гіпотеза відносно рівності середніх у двох вибірках ( $WR$  та валового доходу) справджується. Це ще раз доводить показовість та достовірність обраного критерію для оцінювання ефективності маркетингових комунікацій в мережі Інтернет на основі веб-ресурсу і можливість його застосування підприємствами на практиці.

**Висновок.** З усього вищесказаного можна зробити наступні висновки:

- Більшість критеріїв з оцінювання просування розраховані на традиційні засоби та не враховують можливостей Інтернету, де ефективність окремих інструментів може бути відокремлена від ефективності сайту або інших складових кампанії.
- Жоден з існуючих показників оцінювання не бере до уваги роль і ефективність веб-ресурсу як центрального елемента Інтернет-комунікацій, у результаті не оцінюється його вплив на досягнення цілей просування.
- Основним показником оцінювання мережевої видимості веб-ресурсу підприємства є  $WR$ , а його збільшення сприяє підвищенню індексу релевантності сторінок ресурсу в пошукових системах та збільшенню його відвідуваності цільовими користувачами. Важливо, щоб оптимізація під просування була орієнтована першочергово на користувача, а не на роботу пошукової системи.

Таблиця 3

**Розрахунок WR для веб-ресурсів 16 поліграфічних підприємств  
за пошукових систем Google та Яндекс**

№	URL	S <sub>Y</sub>	S <sub>G</sub>	V <sub>Y</sub>	V <sub>G</sub>	S <sub>норм</sub>	S <sub>норм</sub>	S <sub>sum</sub>	V <sub>норм</sub>	V <sub>норм</sub>	V <sub>sum</sub>	WR	Rank
1	www.wolf.ua	165	182	9754	15	0,11563	0,07663	0,19226	0,5333	0,06579	0,59909	0,216168	2
2	press-inform.com.ua	36	83	752	29	0,02523	0,03495	0,06018	0,04112	0,12719	0,16831	0,129095	7
3	fromatoz.kiev.ua	15	25	935	53	0,01051	0,01053	0,02104	0,05112	0,23246	0,28358	0,186886	3
4	www.neoprint.com.ua	74	115	139	100	0,05186	0,04842	0,10028	0,0076	0,4386	0,4462	0,363433	1
5	blitz-print.com.ua	110	118	937	8	0,07708	0,04968	0,12677	0,05123	0,03509	0,08632	0,083786	9
6	www.stardruk.com.ua	68	135	209	0	0,04765	0,05684	0,10449	0,01143	0	0,01143	0,05149	11
7	www.art-press.com.ua	296	274	500	4	0,20743	0,11537	0,3228	0,02734	0,01754	0,04488	0,137211	6
8	netprint.com.ua	35	423	175	2	0,02453	0,17811	0,20263	0,00957	0,00877	0,01834	0,141419	5
9	www.bws.com.ua	189	129	451	3	0,13245	0,05432	0,18676	0,02466	0,01316	0,03782	0,076255	10
10	www.wings.kiev.ua	78	115	50	1	0,05466	0,04842	0,10308	0,00273	0,00439	0,00712	0,048272	12
11	exp-print.com.ua	61	89	102	2	0,04275	0,03747	0,08022	0,00558	0,00877	0,01435	0,041936	13
12	www.ultradruk.com	151	331	387	8	0,10582	0,13937	0,24518	0,02116	0,03509	0,05625	0,148574	4
13	www.infoprint.biz	43	191	3540	1	0,03013	0,08042	0,11055	0,19355	0,00439	0,19793	0,100406	8
14	oranta-druk.kiev.ua	61	89	102	1	0,04275	0,03747	0,08022	0,00558	0,00439	0,00996	0,038757	14
15	www.avs.kiev.ua	17	37	200	1	0,01191	0,01558	0,02749	0,01093	0,00439	0,01532	0,01845	15
16	oktanprint.com.ua	28	39	57	0	0,01962	0,01642	0,03604	0,00312	0	0,00312	0,015862	16

1427 2375 18290 228

SY – на сторінці <http://webmaster.yandex.ru/check.xml> у рядку пошуку вводиться URL сайту (без [http](http://) і закриваючих «/»).

SG – на сторінці <http://www.google.ru> у рядку пошуку вводиться: «site:» та URL сайту.

VY – на сторінці <http://www.yandex.ru> у рядку пошуку вводиться URL сайту в лапках. З кількості знайдених сторінок слід відняти кількість сторінок, зазначених у пункті «Ще з сайту» для досліджуваного ресурсу.

VG – на сторінці <http://www.google.ru> у рядку пошуку вводиться: «link:» та URL сайту.

**Порівняння WR веб-ресурсів з валовими доходами  
досліджуваних 16 поліграфічних підприємств**

Ранг	Назва підприємства	WR	Валовий дохід, 2012 р., тис. грн	Дохід нормований
1.	Неопринт	0,363	14744	0,201
2.	Типографія Wolf	0,216	6867	0,094
3.	Типографія «От А до Я»	0,186	7435	0,102
4.	Ультрадрук	0,148	6952	0,095
5.	Типография горящих тиражей	0,141	6021	0,083
6.	ARTPRESS-Home	0,137	5632	0,077
7.	Пресс-Информ»	0,129	4967	0,068
8.	«ИНФОПРИНТ	0,1	4214	0,058
9.	Блиц-Принт	0,0837	3878	0,053
10.	Brand Creative Group	0,0762	3126	0,043
11.	Типографія «СТАР»	0,0514	2648	0,0361
12.	Крылья	0,0482	2326	0,0318
13.	Экспериментальная типография	0,0419	1642	0,0224
14.	Поліграф. підприємство «Оранта»	0,0387	1208	0,0165
15.	Авангард стиль	0,0184	982	0,0134
16.	Октан-Принт	0,0158	624	0,0085

**Література:**

1. Кутлалиев А. Эффективность рекламы / А. Кутлалиев, А. Попов. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 416 с. – (Профессиональные издания для бизнеса).
2. Михалев С.А. Инструментальные средства повышения экономической эффективности интернет-рекламы : автореф. дисс. ... канд. экон. наук : 08.00.13 Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики / С.А. Минаев. – М.: РГБ, 2005. – 20 с.
3. Таганов Д. Оценка эффективности Интернет-маркетинга / Д. Таганов // Интернет-маркетинг, 2002. – № 5. – С. 27–29.
4. Хэнсон У. Internet-Маркетинг: учебно-практическое пособие / У. Хэнсон; пер. с англ. под ред. Ю. Цыпкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 527 с.
5. Гуров Ф.П. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети / Ф.П. Гуров. – 2-е изд., доп. и перераб. – М.: Вершина, 2009. – 152 с.
6. Thelwall M. Vebometrics / M. Thelwall, L. Vaughan, L. Bjerneborn // Annual Review of Information Science and Technology. – 2005. – Vol. 39. – P. 81–135.
7. Сурков А. Интегрированные маркетинговые коммуникации и роль интернет-ресурса в продвижении бренда / А. Сурков // Интернет-маркетинг, 2005. – № 1. – С. 13–18.
8. Новомлинский Л. Электронная коммерция: тенденции развития в мире и в России / Л. Новомлинский. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 2



**Зозульов О.В.**

канд. економ. наук, доцент

**Мартінова К.Л.**

Національний технічний університет України «КПІ»

## ОСОБЛИВОСТІ РИНКОВОГО РЕПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПРЕМІУМ СЕГМЕНТІ

## ОСОБЕННОСТИ РЫНОЧНОГО РЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ЗАВЕДЕНИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ НА ПРЕМИУМ СЕГМЕНТЕ

## PECULIARITIES OF MARKET REPOSITIONING OF PUBLIC CATERING ESTABLISHMENTS ON PREMIUM SEGMENT

У статті розглянуто існуючі теоретичні засади репозиціонування закладів громадського харчування на преміум сегменті. Уточнено визначення поняття «репозиціонування», систематизовано підходи до визначення даного поняття. Показано зв'язок ринкового репозиціонування з управлінням об'єктивною та суб'єктивною якістю послуг в секторі HoReCa. Визначено особливості ринкового репозиціонування закладів громадського харчування на преміум сегменті та сформульовано специфічні для такого ринку чинники репозиціонування. Виокремлено можливі стратегії та типи репозиціонування на ринку послуг громадського харчування. Також у статті розглянуто результати маркетингового дослідження, яке дозволило визначити та деталізувати ключові чинники репозиціонування в секторі HoReCa, розглянуто специфіку ринку закладів громадського харчування класу люкс.

**Ключові слова:** ринкове позиціонування, репозиціонування, товарне репозиціонування, іміджеве репозиціонування, заклади громадського харчування преміум сегменту.

В статье рассмотрены существующие теоретические основы репозиционирования общепита на премиум сегменте. Уточнено определение понятия «репозиционирование», систематизированы подходы к определению данного понятия. Показана связь рыночного репозиционирования с управлением объективным и субъективным качеством услуг в секторе HoReCa. Определены особенности рыночного репозиционирования заведений общепита на премиум сегменте и сформулированы специфические для такого рынка факторы репозиционирования. Выделены возможные стратегии и типы репозиционирования на рынке услуг общественного питания. Также в статье рассмотрены результаты маркетингового исследования, которое позволило определить и детализировать ключевые факторы репозиционирования в секторе HoReCa, рассмотрена специфика рынка общепита класса люкс.

**Ключевые слова:** рыночное позиционирование, репозиционирование, товарное репозиционирование, имиджевое репозиционирование, заведения общественного питания премиум сегмента.

The article examines the theoretical foundations of existing repositioning catering to the premium segment. Clarified the definition of "repositioning" a systematic approach to the definition of the concept. The connection with the management of market repositioning objective and subjective quality of services in the sector HoReCa. The features of market repositioning catering establishments on the premium segment and formulated specific market factors such repositioning. Highlighted possible strategies and types of repositioning in the market catering. Also in the article the results of marketing research that

*will identify and refine key factors repositioning sector HoReCa, discussed the specifics of the market catering luxury.*

**Keywords:** *market positioning, repositioning, commodity repositioning, image repositioning, catering premium segment.*

**Вступ.** В умовах інтенсифікації конкуренції на ринку послуг громадського харчування, маркетингові зусилля підприємства повинні бути спрямовані на посилення власних конкурентних позицій. Підприємства створюють конкурентні переваги на ринку шляхом диференціації, інструментом реалізації якої є позиціонування. Враховуючи плінність маркетингового середовища, галузь закладів громадського харчування вимагає досліджень на предмет репозиціонування. Дослідженню поняття «репозиціонування» присвячені роботи О.В. Зозульова, Дж. Траута, Е.В.Новаторова, А.Ю. Могилової та деяких інших фахівців з маркетингу. У роботах цих авторів висвітлені базові теоретичні положення, пов'язані із визначенням терміну ринкового репозиціонування, наведені специфічні чинники доцільності його проведення та вказані окремі стратегії ринкового репозиціонування. Проте жодним з авторів не запропоновано комплексного підходу до репозиціонування, зокрема з урахуванням особливостей ринку закладів громадського харчування на преміум сегменті.

**Постановка завдання.** Виходячи з наведеного, метою статті є розвиток теоретико-методичних засад ринкового репозиціонування закладів громадського харчування на преміум сегменті в Україні.

**Результати дослідження.** Підприємства використовують позиціонування для визначення місця свого товару стосовно товарів конкурентів на ринку та у свідомості споживачів. Воно забезпечує відповідну позицію товару на ринку, що не підлягає сумніву, чітко відрізняється від інших [2]. Ф.Котлер визначає позиціонування торгової марки як дії по розробці пропозиції компанії та її іміджу, направлені на те, щоб зайняти відособлене місце в свідомості споживачів, таким чином, щоб фірма отримала від цього максимальну вигоду [4].

Згідно з моделлю бренд-менеджменту А. Длігача [1], яка поєднує стратегічний і тактичний аспекти управління активами ТМ, цикл управління брендом вимагає застосування маркетингових заходів залежно від життєвого циклу товару. Виходячи з цього, компанія повинна проводити, мінімум раз на рік ревізію існуючої позиції бренду для виявлення необхідності її зміни, тобто визначитись зі стратегією репозиціонування та тактичними заходами з підтримки управління активами ТМ.

Таким чином, необхідно визначитись з поняттям «репозиціонування». Джек Траут зазначає, що репозиціонування - це стратегія, яка дозволяє адаптувати те, як сприймають споживачі компанію або її конкурентів [8]. Новаторов Е.В. вважає, що репозиціонування - це дії компанії з аудиту та зміни існуючої ринкової позиції [7]. Могилова А.Ю. рахує, що репозиціонування - це зміна характеристик бренду, створення нових характеристик і закріплення їх у свідомості цільових аудиторій [6].

На основі даних визначень можна сказати, що ринкове репозиціонування - це зміна існуючої ринкової позиції підприємства/товару/марки в свідомості споживачів в разі ідентифікації проблеми підприємством.

Виходячи з логіки зрілих ринків, запропонованої О.В. Зозульовим (табл.1), ринкове репозиціонування має два направлення: операції з суб'єктивною якістю (рекламне репозиціонування) та операції з об'єктивною якістю (модифікація властивостей товару) [3].

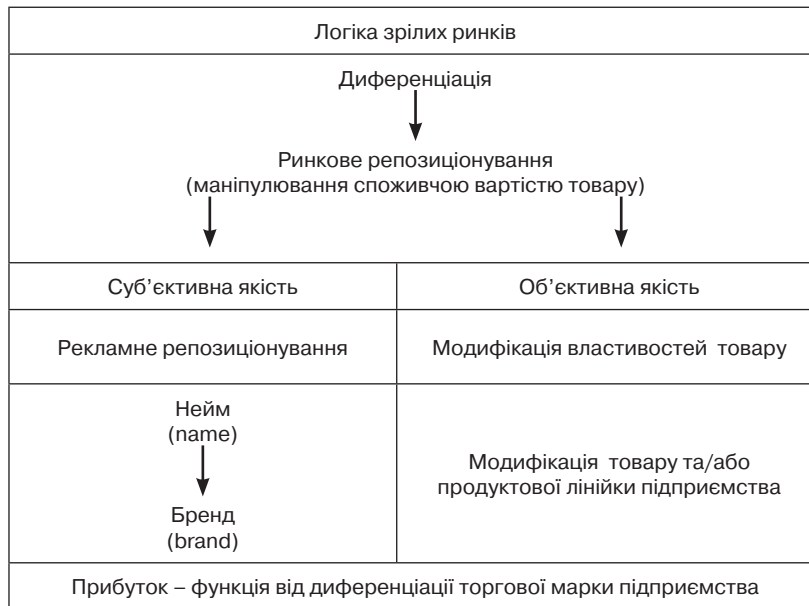
В рамках іміджевого та товарного репозиціонування, можна виділити визначення поняття репозиціонування. Розглянемо їх більш детально в таблиці 2.

Виходячи з цілі статті, визначимо особливості репозиціонування закладів громадського харчування на преміум сегменті. На відміну від традиційних ринків, сфера HoReCa має свою специфіку. Товарне репозиціонування даних закладів полягає у тому, що поліпшуються певні характеристики послуг, які наразі не відповідають очікуванням ринку. Послуги громадського харчування складаються з чотирьох компонентів: місця розташування закладу, асортименту послуг, інтер'єру та класу обслуговування (рис. 1).

Репозиціонування закладів громадського харчування преміум класу повинно враховувати вищевказані складові послуг, а їх вибір залежить від ідентифікованої низки чинників, які підтверджують необхідність репозиціонування. Вони систематизовані та зображені на рисунку 2.

Таблиця 1

**Економічна логіка маркетинговий дій на зрілих ринках, що визначає доцільність репозиціонування**



Таблиця 2

**Підходи до визначення ринкового репозиціонування [Джерело: власна розробка автора]**

Підхід	Сутність	Автори
Модифікація властивостей товару	Модифікація товару - поліпшення певної характеристики товару, які наразі не відповідають очікуванням ринку	Бойд, Рей і Стренг
	Модифікація або зміна товарного асортименту	Кромтон
Рекламне (іміджеве) репозиціонування	Модифікація ЦА – репозиціонування на певну категорію споживачів	Зозульов О.В.
	Модифікація сприйняття марки за суб'єктивними атрибутами - репозиціонування при недостатній поінформованості споживачів і недооцінюванні даних атрибутів марки, що відрізняють її від інших	Бойд, Рей і Стренг
	Модифікація сприйняття марок фірм-конкурентів	Бойд, Рей і Стренг
	Стратегія «Ексклюзивного Клубу» (компанія не в змозі зайняти лідируючу позицію за якимось важливим показником)	Керівництво «Chrysler», США
	Дії організації щодо приєднання до позиції конкурентів, які вже займають вдалу позицію на ринку	Кромтон

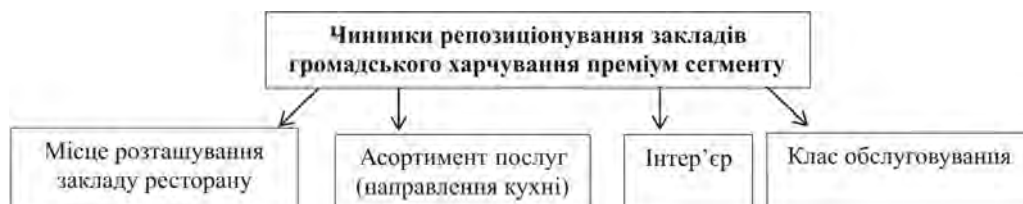


Рис. 1. Спеціальні чинники репозиціонування на ринку послуг громадського харчування преміум сегменту [джерело: власна розробка]



Рис. 2. Чинники, що обумовлюють необхідність ринкового репозиціонування на ринку закладів громадського харчування преміум класу [джерело: власна розробка]

Виходячи з наведеного, враховуючи чинники, що впливають на репозиціонування на ринку послуг громадського харчування, репозиціонування на даному ринку може відбуватися таким чином:

1. Позиціонування по особливим рисам закладу громадського харчування. Основою для диференціації при використанні даної стратегії є певні суттєві раціональні особливості закладу громадського харчування.

1.1. Позиціонування по асортименту. У цьому випадку диференціація закладу громадського харчування йде за рахунок асортименту, що пропонується, а саме:

- охоплення максимальної кількості цільових аудиторій шляхом пропозиції різних кухонь світу;
- велика колекція вин;
- ексклюзивність асортименту (наявність унікальних авторських страв та делікатесів).

1.2. Позиціонування по обслуговуванню. При використанні даної стратегії заклад громадського харчування відрізняється від конкурентів не за рахунок асортименту, а завдяки якості обслуговування. Наприклад, це може бути:

- пропозиція послуг високої якості, які сертифіковані певною організацією («Провідні готелі світу»), що засвідчує їх якість на міжнародному рівні;
- преміум клас обслуговування підприємства, що відповідає зазначеному рівню і загальній класифікації послуг. Може бути підтверджений нагородами (Найкращий ресторан середземноморської кухні 2014 року);
- висока технологія приготування страв;
- мобільний зал ресторану, тобто існує можливість конфігурацій з основним приміщенням, яке перетворюється на декілька окремих з різними входами за необхідністю. Дана властивість обслуговування сприяє комфортному відпочинку гостей, не заважаючи один одному.

1.3. Позиціонування по інтер'єру закладу. При використанні даної стратегії заклад громадського харчування відрізняється від конкурентів за рахунок унікального оформлення приміщення. Наприклад:

- інтер'єр ресторану відповідає певній тематичній спрямованості;
- дизайном ресторану займався легендарний дизайнер;
- в унікальному інтер'єрі цікаво сплітаються різні стилі (класика з модерном, розкіш - з сучасним комфортом);
- зала закладу наповнена коштовними меблями (кришталеві люстри тощо);
- наявність літньої тераси.

1.4. Позичіонування по місцю розташування закладу. При використанні даної стратегії заклад громадського харчування підвищує свою цінність за рахунок акценту на прийнятному для споживачів місці, не зайнятому жодним з конкурентів:

- в історичному кутку міста;
- в бізнес-центрі;
- в недосяжному для сторонніх місці;
- близькість до помешкання;
- престижність місця розташування або екзотичність;
- з панорамним видом.

2. Позичіонування за іміджем. На відміну від попереднього випадку, дана стратегія спрямована на досягнення диференціації за рахунок апеляції до ірраціональних мотивів відвідувачів, їх емоцій. Якщо не можна диференціювати заклад громадського харчування за об'єктивними показниками, підприємство може використовувати позичіонування за суб'єктивними атрибутами. Емоційна прихильність досить стійка та значно посилює лояльність споживачів. Як основу для диференціації можна визначити:

- позичіонування закладу громадського харчування на певну категорію споживачів (наприклад, на аудиторії: бізнесмени, бомонд або гурмани);
- позичіонування по емоційній окрасі процесу відвідування закладу, коли процес відвідування супроводжується приємними емоціями, особливою обстановкою (наприклад, VIP-вечірки, фестивалі кухонь і т.д.);
- позичіонування по культурним та історичним атрибутам (ресторан у відомому історичному будинку чи місці, наприклад напроти Національної опери).

3. Позичіонування по конкурентному становищу. Відомі мережеві заклади громадського харчування іноді, якщо не можна використати попередні стратегії, можуть використовувати позичіонування по конкурентному становищу. Наприклад, деякі українські заклади громадського харчування, як правило представники зарубіжних мереж, могли б використовувати слоган, що відображають їх лідерські позиції на ринку (сегменті), або "сьогодні ми друзі, але ми робимо усе, що стати першими". Механізми впливу такого позичіонування базується на використанні психологічних закономірностей, що впливають на споживчу поведінку [9].

Вибір вищезазначених позицій має базуватися на унікальній концепції закладу громадського харчування, критеріях, важливих для клієнтів, враховувати перспективність та захищеність нової позиції на ринку відповідно до світових тенденцій та трендів ресторанної справи класу люкс. Визначаючись у кількості критеріїв, за якими буде проводитись повторне позичіонування, необхідно взяти до уваги те, що ресторанні послуги мають нематеріальний характер [7]. Для того, аби обрана позиція закладу була захищена протягом певного проміжку часу, необхідно, щоб вона відповідала трендам сучасного ресторанного бізнесу або світовим тенденціям даного ринку (рис. 3) [5].



Рис. 3. Тренди ресторанних послуг преміум сегменту, що необхідно враховувати при репозиціонуванні закладу громадського харчування [джерело: власна розробка]

Отже, популярним направленням на даному ринку є розміщення в ресторанах закладів різних форм: кухарської школи, гастрономічного бару, магазину з кулінарними гаджетами, зал з професійним обладнанням для проведення кулінарних майстер-класів тощо. Підприємства з великим стартовим капіталом виграють шляхом інновацій, наприклад, впроваджуючи інтерактивні засоби замовлення і т.д. Швидко поширюваним трендом в сфері ресторанної індустрії преміум сегменту є створення гастрономічних ресторанів (fine dining). Іноземний досвід вказує на появу тенденції до створення творчих союзів популярних глянцевого видань і відомих ресторанних будинків.

**Висновки.** Наукова новизна даної статті полягає у розвитку теоретичних засад ринкового репозиціонування закладів, визначено особливості ринкового репозиціонування закладів громад-

ського харчування на преміум сегменті. Визначено тренди ресторанних послуг преміум сегменту, що необхідно враховувати при репозиціонуванні закладів громадського харчування. Виокремлено можливі стратегії та типи репозиціонування на ринку послуг громадського харчування. Наведене створює теоретичне підґрунтя для практичної діяльності вітчизняних підприємств на ринку послуг.

#### Література:

1. Зозулев А.В. Маркетинг: учеб. пособие. / А.В. Зозулев, Н.С. Кубышина, под ред. С.А.Солнцева - К.: Знання; 2011. — 421 с.;
2. Зозульов О.В. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів / О.В. Зозульов, Н.Л. Писаренко // К.: Знання-Прес, 2004. – 199с.;
3. Зозульов О. Економічні логіки маркетингових дій [Електронний ресурс] / О.В. Зозульов // «Маркетинг та логістика в системі менеджменту», Національний університет «Львівська політехніка» – 2012.- Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/17131>;
4. Котлер Ф. Основы маркетинга: учебн. / Ф.Котлер, Г. Армстрог – Н: Вильямс, 2009. – 1072с.;
5. Мартинова К. Особливості позиціонування ресторанів преміум класу [Електронний ресурс] / К.Л. Мартинова, Т.Г. Діброва // „Актуальні проблеми економіки і управління”, 2013.- Вип.7. Режим доступу: <http://probl-ecopomy.kpi.ua/node/297>;
6. Могилова А.Ю. Особливості позиціонування товару на ринку / А.Ю.Могильова // Дн.: Економічний простір. – 2010.– 273с.;
7. Новаторов Э. В. Особенности позиционирования и репозиционирования в сфере услуг / Э.В. Новаторов // Маркетинг услуг. - 2013. – 219с.;
8. Тратут Дж. Репозиционирование. Бизнес в эпоху конкуренции, перемен и кризиса / Дж. Траут, С. Ривкин // пер. с англ. – Спб.: Питер, 2010 – 256с.
9. Зозульов А.В. Поведение потребителей: Учебное пособие. – К.: Знання, 2004. – 364 с.

УДК 339.138

**Окуньова О.В**

канд. економ. наук

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»*

## **КОНЦЕПЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО МАРКЕТИНГУ В ТЕОРІЇ МАРКЕТИНГУ**

## **КОНЦЕПЦИЯ ВНУТРЕННЕГО МАРКЕТИНГА В ТЕОРИИ МАРКЕТИНГА**

## **THE CONCEPT OF INTERNAL MARKETING IN MARKETING THEORY**

*В статті представлені думки та здобутки європейських, російських та українських вчених щодо концепції внутрішнього маркетингу на тлі маркетингової теорії. Ключові визначення та положення концепції внутрішнього маркетингу розкладено відповідно до елементів комплексу 4P: продукт, ціна, місце, просування. Окреслено сутність внутрішньо маркетингового продукту, внутрішньо маркетингової ціни, внутрішньо маркетингового місця та внутрішньо маркетингового просування. Охарактеризовано ідеологічні відмінності складових елементів комплексу внутрішнього маркетингу від аналогічних у традиційному їх розумінні. Окремо, в статті розглянуто еволюцію трактування*

внутрішньо маркетингового продукту, природу його ціни, а також сформовано авторське визначення «внутрішньо маркетингового місця». Конкретизовано поняття внутрішньо маркетингових комунікацій від суміжних до них – корпоративних комунікацій та внутрішнього PR. Загалом, дана стаття формує чітке уявлення щодо внутрішнього маркетингу як маркетингової концепції, та укладає майбутню можливість визначення її цінності поряд із новітніми концепціями маркетингу.

**Ключові слова:** внутрішній маркетинг, комплекс маркетингу-мікс, маркетингова концепція

Статья освещает мысли и результаты исследований европейских, российских, украинских ученых по теме внутреннего маркетинга на фоне маркетинговой теории. Ключевые утверждения и положения концепции внутреннего маркетинга разложено по элементам комплекса 4P: продукт, цена, место, продвижение. Определена сущность продукта внутреннего маркетинга, внутренне маркетинговой цены, внутренне маркетингового места и внутренне маркетингового продвижения. Охарактеризованы идеологические отличия составляющих элементов комплекса внутреннего маркетинга от аналогичных в традиционном их понимании. Отдельно, в статье рассмотрено эволюцию трактовки внутренне маркетингового продукта, его цены, а также сформировано авторское определение «внутренне маркетингового места». Конкретизировано понятие внутренне маркетинговых коммуникаций от синонимичных к ним – корпоративных коммуникаций и внутреннего PR. В целом, данная статья формирует четкое представление про внутренний маркетинг как маркетинговую концепцию, и складывает будущую возможность определения её ценности рядом из инновационными концепциями маркетинга.

**Ключевые слова:** внутренний маркетинг, комплекс маркетинга-микс, маркетинговая концепция

The article presents the views and achievements of European, Russian and Ukrainian scientists of the concept of internal marketing on a background of marketing theory. Key definitions and provisions of the concept of internal marketing decomposed, according to the elements of «4Ps»: product, price, place, promotion. The essence of internal product marketing, internal marketing price, internal marketing place and internal marketing promotion is outlined. The main ideological differences of elements of internal marketing complex vs elements of traditional complex of marketing are founded. Separately, the article examines the evolution of the interpretation of the internal marketing product as well as the nature of its price, and the author's definition of «internal marketing space» is formed. The concept of internal marketing communications is concretized in front of the similarities of them – corporate communications and internal PR. Overall, this article creates a clear understanding of the concept of internal marketing as a marketing concept, and state future ability of determining its value, along with new concepts of marketing.

**Keywords:** internal marketing, marketing-mix, marketing concept.

**Вступ.** Концепція внутрішнього маркетингу сьогодні є складовою холістичної концепції маркетингу на одному рівні із маркетингом партнерських відносин, інтегрованим маркетингом та соціально-відповідальним маркетингом, де акцент зміщується з товару на покупця та з продажу на задоволення потреб. Однак, прийняття даної концепції до розгляду як частини маркетингової теорії потребує її формалізації згідно до загальноприйнятих концептуальних рамок та форм. Однією із таких концепцій є популярна маркетингова концепція – комплекс маркетингу 4P.

Першими авторське бачення складових комплексу внутрішнього маркетингу представили такі відомі європейські вчені як М. Рафік та П.К. Ахмед [7, 10], Н. Пірсі [5, 13], Т. Девіс [6], Р. Вері [1], у продовження думки основоположників концепції Е. Сассер та С. Арбайт [2] та Л. Бері [3] щодо його автентичності порівняно із традиційним комплексом-мікс. Сучасні російські вчені Латишова Л.С. [8], Голубкова Е.Н. та Михайлов О.З [14], Соловйова Ю.П. [11], а також українські стратеги Куденко Н.В. [4] визнають необхідність оригінального тлумачення елементів комплексу-мікс внутрішнього маркетингу та представляють власні праці з цього питання.

Ряд вищезазначених публікацій, а також інші праці на тему внутрішнього маркетингу недостатньо висвітлюють це питання, залишаючи поза увагою сутність природи кожного із елементів, еволюційний шлях та особливості сучасного трактування. Як наслідок, це обумовлює необхідність детального наукового дослідження із зазначеного питання.

**Постановка завдання.** Метою статті є формування та дослідження понятійного апарату внутрішнього маркетингу в рамках загальноприйнятих маркетингових положень – продукт, ціна, місце та просування як складові комплексу маркетингу. Науковими завданнями, які ставляться під час дослідження, є визначення сутності складових елементів комплексу внутрішнього маркетингу в мар-

кетинговій теорії, дослідження його специфіки, проведення поглибленого порівняльного аналізу продукту, ціни, місця та комунікацій внутрішнього маркетингу із їх традиційними визначеннями.

**Методологія.** Методологічною базою для даної статті послугували синтезу та історичного аналізу, що набуває результатів у формі еволюцію трактувань внутрішньо маркетингового продукту, формуванні природи ціни та визначення рівнів в структурі внутрішньо маркетингового місця. Також було використано системний та компаративний підходи, метод узагальнення та табличний метод, емпіричні дані дослідження українських асоціацій та компаній із працевлаштування.

**Результати дослідження.** Виокремлення внутрішнього маркетингу у автономну наукову концепцію на даному етапі розвитку потребує повсякчасної уваги до змісту його діяльності. Передумовою для розробки елементів комплексу внутрішнього маркетингу 4Р є порівняльний аналіз сутності внутрішньої та традиційної маркетингової концепцій, представлений у таблиці 1. За його результатами, обидві концепції є досить близькими у ключових положеннях, що проявляє їх маркетингову природу. Однак, незважаючи на це, вони мають зовсім різну мету та завдання, а також об'єкти та предмети дій, що потребує від суб'єктів, які здійснюють вплив, різного інструментарію за своєю сутністю та спрямованістю. Цей висновок і обумовив мету даної статті, яка була сформована вище.

Теорія внутрішнього маркетингу, що була сформована у окрему наукову думку наприкінці 70-х років ХХ ст., і досі має ряд концептуальних прогалин та дискусійних питань. В процесі своєї еволюції, дана теорія повсякчасно то спиралась на суміжні наукові течії, такі як управління людськими ресурсами чи організаційне управління, то набувала уособленого вектору розвитку як автономна маркетингова концепція. Сьогодні, коли власне ідея внутрішнього маркетингу знайшла своє законне місце у сучасній концепції холістичного маркетингу Ф. Котлера [19, с. 38], відкритим і досі залишається питання внутрішньо маркетингового інструментарію як окремого комплексу. Ми приймаємо до уваги наявні пропозиції та спроби структуризації факторів підконтрольних внутрішньо маркетинговій діяльності в рамки популярної маркетингової концепції МакКартні «4Р» відомими зарубіжними [5, 6, 7, 10, 13] та російськими вченими [11, 14], а також нашими співвітчизниками [4]. В свою чергу, ми вбачаємо можливість узагальнити всі ці тези та твердження, що виникли стохастично в процесі еволюції, і оновити рамки теорії внутрішнього маркетингу актуальним авторським баченням комплексу його інструментів.

Вихідною точкою для даної статті може вважатися сучасне бачення сутності та змісту елементів внутрішнього маркетингу представниками української школи маркетингу (табл. 2)

Розкриємо кожний із елементів більш конкретно. Першим и ключовим елементом будь-якого маркетингового комплексу є продукт. Основоположники концепції внутрішнього маркетингу з перших моментів її виникнення представляють продуктом внутрішнього маркетингу – роботу [2, с. 64; 3, с. 25]. Однак, за умов неоднозначності тлумачення поняття, з часом це трохи не стає головним аргументом для винесення концепції внутрішнього маркетингу за межі маркетингової теорії взагалі. У 1998 році, Р. Вері альтернативно розглядає внутрішній маркетинг як метафору, саме через легкість спростування «організації робочих місць і умов праці» як «продуктів» [1, с. 931].

Із розвитком концепції внутрішнього маркетингу, розуміння внутрішнього маркетингового продукту еволюціонує. Е. Сассер та С. Арбайт у своїй статті 1976 року наголошують на «доповненні товарної концепції» і вперше представляють «роботу як родовий продукт» [2, с. 64]. Томпсон представляє в 1990 році «внутрішні продукти та послуги» як завдання, плани, структуру, візію, місію та цінності, що спрямовані на максимізацію (ефективне використання) ресурсів [1, с. 939]. Коли вже в 1993 році, М. Рафік та П.К. Ахмед зауважують про функціонування внутрішнього маркетингового продукту на 3-х рівнях – стратегічному, тактичному та фундаментальному – де робота як продукт визнається лише на останньому з трьох рівнів [7, с. 223]. Дійсно, починаючи з 1994 року, відомі науковці – маркетингові стратеги розвивають цей напрям концепції і трактують внутрішній маркетинговий продукт як цінності, взаємовідносини та моделі поведінки працівників підприємства, які необхідні для успішної реалізації його маркетингової стратегії та маркетингового плану [4, с. 494; 5, с. 673]. І далі, в 2001 році продукт внутрішнього маркетингу як результат, що має бути досягнуто, на тактичному рівні приймається до розгляду у вигляді програм, політик, сервісів, досліджень, планів та навчання [6, с. 125]. Сьогодні, лаконічно, «продуктом» по відношенню до працівників називають посаду в організації із її специфічними правами і обов'язками [8, с. 21], але, на наш погляд, це визначення потребує деталізації та конкретизації в рамках концепції внутрішнього маркетингу. Адже протягом всього становлення концепції вчені рекомендують менеджерам проектувати робочі місця (авт. – design job) із особливими функціями, що мають цінність для працівників, а не просто представляти вимоги та завдання до конкретної роботи [9, с. 457].



Таблиця 1

## Порівняльний аналіз ключових положень внутрішньої та традиційної маркетингової концепції

Критерії	Елементи	Мета	Завдання	Суб'єкти, на які здійснюється вплив	Суб'єкти, що здійснюють вплив	Об'єкт	Предмет
	Традиційний маркетинг	Доскональне вивчення потреб клієнтів та створення товарів та послуг, що якнайкраще відповідають цим потребам	На стратегічному рівні завданнями є визначення генеральної програми дій підприємства, визначення і освоєння цільових ринків, орієнтація виробництва на задоволення потреб, запитів споживачів, створення комунікаційних та розподільних систем тощо	Споживачі, покупці, посередники, постачальники, партнери	Маркетологи, директора з маркетингу, генеральне керівництво	Система «товаровиробник - споживач» за переважного впливу останнього	Відносини, які виникають між товаровиробниками і споживачами, а також іншими суб'єктами господарювання з приводу обміну цінностями на конкретному ринку
	Внутрішній маркетинг	Формування прихильності працівників до реалізації маркетингової стратегії та їх розуміння значення своєї праці в загальному процесі стратегічного маркетингу.	Формування корпоративних стандартів якості обслуговування клієнтів, створення корпоративної культури, що сприяє досягненню стратегічних цілей, управління страхом до опору персоналу до змін в діяльності, управління інноваційною діяльністю, тощо.	Контактний персонал, працівники, що нап'ямую взаємодіють із контактним персоналом (бек-офіс), маркетологи по сумісництву, персонал, що є рушійною силою у реалізації маркетингової стратегії	Маркетологи, менеджери по управлінню персоналом, ланкові менеджери, вища керівна ланка	Внутрішній ринок підприємства, який включає персонал підприємства в процесі реалізації маркетингової стратегії	Відносини, які виникають між компанією та персоналом, який задіяний у процесі реалізації маркетингової стратегії

Джерело: розроблено автором на основі [4, 11, 14, 19]

## Комплекс «4P» внутрішнього маркетингу

Елемент комплексу «4P»	Сутність елемента	Зміст елемента
Товар (product)	ефективний план реалізації маркетингової стратегії підприємства, який включає ділові взаємовідносини персоналу підприємства	цінності, взаємовідносини та моделі поведінки працівників, які необхідні для успішної реалізації маркетингової стратегії
Ціна (price)	психологічні та емоційні витрати підприємства в процесі реалізації маркетингової стратегії	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ відмова працівників від участі в інших проектах</li> <li>■ психологічні та емоційні витрати працівників в процесі виконання посадових функціональних обов'язків при реалізації маркетингової стратегії</li> <li>■ понаднормові витрати робочого часу</li> </ul>
Продаж (place)	місце зібрання персоналу підприємства з питань реалізації маркетингової стратегії	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ конференції</li> <li>■ засідання керівників</li> <li>■ внутрішні семінари по навчанню співробітників</li> <li>■ збори трудового колективу</li> </ul>
Просування (promotion)	внутрішні комунікації підприємства з приводу реалізації маркетингової стратегії	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ письмові індивідуальні плани та звіти персоналу</li> <li>■ презентації</li> <li>■ конференції</li> <li>■ системи інформування персоналу про цільовий ринок та споживачів</li> <li>■ система мотивації та стимулювання персоналу</li> </ul>

Джерело [4, с. 496]

Н. Пірсі визначає внутрішній маркетинговий продукт як зміни у діяльності працівника та його відношенні до клієнтів [5, с. 673]. Н.В. Куденко продовжує думку та визначає внутрішній маркетинговий продукт у його прояві як діяльність співробітника у тому вигляді, в якому вона має бути для ефективного реалізації маркетингової стратегії, щоб приносити працівнику моральне та матеріальне задоволення [4, с. 495]. Далі, сутність внутрішнього маркетингового продукту може бути представлена через його унікальні риси відносно ринкових товарів та послуг, нівелювання яких є критичним для його внутрішнього маркетингової природи. По-перше, робота як продукт може бути небажаною або навіть мати негативні властивості [9, с. 451]. По-друге, внутрішній маркетинговий продукт не може визначатися виключно з однієї точки, наприклад, точки зору власника / управлінця, але повинен включати в себе аспекти, пов'язані з потребами і бажаннями співробітників [10, с. 36]. Однак сама сутність внутрішнього маркетингу є значно ширшою за інтерпретацію роботи як продукту. Адже, як слушно зауважує Р. Вері, нинішні трактування концепції внутрішнього маркетингу занадто «продукт»-орієнтовані, ґрунтуючись на традиційній маркетинговій концепції, замість того щоб бути маркетинг-орієнтованими, і так [...] представляти дійсну цінність концепції внутрішнього маркетингу як парадигми управління бізнесом [1, с. 938].

Наступним елементом комплексу внутрішнього маркетингу є ціна. Варто відзначити, що внутрішній маркетингова «ціна» не є рівноцінною до заробітної плати працівників що сплачує їм компанія у виді компенсації їх трудової сили, а навпроти це «те, що ми вимагаємо від своїх внутрішніх клієнтів у якості «оплати», коли вони «купають» продукт та включаються в участь у маркетинговому плані» [5, с. 673]. Тут «ціна» означає персональні затрати людини на вивчення нею оновлених стандартів та робочих установок [13, с. 38]. Ціна внутрішнього маркетингових продуктів та програм може набувати форми часу, додаткових ресурсів як фінансових, так і людських, грошових взаєморозрахунків, окремих узгоджень за домовленістю, психологічних затрат (стрес, тиск, страх, інші) та, навіть, особистісних цінностей та позицій – его – ключових працівників, що підлягають змінам. М. Рафік та П.К. Ахмед наголошують, що ціна може приналежити до психологічної вартості прийняття нових методів роботи, відмови від проектів заради здійснення інших політик (тобто альтернативна вартість), або трансфертного ціноутворення та розподілу затрат між підрозділами [7, с. 224].

Природа ціни внутрішнього маркетингового продукту сприймається краще у проведенні паралелей у бюджеті часу людини, що працює згідно із корпоративними стандартами та/або на повний робочий день, та середньостатистичного працівника галузі, робітника за сумісництвом, тощо. З боку

працівників, ціна внутрішнього маркетингового продукту досить схожа на недоотриманий «прибуток» у формі мобільності, вільного особистого часу, власних позицій, радощів від спілкування із друзями та родиною, різноманітності соціального кола спілкування, відірваності від рідної оселі та ін. Як результат, внутрішньо маркетингова ціна стає альтернативною вартістю роботи, програми чи стратегії як внутрішньо маркетингового продукту, тобто «ціною вибору» [11, с. 130]. Це підтверджується результатами досліджень українських ІТ-спеціалістів, які вбачають перевагами роботи на умовах фрілансу – гнучкий графік (50%), прив'язку до робочого місця (44%), прив'язку до робочого графіку (39%), можливість планувати завантаженість (36%), тощо. Дійсно, всі ці фактори складають альтернативну вартість роботи в компанії, і ще Н.В. Куденко називала «ціною» певні незручності, що пов'язані із оптимізацією процесу реалізації стратегії, такі як понаднормові витрати робочого часу [4, с. 495]. Водночас, внутрішні маркетологи можуть прийняти всі ці побажання працівників до уваги та оформити їх у систему «знижок» для роботи на постійній основі, за умов належної участі у маркетинговій стратегії.

Першочергова орієнтація на працівників є ключовим моментом у визначенні внутрішньо маркетингової ціни, тобто, як зазначає Соловйова Ю., «працівники повинні розуміти, що вони отримують на даній роботі більше матеріальних, соціальних та інших вигод» порівняно із альтернативним робочим місцем [11, с. 130]. Яскравим прикладом відносин «компанія-працівник» на засадах внутрішнього маркетингу є кар'єрний шлях А. Дж. Лефлі в компанії Procter&Gamble від заступника бренд-менеджера до генерального директора, описаний у книзі «Procter&Gamble. Шлях до успіху». Саме тут аналітики відкрито називають «ціну» у формі міжнародного призначення (за межі США) як «необхідну умову для зайняття посади у вищому керівництві компанії», що при нагоді і сплачує Лефлі як президент підрозділу P&G на Дальньому Сході протягом своєї служби з 1994-1999 рр. В свою чергу, внутрішньо маркетинговим продуктом, який він таким чином придбає, стає посада президента P&G по Північній Америці сумісно із посадою президента глобальної бізнес-одиноці (GBU) по загальносвітовому виробництву косметичних засобів в рамках програми O-2005 [12, с. 347].

Британські вчені пропонують визначати розмір ціни у балансі між її корисністю та витратами як для компанії, так і для працівника. М. Рафік та П. К. Ахмед впевнені, що ціна як елемент внутрішнього маркетингу має прикладну цінність у точному налаштуванні процесів, і ця цінність з'являється у результаті визначення сутності прибутків та збитків для працівників, які залучені у процес змін [7, с. 39]. Головне, як упереджує Н. Пірсі, не варто нехтувати ціною, яку мають сплатити різні представники цільового ринку за успішне впровадження маркетингового плану, адже вона є головним джерелом перепопону та бар'єрів різних ступенів складності [5, с. 673].

Третім елементом комплексу внутрішнього маркетингу-мікс є місце або так званий «розподіл» чи «дистрибуція». Наявність різних назв сполучена також із відсутністю єдиного визначення для даного елементу. Так, Девіс Т. лаконічно відносить до елементів комплексу внутрішнього маркетингу «місце» як місцезнаходження програм та відповідальності за їх реалізацію [6, с. 124], коли в інших джерелах поряд із продуктом та ціною називають дистрибуцію – місце та канали (треті особи), які використовуються для доставки політик та тренінгів [7, с. 225]. Однак, кожне із тверджень утримує в собі єдину сутність, вдало сформульовану П.К. Ахмедом та М. Рафіком, як оточення у якому відбувається процес обміну між організацією та її співробітниками. З цього погляду, метою даного елементу є «спроба розробити внутрішнє середовище і атмосферу, які сприятимуть досягненню конкретних цілей». На думку вчених, це може означати, надання більше ресурсів, кращу підтримку, зміни або принаймні спроби до змін, вдосконалення організаційної культури, а також вивчення шляхів розширення прав і можливостей співробітників за допомогою трансформації структури та зон відповідальності [10, с. 40].

Базуючись на надбаннях традиційного маркетингу, внутрішньо маркетингове місце на тактичному рівні складається із «фізичних та соціально-технічних об'єктів, куди має бути доставлено продукт та пов'язані із ним комунікації: це збори, комісії, заходи із навчання менеджерів та рядових співробітників, семінари, майстер-класи, письмові звіти, неформальні комунікації, громадські заходи, тощо» [5, с. 674]. Узагальнено, воно [місце] охоплює більше ніж фізичні аспекти навколишнього середовища, включаючи в себе культурні, символічні та метафоричні аспекти організації, від і в межах яких атмосфера навколо працівників формує прихильність останніх до організації [10, с. 40]. Однак в рамках концепції внутрішнього маркетингу, місце як спосіб доведення внутрішньо маркетингового продукту до цільової аудиторії може бути розглянуто через ефективність організаційної структури, як грамотного та логічного розподілення працівників всередині організації [11, с. 130]. Такий погляд на внутрішньо маркетингове місце є значно ширшим за окремі поодинокі складові та має стратегічне значення. Ефективна організаційна структура управління є основою для до-

сягнення внутрішнім маркетингом його стратегічної мети – створення внутрішнього середовища організації, що сприяє розвитку мотивованого та клієнтоорієнтованого персоналу [14, с. 63].

Важливо відмітити, що внутрішньо маркетингове місце єдиний елемент в даному комплексі, що висвітлює положення кадрової політики в рамках концепції внутрішнього маркетингу. П.К. Ахмед та М. Рафік зазначають, що у внутрішньому контексті, за місце може бути прийнято наявні видимі і відчутні, а також невидимі і невідчутні аспекти роботи та робочого середовища [10, с. 40], реалізація яких не можлива без узгодження із функцією управління персоналом на підприємстві. І далі, Голубкова О.Н. та Михайлов О.З. вбачають у процесі вдосконалення організаційної структури необхідність підключення кадрової служби до реалізації внутрішнього маркетингу, оскільки рішення завдань внутрішнього маркетингу починається вже на етапах відбору, навчання та адаптації персоналу [14, с. 64]. В свою чергу, стратеги звертають увагу, що управління трудовими ресурсами та узгодження системи навчання нових працівників, системи морального стимулювання із маркетинговими стратегіями є реальним каналом дистрибуції, таким чином, щоб культура підприємства була реальним каналом продажу внутрішніх маркетингових стратегій [4, с. 495].

На нашу думку, далі можна використовувати термін «внутрішньо маркетингове місце» як сукупність просторів, процесів, людей та рішень (управлінських, технологічних, тощо) у рамках конкретної організаційної структури та корпоративної культури, які складають платформу для відносин «компанія-працівник» у процесі досягнення стратегічних цілей організації та забезпечують надійність, відкритість та прозорість цих взаємовідносин обоюдно.

Останнім елементом внутрішньо маркетингового комплексу є просування, що набуває найбільш видимого прояву у формі внутрішніх комунікацій та звернень. Цілі програми внутрішнього маркетингу є визначальним моментом для розробки стратегії внутрішніх комунікацій та подальше впровадження її у дію. Вперше у 1993 році М. Рафік та П.К. Ахмед наголосили, що вірна комунікаційна стратегія спрямована на реалізацію такого важливого аспекту внутрішнього маркетингу як мотивація співробітників та управління їх відношенням [7, с. 224]. Коли пізніше, метою внутрішнього маркетингового просування вчені відзначають підвищення рівня знань, кваліфікаційного рівня та поінформованості у питаннях стратегічних змін [10, с. 39]. Обидва положення не суперечать одне одному, адже вони спрямовані на покращення відношення до клієнтів через покращення ставлення в компанії до працівників. Представник Скандинавської школи послуг Е. Гумессон, висловлює цю саму думку так, що роль внутрішнього зв'язку гарантувати, що працівники усвідомлюють своє місце у процесі забезпечення задоволення клієнта, та розуміють як саме вони можуть покращити рівень його задоволення [17, с. 140].

Комунікації є не лише впливовим, але й багатограним елементом, тож доцільно не зациклюватись, а розвивати управлінські можливості звернення до працівників. Коли менеджери управляють широким спектром методів просування ключових положень маркетингової стратегії до працівників, вони розвивають трудові відносини. Так, просування внутрішнього маркетингового продукту може включати внутрішній продаж, рекламування, стимулювання, заохочення та покарання поряд із внутрішніми медіа-ресурсами, що спрямовані на підтримку внутрішньо маркетингових програм [6, с. 124]. Маркетингові стратеги наголошують на розгляді усього діапазону комунікаційних можливостей та пов'язаних із ними цілей так само, як це зазвичай робиться відносно зовнішніх клієнтів [5, с. 774]. Цей момент набуває особливого значення для сервісних підприємств – наприклад, добре продумана та культивована на корпоративних цінностях реклама, не тільки формує сприйняття і очікування споживачів про запропоновану послугу, а й сприяє співробітникам визначити сприйняття та очікування менеджменту від них – що думають про них як про професіоналів, та яке виконання роботи власне від них очікують [15, с. 8].

Однак, не всі корпоративні та внутрішні комунікації відносяться до юрисдикції маркетологів – за результатами досліджень Асоціації Корпоративних Медіа України, на січень 2013 р. лише 42% корпоративних проектів здійснювались департаментом маркетингу напроти роботи департаменту PR (33%), департаменту HR (17%), департаменту комунікацій (5%) та інших департаментів (3%). Відмінною рисою внутрішніх маркетингових комунікацій є двосторонній обмін інформацією [4, с. 495], і саме це сильно сприяє гнучкості компанії на ринку, звільненню внутрішніх ресурсів та потенціалу для дій, лояльності персоналу. Цей момент бачать і британські вчені, як спосіб реалізації інформування та переконання, а також здійснення впливу на відносини зі сторони головних представників внутрішнього ринку [5, с. 674].

Вищезазначена характеристика внутрішньо маркетингових комунікацій може бути цілісно продемонстрована через приклад їх застосування компанією Microsoft в 2003 році у Великобританії. Загальною метою управлінської команди в той час було проведення загальнобританської, внут-

рішньо маркетингової кампанії з метою інтеграція шести, обраних керівництвом цінностей безпосередньо у бренд Microsoft та формування стандарту поведінки працівників по відношенню до клієнтів компанії [18, с. 248]. Стратегія розгорталась у три етапи, де першою і ключовою була «фаза захоплення». Тут, недосконалість застосування корпоративних комунікацій викрилась у порожнечності бренду на той момент – саме цією внутрішньо маркетинговою компанією було заплановано вкласти конкретні цінності у філософію корпоративного бренду. І далі, із використанням внутрішнього PR важливо інформація могла б бути легко поширеною, але проігнорованою чи сприйнятою лише частиною аудиторією. Напротивагу цьому, внутрішньо маркетингові комунікації змогли легко досягти поставленого завдання, яке полягало у тому, що, по-перше, кожен повинен був дізнатися про ключові цінності; по-друге, необхідно було залучити, зацікавити та поінформувати співробітників всіх рівнів, та, наостанок, характер звернення мав би забезпечувати запам'ятовування, на основі якого повинна функціонувати подальша програма [18, с. 250]. Для даної кампанії внутрішньо маркетингові комунікації зіграли ведучу роль, креативна реалізація якої відбулась через 15-хвилинний відеоролик та шість постерів із залученням відомого персонажу серіалу «Офіс» Девіда Brenta (Рікі Джервіс), і, наприкінці, за допомогою додаткових промо-матеріалів як буклетів та кишенькових карток із цінностями. Однак, всі ці внутрішньо маркетингові звернення були інтегровані до існуючих корпоративних каналів комунікації – прем'єрний показ ролику у центральній резиденції Microsoft контролювався через конкурс, сторінка на внутрішньому сайті «Цінності» утримувала правила конкурсу та он-лайн опитування, а власне конкурс проходив за підтримки UTV, внутрішнього телевізійного каналу Microsoft, внутрішнього каналу електронної пошти [18, с. 252]. Таким чином, саме за допомогою внутрішньо маркетингових комунікацій був досягнутий результат – «шість ключових цінностей Microsoft були повністю прийняті радою британського відділення» [18, с. 255]. Але спираючись на зазначений досвід, варто пам'ятати, що це все відбувалось «у рамках внутрішньої маркетингової програми», тобто у тісному взаємозв'язку як із іншими елементами комплексу внутрішнього маркетингу, так і поряд із корпоративними комунікаціями та внутрішнім PR, а також у довірчих відносинах із рекламним агентством Creative Direction – партнером британського офісу Microsoft.

Представлені вище елементи відображають саму сутність концепції внутрішнього маркетингу та упроваджують її приналежність до маркетингової теорії взагалі. Водночас, саме із цих елементів складаються програми внутрішнього маркетингу як на рівні вищого менеджменту, так і в управлінні відділами чи просуванні персоналії або індивідуальних ідей. Подальший розвиток даного комплексу вбачає появу внутрішньо маркетингових моделей та стратегій взаємодії даних елементів, відповідно до вихідних умов та бажаних результатів. І сьогодні, лише бажання управлінців до вдосконалення практики ведення бізнесу, стримує чи стимулює прогрес концепції внутрішнього маркетингу як на практиці, так і в теорії.

**Висновки.** У статті описані інструменти внутрішнього маркетингу аналогічно до традиційного комплексу маркетингу-мікс. Наукова новизна полягає у чіткому формуванні концептуальних меж кожного окремого елемента, визначенні специфіки та особливостей внутрішньо маркетингових товару, ціну, місця та комунікації, а також введенні ряду авторських визначень. За результатами роботи, зміщено акценти уваги з традиційно маркетингового бачення інструментарію управлінської діяльності на природу концепції внутрішнього маркетингу. Важливими аспектами роботи є представлені ілюстрації теоретичної думки прикладами із практики міжнародних компаній та українських реалій бізнесу.

Спираючись на наявні рамки елементів внутрішнього маркетингу, автор наголошує на необхідності чіткого усвідомлення сутності та змісту внутрішньо маркетингового продукту, внутрішньо маркетингової ціни, внутрішньо маркетингового місця та внутрішньо маркетингового просування всіма подальшими дослідниками. В перспективі подальших розробок автор вбачає створення уособленого унікального комплексу інструментів внутрішнього маркетингу, що відобразатиме цінність концепції як парадигми управління бізнесом.

#### Література:

1. Varey R. J. A Broadened Conception of Internal Marketing/ Richard J. Varey, Barbara R. Lewis // *European Journal of Marketing* – 1999. – vol. 33. No. 9/10. – pp. 926 - 944.
2. Sasser W. E. Selling Jobs in the Service Sector/ W. Earl Sasser, Stephen P. Arbeit // *Business Horizons*, June 1976. – pp. 61 – 65.
3. Berry L. Services Marketing Starts From Within / Leonard Berry, A. Parasuraman // *Marketing Management*. – 1992. – p. 25 – 34.
4. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: підручник/ Н.В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2012. – 523.

5. Хулей Г. Маркетинговая стратегия и конкурентное позиционирование/ Хулей Грем, Сондерс Джон, Пирси Найджел – Днепропетровск.: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 800 с.
  6. Tim R.V. Davis. Integrating internal marketing with participative management/ Davis Tim R.V// Management Decision. – 2001 – Vol. 39/2 – pp. 121-130.
  7. Rafiq M. The Scope of Internal Marketing: Defining the Boundary Between Marketing and Human Resource Management/ Mohammed Rafiq, Pervaiz K. Ahmed // Journal of Marketing Management. – 1993. - #9. – pp.219 – 232.
  8. Латышова Л.С. Влияние внутреннего маркетинга на результативность бизнеса/ Л.С. Латышова, Е.К. Пантелеева// Маркетинг и маркетинговые исследования. – № 01(79). – 2009. – с. 18 – 33.
  9. Rafiq M. Advances in the Internal Marketing Concept: Definition, Synthesis and Extension/ Mohammed Rafiq, Pervaiz K. Ahmed //Journal of Services Marketing – 2000. – vol. 14. – #6. – pp. 449-462.
  10. Ahmed P. K. The role of internal marketing in the implementation of marketing strategies / Pervaiz K. Ahmed, Mohammed Rafiq// Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science. – 1995. – vol. 1. No. 4. – pp. 32 – 51.
  11. Соловьева Ю.П. Концепция внутреннего маркетинга/ Ю.П. Соловьева// Маркетинг в России и за рубежом. – 2005. - №4(48). – с. 125-132.
  12. Дайер Д. Procter&Gamble. Путь к успеху: 165-летний опыт построения брендов / Д. Дайер, Ф. Далзелл, Р. Олгариио// М.: Альпина Бизнес Букс. – 2006. – 524 с.
  13. Piercy N. F. Customer Satisfaction and the Internal Market/ Nigel F.Piercy // Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science. – 1995. – vol.1 #1. – pp.22-44.
  14. Голубкова Е.Н. Управление внутренним маркетингом / Голубкова Е.Н., Михайлов О.З.// Маркетинг в России и за рубежом. - № 1 (69). – 2009. – с. 60-70.
  15. Greene W. E. Internal Marketing: The Key to External Marketing Success/ Walter E. Greene, Gary D. Walls and Larry J. Schrest// Journal of Services Marketing. – 1994 – Vol. 8 No. 4 – pp. 5-13
  16. Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент/ Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К.: Видавництво «Хімджест», 2008. – 720 с.
  17. Dunmore M. Inside-Out Marketing. How to Create an Internal Marketing Strategy/ Michael Dunmore// Kogan Page Limited – 2002 – p. 264
  18. Беркитт Х. /Маркетинг победителей. Секреты лучших маркетологов мира/ Х. Беркитт, Дж.Зилли// М.: Группа ИДТ. – 2008 г. – 304 с.
  19. Павленко А. Ф. Маркетинг/ А. Ф. Павленко, А. В. Войчак // Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. — 246 с.
- УДК 339.13.024

**Полторак К.А.**  
**Зозульов О.В.,**

*канд. економ. наук, доцент*

*Національний технічний університет України «КПІ»,*

## **ЗАСТОСУВАННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

## **ПРИМЕНЕНИЕ КРАУД-ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

## **USE OF CROWD-TECHNOLOGIES IN MARKETING ACTIVITIES OF ENTERPRISES**

*У статті розглянуто можливості застосування крауд-технології в маркетинговій діяльності підприємств. Проаналізовано природу утворення явища краудсорсинг. Розглянуто відмінності аутсорсингу та краудсорсингу, основна з яких полягає у залученні до процесу краудсорсингу широкого загалу осіб необмежених однією організацією, на основі публічної оферти. Також в статті розглянуто напрямки застосування крауд-технології в діяльності підприємства. Авторами проаналізовано процес застосування крауд-технології в маркетинговій діяльності підприємства. Запропоновано подвійний напрямок застосування – краудсорсинг, як стратегія «крауд як партнер» та краудмаркетинг – стратегія «крауд як споживач». На основі цього було розроблено стратегію краудмаркетингу, що передбачає управління споживачем в мережевих співтовариствах, комунікаційну модель*

управління споживачем в мережі та методи збуту в мережі Інтернет. Основним результатом стратегії краудмаркетингу є отримання клієнта-партнера, що взаємодіє якого з іншими споживачами підсилюючи управлінський вплив компанії.

**Ключові слова:** краудсорсинг, крауд-технології, краудмаркетинг, управління співтовариствами.

*В статье рассмотрены возможности применения крауд-технологии в маркетинговой деятельности предприятий. Проанализировано природу образования явления краудсорсинг. Рассмотрены различия аутсорсинга и краудсорсинга, основной из которых заключается в привлечении к процессу краудсорсинга широкого круга лиц, неограниченных одной организацией, на основе публичной оферты. Также в статье рассмотрены направления применения крауд-технологии в деятельности предприятия. Авторами проанализированы процесс применения крауд-технологии в маркетинговой деятельности предприятия. Предложено двойное направление применения - краудсорсинга, как стратегия «крауд как партнер» и краудмаркетинг - стратегия «крауд как потребитель». На основе этого была разработана стратегия краудмаркетинга, что предполагает управление потребителем в сообществах, коммуникационную модель управления потребителем в сети и методы сбыта в сети Интернет. Основным результатом стратегии краудмаркетинга является получение клиента -партнера, взаимодействия которого с другими потребителями усиливая управленческое воздействие компании.*

**Ключевые слова:** краудсорсинг, крауд-технологии, краудмаркетинг, управления сообществами.

*The possibilities of crowd-technology application in marketing activities of enterprises were considered in the article. It was analysed the nature of formation crowdsourcing phenomenon. Distinctions outsourcing and crowdsourcing were considered, the main of which is the employment process crowdsourcing wide range of people, unbounded by one organization, on the basis of a public offer. In the article it was also discussed the direction of application of crowd-technologies in marketing of enterprises. The authors analyse the process of applying crowd-technology in the marketing of the company. Proposed double direction of application – there were crowdsourcing as a strategy “Crowd is a partner” and crowdmarketing - strategy “Crowd is a consumer”. Strategy of crowdmarketing was developed, that implied managing customer communities, customer communications management model in the network and marketing techniques on the Internet. The main result of the crowdmarketing strategy is to get the client as a partner, whose interaction with other users was strengthening managements influence.*

**Keywords:** crowdsourcing, crowd-technology, crowdmarketing, communities management.

**Вступ.** Стрімкий розвиток інформаційних технологій та перехід до інформаційного суспільства сприяли формуванню нових методів та принципів управління підприємствами. З одного боку, значного розвитку набуває інформаційна інфраструктура, зокрема мережа Інтернет, сервіси та послуги в Інтернеті, програмне забезпечення, що дозволяє «оцифровувати» будь-які процеси на підприємстві, створювати більш гнучку взаємодію всередині організації. Все це формує інформаційну базу для підвищення ефективності функціонування підприємства.

З іншого боку, у інформаційному суспільстві відбувається актуалізація соціальних процесів, що в багатьох випадках виступають джерело перетворень економічного життя. Розвиток засобів зв'язку, швидке поширення соціальних мереж та загалом, значна віртуалізація суспільних процесів призводить до необхідності інтегрувати традиційні підходи до управління та новітні можливості, які відкриваються завдяки інформаційним технологіям.

Посиленню значимості соціальних відносин у постіндустріальному суспільстві загалом, та в економічній діяльності зокрема, розглядається у своїх роботах такі зарубіжні вчені, як Р. Вайбер, Б. де Лон, М. Кастельс, К. Келлі, У. Девідоу, М. Мелоун та Дж. Хауї.

Досліджують питання впливу інформаційних технологій на механізми організації економічних відносин та ефективність мережевих організацій такі вітчизняні вчені як, С.А. Бульба, Т.В. Дзякун, А.А. Гриценко, Є. Говорун, Г.В. Жаворонкова, А.Є. Литвин, Л.П. Марчук, В. Плескач, Д. Русак та ін..

Існуючі дослідження розглядають можливості інформаційних технологій, як джерело забезпечення інформаційними ресурсами та засіб комунікації з аудиторією реалізуючи традиційну систему управління маркетингом. Проте в даних працях не висвітлено можливості трансформації традиційного маркетингу у принципово нову ефективну систему управління маркетингом на основі можливостей новітніх інформаційних технологій. Зокрема, нові можливості для діяльності підприємства відкривають так звані крауд-технології, а саме технології взаємодії з широким загалом користувачів для вирішення завдань компаній.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз можливостей застосування крауд-технологій у маркетинговій діяльності підприємств.

**Результати дослідження.** З розвитком засобів виробництва, загальної інфраструктури змінюються підходи до отримання конкурентної переваги, а також відбувається трансформація концепцій залучення ресурсів для діяльності підприємства (рис. 1.).



Рис. 1. Трансформація концепцій щодо залучення ресурсів  
Джерело: узагальнено авторами на основі [1]

Трансформація концепцій менеджменту щодо залучення ресурсів відбувалась наступним чином: традиційним методом акумуляції ресурсів був інсорсинг, тобто пошук ресурсів всередині організації. Специфічні та загальні задачі менеджменту вирішувалися власними силами підприємства. Проте згодом, стало зрозуміло, що в таких умовах організація обмежена лише потенціалом компанії та її співробітників, що можуть не мати досвіду вирішення певних проблем та всіх необхідних компетенцій. Згодом, ця концепція змінилася концепцією аутсорсингу, що передбачає залучення ресурсів через найм компанії-підрядника. Стало зрозуміло, що специфічні функції більш ефективніше та швидше зможуть реалізовувати компанії, що спеціалізуються на даному виді діяльності, наприклад рекламні агенції, агенції з маркетингових досліджень, медіа-підрядники та ін.. Залучення зовнішніх підрядників дозволяє не тільки зосередитися компанії на її основному виді діяльності, а також використовувати ресурси більш ефективні ресурси спеціалізованих компаній-підрядників, а й поглянути на ситуацію та становище компанії «зі сторони», неупереджено оцінити зовнішні та внутрішні фактори діяльності компанії. Проте аутсорсинг також має певні обмеження, зокрема потенціал підрядника також знаходить в рамках невеликої кількості менеджерів, які займають проектом замовника. Також аутсорсинг обмежений методологічними та технічними аспектами підрядника, в рамках яких він звик діяти. Все це призвело до виникнення такого явища, як краудсорсинг.

Краудсорсинг являє собою залучення потенціалу широкого загалу для вирішення завдань компанії, тобто пошук ресурсів серед великої кількості залучених до процесу суб'єктів. Краудсорсинг як явище виник саме завдяки розвитку Інтернет мережі та розвитку її інфраструктури, проте його реалізація можлива і в традиційній системі управління діяльністю компанії [2]. Розглянемо відмінності краудсорсинга від аутсорсинга (табл. 1.).

Таблиця 1

#### Порівняльна характеристика між аутсорсингом та краудсорсингом

Критерії	Аутсорсинг	Краудсорсинг
Кількість виконавців	Постановка задачі окремому вибраному постачальнику	Постановка задачі невизначеній групі осіб
Суб'єкт визначення вартості	Вартість визначає підрядник, замовник може коригувати ціну в процесі торгів	Вартість визначає замовник
Суб'єкт визначення термінів виконання	Терміни виконання визначає підрядник	Терміни виконання визначає замовник
Географічна обмеженість	Завдання обмежене місцем перебування підрядника	Завдання необмежене географічно, виконавці можуть знаходитись в будь-якій місцевості
Отриманий результат	Замовник отримує один готовий до застосування результат праці підрядника	Замовник отримує сотні, тисячі варіантів рішень завдання, повинен вибрати кращий та доопрацювати
Інтелектуальні ресурси для вирішення завдань	Вирішення завдання обмежене компетенціями працівників компанії-підрядника	Можливість долучити до вирішення завдань необмежену кількість працівників з різними компетенціями



Тобто, краудсорсинг має свої переваги порівняно з аутсорсингом, що пов'язані зі специфікою механізму реалізації крауд-технології. Головна відмінність аутсорсингу від краудсорсингу в тому, що краудсорсинг представляє собою передачу певних робіт великій кількості суб'єктів з одного боку, без підписання офіційних документів про співпрацю з іншого боку. Це в свою чергу підприємству полегшує процедуру взаємодії з підрядниками, та дає змогу виставляти власні умови до роботи над проектом, але з іншого боку результати не є чітко структурованими, як у випадку аутсорсинга, і вимагають доопрацювання їх замовником.

Краудсорсинг має ряд переваг відносно інших управлінських методів, розглянемо їх більш детально:

Таблиця 2

### Переваги краудсорсингу

Перевага	Сутність
Залучення талановитих	Можливість залучення до вирішення проблем компанії великої кількості учасників, в тому числі талановитих та освічених у даній галузі.
Велика кількість ідей	Залучення великої кількості учасників сприяє формуванню великої кількості ідей, більше того, в процесі взаємодії спеціалісти різних сфер можуть формувати ідей для вирішення міжгалузевих проблем, завдяки поєднанню різноманітних знань та вмінь.
Швидкість	Краудсорсинг передбачає наявність платформи на засадах Інтернет-технологій, робить можливим з найкоротший термін здійснювати комунікацію з учасниками проекту.
Залучення клієнтів	Завдяки широкій аудиторії учасників, краудсорсинг долучає потенційних та існуючих клієнтів до створення ідей чи вирішення проблем, дає можливість отримати думку потенційних клієнтів а створити продукт, що відповідає потребам ринку.
Об'єктивність отримання даних	Кількість учасників не обмежено одною чи кількома фокус-групами, існує можливість звернення одразу до широкої аудиторії, в тому числі і до своїх клієнтів. А звідси велика кількість учасників дослідження дає більшу об'єктивність результатів.
Економія коштів	Краудсорсинг дозволяє економити кошти на розробці продуктів, розробці дизайну, розробці стратегії позиціонування, та тестуванні даних матеріалів, та зрештою на маркетингових дослідження залучаючи до співпраці велику кількість людей, без обов'язкової оплати, чи за символічну платню.
Ефективність	Застосовуючи технологію краудсорсингу, проект у більшості випадків розподіляють на більш дрібні під задачі, що дає можливість більш ефективно вирішити кожну конкретну задачу.

В основу явища краудсорсингу покладено застосування так званої крауд-технології в діяльності підприємства. Зазначимо, що крауд-технологія – це взаємодія підприємства з широким колом осіб (що на англійській мові визначається як «Crowd») за допомогою Інтернет-технологій, з метою використання ресурсів широкого загалу, для вирішення специфічних завдань підприємств або організацій [4]. Крауд-технологія знайшла відображення у багатьох процесах управління підприємством (рис.2.).

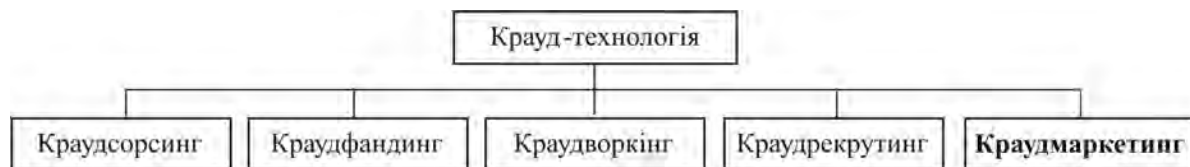


Рис.2. Можливості застосування крауд-технології у діяльності підприємства.

Джерело: систематизовано авторами на основі [5, 6, 7, 8].

Розглянемо більш детально кожну зі сфер застосування крауд-технології. Як вже зазначалося, спочатку крауд-технологія зайшла своє відображення в понятті краудсорсингу.

Краудсорсинг передбачає передачу певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти, без укладання трудового договору). При цьому використовуються колективний інтелект і синергія взаємодії великої кількості людей. Поняття краудсорсингу з'явилося від англійського: crowd – «натовп» і sourcing – «підбір ресурсів». Цей термін був введений Джефом Хауї і Марком Робінсоном у 2006 році. Та характеризує спосіб використання потенціалу широкого загалу [5].

Краудсорсинг дав поштовх щодо розвитку інших понять пов'язаних з застосуванням крауд-технології, відповідних до специфіки діяльності. Так з'являється поняття краудфандинг. Краудфандинг (спільнокошт, від англ. Crowd funding, crowd — «натовп», funding — «фінансування») — це колективна співпраця людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. Фінансування за схемою краудфандингу може виконувати різні функції — допомога постраждалим від стихійних лих, підтримка з боку вболівальників чи фанатів, підтримка політичних кампаній, фінансування стартап-компаній та малого бізнесу, створення вільного програмного забезпечення і багато ін. [6].

Також серед сучасних методів залучення зовнішнього персоналу компанії використовують такий метод, як краудворкінг. Краудворкінг (crowd - натовп і working - робота - Ред.) швидко розвивається. Для виконання серйозних завдань компанії можуть залучати до роботи людей з усіх кутків світу, а їм навіть не обов'язково виходити для цього з дому [7].

Краудрекрутинг - це спосіб відбору найбільш перспективних носіїв професійних компетенцій, необхідних конкретній компанії на основі показників їх роботи в краудсорсинговому проекті, тобто через спостереження та оцінювання діяльності учасників в модельній ситуації, що імітують робочий процес [8].

Відповідно до вищезгаданого застосування крауд-технології, наведемо власне визначення краудмаркетингу:

Краудмаркетинг – це процес маркетингового управління на основі закономірностей функціонування натовпу (crowd), що спрямоване на залучення ефекту від взаємодії учасників натовпу для досягнення маркетингових цілей компанії з використанням принципу оптимального управління. Завдяки використанню крауд-технології можна агрегувати інформацію, досвід, думки, прогнози, уподобання й оцінки, та на цій основі продукувати нові ідеї і приймати маркетингові рішення [3].

Розглянемо, який результат від застосування крауд-технологій в різних сферах діяльності підприємства, та яку вигоду може отримати компанії від застосування методів краудсорсингу (табл.3.)

Таблиця 3

### Напрямки застосування крауд-технології в діяльності підприємств

Функції підприємства	Методи краудсорсингу	Результат застосування краудсорсингу
Виробництво	Краудворкінг – залучення трудових ресурсів зовні для спрощення та прискорення процесу виробництва.	Скорочення часу на процес виробництва
	Наприклад, широко застосовується метод краудворкінгу для виконання перекладів, де текст розбивається на маленькі частини, та розсилається всім бажаним перекласти його за символічну платню.	Скорочення коштів на виробництво
Маркетинг	Краудсорсинг – використання ресурсів натовпу для вирішення маркетингових завдань, наприклад, розробка дизайну упаковки, логотипу, концепції рекламної компанії.	Велика кількість ідей для вирішення маркетингових завдань компанії: інформація, матеріали для стратегії просування та ін..
	Краудмаркетинг – це управління широким колом споживачів, об'єднаних у спільноту, з метою реалізації комерційних інтересів компанії.	Збільшення кількості споживачів, що знають про бренд, збільшення ЦА.
НДДКР	Краудсорсинг (відкриті інновації) – використання потенціалу широкого загалу для отримання ідей нових продуктів, нових технологій, нових методів.	Сотні ідей інновацій продуктових, технологічних, технічних, наукових.
Фінанси	Краудфандинг – залучення фінансових ресурсів для реалізації нових продуктів, ідей, програм.	Фінансові ресурси для нових проектів
Адміністрування (Кадрова політика)	Краудрекрутинг – відбір найефективніших працівників у краудсорсинговому проекті з метою їх працевлаштування в компанії на постійній основі	Ефективні трудові ресурси, потенціал яких компанія могла оцінити в ході краудсорсингового проекту.

Більш детально зупинимось на застосуванні крауд-технології в маркетинговій діяльності. Крауд-технологія у маркетингу може мати двоїсту природу – з одного боку, вплив підприємства на натовп, де підприємство дія як суб'єкт впливу, а натовп як об'єкт впливу, тобто управління натовпом у комерційних цілях це власне – краудмаркетинг. З іншого боку можна розглянути взаємодію підприємства з натовпом навпаки, коли натовп справляє вплив на підприємство, за рахунок участі у розробці товару, збору маркетингової інформації, розробці логотипу та інше, все це можна об'єднати одним словом – краудсорсинг, тобто залучення будь-яких ресурсів натовпу для вирішення проблем підприємства.

Авторами було розроблено схему застосування крауд-технології в маркетинговій діяльності підприємства, що включає в собі два напрямки взаємодії з краудом – з одного боку залучення потенціалу широкого загалу в якості партнера для вирішення бізнес-завдань підприємства, а з іншого боку робота з краудом як з новим об'єктом маркетингового управління, тобто новим типом споживача (рис.3). Такий підхід дозволяє максимально використати можливості крауд-технологію для досягнення маркетингових цілей компанії.

Стратегія «крауд як партнер» передбачає управління краудом, широким колом осіб об'єднаних в співтовариства з метою залучення їх інтелектуальних та творчих ресурсів у вирішенні завдань маркетингової діяльності. Це в свою чергу передбачає реалізацію краудсорсингового проекту, етапи якого представлені вище (рис.3.). Варто зауважити, що краудсорсингі проекти вже набули поширення у практиці маркетингової діяльності. Так, компанія Starbucks успішно застосовує технологію краудсорсингу у просуванні власного бренду. Організувавши на сайті проект My Starbucks Idea, компанія пропонує споживачам долучитися до розробки рецептів напоїв, дизайну упаковки та інших елементів маркетингу. Аналогічним шляхом, пішла авіакомпанія SAS у своїй стратегії просування, використавши краудсорсингові технології для визначення нових напрямків рейсів, привернувши увагу великої кількості потенційних споживачів до бренду компанії.



Рис. 3. Застосування крауд-технології у маркетинговій діяльності

Джерело: розроблено авторами

Окрім того, що компанія отримує змогу вирішення власних маркетингових задач у сфері досліджень, розробки продукту, дизайну, нових пропозицій, вона також отримує досить потужну платформу для просування імені бренду, та створення бажаного соціально-орієнтованого іміджу компанії [7].

Як бачимо, краудсорсинг вже мав практичне поширення в маркетингу, проте принципово новим підходом до використання крауд-технології є стратегія «крауд як споживач». В даному випадку «крауд», або широке коло осіб, об'єднане в співтовариство розглядається як об'єкт маркетингового управління, а саме як споживач. Цей підхід відрізняється від поняття «масового маркетингу» тим, що маркетингові зусилля не просто направлені на широкий загал, а саме на масу споживачів, які

при цьому взаємодіють між собою, утворюючи всередині об'єднань та співтовариств, в яких вони співіснують, якісно новий інформаційний простір, що має вплив на їх поведінку (рис.4.).

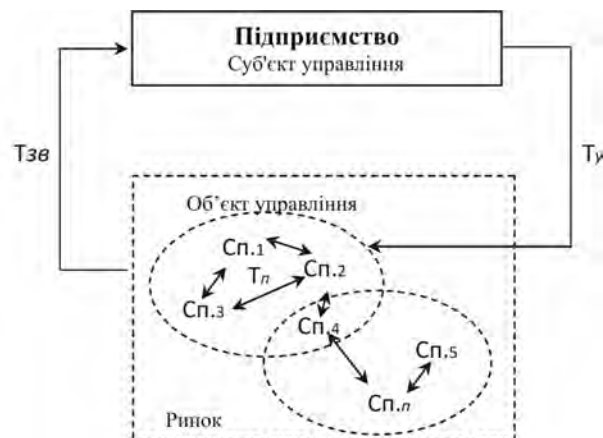


Рис. 4. Схема процесу управління в краудмаркетингу  
Джерело: розроблено авторами

Відповідно до цього, стратегія краудмаркетингу передбачає управління споживачем як співтовариством, тобто сукупністю споживачів, що взаємодіють між собою. Варто зауважити, що в сучасних умовах споживачі формуються в групи, що характеризуються різноманітністю, різноструктурованістю, динамічністю, а саме один і той же споживач може входити одночасно до багатьох груп та співтовариств, постійно змінювати їх, а головне такі об'єднання споживачів здатні до самоорганізації всередині групи та до формування якісно нового простору та поведінки під впливом їх взаємодії.

Отже, основним завданням краудмаркетингу є маркетингове управління співтовариствами споживачів, що базується на таких принципах:

- Інтерактивності;
- Гнучкості;
- Проактивності;
- Залучення споживачів у діяльність підприємств;
- Розподіл управлінського впливу;
- Самоорганізації учасників співтовариств;
- Синергетивності впливу інформаційного простору мережі Інтернет.

Авторами було розроблено науково-методичні засади управління споживачами в мережевих співтовариствах, з урахуванням особливостей об'єкта управління (рис. 5.).

Отже, розроблені науково-методичні засади управління співтовариствами споживачів, ґрунтуються на трьох напрямках діяльності компанії в мережі – створення власних співтовариств, зміцнення існуючих позицій компанії в мережі або зміни інформаційного середовища по відношенню до компанії. Об'єктом управлінського впливу агентів мережі є їх репутація, ставлення та довіра до них в мережі. Основним підходом до управління співтовариством є управління ним як динамічною системою. В даному випадку методами управління можуть бути модель комунікаційного впливу в мережі та методи управління збутом в мережі Інтернет. Основним результатом даного управління є досягнення такої взаємодії зі споживачем, щоб він став не просто постійним, лояльним клієнтом компанії, а партнером, який також створює сприятливий для компанії інформаційний контекст в мережі Інтернет.

**Висновки.** Отже, в статті проаналізовано можливості застосування крауд-технології в маркетинговій діяльності підприємств. А саме, проаналізовано природу утворення явища краудсорсинг, як наступної, після аутсорсингу, концепції залучення ресурсів підприємства. Розглянуто відмінності аутсорсингу та краудсорсингу, основна з яких полягає у залученні до процесу краудсорсингу широкого загалу осіб необмежених однією організацією, на основі публічної оферти. Також він має ряд переваг пов'язаних з можливістю значної економії коштів, отриманні великої кількості ідей та інформації загалом у процесі проекту, значного підвищення швидкості отримання результатів проекту. Також в статті розглянуто напрямки застосування крауд-технології в діяльності підприємства.



Рис. 5. Схема управління споживачем в мережевих співтовариствах  
Джерело: розроблено авторами

Більш детальну увагу приділено застосування крауд-технології в маркетинговій діяльності підприємства. Дана технологія може мати подвійний напрямок застосування – з одного боку, залучення ресурсів широкого загалу для вирішення маркетингових завдань компанії, з іншого боку управління широким колом осіб, об'єднаних у співтовариства як об'єктом маркетингового управління. На основі цього було розроблено стратегію краудмаркетингу, що передбачає управління споживачем в мережевих співтовариствах. Основною ціллю даної стратегії є не просто збільшення споживачів, а перетворення їх на клієнтів-партнерів, що будуть мати вплив на інших споживачів у процесі їх взаємодії всередині співтовариств, з метою досягнення синергетичного ефекту від поєднання з управлінським впливом компанії.

### Література:

1. Краудсорсинг: соблазнительный маркетинговый агрессор / А.П. Панкрухин. // Журнал «Практический маркетинг». – 2011г. – №1. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/crowdsourcing.htm>
2. Джефф Хау Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса - Crowdsourcing: Why the Power of the Crowd is Driving the Future of Business. – М.: «Альпина Паблицер», 2012. – 288 с.
3. Зозульов О.В., Полторак К.А. Новый підхід до управління в маркетингу. / О.В. Зозульов // Маркетинг в Україні. – 2013. - №5 (80) – С.48-54.
4. Крупную рыбу одному не вытащить или крауд-технологии в действии / Т. Голубовская. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://2013.404fest.ru/reports/bigfish/>
5. Howe J. The Rise of Crowdsourcing / J. Howe. – WIRED, 2006. – Access mode: [www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html](http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html)
6. Краудфандинг завойовує світ! – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [http://helpidea.org/news/view?obj%5Bnews\\_id%5D=2103177](http://helpidea.org/news/view?obj%5Bnews_id%5D=2103177)
7. Краудворкінг: скільки можна заробити, сидячи вдома? - [Електронний ресурс]. – Режим доступа: [http://www.bbc.co.uk/ukrainian/entertainment/2013/09/130909\\_crowdworking\\_money\\_uk.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/entertainment/2013/09/130909_crowdworking_money_uk.shtml)
8. Краудрекрутинг — новая технология массового поиска талантов [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.companion.ua/articles/content?id=208489>
9. Краудсорсинг в интернет-рекламе. – [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.adme.ru/articles/kraudsorsing-v-internet-reklame-487355/>.УДК 338.48

**Стельмах О.А.**

канд. економ. наук

**Смикова М.О.***Донецький національний університет економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського*

## **ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНУ**

## **ФАКТОРЫ, КОТОРЫЕ ВЛИЯЮТ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИМИДЖА РЕГИОНА**

## **FACTORS THAT INFLUENCE ON FORMATION OF TOURIST IMAGE OF A REGION**

*В статті розглянуті такі ключові поняття, як імідж та іміджева політика дестинації, наведено власне визначення поняття «імідж регіону», під яким розуміється комплексна думка цільової аудиторії про регіон, що склалась стихійно або під впливом спеціально вжитих маркетингових заходів, «туристичний імідж регіону», визначено поняття «чинник», виявлені елементи туристичного іміджу регіону: об'єктивна (сукупність конкурентних переваг та недоліків, що впливають на загальну конкурентоспроможність регіону) та суб'єктивна (оцінка регіону його цільовою аудиторією) складові, що пояснюють багатофакторність досліджуемого явища. Розглянуто результати наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених таких, як Аханаєва В.Ц., Кужняр В., Емельянова Н.О. та Чугунова О.О., Дж.І.Кроуч, науково-методологічні розробки експертів Всесвітнього економічного форуму в Давосі разом зі Всесвітньою туристичною організацією щодо виявлення чинників, що впливають на формування туристичного іміджу регіону. На основі проведеного аналізу в якості висновку розроблено власний підхід щодо визначення іміджеформуючих чинників, який акцентує увагу на маркетинговій стороні досліджуемого питання.*

**Ключові слова:** імідж регіону, іміджева політика, дестинація, конкурентоспроможність регіону, іміджеві чинники.

*В статье рассмотрены такие ключевые понятия имидж и имиджевая политика дестинации, дано собственное определение понятия «имидж региона», под которым авторы понимают комплексное мнение целевой аудитории о регионе, которое сложилось стихийно или под влиянием специально примененных маркетинговых мероприятий, «туристический имидж региона», определенно понятие «фактор», выявлены элементы туристического имиджа региона: объективная (совокупность конкурентных преимуществ и недостатков, которые влияют на общую конкурентоспособность региона) и субъективная (оценка региона его целевой аудиторией) составляющие. Рассмотрены результаты научных работ отечественных и зарубежных ученых таких, как Аханаева В.Ц., Кужняр В., Емельянова Н.А. и Чугунова О.А., Дж.И.Кроуч, научно-методологические разработки экспертов Всемирного экономического форума в Давосе вместе со Всемирной туристической организацией, по определению факторов, влияющих на формирование туристического имиджа региона. На основе проведенного анализа в качестве заключения разработан собственный подход к выявлению имиджеформирующих факторов, в котором акцентируется внимание на маркетинговой стороне исследуемого вопроса.*

**Ключевые слова:** имидж региона, имиджевая политика, дестинация, конкурентоспособность региона, имиджевые факторы.

*In the article it is considered such key concepts as image and image policy, given own definition of "image of a region", by which we mean a comprehensive view of the target audience about a region, which has developed spontaneously or under the influence of special applications of marketing activities, "tourist*

*image of a region”, determined concept “factor”, identified components of the tourist image of a region: objective (complex of competitive advantages and disadvantages that affect the overall competitiveness of a region) and subjective (rating a region of its target audience) components. The results of scientific works of Ukrainian and foreign scientists such as Ahanaeva V., Kuzhnyar V., Emelyanova N. and Chugunova O., J.I.Krouch, scientific and methodological work of experts from the World Economic Forum in Davos with the World Tourism Organization to identify the factors influencing on formation of region tourist image are analysed. In conclusion it is presented own marketing approach to identify image formation factors.*

**Keywords:** region image, image policy, destination, region competitiveness, image factors.

**Вступ.** В сучасних умовах ведення бізнесу та високого рівня конкурентної боротьби, що існує на світовому туристичному ринку, зростає необхідність пошуку додаткових методів підвищення конкурентоспроможності регіонів, що виходять на ринок зі своїм туристичним продуктом. Серед таких додаткових резервів на перший план виходять нематеріальні активи, а саме імідж, репутація, бренд.

Питанням конкурентоспроможності та іміджу на різних рівнях економіки приділяли увагу вчені та дослідники України і зарубіжних країн, серед яких роботи Амоши О., Аханаєвої В.Ц., Беґга І., Беленького П., Ердинеєва Б., Жаліло Я., Клеймана А. О., Парфіненка А. Ю., Портера М., Шеховцевої Л.С. та інших. Визначенню факторів, що впливають на формування іміджу території, присвячені наукові праці Ємельянової Н.О., Кужняр В., Кроуча Дж.І., Люлько О., Таранової Ю.В. та ін.

Але з приводу того, що тема дослідження нова та тільки починає розвиватися в науковій сфері, залишається багато питань, що потребують аналізу, оцінки та подальшого розвитку. Одним з таких питань є визначення чинників, що впливають на формування туристичного іміджу регіону.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та систематизація іміджеформуючих чинників на основі маркетингового підходу.

**Методологія.** В науковій роботі були використані такі емпірико-теоретичні методи дослідження як аналіз та синтез, логічний підхід, теоретичні методи - визначення, опис, інтерпретація. Обраний набір методів є найбільш оптимальним для наукового дослідження щодо визначення іміджеформуючих чинників.

**Результати дослідження.** Імідж в перекладі з англійської мови (image) – це зображення, образ. Останнє десятиліття поняття «імідж» активно використовується в туристичній сфері, а саме в маркетингу території. В сучасній інформаційній ері імідж має вже не абстрактне значення, а конкретне втілення та економічний зміст. Імідж регіону – це певний нематеріальний актив, що має конкретну вартість, це економічне поняття, що впливає на велику кількість суміжних сфер діяльності, та здатне значно підвищити показники конкурентоспроможності регіону на світовому туристичному ринку [1].

Імідж регіону є сукупним показником, складною комплексною категорією, яка важко піддається кількісній та якісній оцінці. Кожний регіон має свій власний імідж, який є результатом його досягнень в соціальній, культурній, політичній, економічній, демографічній, освітній, історичній та інших сферах діяльності [2].

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації, імідж території – це сукупність емоційних та раціональних уявлень, що витікають з зіставлення всіх ознак території, власного досвіду та чуток, які впливають на створення певного образу [4]. Це визначення є базовим в наукових працях багатьох вчених. Воно враховує комплексний характер дефініції «імідж території», але акцентує увагу на об'єкті (території), не беручи до уваги маркетингову складову іміджмейкінгу.

Отже, акцентуючи увагу саме на маркетинговій складовій такої категорії як «імідж регіону», під іміджем регіону в даній роботі ми розуміємо комплексну думку цільової аудиторії про регіон, що склалась стихійно або під впливом спеціально вжитих маркетингових заходів [3].

В цілому, аналізуючи літературу з досліджуваної тематики, можна зробити висновки, що поняття «туристичний імідж регіону» та «імідж регіону» за своєю сутністю та комплексним розумінням – однорідна дефініції. Туристичний імідж регіону конкретизує та окреслює певну область охоплення, що визначається більш вузькою цільовою групою громадкості, акцентуванням на характеристиках регіону, які мають більше значення для визначеної цільової групи.

Головною метою дослідження є виявлення групи чинників, що впливають на туристичний імідж регіону. Отже, визначимо поняття «чинники». В даному дослідженні під чинниками розуміють умови, причини, рушійну силу для розвитку того чи іншого процесу чи явища.

Слід зазначити, що серед елементів туристичного іміджу виділяють об'єктивну та суб'єктивну складові [5].

Об'єктивною складовою туристичного іміджу території є сукупність конкурентних переваг та

недоліків, що впливають на загальну конкурентоспроможність регіону. До цієї складової відносять особливості спеціалізації регіону, наявний туристичний потенціал, рівень розвитку туристичної інфраструктури та соціальної сфери, інвестиційну привабливість та ін.

Друга складова туристичного іміджу території має суб'єктивний характер та залежить від певних дій людей, які формують ті чи інші уявлення про регіон. По-перше, це оцінка регіону його споживачами – владою, місцевими жителями, туристами, підприємцями, інвесторами, що ґрунтується на власному досвіді та спостереженнях. По-друге, це дії місцевої влади, її відношення до туристичної сфери, іміджмейкінгу та необхідності просування території як єдиного туристичного продукту. Імідж регіону залежить й від характеру взаємовідносин всіх учасників процесу іміджмейкінгу. При дослідженні суб'єктивної складової формування іміджу території слід враховувати дії ЗМІ, грамотно використовуючи які можна досягти значних успіхів в просуванні створеного іміджу в цільові групи.

Дві складові туристичного іміджу регіону нерозривно взаємопов'язані, і якщо об'єктивна складова є основою для створення певного туристичного іміджу, то суб'єктивна частина – це призма, через яку проходять фундаментальні ознаки та властивості регіону. Саме емоційна складова здатна виявити необхідні конкурентні переваги, що матимуть значення та вплив на цільові групи.

При формуванні туристичного іміджу вирішальну роль має іміджева політика регіону, яка проявляється в стратегічному плануванні, тактичному управлінні та політиці просування різних аспектів та досягнень життєдіяльності регіону. Іміджева політика регіону є складовою регіонального маркетингу. З цієї точки зору, регіон розглядається як «туристичний продукт», а всі заходи, що проводяться в рамках політики спрямовуються на цільові аудиторії.

При формуванні та управлінні іміджем регіону необхідно виявити, проаналізувати та оцінити сучасний стан тих чинників, що впливають на створення привабливого туристичного іміджу. Проаналізуємо ті підходи до розподілу чинників, що існують в сучасній літературі.

За Аханаєвою В.Ц. на формування іміджу регіону впливають ряд чинників, серед яких: ВВП регіону, рівень та якість життя, ступінь політичної та економічної стабільності, рівень інноваційної та підприємницької діяльності, наявність та доступність чинників виробництва, наявність потенційних та перспективних галузей. Цей комплекс чинників можна об'єднати в категорію соціально-економічних та політичних на рівні регіону.

Серед іміджевих чинників дослідниця відокремлює: присутність в ЗМІ, створення іміджевого інформаційного поля, існування широко відомого бренду (в даному контексті унікального туристичного об'єкту). Приведені чинники ми віднесемо в категорію похідні або вторинні іміджеві чинників.

В своєму дослідженні Аханаєва В.Ц. також робить акцент на значний вплив політичних, соціальних та економічних умов розвитку країни в цілому [2].

Польська вчена В. Кужняр [6] зазначає важливість векторності маркетингової політики регіону та тих заходів, що організовуються в її рамках і виділяє такі групи чинників впливу на формування іміджу території:

- загальні (заходи, що організовує регіон, система презентації та ідентифікації регіону, система комунікацій регіону);
- специфічні (людський потенціал (в даному контексті особистості, життєдіяльність яких зв'язана з регіоном), архітектура, наука та релігія, природа, спорт, візуальні види мистецтва, заходи – одиничні та циклічні, що проводяться в регіоні, та ін.).

На думку вченої найбільший вплив на формування іміджу території мають: природні пам'ятки; багата культурна спадщина; місцеві звичаї та традиції; дії місцевої адміністрації; рівень розвитку інфраструктури; розважальний продукт; торгово-гастрономічний продукт [6].

Ємельянова Н.О. та Чугунова О.О. в якості основних груп чинників виділяють:  
психофізичні – фізичний та емоційний комфорт, екологічну безпеку відпочинку;  
репутаційні (іміджеві) – ступінь престижності відпочинку в регіоні;  
соціальні – стабільність в регіоні, відношення місцевого населення;  
культурно-естетичні – рівень історико-культурного потенціалу, інформаційна насиченість, пізнавальність екскурсійних маршрутів;  
економічні – відображають рівень туристичних витрат, вартість основних та допоміжних послуг, відповідність вартості та якості [5].

В приведених дослідженнях представлені чинники дійсно важливі та впливові, але, на нашу думку, були враховані не всі сфери бізнесу та аспекти формування туристичного іміджу регіону, охоплені не всі цільові аудиторії.

В останніх двох дослідженнях увага приділялась потенційним туристам, що приїдуть в регіон, але це лише частина цільової аудиторії, до якої повинні входити місцеві жителі, підприємці, інвес-



тори тощо. Найбільш повною та комплексною була група чинників за Аханаєвою В.Ц., але вони загальні та не мають чітко вираженої туристичної спрямованості регіонального іміджу.

При аналізі чинників, що впливають на формування туристичного іміджу регіону, слід звернути увагу на праць зарубіжних вчених та розглянути напрацювання західноєвропейської наукової школи.

Імідж та конкурентоспроможність регіону – два поняття, що нерозривно пов'язані один з одним. Привабливий туристичний імідж значно підвищує конкурентоспроможність території, підкреслюючи її унікальні особливості та залучаючи до регіону цільові групи за різними інтересами. Висока конкурентоспроможність неможлива без ефективного та широко поширеного іміджу.

В сучасних умовах проблеми конкурентоспроможності регіонів приваблюють увагу та все частіше стають об'єктом наукового дослідження. Так, щорічно визначається рейтинг конкурентоспроможності країн світу в сфері подорожей та туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index - ТТСІ). Даний рейтинг був розроблений експертами Всесвітнього економічного форуму в Давосі разом зі Всесвітньою туристичною організацією. До показників оцінки конкурентоспроможності, які ми можемо розглянути як чинники впливу на формування привабливого іміджу регіону, відносять:

- рівень розвитку туристичної інфраструктури;
- правове забезпечення;
- політична стабільність;
- комфортність ведення бізнесу;
- участь держави в розвитку туристичної галузі;
- туристична привабливість;
- безпека в регіоні та країні в цілому;
- природний та людський потенціал [7].

Інший підхід до визначення чинників, що впливають на формування іміджу дестинації запропонував Дж.І. Кроуч [8]. Вчений виділяє наступні категорії іміджевих чинників:

1. Основні ресурси та чинники: фундаментальні компоненти, що формують туристичний імідж регіону, причини, які притягують основні цільові групи в той чи інший регіон.

2. Підтримуючі чинники та ресурси: трамплін для розвитку туризму в регіоні, це база для розвитку туристичного потенціалу території, що зосереджений в першій групі.

3. Регіональна політика планування та розвитку: загальний напрямок та стратегічне управління економічною, соціальною та іншими сферами життєдіяльності регіону.

4. Менеджмент дестинації: тактичні дії адміністрації регіону, що спираються на регіональну політику та показують здатність керівництва до конкретних заходів.

5. Специфічні чинники, що визначають потенціал та рамки формування іміджу території, чинники, що не ввійшли в попередні чотири категорії. Здатні значно впливати на процес формування іміджу або не впливати зовсім, при цьому їх вклад достатньо складно оцінити.

На наш погляд, група чинників Дж.І. Кроуча є найбільш комплексною, але й вона потребує уточнень, доповнень та пояснень.

Розглядаючи регіон та його туристичний потенціал як окремий туристичний продукт, слід зазначити, що він є частиною країни й розглядати їх окремо один від одного неможливо. Тому на основі аналізу розглянутих підходів та анкетуванні, проведеному серед місцевих мешканців та гостей Донецького регіону під час проведення Євро-2012, виділимо зовнішні (макро), що визначаються рівнем країни, та внутрішні (мікро) чинники на рівні регіону (таблиця).

Представлений підхід акцентує увагу на маркетингову сторону досліджуваного питання, в якому туристичний регіон нами виокремлено з туристичної пропозиції всієї країни та розглядається як самостійний туристичний продукт, що здатен конкурувати на світовому туристичному ринку.

Важливим аспектом є орієнтація представлених чинників на широку цільову аудиторію, що вбирає в себе як потенційних туристів, так і місцевих жителів, інвесторів та працюючих підприємців. Тому ранжирування чинників в представленому підході, шкала оцінювання та надання питомої ваги кожному з виділених чинників буде відрізнятися в залежності від тієї цільової аудиторії, на яку буде націлений імідж регіону.

## Чинники, що впливають на туристичний імідж регіону

№ з/п	Чинник	Характеристика
I. Зовнішні чинники/ чинники макросередовища		
1	Іміджевий	Загальний імідж країни, комплекс уявлень та думок про країну, виходячи з основних сфер її життєдіяльності
2	Історико-географічний	Просторово-часова характеристика країни, її географічне положення та участь в світових історичних подіях
3	Політичний	Загальна політична ситуація в країні та її стратегічні напрями розвитку, відношення до розвитку туристичної галузі
4	Економічний	Рівень економічного розвитку країни, загальний рівень доходу громадян, рівень цін, податків
5	Міжнародні відносини	Характер взаємозв'язків країни з державами-сусідами та іншими країнами світу, участь в міжнародних організаціях, заходах тощо
6	Соціальний або соціокультурний	Менталітет населення, спосіб та якість життя, звичаї та традиції, гастрономічні переваги
II. Внутрішні чинники/ регіональні чинники / чинники мікросередовища		
1	Рекреаційно-туристичний потенціал	Сукупність природних, культурно-історичних, туристичних ресурсів, що здатні приваблювати цільові аудиторії (відповідає основним чинникам атракторам за Дж.І.Кроучем)
2	Туристична інфраструктура	Об'єкти, за допомогою яких відкривається доступ до використання природно-рекреаційного потенціалу регіону
3	Спеціалізація регіону	Ті сфери діяльності регіону, що визнані перспективними та пріоритетними для розвитку, де зосереджена увага місцевої влади та фінансовий капітал
4	Рівень відкритості регіону	Комплексний фактор, що визначає відкритість та гостинність місцевих жителів, відкритість політики, доступність до основних ринків, пов'язаних з туристичною сферою, інвестиційний та інноваційний клімат
5	Соціальний фактор	Сукупність психофізичних та соціально-економічних характеристик людей, що проживають в регіоні (менталітет, їх рівень та якість життя, загальний рівень освіти, умови проживання, відношення до туристів), а також характеристика трудових ресурсів, що забезпечують функціонування туристичної інфраструктури
6	Рівень та якість управління	В цьому факторі зосереджено як значення особистості (представників влади, які виражають інтереси регіону на різних рівнях), так і ті управлінські рішення, що приймаються адміністрацією регіону з маркетингу, менеджменту, розподілу бюджету тощо
7	Фактор безпеки	На різних рівнях та сферах діяльності, починаючи з особистої безпеки, безпеки ведення бізнесу, політичною стабільністю в регіоні
8	Емоційна складова	Чинник, що відповідає за загальне враження від регіону - настрої, атмосферу, наявність розважального продукту, здатність задовольнити потреби туриста та його емоційні очікування

[Розроблено автором]

**Висновки.** Наукова новизна результатів дослідження полягає в подальшому розвитку понятійного апарату, а саме понять «імідж регіону», «туристичний імідж регіону», розробці маркетингового підходу до визначення чинників, що впливають на формування туристичного іміджу регіону. Теоретичне значення та перспективи подальшого вивчення проявляються у можливості доведення

результатів наукової роботи до рівня конкретних методологічних положень щодо оцінки туристичного іміджу регіону. Наведений підхід при подальших наукових розробках може бути основою методології оцінки туристичного іміджу регіону для користування туристичними підприємствами та організаціями, що визначає практичне значення проведеного дослідження.

#### Література:

1. Люлько А. Имидж города и факторы, влияющие на его формирование / А. Люлько // Бренды городов, регионов, стран. – 2012. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://evgenysolomin.livejournal.com/173514.html>. Заглав. з титул. екрану.
2. Аханаева В.Ц. Формирование имиджа региона—важный фактор укрепления его конкурентоспособности / В. Ц. Аханаева // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. Вып. 22 – 2009. - № 26 (164) – С. 82-83.
3. Смыкова М.А. Теоретические аспекты формирования туристического имиджа региона / М.А. Смыкова // сборник научных трудов/ коллектив авторов// под ред. А.В.Иванова, А.С.Кускова. – Саратов: Издат-во СГТУ, 2011. – С. 62-67
4. Таранова Ю.В. Туристический имидж страны / Ю.В. Таранова // Имидж государства/региона: современные подходы : новые идеи в теории и практике коммуникации: сб. науч. трудов. Вып. 3 /отв. ред. Д.П. Гавра. – СПб.: Роза мира, 2009.
5. Емельянова Н.А. Имидж туристского региона /Н. А. Емельянова, О. А. Чугунова. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://geoeko.mrsu.ru/2012-1/PDF/Emelyanova.pdf>. Заглав. з титул. екрану.
6. Кужняр В. Процесс формирования имиджа территории и его влияние на целевые рынки / В.Кужняр. – 2011. - № 5 (79) вересень – жовтень. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum%20/Grani/2011\\_5/23.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Grani/2011_5/23.pdf). Заглав. з титул. екрану.
7. Blanke J. World Economic Forum The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011/J. Blanke, T.Chiesa// World Economic Forum. – 2011. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [www.weforum.org/ttcr](http://www.weforum.org/ttcr). Заглав. з титул. екрану.
8. Crouch G.I. Modelling destination competitiveness. A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness Attributes / G.I. Crouch. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: [info@crctourism.com.au](mailto:info@crctourism.com.au). - ISBN 9781920965389. Заглав. з титул. екрану.

УДК 339.138:339.187+378:339.138 (477)

**Телетов О.С.**

*доктор економічних наук, професор,  
Сумський державний університет*

## **МАРКЕТИНГОВА ОСВІТА В УМОВАХ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ**

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ**

## **MARKETING EDUCATION IN CONDITIONS OF REAL ECONOMY SECTOR**

*Як відомо, загальна ринкова методологія охоплює все більше сфер діяльності людини. Проведено ретроспективний аналіз маркетингових наукових шкіл, які створені і успішно функціонують в Україні. Показано, що на сьогодні вищі навчальні заклади України здебільшого готують фахівців з маркетингу без профілізації, за принципом “всі для всіх”. Внаслідок порушення експортно-імпортного балансу країни дисципліни з маркетингових досліджень й промислового маркетингу у вищих*

навчальних закладах мають посилитися науково-практичними знаннями з галузей, що складають основу експорту. Саме промисловість, що досить рівномірно розташована територією України, може оживити науково-виробничий потенціал та генерувати необхідність створення нових робочих місць. Таким чином можна певною мірою зменшити міграцію з регіонів до столиці. Від рівня розвитку промисловості, в решті решт, залежать як доходи державного бюджету, так і добробут населення. Обґрунтовано, що в цілому вітчизняна економіка вимагає реіндустріалізації, яка дає поштовх науково-дослідного та освітнього потенціалу в сфері маркетингу.

**Ключові слова:** маркетинг, маркетингова освіта, маркетингові дослідження, комплекс маркетингу, реальний сектор економіки, реіндустріалізація.

Как известно, общая рыночная методология охватывает все больше сфер деятельности человека. Проведен ретроспективный анализ маркетинговых научных школ, которые созданы и успешно функционируют в Украине. Показано, что на сегодня вузы Украины основном готовят маркетологов без профилирования, по принципу "все для всех". Вследствие нарушения экспортно-импортного баланса страны дисциплины по маркетинговым исследованиям и промышленного маркетинга в высших учебных заведениях должны усилиться научно-практическими знаниями из отраслей, составляющих основу экспорта. Именно промышленность, достаточно равномерно расположена по территории Украины, может оживить научно-производственный потенциал и генерировать необходимость создания новых рабочих мест. Таким образом можно в определенной степени уменьшить миграцию из регионов в столицу. От уровня развития промышленности, в конце концов, зависят как доходы государственного бюджета, так и благосостояние населения. Обосновано, что в целом отечественная экономика требует реиндустриализации, которая дает толчок научно-исследовательского и образовательного потенциала в сфере маркетинга.

**Ключевые слова:** маркетинг, маркетинговое образование, маркетинговые исследования, комплекс маркетинга, реальный сектор экономики, реиндустриализация.

The general market methodology covers more areas of human activity. For a quarter century in most regions of Ukraine established marketing research schools that are functioning successfully. But on today higher educational institutions of Ukraine in the majority prepare the experts in marketing without specialization by a principle "all for all". Due to violation of the export-import balance of marketing discipline research and industrial marketing in higher education should be strengthened scientific and practical knowledge of the industries that form the export basis. Actually enough in regular intervals located on territory of Ukraine the industry should recover research and production potential and generate necessity of creation of new workplaces thus it is possible to reduce migration from regions in capital. At the end incomes of the state budget and wellbeing of the people depend on a level of development of an industry. In general, the domestic economy requires reindustrial, giving a boost research and educational potential in marketing.

**Keywords:** marketing, marketing education, marketing research, complex of marketing, real sector of economy, reindustrial.

**Вступ.** Минуло чверть століття з того часу, коли на підприємствах України почали створюватися відділи маркетингу. Цьому передувала широко обговорювана в управлінських структурах та пресі ідея необхідності здорової конкуренції вітчизняних та іноземних товаровиробників на тоді ще всесоюзному та зарубіжному ринках (вперше широке обговорювання відбулося навесні 1987 року в газеті "Соціалістична індустрія"). Практично відразу ж у вищих навчальних закладах почали викладатися відповідні дисципліни ("Основи маркетингу", "Маркетинг", "Маркетингові дослідження" тощо) спочатку у спеціалізованих ВНЗ, потім на економічних факультетах провідних столичних, а в подальшому й інших ВНЗ, створюватися маркетингові спеціальності та відкриватися відповідні кафедри: було започатковано новий напрямок у вітчизняній економічній науці. Протягом цього часу утворилася низка наукових шкіл, де успішно готують маркетологів, менеджерів, рекламистів, фахівців з логістики тощо, а провідні українські вчені активно вдосконалюють методологію підготовки бакалаврів, спеціалістів та магістрів з цих напрямків, про що свідчать останні публікації С.Гаркавенко, В.Герасимчука, В.Заруби, А.Зозульова, С.Ілляшенка, С.Ковальчук, О.Комякова, Є.Крикавського, М.Окландера, А.Павленка, П.Перерви, С. Солнцева, А.Старостіної та багатьох інших [1]. У 1996 році створено Українську асоціацію маркетингу (УАМ), до складу ради якої входить більшість згаданих фахівців. З того часу планова економіка трансформувалася у ринкову, зросло й стало відігравати провідну роль нове покоління сучасних фахівців, що дає змогу підвести певні підсумки.

**Постановка завдання.** Метою даної роботи є дослідження хронології вітчизняної маркетингової освіти, спроба поставити її у відповідність до реального сектору сучасної економіки, на основі чого запропонувати шляхи розвитку необхідних для різних галузей України напрямків.

**Методологія.** Теоретико-методологічною основою проведеного дослідження стали загальнонауковий метод теоретичного узагальнення із залученням історико-логічного підходу, статистичних методів та порівняльного аналізу, методи маркетингових досліджень, системний підхід і теорія управління.

**Результати дослідження.** Проведений ретроспективний аналіз дає змогу віднести до позитиву той факт, що на сьогодні маркетологів готують практично в усіх регіонах України, можна казати про виникнення декількох маркетингових шкіл, на базі маркетингу виникають споріднені спеціальності логістиків, рекламистів, PR-фахівців та ін. Перехід до маркетингової орієнтації зумовив необхідність мати першим віце-президентом або першим заступником керівника крупної фірми саме маркетолога. Поступово маркетинг, як загальна орієнтована на споживача методологія ринкової діяльності, проникає і в невиробничі сфери людської діяльності: транспорт, туризм, політику тощо.

Проте, незалежно від наведеного успіху маркетингу, стан економіки України в цілому продовжує залишатися досить нестабільним: пропорції експорт-імпорт змінюються не на користь України; збільшується відсоток експортованої сировини, зменшується відсоток експорту машинобудівної продукції, засобів транспорту, продуктів хімічної промисловості; внутрішній ринок все більше насичують імпортовані товари, табл. 1.

Таблиця 1

## Експортно-імпортний баланс України у 2012 році

Обсяг експорту-імпорту	Продукти харчування	Металопродукція	Транспорт, машини і обладнання	Продукти хімічної промисловості	Паливо-енергетичні матеріали	Інші
Експортована продукція, у відсотках	28	27	16	10	6	13
Імпортована продукція, у відсотках	12	6	24	16	29	13

Особливо хвилює те, що протягом 20 років кількість працюючих у промисловості, будівництві, транспорті та зв'язку зменшилася майже удвічі: з 11,2 млн. до 5,7 млн. чол. І хоч на збільшення кількості працюючих у торгівлі та діяльності ресторанів і готелів маркетингова діяльність теж спричинила значний вплив, створені, наприклад, робочі місця в мережах національних супермаркетів на практиці ліквідують робочі місця дрібніших конкурентів, табл. 2 [2].

Ці реалії, по-перше, змушують випускників маркетингових спеціальностей нестолічних ВНЗ в пошуках кращої роботи мігрувати до центру, по-друге, якщо маркетингові дослідження протягом останніх 10—15 років проводяться більш-менш стабільно, в тому числі за допомогою консалтингових фірм, то в комплексі маркетингу фахівці-маркетологи все більше працюють у напрямку елементів promotion і place, в той час, коли основному елементу 4P — product приділяється все менше уваги.

Дійсно на початку 90-х ці складові комплексу маркетингу значною мірою відставали від інших: відділи маркетингу тільки почали створюватися, комунікаційна діяльність не була такою потужною, як зараз, зорієнтовані на споживача розподільчі канали ще були кустарними та напівкустарними, в той час коли й процеси створення нових товарів, налагоджених ще за часів планової економіки, не було зруйновано, незалежно від того, чи те чи інше виробництво використовувало свої чи запозичені конструкторські розробки та технологічні процеси.

Світова економічна криза 2008-2011 років багато що змінила в світовій економіці, яка все більше і більше глобалізується [3]. В Україні, як і в інших країнах з постплановою економікою, необхідна реіндустріалізація, тому що:

1) глобальна світова криза наочно показала світові, що потужна індустрія, як і досі, є єдиною надійною основою розвитку будь-якої економіки;

2) саме промисловість дає поштовх освітнього й науково-дослідницького потенціалу, генерує запити на створення нових робочих місць як безпосередньо на виробництві, так і в сфері науки та освіти;

3) промисловість є основним замовником для всіх інших галузей економіки — транспорту, зв'язку, торгівельної діяльності, фінансового сектора;

4) від рівня розвитку промисловості, в решті решт, залежать доходи державного бюджету, населення тощо [4, с. 51].

Таблиця 2

**Чисельність зайнятого населення за видами економічної діяльності, тис. чол.**

Найменування галузі/роки	1985	1990	1995	2000	2005	2010	2010 до 1990, разів
Всього, тис. чол.	20680	19890	15330	20180	20680	20270	1,02
Сільське господарство	3166,0	2823,0	1987,0	4334,1	3986,3	3094,5	1,10
Промисловість	7534,0	7100,0	5035,0	4598,3	4072,4	3461,5	0,49
Будівництво, транспорт і зв'язок	3645,0	3411,0	2241,0	2258,6	2342,0	2332,7	0,68
Торгівля, діяльність ресторанів і готелів	2014,0	2086,0	1502,0	3121,3	4175,2	4832,0	2,32
Фінансова діяльність, операції з нерухомістю	487,0	461,0	533,0	982,0	1214,5	1486,0	3,22
Державне управління, освіта, охорона здоров'я	3311,0	3381,0	3454,0	4187,9	4053,7	4253,5	1,26
Інші види економічної діяльності	522,0	624,0	574,0	692,8	835,9	805,8	1,29

Тут можуть допомогти грудневі (2013-го року) домовленості України з Російською Федерацією, що дадуть змогу одержати замовлення на продукцію хімічної промисловості, машинобудування, літакобудування тощо. Відкинувши політичну складову, зрозуміємо, що російський ринок більше потрібен колишнім республікам Радянського Союзу, ніж навпаки. Тут Росія виступає в ролі господарки, що може зробити ремонт у квартирі або накрити святковий стіл виключно своїми силами, але віддає перевагу відповідній фірмі чи національній торгівельній мережі (за типом “Еко-маркет”, “Сільпо”, “АТБ”) тощо. Українській же промисловості конче потрібно мати потужні замовлення, прибуток від яких вона має витратити на модернізацію виробництва.

Останнім часом все більше розуміється, що інформаційні технології закликані тільки підсилювати, а не спростовувати роль промисловості, в якій кориснішим є конкретний фахівець у тій чи іншій галузі, який оволодіє методологією маркетингової діяльності. Особливо це стосується випуску виробничо-технічної продукції. Так, всесвітньо відоме ВАТ “Сумське МНВО ім. М.В. Фрунзе”, яке протягом декількох останніх десятиліть за трьома основними показниками (доходом, прибутком та обсягом експорту) входить до чільної двадцятки промислових підприємств України, набирає, за рідким виключенням, в департамент маркетингу, що нараховує в своєму складі близько 150 чоловік, фахівців з базовою спеціальною технічною освітою. Безумовно, за інших умов перевага надається особам, що мають освіту з маркетингу як другу вищу. Тим, хто з тих чи інших причин її не має, пропонують одержати відповідні знання переважно в Сумському державному університеті.

Немає ніякого сумніву, що за два останні десятиріччя за розвитком комунікацій й каналів розподілу продукції економіка України наблизилася до економічно розвинутих країн світу. Але разом із тим мало вдосконалюється маркетингова діяльність в реальному секторі економіки, що в цілому не призвело до створення належної кількості нових видів товарів та впровадження новітніх технологій. Хоч вказаний термін не має чіткого визначення (одні фахівці розуміють під ним лише сферу матеріального виробництва, інші додають до нього послуги, науку тощо), можна сказати, що різниця між реальною і віртуальною економікою полягає у тому, що якщо перша виробляє та розподіляє реальні товари і послуги, то друга створює та перерозподіляє обов'язки з майбутнього виробництва реальних товарів і послуг, в тому числі в телекомунікаційних мережах [5]. Зосередження в столиці все більшої і більшої кількості фірм віртуальної економіки теж є причиною постійного перерозподілу чисельності найманих працівників на її користь, табл. 3.

Аналогічна проблема стосується й міжнародного маркетингу та навчальних дисциплін, що мають забезпечити відповідну підготовку фахівців-маркетологів. Як відомо, лівову частку експортних

поставок України складають видобута сировина, металургія, постачання енергоносіїв, транспорт та частково великовузлове складальне машинобудування [6,7]. Дисциплін же, що професійно вивчають маркетинг вказаних галузей у навчальних закладах України практично немає. Не дивлячись на те, що у ВНЗ Києва, хоч і дуже грубо, але, все-таки можна визначити напрямки з маркетингової підготовки (КНУ ім. Т. Шевченка — викладачі з маркетингу та фахівці з міжнародної діяльності, НТТУ «КПІ» — маркетологи для промислових підприємств, КНЕУ ім. В. Гетьмана — спеціалісти для державних структур та бізнесу тощо), вищі навчальні заклади України здебільшого готують фахівців з маркетингу без профілізації за принципом «всі для всіх». Тому, найближчим часом конче необхідне підсилення наукової складової фахових маркетингових дисциплін у ВНЗ України та нові технології в практичній маркетинговій діяльності, які мають спрямовуватися безпосередньо на зміцнення елементу product у комплексі маркетингу більшості галузей. Окрім цього, на державному рівні необхідна нова законодавча база, зорієнтована на рівномірний розвиток центру та регіонів, яка започаткує поступове відновлення реального сектора економіки України на місцях.

Таблиця 3

### Тенденції зміни середньорічної чисельності найманих працівників за регіонами України

№ пор.	Регіон України	Період дослідження, млн. осіб на рік			Щорічне відхилення, тис. осіб	Прогноз на 2014 рік, млн. осіб
		2002	2006	2010		
1	Західна Україна (8 областей)	2,37	2,13	1,80	- 72	1,5
2	Центральна Україна (5)	2,59	2,37	2,27	- 41	2,1
3	Північна Україна (без м. Київ 4)	1,44	1,26	1,17	- 34	1,0
4	Східна Україна (3)	2,74	2,61	2,53	- 26	2,4
5	Примор'я (5 з м. Севастополь)	2,23	2,03	1,99	- 29	1,9
6	м. Київ	0,86	1,04	1,27	+ 52	1,5

**Висновки.** Україні потрібна реіндустріалізація, яка є основою економіки, бо саме промисловість дає поштовх науково-дослідного й освітнього потенціалу та генерує запити на створення нових робочих місць безпосередньо на виробництві та в сфері освіти. Нові технології та підсилення наукової складової маркетингових дисциплін у ВНЗ мають спрямовуватися безпосередньо на зміцнення складової product комплексу маркетингу практичної маркетингової діяльності, що поступово відновлюватиме реальний сектор економіки в регіонах. Дисципліни з маркетингових досліджень й промислового маркетингу мають бути посилені знаннями з галузей, які складають основу експорту України: металургія, постачання енергоносіїв, великовузлове складальне машинобудування тощо.

### Література:

1. Маркетингова освіта в Україні / Зб. тез II Міжнар. наук.-практ. конф.. — К. : КНЕУ, 2013. — 72 с.
2. Державний комітет статистики України [електронний ресурс] // Державний комітет статистики України. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Телетов О.С. Інновація та розвиток людства. Історія і сучасність / О.С. Телетов // Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2011. — № 4. — С. 13–24.
4. Симоненко П.М. Україні потрібна нова індустрія / Симоненко П.М. К. : Друкарня Діапринт, — 2013. — 128 с.
5. Телетов А.С. Состояние реального сектора экономики современной Украины / А.С. Телетов, Н.В. Провозин // Социально-экономические проблемы адаптации реального сектора в современных условиях: монография. — Донецк : Ноулидж, 2013. — С. 6—13.
6. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительных предприятиях: [навчальний посібник] / П.Г. Перерва. — Х. : Основа, 1993. — 288 с.
7. Ткаченко М.О. Організаційно-економічний механізм управління потенціалом інноваційною розвитку підприємства / О.М. Ткаченко, С.А. Мехович // Зб. матеріалів доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Економічні проблеми сталого розвитку», присвяченої 20-річчю наукової діяльності факультету економіки та менеджменту Сумського державного університету (Суми, 3—5 квітня 2012 р.) / за заг. Ред. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2012. — Т.3. — С. 105—106.

# ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

УДК 338.45:246.87

Чупріна М. О.

Національний технічний університет України «КПІ»

## ФОРМАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

## ФОРМАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

## FORMALIZATION MODEL OF REGIONAL INDUSTRIAL INNO- VATION SYSTEM

*Обґрунтовано доцільність формалізації та введення регіональної промислової інноваційної системи алокаційного типу, що забезпечує генерування інноваційних процесів в інтелектуально-інформаційній, організаційно-економічній і нормативно-правовій сфері діяльності задля реструктуризації регіональних промислових комплексів. Здійснено розробку архітектури механізму управління розвитком стратегічного потенціалу регіональних промислових комплексів, а саме сукупності методів, інструментарію, важелів нормативно-правового, інформаційного й організаційного впливу на інноваційні процеси регіональних промислових комплексів. Визначено структурно-функціональний склад суб'єктів управління регіональної промислової інноваційної системи із виокремлення специфічних функцій суб'єктів, що будуть займатися формуванням, нарощенням та забезпеченням раціонального використання стратегічного потенціалу кожного регіонального промислового комплексу. Запропоновано алгоритм формування методологічної моделі реалізації дії регіональної промислової інноваційної системи за використання методів імітаційного моделювання*

**Ключові слова:** стратегічний потенціал регіональних промислових комплексів, регіональна промислова інноваційна система

*Обоснована целесообразность формализации и введение региональной промышленной инновационной системы алокацийного типа, направленной на генерирование инновационных процессов в интеллектуально-информационной, организационно-экономической и нормативно-правовой сфере реструктуризации региональных промышленных комплексов. Осуществлена разработка архитектуры механизма управления развитием стратегического потенциала региональных промышленных комплексов, а именно совокупности методов, инструментария, рычагов нормативно-правового, информационного и организационного влияния на инновационные процессы в региональных промышленных комплексах. Определены структурно-функциональный состав субъектов управления региональной промышленной инновационной системы с выделения специфических функций субъектов, которые будут заниматься формированием, наращиванием и обеспечением рационального использования стратегического потенциала отдельного регионального промышленного комплекса. Предложен алгоритм формирования модели действия*



региональной промышленной инновационной системы с использованием методов имитационного моделирования.

**Ключевые слова:** стратегический потенциал региональных промышленных комплексов, региональная промышленная инновационная система

*The necessity of formalization and implementation of regional industrial innovation system alokatsiynoho type that protects generating innovation in the intellectual and informational, organizational, economic, and regulatory and legal issues for restructuring of regional industrial complexes. Done architecture development mechanism of the development of the strategic potential of regional industrial complexes, namely the set of methods, instruments and levers legal, informational and organizational influence on the innovation processes of regional industrial complexes. Structural and functional composition of the subjects of management of regional industrial innovation system of separation of specific business functions that will be engaged in the formation, increase and providing strategic management of each regional industrial complex. The algorithm for the formation of a methodological model of regional industrial innovation system for the use of simulation techniques*

**Keywords:** strategic potential of regional industrial complexes, a regional industrial innovation system

**Вступ.** Дослідження змісту базових положень системного, об'єктно-цільового підходів до визначення й змісту технологій управління розвитком стратегічного потенціалу регіональних промислових комплексів (СП РПК) дозволяють зробити висновок, що забезпечення ефективності управління формуванням, нарощенням та використанням стратегічним потенціалом регіональних промислових комплексів (СП РПК) в умовах ресурсних обмежень та нестійкого економічного середовища стає можливим лише у разі побудови і впровадження у практику господарювання регіональної промислової інноваційної системи (РПІС) алокаційного типу.

Слід зазначити, що теоретичним і прикладним аспектам зазначеного напряму наукових досліджень присвячені наукові праці О. Алімова, О. Амоші, В. Геєця, В. Микитенко, І. Чукаєвої, О. Царенко, С. Шкарлета та ін. [1, 4, 5, 7]. Віддаючи належне теоретичній та практичній цінності попередніх здобутків, існує потреба у системному дослідженні проблематики цілеорієнтованого управління розвитком СП РПК України, а саме формування високоінтелектуальної РПІС.

**Постановка завдання.** З погляду прискорення динамічних змін при провадженні організаційно-економічних процесів і зростанні значимості фактору часу, на сучасному етапі управління розвитком СП РПК, великого значення набуває проблематика підвищення ефективності використовуваних технологій управління розвитком СП регіональних економічних систем (РЕС). Усвідомлення змісту промислової інноваційної стратегії регіону стає можливим лише у разі глибокого висвітлення економічних проблем забезпечення результативності управління та потребує вирішення двох взаємозалежних завдань. Так, у внутрішньому соціально-економічному просторі РЕС – це формування високоінтелектуальної регіональної промислової інноваційної системи. Щодо загальнодержавної арени – це розроблення та реалізація стратегії промислово-інноваційної стабільності регіонів (СПІСР), що передбачає цільову спрямованість дії вже формалізованих функціоналів сучасної системи забезпечення економічної безпеки (ЕБ) [6].

У відповідності до визначеної вище мети, основними завданнями даної статті є опрацювання структурно-функціонального складу суб'єктів управління РПІС із виокремлення специфічних функцій суб'єктів, що будуть займатися формуванням, нарощенням та забезпеченням раціонального використання СП кожного РПК. При цьому, як вважає автор статті, слід визначити й структурувати сукупність ключових функцій суб'єктів промислово-інноваційної системи управління розвитком промисловості регіону. Проведення й окреслення зазначеного дозволить виявити їхні повноваження і межі відповідальності у процесах переходу регіональної промисловості на інноваційний тип зростання.

Поряд із цим, нагальним завданнями є: а) здійснення розробки архітектури механізму управління розвитком СП РПК, а саме сукупності методів, інструментарію, важелів нормативно-правового, інформаційного й організаційного впливу на інноваційні процеси/регенерацію РПК; б) побудова алгоритму формування самої методологічної моделі реалізації дії РПІС за використання методів імітаційного моделювання.

**Методологія.** Формулювання цілей дослідження обумовлює необхідність детальної систематизації наукових досліджень на основі загальнонаукових і спеціальних методів наукової абстракції, аналізу та синтезу, історичних аналогій до пізнання економічних явищ щодо розбудови СП, об'єктів

і процесів; індукції та дедукції. Методологічною основою дослідження є об'єктивні економічні закони розвитку виробництва.

**Результати дослідження.** Стратегічні зміни, які відбуваються в межах РПК та перехід на якісно новий рівень промислового зростання стають імовірними лише у разі усвідомлення змісту промислової інноваційної стратегії регіону та формування високоінтелектуальної регіональної промислової інноваційної системи.

У цьому зв'язку у статті запропоновано до використання авторське тлумачення змісту регіональної промислової інноваційної системи – як інституту управління промисловістю в регіонах інноваційного типу в якості невід'ємної підсистеми національної промислової інноваційної системи, що забезпечує умови й реалізацію прогресивних управлінських вирішень щодо активізації інноваційних процесів в межах РПК, здійснюваних суб'єктами інноваційної діяльності.

Поряд із зазначеним, доцільним, на думку автора статті є здійснення добору найбільш оптимального набору технологій із управління реінжинірингу СП РПК України, який, перш за все, повинен базуватися на: а) аналізі й поданні реального стану РПК; б) пошуку найбільш ефективних варіантів забезпечення конкурентоздатності продукції; в) оцінці ємності ринків збуту для вітчизняної промислової продукції в країні і за її межами; г) обґрунтуванні національних інтересів (НІ) та виборі протекціоністських заходів для РПК; д) визначенні допустимих порогових меж відхилень узагальненого інтегрального показника задля ідентифікації параметрів ефективності управління розвитком СП РПК й обчисленні можливих економічних наслідків реалізації того чи іншого варіанта стратегії управління формуванням, нарощення та його використанням в умовах ресурсних обмежень, що, наразі, існують в межах держави в цілому та кожного РПК, зокрема [3].

Слід визначити, що метою створення й запровадження у практику господарювання функціонування регіональної промислової інноваційної системи є: а) забезпечення достатніх умов, залучення наявних резервів; б) пошук і повне освоєння потенційних можливостей РПК (інноваційних, технологічних, інформаційно-методичних і структурних змін); в) побудова та реалізація дії цільових функціоналів і формування підмеханізмів інноваційного розвитку промисловості регіону, як головного фактора його конкурентоспроможності. У цьому зв'язку нами пропонується архітектурна побудова оригінальної РПІС (приведено на рисунку).

Якщо розглядати РПІС на основі вхідних потоків та компонент, які акумулюють діяльність виробничо-господарських сфер, то в якості складових можна виділити наступні елементи, локалізація зусиль на яких і дозволить активізувати/оптимізувати процеси з управління розвитком СП РПУ за рахунок вибіркового провадження новацій за визначеними пріоритетними видами економічної діяльності (таблиця).



Рис. Архітектурна побудова регіональної промислової інноваційної системи (РПІС) на засадах реалізації системного й об'єктно-цільового підходів (запропоновано автором)

Оскільки, всі приведені та деталізовані підсистеми й елементи, з яких складається РПІС, певним чином, взаєморозташовані й залежні, утворюючи багатоконпонентну систему, можливо говорити про її структурну побудову, що можливо здійснити за використання принципів структурно-інформаційної теорії надійності систем. За їх використання і є можливість виділити певні компоненти, які

убезпечують її взаємозалежність та органічність в межах X-інституційної матриці певного регіону. Так, визнаємо, що до складу РПІС входить не весь реальний сектор економіки регіону, а лише та його частина, яка може бути задіяною в регіональному інноваційному процесі задля забезпечення ефективності управління розвитком СП певного РПК [2].

У цій відповідності, можна здійснити формалізацію стратегічного управління РПІС шляхом зміни/уточнення її параметрів, значення яких визначаються в межах РПІС. А механізми їхнього досягнення будуть враховувати вимоги, які встановлено нормативно-правовим забезпеченням в контексті реалізації інноваційної політики і цільових програм соціально-економічного розвитку певного регіону. За цим, можна окреслити і зміст технологій оперативного управління, що буде здійснюватися шляхом прийняття підзаконних актів на рівні регіональних органів державної влади й муніципальних органів влади. Проте, останнє буде вимагати прийняття таких управлінських рішень, що забезпечать алокаційний ефект при їхньому запровадженні.

Таблиця

**Визначення цільових функцій формалізованої РПІС та пріоритетних сфер діяльності задля підвищення ефективності управління розвитком СП\***

Об'єкти і сфери локалізації зусиль	Цільові функції РПІС щодо формування, нарощення на використання СП певного РПК
<ul style="list-style-type: none"> <li>- сфера створення інновацій для промисловості певного регіону;</li> <li>- сфера освоєння новацій в РПК;</li> <li>- сфера обслуговування й забезпечення процесів щодо створення й освоєння стратегічного потенціалу певного РПК та інновацій, що є найбільш пріоритетними для розвитку промисловості регіону;</li> <li>- сфера регуляторного коригування інноваційних процесів в межах РПК.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- реалізація цілей соціально — економічного розвитку РПК на основі освоєння інновацій за допомогою формалізованої інноваційної стратегії формування, нарощення та використання СП й інноваційної політики;</li> <li>- організація взаємовідносин і взаємодій усіх суб'єктів РПІС задля забезпечення ефективності управління розвитком СП РПК за рахунок залучення інформаційно-методичного потенціалу реального сектору;</li> <li>- організація інноваційних процесів, що реалізуються через інноваційну діяльність суб'єктів РПІС й виробничо-господарських зв'язків між ними задля добору засобів із управління розвитком СП РПК;</li> <li>- організація управління інноваційними процесами в РПК та створення та розвиток ринків інновацій в межах регіону задля формування інноваційного і технологічного потенціалу;</li> <li>- ресурсне (у тому числі і фінансове) забезпечення інноваційної діяльності в контексті формування, нарощення та використання потенціалу структурних змін РПК;</li> <li>- нормативно-правове забезпечення інноваційної діяльності задля прискореної модернізації реального сектору економіки регіону;</li> <li>- інформаційно-консультаційне забезпечення процесів управління розвитком СП за рахунок активізації інноваційної діяльності в межах РПК;</li> <li>- маркетингово-збутове і кадрове забезпечення інноваційної діяльності задля забезпечення: а) достатнього рівня економічної безпеки; б) високої ефективності управління розвитком СП РПК.</li> </ul>

Примітка \* Запропоновано і систематизовано автором на основі наукових праць [2, 5, 6, ]

Реформування та підвищення ефективності функціонування РПІС залежать від результатів використання технологій управління інноваційними процесами в промисловості регіону, від ступеня й характеру участі регіональних органів державної влади, муніципальних органів влади, а також суспільних структур в інноваційній сфері. За результатами зазначених взаємоузгоджень і здійснюється опосередковане управління розвитком СП певного РПК. У свою чергу, ефективність реалізації інноваційних процесів буде залежати від: достатності технологічного й розвиненості інноваційного потенціалу; кардинальності здійснених структурних зрушень у промисловості регіону; наявності сформованої в межах регіону необхідної інноваційної інфраструктури та інформаційно-аналітичного забезпечення; визначеності регіональної інноваційної стратегії й дієвості інноваційної політики щодо її реалізації з відповідним нормативно-правовим забезпеченням цільового функціоналу у сфері інновацій та управління розвитком СП певного РПК.

До цього визнаємо, що використання системного й об'єктно-цільового підходів при впровадженні організації та управління інноваційними процесами у промисловості регіону: а) дозволить підвищити погодженість і скоординованість дій усіх його учасників; б) буде сприяти підвищенню результативності й ефективності інноваційної діяльності на всіх її етапах на мезо-економічному рівні; в) сформує організаційно-економічні передумови задля забезпечення високої ефективності управління розвитком СП певного РПК.

**Висновки.** Елементами наукової новизни проведеного дослідження є формалізація концептуальної моделі реалізації дії інноваційної системи управління розвитком стратегічного потенціалу регіональних промислових комплексів. в контексті розроблення функціоналів та добору домінант регіональної стратегії управління розвитком СП реального сектору економіки. Зазначене стало основою для формування регіональної промислової інноваційної системи в контексті забезпечення результативності управління розвитком СП та визначення змісту цільових функцій інноваційної системи управління розвитком СП РПК України.

Забезпечено розробку та обґрунтування регіональної промислової інноваційної системи, авторське тлумачення змісту якої представлено в якості інституту управління промисловістю в регіонах інноваційного типу, що є невід'ємною підсистемою національної промислової інноваційної системи, яка функціонує в складі національної інноваційної системи. Її запровадження у практику господарювання певним чином спрямовано на формування організаційно-економічних умов та реалізацію прогресивних управлінських вирішень щодо активізації інноваційних процесів в межах РПК, здійснюваних суб'єктами інноваційної діяльності у відповідності до визначених у дисертації цільових функцій із формування, нарощення та використання СП РПК.

Реалізація дії формалізованої РПІС провадиться цілеспрямовано і є адекватною: а) реальним виробничо-господарським і соціально-економічним процесам, що відбуваються в межах РПК; б) сформованій X-інституційній матриці, яка історично склалася в Україні; в) реальним цільовим функціоналам, які: забезпечують взаємодію елементів РПІС, коригування їхньої діяльності у рамках вибраної інноваційної стратегії; націлені на нарощення інноваційного, технологічного та інформаційно-методичного потенціалу, а також потенціалу структурних змін за рахунок підвищення інвестиційної привабливості й конкурентоспроможності РПК України як окремо кожного, так і в цілому промисловості.

В практичному відношенні стратегічною метою формалізації та реалізації дії формалізованої РПІС визнано створення багатгалузевого, високотехнологічного, конкурентоздатного і високо-ефективного промислового комплексу в межах регіону як основи: забезпечення достатнього рівня його економічної безпеки регіональної економічної системи; підвищення життєвого рівня населення територій; оздоровлення екологічної ситуації та забезпеченні рівноваги при генеруванні ознак до сталого людського розвитку; інтеграції промислового комплексу держави у систему світогосподарських зв'язків на взаємовигідних умовах.

Розвиток подальших досліджень в даному напрямку повинен бути спрямований на розробку науково обґрунтованих рекомендацій щодо: а) забезпечення достатніх умов, залучення наявних резервів; б) пошук і повне освоєння потенційних можливостей РПК (інноваційних, технологічних, інформаційно-методичних і структурних змін); в) побудови та реалізації дії цільових функціоналів і формування підмеханізмів інноваційного розвитку промисловості регіону, як головного фактора його конкурентоспроможності.

### Література:

1. Геєць В. М. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / В. М. Геєць – К.: Ін-т економ.прогноз.; Фенікс, 2003 – 1008 с.
2. Касич А. О. Розвиток інвестиційно-інноваційних процесів в Україні: джерела, оцінка, перспективи: Монографія [Текст] / А. О. Касич – Кременчук: ТОВ «Кременчуцька міська друкарня», 2008 – 406 с
3. Ладонько Л. С. Оптимізаційні моделі макроекономічного регулювання інноваційних процесів на різних рівнях управління промисловістю та її РПК / В. В. Микитенко, Л. С. Ладонько // Економічна динаміка [Науковий журнал. Електронний ресурс]. Режим доступу до матеріалів: [http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?nomer\\_data/](http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?nomer_data/)
4. Микитенко В. В., Алимов О. М. Стратегічний потенціал – сукупні можливості національної економіки по досягненню цілей збалансованого розвитку / В. В. Микитенко, О. М. Алимов // Продуктивні сили України. – К.: – РВПС НАН України, 2006. – № 1. – С. 135–151.
5. Сталий розвиток промислового регіону: соціальні аспекти: Монографія [Текст] / [О. М. Амоша, В. П. Антонюк, О. Ф. Новікова та ін.]. – НАН України, інститут економіки промисловості. – Донецьк: Вид-во Ін-ту економіки промисловості, 2012. – 534 с.
6. Стратегія сталого розвитку регіону: Монографія [Текст] / І. О. Александров, О. В. Половян, Ю. Ф. Коновалов, О. В. Логачова, М. Ю. Тарасова та ін. / за заг. ред. д.е.н., проф. І. О. Александрова/ НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2010. – 203 с.
7. Формування потенціалу соціально – економічних та організаційних змін: монографія / за заг. ред. д.е.н. І. А. Ігнат'євої, д.е.н. В. В. Микитенко. – К.: РВПС України НАН України і КНУТД МОН України, Вид-во ПП Вищемирський В. С., 2010. – 694 с.

## ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СПІЛЬНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

## ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБЩИХ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

## THE INNOVATION AND INVESTMENT POTENTIAL FORMATION AT JOINT ENGINEERING COMPANIES

*Розкрито сутність інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств та наведено його визначення. Проаналізовано його складові компоненти. Розглянуто існуючі підходи до визначення інноваційного та інвестиційного потенціалів. Визначено структуру і аспекти формування інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств, що дозволить здійснювати його ефективно формування та використання. Визначено місце інноваційно-інвестиційного потенціалу у створенні необхідних умов для оптимального використання наявних ресурсів і потенційних можливостей спільних машинобудівних підприємств, що перебувають у їх розпорядженні. Розкрито місію формування даного потенціалу, яка полягає у забезпеченні спроможності здійснювати таку інноваційно-інвестиційну політику, внаслідок якої машинобудівні підприємства будуть випускати конкурентоспроможну інноваційну продукцію. Визначено, що формування інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств безпосередньо пов'язане зі стратегією їх розвитку.*

**Ключові слова:** потенціал, інноваційно-інвестиційний потенціал, інноваційний потенціал, інвестиційний потенціал, інвестиційні ресурси, інноваційна діяльність.

*Раскрыта сущность инновационно-инвестиционного потенциала совместных машиностроительных предприятий и предложено его определение. Проанализированы его составные компоненты. Рассмотрены существующие подходы к определению инновационного и инвестиционного потенциалов. Определена структура и аспекты формирования инновационно-инвестиционного потенциала совместных машиностроительных предприятий, что позволит осуществлять его эффективное формирование и использование. Определено место инновационно-инвестиционного потенциала в создании необходимых условий для оптимального использования имеющихся ресурсов и потенциальных возможностей совместных машиностроительных предприятий, находящихся в их распоряжении. Раскрыта цель формирования данного потенциала, заключающаяся в обеспечении способности осуществлять такую инновационно-инвестиционную политику, в результате которой машиностроительные предприятия будут способны выпускать конкурентоспособную инновационную продукцию. Определено, что формирование инновационно-инвестиционного потенциала совместных машиностроительных предприятий непосредственно связано со стратегией их развития.*

**Ключевые слова:** потенциал, инновационный потенциал, инвестиционный потенциал, инновационно-инвестиционный потенциал, инвестиционные ресурсы, инновационная деятельность.

*The essence of the innovation and investment potential of joint engineering companies including the analysis of its components and its definition is disclosed in this article. The structure of the innovation and investment potential of joint engineering companies is defined. The aspects of the innovation and*

*investment potential formation of joint engineering companies are theoretically substantiated and developed so as to ensure its efficient usage. The place of innovation and investment potential in creating the necessary conditions for the optimal usage of available resources and potential opportunities that joint engineering companies have at their disposal is defined. The mission of this potential formation is revealed and includes the ability to fulfil such innovation and investment policy that will result in production competitive innovative engineering goods. It is highlighted that innovation and investment potential of joint engineering companies is directly related to the strategy of its development.*

**Keywords:** *potential, innovation potential, investment potential, innovation and investment potential, investment resources, innovation.*

**Вступ.** В Україні назріла об'єктивна необхідність залучення прямих іноземних інвестицій у національну промисловість. Машинобудівні підприємства відносяться до суб'єктів високотехнологічного виробництва. Тому забезпечення і підвищення рівня інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних підприємств - ключовий інструмент розвитку і підвищення інноваційної активності у машинобудуванні в цілому. В умовах розробки і реалізації проектів створення спільних підприємств виникає комплекс проблем, насамперед інноваційного та інвестиційного характеру. Зокрема проблема формування інноваційно-інвестиційного потенціалу. Це зумовлює актуальність дослідження сутності та структури інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Серед зарубіжних і вітчизняних вчених істотний внесок у дослідження питань інноваційного розвитку та його інвестиційне провадження, зокрема формування та використання інноваційно-інвестиційного потенціалу, зробили О. І. Амоша, В. М. Геєць, Е. М. Забарна [5], Н. П. Мешко [7], В. О. Кузьмінський, Г. К. Яловий, Д. М. Стеченко [9], І. В. Юхновський [10] та інші дослідники.

**Постановка завдання.** Аналіз фахової літератури й узагальнення наукових тлумачень щодо сутності інноваційно-інвестиційного потенціалу свідчить про недостатнє висвітлення визначальних рис та особливостей цього явища, а також аспектів його прояву та формування. Створення спільних машинобудівних підприємств сприяють залученню нових технологій і прямих інвестицій в економіку України, та потребують вивчення зазначеного потенціалу з урахуванням специфіки їх функціонування. Отже, мета статті – розкрити структуру інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств, його якісні характеристики.

**Методологія.** Наукові основи дослідження становили результати фахових праць вітчизняних і зарубіжних вчених, публікацій у періодичних виданнях з питань інноваційно-інвестиційного потенціалу, прямих інвестицій та інноваційної діяльності. Для вирішення поставленого завдання використано такі методи: аналіз і синтез, історичний та логічний підходи – для вивчення теоретичних основ сутності поняття “потенціал”, “інноваційно-інвестиційний потенціал”; структурно-логічний аналіз – для дослідження структури інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств; абстрактно-логічний – для аналітичного узагальнення і формулювання висновків.

**Результати дослідження.** Політика відтворення інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств створює необхідні передумови для нарощення виробництва конкурентоспроможної продукції та забезпечення інтенсивного економічного зростання. Даний потенціал відноситься до основного ресурсу економічного розвитку, який може бути використано на спільних машинобудівних підприємствах.

Слово «потенціал» походить від латинського “potential”, що означає сила, міць. «Великий енциклопедичний словник» трактує потенціал, як засоби, запаси, джерела, що є в наявності і які можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення визначених цілей, реалізації плану, розв'язання завдання. А також визначає його як можливості окремої особи, суспільства, держави в конкретній галузі, зокрема економіці [1]. У тлумачному словнику сучасної української мови “потенціал” трактується як “запас чого-небудь, резерв; приховані здатності, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов” [2, с. 902]. Саме на створення цих “певних умов” для прояву прихованих і розвитку наявних ресурсів спільних машинобудівних підприємств орієнтоване формування інноваційно-інвестиційного потенціалу.

Визначення поняття «потенціал» дає змогу зрозуміти його економічну природу. Вона розкривається через три взаємопов'язані та взаємозалежні ознаки: зміст – засоби, запаси, ресурси; здатність, можливість та необхідність мобілізації цих ресурсів, засобів; мета, ціль мобілізації і використання вищезазначених ресурсів. Зокрема і інноваційно-інвестиційний потенціал спільних машинобудівних підприємств потребує узгоджену взаємодію цих трьох складових [10, с. 161].

У фаховій літературі в структурі інноваційно-інвестиційного потенціалу виділяють дві його підсистеми, які взаємодоповнюють одна одну – інноваційний та інвестиційний потенціали.

Інноваційний процес, створення та трансфер технологій, використання нововведень у виробництві потребують значних фінансових ресурсів, інвестицій. У свою чергу, реалізація інвестиційного потенціалу здатна забезпечити інтенсивний економічний розвиток лише за умови залучення та використання інноваційного потенціалу. Це зумовлює необхідність інтеграційного підходу до інноваційної та інвестиційної діяльності.

Інноваційний потенціал – частина економічного потенціалу, що забезпечує розвиток науки і техніки та впровадження їх досягнень в економіку, забезпечуючи тим самим її зростання. Це основна ресурсна база розвитку країни. Крім того інноваційний потенціал відображає можливість подальшого удосконалення інновацій, виникнення на їх основі інших інновацій, а також поширення їх на нові галузі й отримання соціоекономічного ефекту [3, с. 5]. Інноваційний потенціал на рівні держави представляє собою сукупність науково-технічних, фінансово-економічних, виробничих, соціальних і культурно-освітніх можливостей, необхідних для забезпечення інноваційного розвитку економіки.

Окремі фахівці пропонують розглядати інноваційний потенціал підприємств як сукупність різних видів ресурсів, включаючи матеріальні, фінансові, інтелектуальні, науково-технічні і інші ресурси, необхідні для здійснення інноваційної діяльності [10, с. 163]. Використання такого підходу при дослідженні потенціалу є не зовсім повним, оскільки в різних умовах господарські ресурси можуть бути використані по-різному, і не завжди гарантують однакові економічні результати. Отже, не можуть бути «мірою» інноваційного розвитку.

Інноваційний потенціал підприємства передбачає реальну або ймовірну спроможність виконувати цілеспрямовану роботу у сфері розроблення, виробництва і впровадження інноваційного продукту або процесу. Отже, його ефективно використання забезпечує перехід від прихованої можливості до реальної. Таким чином, інші дослідники визначають інноваційний потенціал, як характеристику здатності системи до зміни, вдосконалення, прогресу [10, с. 164].

Поняття інноваційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств розкриває їх комплексну характеристику, як підприємств-новаторів та визначає стан їх внутрішнього середовища щодо сприйняття й реалізацію інновацій.

Отже, інноваційний потенціал спільних машинобудівних підприємств можна охарактеризувати як систему ресурсів, здібностей та можливостей, які забезпечують спроможність та здатність здійснювати інноваційну діяльність, впровадження досягнень НТП, розробку та реалізацію нововведень та підтримку інноваційного процесу, що дає змогу перейти в якісно новий стан розвитку з метою досягнення конкурентоспроможності підприємств.

Іншою підсистемою інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств є їх інвестиційний потенціал. Можна виділити два основних підходів до визначення інвестиційного потенціалу. Перший характеризує його як сукупність інвестиційних ресурсів – матеріальних, фінансових та інтелектуальних та інших. Другий підхід результативний – оцінка потенціалу з урахуванням фактичних параметрів інвестиційних процесів [7, с. 84]. Отже, якщо перший підхід досліджує формування інвестиційного потенціалу, то другий підхід більшу увагу приділяє його використанню.

У ринкових умовах інвестиційний потенціал України характеризується сукупністю макроекономічних показників, зокрема темпами економічного зростання, процентною ставкою, нормою прибутку, рівнем і динамікою інфляції, наявністю споживчого попиту населення і ринків збуту, насиченість території факторами виробництва і їх співвідношення, ступенем розвитку інфраструктури та інше. Врахування цих умов свідчить про інвестиційну привабливість економіки держави [10, с. 167].

Відтворення інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств базується на реалізації цілей, які зазначені в інвестиційній політиці підприємств, характеризують напрями і динаміку розвитку їх інвестиційної діяльності. Інвестиційний потенціал підприємств являє собою не тільки здатність відтворити виробничу потужність, але і можливість залучити інвестиції в підприємства. З цього випливає, що інвестиційний потенціал спільних машинобудівних підприємств безпосередньо пов'язаний зі стратегією їх розвитку.

Інвестиційний потенціал спільних машинобудівних підприємств являє собою сукупність ряду елементів, до яких належать: інвестиційні ресурси, інформаційні ресурси, людські ресурси, інвестиційні плани і проекти. Взаємодія цих компонентів формує інвестиційну привабливість підприємств, потребу в капітальних і фінансових інвестиціях [8].

Для комплексного аналізу інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств слід враховувати наступні фактори: наявність інтелектуального капіталу та необхідних джерел інвестицій, здатність залучати інвестиції та підвищувати ринкову вартість підприємств, забезпечення зростання їх фінансових потоків і грошового капіталу. Також інвестиційний потенціал спільних

машинобудівних підприємств безпосередньо залежить від ступеня можливості підприємств перетворити власні людські і виробничі ресурси у інвестиційний капітал. Все це досягається завдяки здатності спільних машинобудівних підприємств здійснювати інвестиції у власний розвиток, розширення і модернізацію. Це безпосередньо впливає на розвиток і розширення їх інвестиційної діяльності.

Проведені науковцями дослідження [7, 9] відображають досить високий рівень кореляційної залежності між інвестиційним потенціалом регіону та розміром прямих іноземних інвестицій. Отже, формування спільних машинобудівних підприємств забезпечує інвестиційну привабливість економіки України та впливають на можливість залучення прямих капітальних надходжень на розвиток пріоритетних напрямів машинобудування [5]. Тому на рівні держави стратегія розвитку спільного підприємництва має розглядатися як складова частина зовнішньоекономічної діяльності України.

Загалом, інноваційно-інвестиційний потенціал спільних машинобудівних підприємств можна визначити як систему інноваційно-інвестиційних ресурсів, факторів та умов, що створюють можливості для здійснення інноваційної та інвестиційної діяльності підприємствами машинобудівної галузі, освоєння інвестиційних ресурсів з метою забезпечення сталого розвитку, реалізації стратегічних цілей та формування конкурентних переваг.

У даному випадку, потенціал розглядається як міра здатності й готовності спільних машинобудівних підприємств здійснювати інноваційно-інвестиційну діяльність. При цьому під здатністю розуміється наявність і збалансованість структури компонентів потенціалу, а під готовністю – достатність реалізації потенціалу для формування інноваційної моделі розвитку спільних машинобудівних підприємств.

Визначення структури інноваційно-інвестиційного потенціалу як у теоретичному, так і в практичному аспектах є досить важливим, оскільки дає уявлення про величину інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств та його складових елементів. Це є необхідною умовою для здійснення його ефективного формування та використання.

В структурі інноваційно-інвестиційного потенціалу виділяють дві його підсистеми – інноваційний та інвестиційний потенціали. Складові компоненти потенціалу можна поділити на такі види: ресурсний, факторний та результативний. Структура інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств представлена на рисунку.

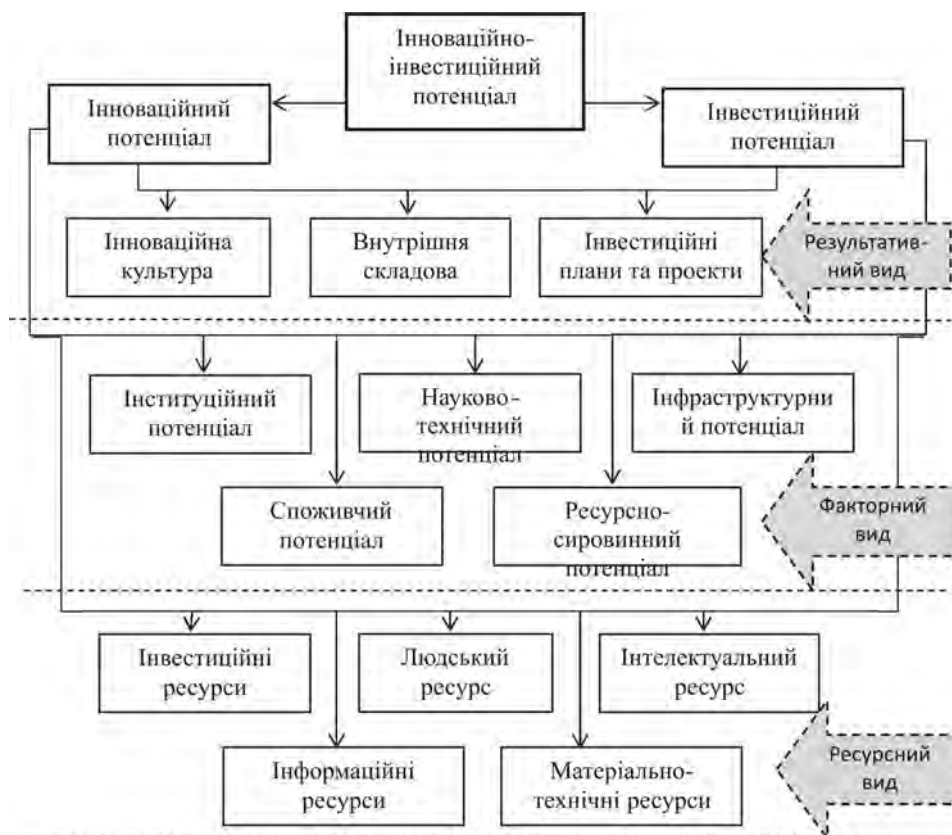


Рисунок. Структура інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств



Складові інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств ресурсного виду є його основним фундаментальним елементом та безпосередньо впливають на формування потенціалу. Вони містять у собі компоненти, що мають різне функціональне призначення: інвестиційні, матеріально-технічні, інформаційні, інтелектуальні, людські та інші види ресурсів.

Інвестиційні ресурси складають множину фінансових запасів та джерел, які за певних умов, можуть бути акумульовані для досягнення певних цілей та виконання завдань. Важливість цих ресурсів пояснюється їх участю у фінансовому забезпеченні інноваційної діяльності. Це фінансові можливості підприємства. Формування інвестиційних ресурсів на спільних машинобудівних підприємствах відбувається на засадах трьох незалежних джерел: власних коштів підприємства, залучених коштів, позикових коштів. Машинобудівне підприємство, яке використовує лише власний капітал, має найбільш значну фінансову стійкість, проте воно обмежує темпи свого розвитку, тому що не може забезпечити необхідні обсяги своїх активів при сприятливій кон'юнктурі ринку. Зважаючи на специфіку функціонування спільних машинобудівних підприємств, вони мають більш високий інвестиційний потенціал завдяки формуванню додаткового обсягу активів. Витрати на капіталомісткі наукові дослідження можуть виявитися досить відчутними навіть для великих підприємств. Одночасно, спільні машинобудівні підприємства розділяють як самі витрати, так і ризик у процесі перенесення теоретично-конструкторських ідей та розробок у сферу виробництва.

Матеріально-технічні ресурси забезпечують техніко-технологічну базу потенціалу, що має в подальшому впливати на інноваційну діяльність. Спільне машинобудівне підприємство передбачає глибоку в технологічному і в організаційному плані міжнародну співпрацю комерційних структур на довгостроковій основі [9, с. 136]. Це забезпечує доступ до нових технологій, швидке освоєння і прискорення їх комерціалізації, адаптування виробництва до умов світового ринку та формування інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємств.

Інформаційні ресурси забезпечують швидкість отримання та поширення знань як всередині підприємства, так і ззовні. Характерною ознакою інформаційних ресурсів є їх невичерпність і можливість нагромаджуватися. Вони спрямовані на підготовку й прийняття управлінських рішень та впливають на характер (специфіку) виробництва через збирання, зберігання, обробку та поширення інформації [4, с. 19-21].

Інтелектуальні ресурси – це об'єкти інтелектуальної, в тому числі промислової власності. Вони можуть бути результатом інтелектуальної діяльності працівників підприємства, придбані, створені на замовлення у сторонній організації тощо. До інтелектуальної власності належать винаходи, патенти, технології, корисні моделі, промислові зразки, фірмові знаки, торговельні марки тощо. Їх можна оцінити та поставити на бухгалтерський облік як нематеріальні активи.

Людський ресурс як сукупність знань, досвіду, навичок, творчих можливостей, здібностей є невіддільним і невідчужуваним від його володаря. Для підприємств складниками людського капіталу є: якість освіти, професійна підготовка, творчий потенціал, стан здоров'я, мотивованість, мобільність працівників тощо. Характерною особливістю людського капіталу є те, що з плином часу його вартість не зменшується, як це відбувається з фізичним капіталом, а навпаки – зростає. Це відбувається через невпинне нагромадження людиною виробничого досвіду, знань, здібностей, здобуття нових трудових навичок тощо.

До факторного типу складових інноваційно-інвестиційного потенціалу можна віднести сукупність інституційного, науково-технічного, інфраструктурного, ресурсно-сировинного та споживчого потенціалів. Названі потенціали визначають передумови функціонування спільних машинобудівних підприємств, загальноекономічні, загальногосподарські і соціальні фактори.

Інституціональний потенціал відображає наявність організаційних структур, які забезпечують умови для ділової активності спільних підприємств і взаємодії держави, підприємництва, науки та освіти.

Науково-технічний потенціал характеризується відповідним рівнем наукового забезпечення виробництва: наука, техніка, технологія, інженерна справа, виробничий досвід, можливості та ресурси, у тому числі науково-технічні кадри, які наявні в розпорядженні підприємства.

Інфраструктурний потенціал охоплює можливість організації підприємницької діяльності. Найбільш важливою складовою потенціалу виступає транспорт, зв'язок, енергетика. Функція інфраструктури – забезпечення безперебійного та ефективного функціонування підприємств.

Ресурсно-сировинний потенціал враховує наступні фактори: потребу в сировині чи продукції, що виготовляється з неї, їх якість, запаси та географічне розташування, наявність транспортних та інших комунікацій, вартість земель та екологічні аспекти.

Споживчий потенціал характеризує сукупну купівельну спроможність. Це максимально можлива кількість товарів і послуг, яка може задовольняти потреби національного (локального) ринку за певний період часу.

Компоненти результативного типу є важливою складовою інноваційно-інвестиційного потенціалу. Вони визначають мету інноваційної та інвестиційної діяльності – створення або покращення товару, вдосконалення технології виробничого процесу та їх інвестиційне провадження, тобто наявні інвестиційні плани та проекти. Це створює можливості відтворення, нагромадження і збільшення інших елементів інноваційно-інвестиційного потенціалу, зокрема ресурсного виду.

Внутрішня складова інноваційно-інвестиційного потенціалу забезпечує поєднання і використання складових ресурсного та результативного виду. Цей компонент включає способи і методи управління інноваційною та інвестиційною діяльністю. Таким чином, він відповідає за всі етапи реалізації цих процесів на спільних машинобудівних підприємствах. Це також сприяє відповідності виробництва вимогам споживчого попиту, необхідним якісним стандартам з метою адаптації до змін у зовнішньому середовищі.

У фаховій літературі виокремлюють інноваційну культуру як складову інноваційного потенціалу. Вона характеризує міру сприйнятливості підприємством нововведень, досвід впровадження нових проектів, ведення інноваційної політики підприємством, відношення персоналу до новацій. Ця складова прискорює відтворення інновацій [10].

У запропонованій структурі чітко розмежовані можливості, якими оперує підприємство (ресурсний вид), фактори, за допомогою яких використовуються дані можливості (факторний вид) і результати, що, з одного боку, є наслідком раціональної реалізації потенціалу, а з іншого, - формують кращі можливості для його використання в майбутньому (результуючий вид). Це відображає взаємозв'язки між потребами і ресурсами та стимулює ефективність управління інноваційно-інвестиційним розвитком спільних машинобудівних підприємств.

Кожна із зазначених складових інноваційно-інвестиційного потенціалу – це сукупність наявних ресурсів і можливостей, внаслідок взаємодії яких досягається синергетичний ефект, що спричиняє створення нового, збільшеного потенціалу. Отже, система набуває нових властивостей, не притаманних кожній окремій його складовій.

Отже, місія формування інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств – це діяльність, спрямована на активне використання наявних ресурсів і потенційних можливостей зазначених підприємств для отримання кінцевого результату. Загальна мета використання даного потенціалу є забезпечення спроможності здійснювати таку інноваційно-інвестиційну політику, внаслідок якої машинобудівні підприємства будуть випускати конкурентоспроможну інноваційну продукцію, яка відповідатиме очікуванням ринку та найбільш повно задовольнятиме потреби суспільства.

**Висновки.** Виходячи з проведеного аналізу, ключові аспекти формування зазначеного потенціалу спільних машинобудівних підприємств полягають у паралельній реалізації та взаємодії інноваційного і інвестиційного потенціалів. Виявлено особливості інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств і охарактеризовано аспекти його формування і використання. Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому що, структурні елементи його підсистем - інноваційного та інвестиційного потенціалів, включають не лише ресурсне забезпечення, а й результативну спрямованість інноваційно-інвестиційної діяльності та урахування зовнішніх факторів. Запропонована структура відрізняється тим, що відображає взаємозв'язки між потребами і ресурсами та стимулює ефективність управління інноваційно-інвестиційним розвитком спільних машинобудівних підприємств. Теоретичне значення результатів дослідження полягає у поглибленні науково-методичних засад формування інноваційно-інвестиційного потенціалу спільних машинобудівних підприємств і визначення збалансованості його структури. Практичне застосування результатів дослідження полягає у тому, що ефективно формування зазначеного потенціалу спільних машинобудівних підприємств сприятиме створенню необхідних умов для оптимального використання наявних ресурсів і потенційних можливостей, що перебувають у їх розпорядженні.

#### Література:

1. Большой энциклопедический словарь / [ред. И. Лапина, Е. Маталина, Р. Секачев, Е. Троицкая, Л. Хайбуллина, Н. Ярина]. – М. : АСТ, Астрель, 2006. – 1248 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови: 170 000 слів і словосполучень. – К., Ірпінь: ВТФ «Перун», 2004. – 1440 с.
3. Архієреєв С. І. Інноваційний потенціал України / С.І. Архієреєв, Т.В. Тарасенко. – Х. : Золоті сторінки, 2008. – 112 с.
4. Довбенко В. І., Мельник В. М. Потенціал і розвиток підприємства [Текст] // Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2010. -232с
5. Забарна Е. М. Інноваційно-інвестиційний фактор економічного розвитку України / Забарна Е. М. – О. : Ін-т проблем ринку та екон.-екол. досліджень НАН України, 2006. – 304 с.

6. Лапин Е. В. Экономический потенциал предприятия: Монография. – Сумы: ИТД “Университетская книга”, 2002. – 310с
7. Мешко Н. П. Інвестиційно–інноваційний потенціал регіону: критерії оцінки та проблеми формування / Н. П. Мешко // Екон. простір. – 2008. – № 10. – С. 78–88.
8. Покатаєва К. П. Теоретичні основи визначення категорій «інвестиційний потенціал» та «інвестиційна привабливість» / К. П. Покатаєва // Коммунальное хозяйство городов: науч.-техн. сб. Серия: Техн. науки. – 2007. – Вип. 75. – С. 262–268.
9. Стеченко Д. М Інноваційні форми регіонального розвитку. Навч. посіб. -К. : Вища школа, -2002. -254 с.
10. Юхновський І. В. Сутність та структура інноваційно-інвестиційного потенціалу економіки: основні підходи та напрями формування / І. В. Юхновський // Український соціум. – 2010. – № 2. – С. 159-171.

УДК 330.341.1 <http://teacode.com/online/udc/33/330.341.1.html>

**Гавриш О. А.**

*доктор техн. наук, професор*

**Черняк Г. М.**

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

## **ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ КАК НЕОБХОДИМОЕ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ**

## **INNOVATIVE DEVELOPMENT AS A NECESSARY COMPO- NENT OF ECONOMIC SECURITY OF MODERN COMPANIES**

*Проблема забезпечення достатнього рівня економічної безпеки та формування сприятливих умов для інноваційного розвитку підприємств малого бізнесу на сьогодні вимагає адекватного та своєчасного вирішення і є надзвичайно актуальною. У статті проаналізовано сутність та основні визначення економічної безпеки. Досліджено праці вітчизняних та зарубіжних дослідників з окресленої проблематики, наведені їх розуміння економічної та інноваційної безпеки. Сформульовано авторське визначення інноваційної безпеки підприємства, під якою розуміється такий рівень розвитку його інноваційних потужностей та потенціалу, що дозволяє досягти стану захищеності від внутрішніх та зовнішніх економічних загроз в умовах нестабільності національної економіки. Виділено основні функціональні складові економічної безпеки на рівні управління сучасним підприємством. Виокремлено три групи ризиків, що загрожують інноваційній безпеці. Звернено увагу на основні проблеми забезпечення економічної безпеки інноваційного розвитку. Сформовано чинники інноваційного розвитку, що впливають на економічну безпеку підприємства в умовах конкурентної боротьби. Визначено три основні функції інновацій в контексті активізації процесів формування економічної безпеки підприємства засобами інноваційного розвитку.*

**Ключові слова:** інновації, економічна безпека, інноваційна безпека, розвиток, проблеми.

*Проблема обеспечения достаточного уровня экономической безопасности и формирование благоприятных условий для инновационного развития предприятий малого бизнеса на сегодня требует адекватного и своевременного решения и является чрезвычайно актуальной. В статье проанализированы сущность и основные определения экономической безопасности. Исследованы труды отечественных и зарубежных исследователей по обозначенной проблематике, приведено их понимание экономической и инновационной безопасности. Сформулировано авторское определение инновационной безопасности предприятия, под которой понимается такой уровень развития его инновационных мощностей и потенциала, который позволяет достичь состояния защищенности от внутренних и внешних угроз в условиях нестабильности национальной экономики. Выделены основные функциональные составляющие экономической безопасности на уровне управления современным предприятием. Обозначены три группы рисков, угрожающих инновационной безопасности. Обращено внимание на основные проблемы обеспечения экономической безопасности инновационного развития. Сформулированы факторы инновационного развития, влияющие на экономическую безопасность предприятия в условиях конкурентной борьбы. Определены три основные функции инноваций в контексте активизации процессов формирования экономической безопасности предприятия путем инновационного развития.*

**Ключевые слова:** инновации, экономическая безопасность, инновационная безопасность, развитие, проблемы

*The problem of providing sufficient economic security and creating an enabling environment for innovative development of small businesses today require adequate and timely solution and is extremely urgent. This paper examines the nature and basic definitions of economic security. Studied work of domestic and foreign researchers outlined the problems given their understanding of the economic and innovative security. Formulated the author's definition of innovative security, defined as a level of development of its innovative capacity and potential, which allows reaching the state of protection from internal and external economic threats in an unstable national economy. The basic functional components of the economic level security management of modern enterprise. Determined three groups of risks to safety innovation. Attention is paid to the basic problem of providing economic security innovation. Formed innovative development factors affecting the economic security of the enterprise in a competitive environment. The three main functions of innovation in the context of intensified processes of formation of economic security facilities innovative development.*

**Keywords:** innovation, economic security, safety innovation, development and problems

**Вступ.** Сьогодні вітчизняна економіка впевнено переходить на інноваційний шлях розвитку. Одним із стратегічних ресурсів інноваційного розвитку є мале підприємництво, що здатне забезпечити результативне освоєння технологічних, ресурсних, кадрових, маркетингових інновацій, будучи одночасно і виробником, і споживачем інноваційної продукції. Відповідно, проблема забезпечення достатнього рівня економічної безпеки та формування сприятливих умов для інноваційного розвитку підприємств малого бізнесу на сьогодні вимагає адекватного та своєчасного вирішення і є надзвичайно актуальною.

Теоретико-методологічні аспекти інноваційного розвитку та економічної безпеки комплексно висвітлено у працях провідних вітчизняних науковців, зокрема, Мунтіяна В. І., Сороківської О. А., Шкарлет С. М., Капустіна Н. та ін. У цих працях досліджено економічну безпеку на рівні держави та підприємства, проблеми та перспективи економічної безпеки інноваційного розвитку малого бізнесу, розглянуто економічну безпеку підприємства у функціональному аспекті його інноваційного розвитку. Проте на сьогодні досі залишаються невивченими окремі аспекти впливу загроз та формування можливостей інноваційного розвитку малих підприємств, недостатньо повно висвітлено основні підходи до забезпечення економічної безпеки малого бізнесу з огляду на його інноваційний розвиток.

Необхідність подальшого вдосконалення теоретичних основ та методико-прикладних підходів до управління інноваційним розвитком вітчизняних підприємств і зумовило актуальність теми даного дослідження, його мету та завдання.

**Постановка завдання.** Основними цілями даного дослідження є: аналіз теоретичних підходів до визначення термінів «економічна безпека», «інноваційна безпека» та наведення власного узагальнюючого визначення цих понять; виявлення факторів, що впливають на формування інноваційної безпеки підприємства; дослідження значення економічної безпеки в управлінні інноваційним розвитком підприємства, а також розробка теоретичних, методологічних положень і практичних рекомендацій щодо вирішення проблем та окреслення перспектив забезпечення економічної безпеки малих підприємств.

**Методологія дослідження.** Для досягнення поставленої мети було проаналізовано праці вітчизняних та зарубіжних науковців - дослідників з вищезазначеної проблематики та використано наступні методи дослідження : системний підхід, індуктивний та дедуктивний аналіз, логічне узагальнення.

**Результати дослідження.** Поняття інновацій та інноваційного розвитку в сучасних економічних умовах має розглядатися з нової точки зору, як і будь-які процеси чи зміни, що приводять до активності і динаміки розвитку і несуть в собі суттєві як позитивні фактори розвитку, так і загрози та небезпеки. Сучасна наукова думка розглядає інноваційну безпеку підприємства та її забезпечення як невід'ємну частину системи економічної безпеки підприємства.

На макрорівні економічна безпека визначається, насамперед, здатністю держави до саморозвитку, джерелом яких за умов переходу до інформаційного суспільства є інновації. Їх впровадження в національну економіку створює необхідний фундамент технологічної незалежності країни та її сталого економічного розвитку.

Економічна безпека підприємства – це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і у майбутньому [1, с.356].

Під економічною безпекою інноваційної діяльності малого бізнесу розуміється стан захищеності стратегічних інтересів суб'єкта господарювання, в основі діяльності якого лежить процес виробництва інтелектуальної продукції (ноу-хау, нові технології, винаходи та інша науково-технічна продукція) , від загроз на макро-, мезо- та мікрорівнях, протягом періоду послідовної реалізації усіх стадій інноваційного процесу [2].

Таблиця

#### Теоретичні підходи до визначення терміну «економічна безпека підприємства»

Ковальов Т., Сухорукова Т. [3]	Як стан захищеності діяльності підприємства від негативного впливу зовнішнього оточення, а також здатність своєчасно усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, які не відбиваються негативно на його діяльності.
Бендіков М. [4]	Як стан захищеності науково-технічного, технологічного, виробничого та кадрового потенціалу підприємства від прямих (активних) або непрямих (пасивних) загроз.
Воронович Л. М. [5]	Як стан незалежності суб'єктів підприємницької діяльності від недобросовісної конкуренції підприємств-монополістів, непередбачуваних договорами дій підприємств-постачальників і торговельних організацій, від нераціональної економічної і правової політики держави та інших чинників, яка дає змогу привласнювати більшу частину законних прибутків.
Дубецька С. П. [6]	Як стан об'єкта в системі його зв'язків з точки зору його стійкості (самовиживання) та розвитку в умовах внутрішніх і зовнішніх загроз, непередбачуваних дій та складно прогнозованих чинників.
Капустін Н. [7]	Як сукупність чинників, які забезпечують незалежність, стійкість, здатність до прогресу в умовах дестабілізуючих факторів.

Узагальнивши наведені у таблиці визначення, можна прийти до висновку, що економічна безпека підприємства відбиває такі його характеристики, як незалежність, стійкість, захищеність, здатність опиратися різноманітним загрозам, що заважають його нормальному функціонуванню, але, насамперед, це той рівень розвитку, на якому опинилося підприємство в результаті тривалої боротьби, певних підтримуючих заходів та активних дій. Таким чином, під економічною безпекою підприємства слід розуміти такий рівень його розвитку, який забезпечує його недосяжність для внутрішніх та зовнішніх загроз та здатність нормально функціонувати в умовах конкурентної боротьби.

Для того, щоб детальніше розуміти дане поняття прийнято виділяти функціональні складові економічної безпеки, а саме : фінансову, інтелектуальну і кадрову, техніко-технологічну, політико-правову, екологічну, інформаційну, силову [8].

Кожна з наведених складових характеризується власним змістом, функціональними критеріями і способами забезпечення, що заслуговують на увагу. В рамках даного дослідження буде висвітлено саме інтелектуальну складову економічної безпеки, як рушійну силу інноваційного розвитку, що, в свою чергу, призводить до стабільного місця підприємства в умовах постійної конкурентної

боротьби та наявності внутрішніх та зовнішніх загроз.

Тому, з огляду на інтелектуальну складову, виділяють поняття інноваційної безпеки, під якою розуміють послідовну, заплановану, цілеспрямовану, комплексу діяльність підприємства щодо зміни кожного з елементів бізнесу певного підприємства, викликану попитом, обумовлену науково-технічним прогресом і спрямовану на діючу організаційну структуру, технологічні процеси, стиль і методи управління продукцією, що випускається, джерела сировини та матеріалів, ринки збуту, документообіг та інше [9].

З огляду на наше дослідження, під інноваційною безпекою підприємства слід розуміти такий рівень розвитку його інноваційних потужностей та потенціалу, що дозволяє досягти стану захищеності від внутрішніх та зовнішніх економічних загроз в умовах нестабільності національної економіки.

Процес формування та актуалізації економічної безпеки підприємства залежить від рівня інноваційного розвитку економіки держави в цілому та підприємства зокрема, що збільшують ступінь реалізації потреб суспільства, забезпечують розвиток підприємств і підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Поняття «інновація» є широким за своєю природою, але у формуванні економічної безпеки підприємства важливими є ті винаходи, які приносять нові технічні розв'язання; змінюють стан техніки; істотно вдосконалюють виробничі процеси і якість вихідного продукту у контексті поступової заміни старої техніки (технології), принципів, структури новими об'єктами. Інновація є одним з головних факторів економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємства і потенційно містить в собі засади фінансового успіху. Оптимальне для формування стану економічної безпеки значення показника витрат на науково-технічну діяльність має бути не менш ніж 2% від ВВП [10].

Інноваційна безпека за своєю структурою має три основні групи ризиків (загроз та небезпек), які можна класифікувати наступним чином:

– Технологічні ризики – ризики пов'язані з вірогідністю отримання кінцевих наукових результатів, своєчасністю, безпекою та перспективністю проведених робіт та отриманих результатів, відповідністю сучасному технологічному обладнанню до прийняття та запуску у промислове виробництво отриманих розробок.

– Ринкові ризики – ризики пов'язані з готовністю ринкового середовища, на який вийде підприємство з інноваційною розробкою, до прийняття цієї інновації, наявність прихованого попиту чи очікування ринку, розробок конкурентів і т. ін.

– Проектні ризики – ризики пов'язані безпосередньо з плануванням, розробкою та запровадженням інноваційного проекту, його вартістю, терміном, якістю виконання та цінністю отриманого результату [11].

В контексті активізації процесів формування економічної безпеки підприємства засобами інноваційного розвитку визначено три основні функції інновацій:

– забезпечення росту та якісного оновлення продукції на рівні як окремого підприємства, так і національної економіки в цілому;

– здійснення прогресивних структурних економічних зрушень, що стосуються найважливіших народногосподарських пропорцій: відтворювальних, галузевих, вартісних;

– реалізація новітніх досягнень науково-технічного прогресу і підвищення на цій основі ефективності виробництва на мікро- і макрорівнях [12].

Відповідно, належний рівень економічної безпеки неможливий без інноваційної складової, що забезпечує високе положення даного підприємства і його здатність опиратися різноманітним небезпекам. Проте повна економічна безпека є ідеалом, що означає постійну необхідність підтримки вже досягнутих економічних результатів та отримання нових, зокрема, і в сфері інновацій.

Отже, виокремимо основні проблеми забезпечення економічної безпеки інноваційного розвитку:

– неопрацьованість законодавства як з питань забезпечення інноваційного розвитку малого бізнесу зокрема, так і підприємництва в цілому;

– значний податковий тиск та корумпованість державних органів, що змушує малі підприємства приховувати фінансові ресурси, які при нормальному розвитку можуть бути спрямовані на розвиток інноваційної діяльності;

– недостатня фінансово-кредитна та інвестиційна підтримка розвитку інноваційної діяльності малих промислових підприємств;

– обмеженість доступу до інформації щодо процесів ефективного інноваційного розвитку;

– недосконалість та обмеженість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для системи забезпечення економічної безпеки інноваційного розвитку.

В сучасних умовах інноваційний розвиток є однією з категорій, що дозволяє оцінити та про-

аналізувати комплексно якість продукції, ефективність організації виробництва, процеси діяльності економічної системи, стан країни на світовій арені в цілому. На сьогодні, для забезпечення ефективної конкурентоздатності підприємства та держави доцільно розвивати та впроваджувати наукові розробки, використовувати інноваційні технології для удосконалення загальної системи економіки. Таким чином, доцільно зазначити, що ефективне використання інноваційних технологій дозволить досягти успіху у боротьбі з конкурентами та зайняти певну позицію на ринку. Розглядаючи підприємство, як єдину цілісну систему, варто зазначити, що створення та впровадження ефективного механізму управління інноваційним розвитком організації дозволить підвищити ефективність діяльності та досягти необхідного стану стабільності.

**Висновки.** Отже, в даному дослідженні шляхом аналізу та систематизації різноманітних теоретичних підходів до поняття «економічна безпека», було запропоновано власне узагальнене визначення терміну. Наведені ризики інноваційної діяльності з огляду на економічну безпеку підприємницької діяльності.

Економічна безпека сучасного підприємства забезпечується комплексом умов, серед яких першочергове значення має інноваційний розвиток. Перешкодою на його шляху є наявність комплексу проблем, що заважають нормальному функціонуванню підприємництва в Україні, його інноваційним крокам і, відповідно, забезпеченості захистом від загроз всередині організації та з боку державних інституцій, конкурентів і недобросовісних бізнес-партнерів. Пошук вирішення даних проблемних питань може стати предметом подальших наукових досліджень. Їх подолання вимагає поєднання механізмів державного регулювання з механізмом самоорганізації сучасного підприємства, що є ознакою цивілізованого ринку інновацій та необхідною умовою стійкого розвитку економіки.

#### Література:

1. Мунтіян В. І. Економічна безпека України / В. І. Мунтіян. – К. : КВІЦ, 1999. – 464 с.
2. Сороківська О. А., Турська Н. В. Проблеми та перспективи економічної безпеки інноваційного розвитку малого бізнесу. - Інноваційна економіка № 3 (41). – 2013 [Електронний ресурс] . – Режим доступу : [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/inek/2013\\_3/338.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2013_3/338.pdf)
3. Сухорукова Т. Индикаторы ресурсной безопасности предприятия / Т. Сухорукова // Бизнес Информ. – 1998. – № 6. – С. 44-47.
4. Бендиков М. А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития / М. А. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 2. – С. 17-29.
5. Економічна енциклопедія / [за ред. Воронович Л. М.]. – Тернопіль, 2000.
6. Дубецька С. П. Економічна безпека підприємств України // Недержавна система безпеки підприємництва як суб'єкт національної безпеки України : Збірник матеріалів наук.-практ. конф. – К. : Вид-во Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу, 2003. – С. 146-172
7. Капустин Н. Экономическая безопасность отрасли и фирмы / Н. Капустин // Бизнес-информ. – 1999. – № 11-12. – С. 45-47.
8. Основи зовнішньоекономічних знань. Словник-довідник / С. І. Долгов, В. В. Васильєв, С. П. Гончаров - М. 1990. - С. 138.
9. Максимова Т. С. Формування інноваційної політики підприємства / Т. С. Максимова, О. В. Філімонова, К. В. Лиштван // Економічний вісник Донбасу. - 2010. - № 2(20) - с. 181-183.
10. Шкарлет С. М. Оптимізація портфелю інноваційної політики підприємства як фактор формування його економічної безпеки // Економіка та підприємництво. Зб. наук. праць молодих вчених та аспірантів. - 2007. - № 18. - С. 77-91 .
11. Кириченко О. С. Інноваційна безпека як невід'ємна складова економічної безпеки та ефективного проектно-орієнтованого розвитку сучасних підприємств / О. С. Кириченко // Фін.-кредит. діяльн. : пробл. теорії та практики : зб. наук. пр. - 2012. - Вип. 1, т. 1. - С. 94-99.
12. Судакова О. І. Економічна безпека підприємства у функціональному аспекті його інноваційного розвитку [Електронний ресурс] / О. І. Судакова. — Режим доступу : [http://www.confcontact.com/2009\\_03\\_05/5\\_sudakova.htm](http://www.confcontact.com/2009_03_05/5_sudakova.htm).

**Докієнко Л.М.**канд. економ. наук, доцент  
Міжнародний університет фінансів

## ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

## ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## FINANCIAL TOOLS ASSESSMENT OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENTERPRISE

Стаття присвячена розгляду сучасного фінансового інструментарію оцінювання інвестиційної привабливості підприємства, як з позиції потенційного інвестора, так і з позиції власника. Визначено, що методики оцінювання інвестиційної привабливості підприємства з фінансової точки зору не повинні обмежуватися класичною оцінкою фінансового стану та прогнозуванням ймовірності банкрутства. Запропоновано здійснювати оцінку інвестиційної привабливості підприємства на основі інтеграції двох сучасних концепцій управління: вартісно-орієнтованого управління (VBM) та вимірювання ефективності (PM). Пропонується фінансові показники VBM-моделі та її ключовий показник економічної доданої вартості (EVA) інтегрувати у систему збалансованих показників (BSC), а саме у її перспективу "фінанси" в якості ключового показника ефективності. Розроблено перелік основних та допоміжних фінансових показників в рамках "VBM-EVA-BSC" моделі, що необхідні для інвестора та фінансової служби підприємства з їх поділом на стратегічні та поточні. Крім того, наведено алгоритми розрахунку ключових фінансових показників інвестиційної привабливості підприємства в рамках "VBM-EVA-BSC" моделі.

**Ключові слова:** інвестиційна привабливість підприємства, вартісно-орієнтоване управління, економічна додана вартість, збалансована система показників.

Статья посвящена рассмотрению современного инструментария оценивания инвестиционной привлекательности предприятия, как с позиции потенциального инвестора, так и со стороны собственника. Определено, что методики оценивания инвестиционной привлекательности предприятия не должны ограничиваться классической оценкой финансового состояния и прогнозирования банкротства. Предложено осуществлять оценивание инвестиционной привлекательности предприятия на основе интеграции двух современных концепций управления: ценностно-ориентированного управления (VBM) и измерения эффективности (PM). Предложено финансовые показатели VBM-модели и ее ключевой финансовый показатель экономической добавленной стоимости (EVA) интегрировать в систему сбалансированных показателей (BSC), а именно в ее перспективу "финансы" в качестве ключевого показателя эффективности. Разработано перечень основных и вспомогательных финансовых показателей рамках "VBM-EVA-BSC" модели, которые необходимы для инвестора и финансовой службы предприятия с их разделением на стратегические и текущие. Кроме того, представлено алгоритм расчета ключевых финансовых показателей инвестиционной привлекательности предприятия рамках "VBM-EVA-BSC" модели.

**Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность предприятия, стоимостно-ориентированное управление, экономическая добавленная стоимость, сбалансированная система показателей.

The article is devoted to consideration of modern financial instruments for evaluation of investment attractiveness of enterprise from the standpoint of a potential investor and owner. Determined that the



*assessment methodology of investment attractiveness of enterprise from a financial point of view should not be limited to the classical evaluation of the financial condition and predict the probability of bankruptcy. Proposed to carry out evaluation of investment attractiveness of enterprise through the integration two modern management concepts: Value-based Management (VBM) and Performance Measurement (PM). It is proposed financial indicators of VBM-model and its key indicator – economic value added (EVA) integrate to Balanced Scorecard model (BSC), namely in its “financial perspective” as a key indicator of efficiency. Designed the list of main and auxiliary financial indicators within “VBM–EVA–BSC” model, which necessary for investor and financial department with its division to strategic and current. Besides of this, submitted the algorithms for calculation key financial indicators of investment attractiveness of enterprise within “VBM–EVA–BSC” model.*

**Keywords:** investment attractiveness of enterprises, value-oriented management, economic value added, the balanced scorecard.

**Вступ.** У зв'язку з необхідністю залучення фінансових ресурсів і їхньою обмеженістю, актуальною постає на сьогоднішній день проблема оцінювання інвестиційної привабливості підприємства як характеристики, що дозволяє сформувати інвестору уявлення про стан об'єкту вкладання коштів, надійність майбутньої інвестиції, очікувані результати від їх використання. Ефективність процесу оцінювання інвестиційної привабливості підприємства як з позиції потенційного інвестора, так і з позиції ефективного функціонування самого підприємства, в першу чергу, залежить від системи його інформаційного забезпечення та використовуваного методичного інструментарію.

Визначенню методичних підходів до оцінювання інвестиційної привабливості підприємства з фінансової точки зору присвячена значна кількість робіт відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як І. Ансофф, І.О.Бланк, С.А.Буткевич, В.М. Гриньова, Дука А.І., Д.А.Епштайн, С.Естрин, В.В.Ковальов, Колмикова Т.С., К.Е.Мейер, А.А.Пересада, А.М.Поддєрьогін, В.П. Савчук, О.О.Терещенко, К.Уолш, Д.М.Черваньов та інших.

Але, в більшості своїй, всі методики зводяться до оцінювання фінансового стану підприємства на основі класичних показників рентабельності, платоспроможності, фінансової стійкості, що не дає цілісного уявлення про фінансову складову інвестиційної привабливості підприємства, або ж до застосування інтегральних методик прогнозування ймовірності банкрутства, більшість з яких не адаптована під сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств. Відповідно, проблема формування та використання сучасного фінансового інструментарію оцінювання інвестиції привабливості підприємства є дуже актуальною і потребує подальшого дослідження.

**Постановка завдання.** Проблема оцінювання інвестиційної привабливості підприємства останнім часом стоїть у центрі уваги сучасних наукових досліджень, але аналіз напрацювань у цій галузі дає змогу зробити висновок, що дослідження зосереджуються лише на певних напрямках без їхнього синтезованого подання. Тому, основною метою даної статті є формування сучасного фінансового інструментарію, що дозволить комплексно оцінити інвестиційну привабливість підприємства.

**Методологія.** Дослідження ґрунтується на загальнонауковому комплексі методів, а саме: аналізу та синтезу, системного підходу, прийомів логічного узагальнення та порівняння. Теоретичною базою дослідження є наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених щодо оцінювання інвестиційної привабливості підприємств.

**Результати дослідження.** Сьогодні залучення інвестицій у реальний сектор економіки – питання її виживання, а від розуміння логіки інвестиційних процесів залежить адекватність практичних інвестиційних рішень, що приймаються. Один із найважливіших етапів даного процесу – це вибір підприємства, в яке будуть інвестовані відповідні фінансові ресурси. А на вибір підприємства – об'єкта інвестування, в першу чергу, впливає його інвестиційна привабливість.

Традиційно під інвестиційною привабливістю мається на увазі наявність певних умов інвестування, які впливають на вподобання інвестора при виборі об'єктів інвестування. Інвестиційна привабливість підприємства – це його інтегральна характеристика з позиції перспективності розвитку, обсягу і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів та їх ліквідності, стану платоспроможності і фінансової стійкості.

З фінансової точки зору, інвестиційну привабливість підприємства можна визначити як збалансовану систему інтегральних і комплексних фінансових показників доцільності вкладання капіталу інвестором в об'єкт інвестування, що відображає сукупність об'єктивних та суб'єктивних умов, які сприяють або перешкоджають процесу інвестування.

Відповідно, перед кожним інвестором стоїть завдання знайти прості у розрахунках і розумінні фінансові показники оцінювання інвестиційної привабливості підприємства та росту його вартості.

В свою чергу, перед власниками підприємства та його фінансовою службою стоїть завдання сформувати ефективну систему контрольних фінансових показників діяльності в рамках менеджменту, спрямованого на зростання інвестиційної привабливості та вартості компанії.

На думку автора, сучасний фінансовий інструментарій оцінювання інвестиційної привабливості підприємства як з позиції інвестора, так і з позиції власника, не повинен обмежуватися класичними методиками оцінювання фінансового стану, а повинен передбачати використання:

1. Вартісно-орієнтованого управління (Value-Based Management, VBM).

2. Комплексних систем, націлених на вимірювання досягнень (Performance Measurement), а саме збалансованої системи показників (Balanced Scorecard, BSC).

Метою вартісно-орієнтованого управління (VBM) є створення інформаційної бази для стратегічних та оперативних рішень за допомогою показників, які ідентифікують збільшення або зменшення вартості компанії. При цьому всі інструменти фінансового менеджменту та процес прийняття управлінських рішень підпорядковуються завданню максимізації ринкової вартості підприємства, а, відповідно, і його інвестиційної привабливості. Тобто, VBM – це підхід щодо ухвалення фінансово-економічних рішень, заснований на пріоритетності фінансових інтересів власників (інвесторів) і необхідності максимізації вартості компанії з урахуванням цілей всіх зацікавлених осіб як додаткової умови.

Відповідно до VBM-підходу, основним показником для оцінювання результатів діяльності підприємства є його вартість. Даний показник має низку переваг для інвестора чи власника у порівнянні з традиційними критеріями оцінювання ефективності діяльності компанії, таким як, наприклад, чистий прибуток (табл. 1).

Таблиця 1

#### Порівняльний аналіз критеріїв оцінювання ефективності діяльності компанії

	Чистий прибуток	Вартість компанії
1	використовують для оцінювання управлінських рішень на етапі поточного управління	використовують для оцінювання управлінських рішень на етапі стратегічного управління, але складові показника (економічний прибуток) дозволяють оцінити результати поточного управління
2	є розрахунковою величиною, яка формується відповідно до облікової політики підприємства (легко піддається маніпуляціям)	не може бути штучно завищена або занижена, оскільки розрахунок показника тісно пов'язаний з планом руху грошових коштів
3	не дозволяє оцінити рівень платоспроможності підприємства та інвестиційної активності	дозволяє оцінити рівень платоспроможності підприємства та інвестиційної активності
4	враховує в розрахунках лише витрати за користування позиковим капіталом	враховує витрати в розрахунках за користування всіма джерелами фінансування діяльності
5	не враховує діловий і фінансовий ризики, характерні для діяльності підприємства	враховує діловий і фінансовий ризики, характерні для діяльності підприємства

В рамках концепції VBM підприємство може розраховувати фінансові показники, що засновані на стандартній фінансовій звітності, або фінансові показники, що засновані на аналізі грошових потоків (рис. 1).

Ключовим рішенням при побудові ефективної системи вимірювання вартості підприємства є рішення про вибір основного показника результативності його діяльності, на базі якого буде побудована і система оцінювання інвестиційної привабливості.

Проаналізувавши основні групи показників, які застосовуються у концепції VBM, рекомендується зупинитися на показнику економічної доданої вартості (EVA). Переваги показника EVA обумовлені тим, що він базується на комплексному підході до трьох основних сфер менеджменту: складанні капітального бюджету, оцінці ефективності діяльності підрозділів або підприємства в цілому, розробці оптимальної і справедливої системи преміювання менеджменту.

Сутність методу оцінювання вартості підприємства на основі EVA полягає в тому, що його капітал має працювати з такою ефективністю, щоб забезпечити норму дохідності на вкладений капітал, яка необхідна інвесторам. Норма дохідності інвестора – встановлена інвестором бар'єрна став-

ка доходу, яка необхідна на вкладений капітал з урахуванням відповідного інвестиційного ризику. Саме таку ставку дохідності зміг би заробити інвестор, якби він використав наданий капітал у альтернативних галузях бізнесу, але з тим же рівнем ризику.



Рис. 1. Класифікація фінансових показників у VBM-концепції

Метою управління вартістю підприємства на основі показника EVA є утворення такої вартості компанії для інвестора, коли операційний прибуток (або прибуток до відрахування фінансових витрат та податків) перевищує середньозважену вартість використовуваного капіталу в грошовому виразі:

$$EVA = NOPAT - WACC \times K \quad (1)$$

$$EVA = EBIT \times (1 - T) - WACC \times NA \quad (2)$$

де *NOPAT* – чистий операційний прибуток за вирахуванням податків та відсотків; *WACC* – середньозважена вартість капіталу; *K* – сума капіталу; *EBIT* – прибуток до відрахування фінансових витрат та податків; *T* – ставка податку на прибуток; *NA* – чисті активи.

Показник EVA виступає індикатором якості прийняття управлінських рішень. Його позитивне значення характеризує ефективне використання капіталу і свідчить про збільшення вартості підприємства; якщо значення EVA дорівнює нулю, то це характеризує певного роду досягнення, так як власники капіталу фактично отримали норму повернення, яка компенсує ризик; від'ємне значення EVA характеризує неефективне використання капіталу і говорить про зниження вартості підприємства та його інвестиційну непривабливість.

Таким чином, основна ідея, на якій базується доцільність використання EVA полягає у тому, що інвестори підприємства мають отримати певну норму повернення за прийнятий ризик. Якщо цього не відбувається, то реальний прибуток власників підприємства відсутній і вони не вбачають в цьому випадку переваги від інвестиційної привабливості підприємства.

Як показує досвід використання концепції VBM, серед найбільших підприємств Німеччини, Ірландії, Швейцарії, Австрії її застосовують 75%, у Британії – 65%, у Франції – 50%, в Італії – 40%, у Норвегії та Швеції – близько 30%.

Однією з причин такого стану є те, що показники VBM розглядають не як інструмент, вбудований у фінансову систему підприємства, а як до засіб, який використовується в критичних ситуаціях, тобто при оцінці варіантів реструктуризації, злиття чи поглинання. Такий підхід зрозумілий: дані фінансового обліку та звітності тут не придатні як з причини жорсткого нормативного регулювання, так і з вини емітентів, які спотворюють звітні дані. Інформація управлінського обліку також не завжди дозволяє оперативнo проводити потрібні розрахунки, оскільки не містить необхідних для цього даних. Крім цього, зворотній зв'язок фінансового менеджменту та фінансового обліку в більшості випадків також слабкий.

Виходом з цієї ситуації є створення такої контрольно-аналітичної системи, яка забезпечувала б як прямий, так і зворотний зв'язок з системами управління, в першу чергу фінансового. Ця система повинна відповідати вимогам нової парадигми управлінських комунікацій. Самі по собі показники системи VBM не містять концепції, яка дозволяла б пов'язати воедино стратегію і тактику підприємства, а також створити адекватну систему обліку та фінансового управління. З цієї точки зору, VBM необхідно розглядати як інформаційний ресурс, інструмент для оцінювання відповідності фактичного стану підприємства його стратегії і тактиці.

Необхідна контрольно-аналітична система може бути створена за допомогою інтеграції концепції VBM з комплексною системою, націленою на вимірювання ефективності (Performance

Measurement, PM), а саме системою збалансованих показників (Balanced Scorecard, BSC). BSC дозволяє одночасно встановлювати стратегічні цілі, визначати відповідні їм тактичні завдання, виконувати поточні дії щодо збору даних та контролю їх відповідності тактиці і стратегії підприємства, та базується на чотирьох перспективах: фінансова перспектива (яким чином задовольнити власників (інвесторів) компанії та які фінансові цілі необхідно досягти); задоволення споживачів (щоб досягти головної фінансової мети, які очікування споживачів ми повинні задовольнити); внутрішні процеси (для задоволення споживачів та власників (інвесторів), на які бізнес-процеси нам варто звернути увагу та оптимізувати їх); навчання та розвиток персоналу (щоб досягти наших цілей, яким чином наша компанія повинна змінюватися та навчатися)

Тобто, пропонується фінансові показники VBM-моделі, що запропоновані для оцінювання інвестиційної привабливості підприємства, і особливо, показник економічної доданої вартості (EVA), інтегрувати у систему збалансованих показників (BSC), а саме у її перспективу “фінанси” в якості ключового показника ефективності.

На нашу думку, збалансована система показників (BSC) та модель економічної доданої вартості (EVA) органічно вписуються в як процеси стратегічного планування і фінансового бюджетування, так і в процес оцінювання інвестиційної привабливості підприємства інвестором; передбачають можливість каскадування фінансових показників та транслювання розробленої стратегії (в т.ч. фінансової чи інвестиційної) від рівня топ-менеджменту до рівня стратегічних господарських одиниць, структурних підрозділів та окремих виконавців.

Відповідно, перелік основних фінансових показників в рамках “VBM–EVA–BSC” моделі, що повинні бути включені у систему оцінювання інвестиційної привабливості підприємства, пропонується поділити на основні та допоміжні, необхідні для інвестора та фінансової служби, а також стратегічні та поточні (табл.2,3).

Введення EVA, як і інших фінансових показників VBM-моделі, до складу фінансової перспективи BSC в якості результативного показника дозволить в певному сенсі “замкнути” сукупність оцінок ефективності досягнення поставлених стратегічних завдань на одному підсумковому фінансовому показнику, який задовольняє як власника, так і інвестора, підтримуючи при цьому достатню увагу і до системи показників інших перспектив, в т.ч. і не фінансових.

З іншого боку, об’єднання математичної точності і однозначності оцінювання, що притаманні моделям EVA та концепції VBM, з системністю підходу до оцінювання ефективності діяльності, яка характерна для BSC, дозволяє отримати ефективний інструмент стратегічного управління з посиленими можливостями прогнозування, здатне забезпечити значний синергетичний ефект, орієнтуючи підприємство як на максимізацію вартості, так і на підвищення своєї інвестиційної привабливості.

Введення додаткових фінансових показників до моделі “VBM–EVA–BSC”, наприклад, ефективності діяльності та фінансової стійкості обумовлено, з одного боку, їх важливістю з позиції оцінювання інвестиційної привабливості підприємства потенційним інвестором, з іншого – їх безпосереднім впливом на вартість підприємства.

Таблиця 2

**Основні фінансові показники в рамках “VBM–EVA–BSC” моделі, включені у систему оцінювання інвестиційної привабливості підприємства**

Фінансові показники	Необхідні для		Період звітності	
	Інвестора (власника)	Фінансової служби	Стратегічні (річні)	Поточні (щомісячні)
Вартісно-орієнтовані фінансові показники (VBM)				
Економічна додана вартість (EVA)	+	+	+	
Чистий операційний прибуток після вирахування податків (NOPAT)		+		+
Середньозважена вартість капіталу (WACC)	+	+	+	+

Закінчення табл. 2

Фінансові показники	Необхідні для		Період звітності	
	Інвестора (власника)	Фінансової служби	Стратегічні (річні)	Поточні (щомісячні)
Фінансові показники ефективності діяльності				
Рентабельність інвестицій (ROI)	+	+	+	+
Рентабельність активів (ROA)	+	+	+	+
Рентабельність власного капіталу (ROE)	+	+	+	+
Прибуток до виплати відсотків, податків та амортизації (EBITDA)	+	+		+
Фінансові показники ефективності формування та використання грошових потоків				
Чистий грошовий потік (NCF)	+	+	+	+
Грошовий потік віддачі на інвестований капітал (CFROI)	+	+	+	+
Фінансові показники акціонерної вартості				
Чистий прибуток на одну акцію (EPS)	+	+	+	
Показник сукупної акціонерної доходності (TSR)	+	+	+	

Таблиця 3

**Допоміжні фінансові показники в рамках “VBM–EVA–BSC” моделі, включені у систему оцінювання інвестиційної привабливості підприємства**

Фінансові показники	Необхідні для		Період звітності	
	Інвестора (власника)	Фінансової служби	Стратегічні (річні)	Поточні (щомісячні)
Вартісно-орієнтовані фінансові показники (VBM)				
Ринкова додана вартість (MVA)	+	+	+	
Акціонерна додана вартість (SVA)	+	+	+	
Грошовий потік (CF) за видами діяльності		+		+
Фінансові показники ефективності діяльності				
Рентабельність чистих активів (RONA)		+		+
Рентабельність інвестованого капіталу (ROCE)		+		+
Фінансові показники, що характеризують ділову активність				
Період обороту дебіторської заборгованості		+		+
Період обороту запасів		+		+
Період обороту кредиторської заборгованості		+		+

Фінансові показники	Необхідні для		Період звітності	
	Інвестора (власника)	Фінансової служби	Стратегічні (річні)	Поточні (щомісячні)
Тривалість операційного циклу	+	+	+	+
Тривалість фінансового циклу	+	+	+	+
Показники фінансової стійкості та платоспроможності				
Сума власного оборотного капіталу		+		+
Коефіцієнт маневрування власного капіталу	+	+		+
Коефіцієнт абсолютної ліквідності		+		+
Загальний коефіцієнт покриття		+		+
Тип фінансової стійкості	+	+	+	+
Коефіцієнт фінансової автономії	+	+		+
Фінансові показники ефективності формування та використання грошових потоків				
Коефіцієнт якості чистого грошового потоку		+		+
Коефіцієнт ліквідності грошового потоку		+		+
Коефіцієнт достатності грошового потоку		+	+	+
Коефіцієнт ефективності грошового потоку	+	+	+	+
Фінансові показники акціонерної вартості				
Коефіцієнт співвідношення ціни акції та чистого прибутку (P/E-Ratio)	+	+	+	
Коефіцієнт співвідношення ціни акції та чистого грошового потоку (P/CF Ratio)	+	+	+	
Коефіцієнт співвідношення ринкової та номінальної ціни акції (M/B Ratio)	+	+	+	
Сума дивідендів на одну акцію	+	+	+	
Фінансові показники, що характеризують результати інвестиційної діяльності				
Чистий приведений дохід (NPV)		+	+	
Рентабельність інвестиційного проекту (ROI)	+	+	+	
Внутрішня норма доходності (IRR)	+	+	+	
Період окупності інвестицій	+	+	+	
Чистий грошовий потік від реалізації проекту		+		+

Розглянемо даний механізм більш детально. Задля того, щоб визначити можливості додаткового залучення позикового капіталу при нормальному рівні фінансової стійкості та фінансової рентабельності підприємства, а також оцінити ефективність використання позикового капіталу з позиції нарощення власного капіталу (як засобу забезпечення фінансової стійкості), необхідно про-

вести оцінку доданої вартості, яку створює власний підприємства в результаті використання його можливості щодо акумулювання додаткового позикового капіталу. Розрахунок доданої вартості (ДВ) буде наступним:

$$ДВ = \left( \frac{ЧП}{ВК} - \frac{ФВ}{ПК} \right) \times ВК \quad (3)$$

де ЧП – сума чистого прибутку; ВК – середня сума власного капіталу; ПК – середня сума позикового капіталу; ФВ – сума фінансових витрат, пов'язаних із залученням позикового капіталу;

Економічний зміст доданої вартості, в даному випадку, полягає у різниці між рівнем прибутку, який отримує підприємство на власний капітал, та рівнем доходів, що виплачуються у якості зобов'язання за позиковий капітал, який забезпечує компенсацію ризику вкладень для інвесторів. Безперечно, чим вищим буде позитивне значення доданої вартості, тим вищим буде і рівень фінансової стійкості підприємства, а відповідно, і його інвестиційної привабливості:

$$\begin{aligned} [K_{\Phi 3}] \rightarrow \min &\Rightarrow [M_E] \rightarrow \max \Rightarrow [\Phi P] \rightarrow \max \Rightarrow \\ &\Rightarrow [ДВ] \rightarrow \max \Rightarrow [\Phi C] \rightarrow \max \Rightarrow [ІП] \rightarrow \max \end{aligned} \quad (4.1)$$

або в розгорнутому вигляді:

$$\begin{aligned} \frac{A}{ВК} \rightarrow \min &\Rightarrow \left[ \left( \frac{\Phi P Ддо + ФВ}{A} - \frac{ФВ}{ПК} \right) \times \frac{A}{ВК} \right] \rightarrow \max \Rightarrow \frac{ЧП}{ВК} \rightarrow \max \Rightarrow \\ &\Rightarrow \left[ \left( \frac{ЧП}{ВК} - \frac{ФВ}{ПК} \right) \times ВК \right] \rightarrow \max \Rightarrow \Phi C \rightarrow \max \Rightarrow ІП \rightarrow \max \end{aligned} \quad (4.2)$$

де ІП – інвестиційна привабливість підприємства; ФС – фінансова стійкість підприємства; А – середня сума активів; ФРДдо – фінансовий результат до оподаткування.

Іншими словами, мінімізуючи залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування, тобто зменшуючи його коефіцієнт фінансової залежності (КФЗ), підприємство максимізує таким чином розмір свого мультиплікативного ефекту (МЕ), що забезпечує йому максимальне значення фінансової рентабельності (ФР чи ROE), це, в свою чергу дозволяє збільшити розмір доданої вартості (ДВ), і, як результат, підприємство максимізує свою фінансову стійкість (ФС) та підвищує інвестиційну привабливість (ІП).

Якщо підприємство створене як акціонерне товариство, основна мета його фінансового менеджменту зводиться до максимального задоволення інтересів акціонерів через максимізацію вартості підприємства та рівня його фінансової рентабельності, саме тому у модель "VBM-EVA-BSC" пропонується ввести додатковий блок показників акціонерної вартості. Основним фінансовим показником поряд іншими з в даному випадку буде показник сукупної акціонерної доходності (TSR):

$$TSR = \frac{ЦA_K - ЦA_{П} + Д}{ЦA_{П}} \quad (5)$$

де ЦA<sub>к</sub>, ЦA<sub>п</sub> – ціна акції на кінець та початок року; Д – сума дивідендів.

Взаємозв'язок основних і додаткових фінансових показників в рамках запропонованої моделі буде мати наступний вигляд (рис.2).

Насамкінець, перш ніж запроваджувати у практичну діяльність будь-якого підприємства розроблену систему фінансових показників оцінювання його інвестиційної привабливості в рамках моделі "VBM-EVA-BSC", варто провести відповідні підготовчі роботи з дотриманням наступних принципів моментів:

1. Визначитися чи готове підприємство сформулювати довгострокове бачення свого існування у майбутньому.

2. Сформулювати ключові цінності підприємства для ринку. Відповідно, має бути побудована вся система BSC повністю у чотирьох проекціях, а у рамках фінансового менеджменту основна увага має бути зосереджена на максимізації ринкової вартості компанії в рамках VBM.

3. Необхідно створювати цінність (вартість) у обраному напрямку та орієнтувати менеджмент різних рівнів на довгострокове зростання вартості як ключового фактора.

4. Важливо управляти процесом, орієнтованим на підвищення вартості, використовуючи широкий взаємодоповнюючий інструментарій: збалансовану карту KPI, показники EVA для підрозділів, оцінку вартості нематеріальних активів (репутації, бренду) тощо.

5. В умовах недостатньо розвинутого фондового ринку та з врахуванням особливостей підприємства при оцінці вартості бізнесу використовувати метод дисконтованих грошових потоків з врахуванням коригувань на рівень ризиків. Саме для цього до складу контрольних фінансових показників введено показники ефективності формування та використання грошових потоків.

6. Спрямувати персонал на вирішення завдань довгострокового створення вартості, розробивши відповідну систему стимулювання.



Рис. 2. Процес максимізації вартості та інвестиційної привабливості акціонерного товариства в рамках моделі "VBM-EVA-BSC"

**Висновки.** У статті запропоновано сучасний фінансовий інструментарій оцінювання інвестиційної привабливості підприємства з позиції потенційного інвестора та власника, що базується на інтеграції двох сучасних концепцій управління: вартісно-орієнтованого управління та вимірювання ефективності.

Наукова новизна даної роботи полягає в удосконаленні методики оцінювання інвестиційної привабливості підприємства, що передбачає інтеграцію фінансових показників VBM-моделі та її ключового показника економічної доданої вартості (EVA) у систему збалансованих показників (BSC), а саме у її перспективу "фінанси" в якості ключового показника ефективності.

Практична значимість роботи полягає у розробці автором переліку основних та допоміжних фінансових показників в рамках "VBM-EVA-BSC" моделі, що необхідні для інвестора та фінансової служби підприємства з їх поділом на стратегічні та поточні, а також надання алгоритмів розрахунку ключових фінансових показників інвестиційної привабливості підприємства в рамках запропонованої моделі.

В цілому, комплексне використання запропонованого фінансового інструментарію оцінювання інвестиційної привабливості підприємства дозволить суттєво підвищити ступінь інформативності та достовірності отриманих результатів, забезпечити ефективність процесу управління інвестиційною привабливістю підприємства як у поточному, так і в перспективному періодах, та слугуватиме основою для подальших досліджень і розробок у даному напрямі.

#### Література:

1. Антипенко Є., Шумікін С., Стойчева А. Методика аналізу та оцінювання інвестиційної привабливості підприємств /Антипенко Є., Шумікін С., Стойчева А. //Економічний аналіз. – 2011. – Випуск 9, ч.3. – С.27-30
2. Леденев Е.Е. BSC и EVA? - конкуренты или союзники? /Леденев Е.Е. // [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: [http://www.iteam.ru/publications/strategy/section\\_27/article\\_1197/](http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_27/article_1197/)
3. Редченко К. EVAлюция сбалансированной системы показателей /Редченко К. // [Електронний ресурс]. Режим доступу до джерела: [http://www.iteam.ru/publications/strategy/section\\_27/article\\_298/](http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_27/article_298/)



4. Степанов Д. Value-Based Management и показатели стоимости /Степанов Д. // [Электронный ресурс]. Режим доступа до джерела: <http://d-stepanov.narod.ru/publications/vbm02.htm>
5. Терещенко О.О., Бабяк Н.Д. Финансовый контролинг: навч. посіб. [Текст] /О.О.Терещенко, Н.Д.Бабяк. – К.: КНЕУ, 2013. – 408 с.
6. Харламова Г.О. Оцінювання привабливості об'єктів інвестування /Харламова Г.О. //Актуальні проблеми економіки. – 2008 – № 9 – С.74-79
7. Янгель Д. Модель EVA: ориентация на стоимость / Ягель Д.//Консультант. – 2005. – № 23. – С.54-57.

УДК 658.152

**Єрешко Ю.О.**

канд. економ. наук,

Національний технічний університет України «КПІ»

## **МОНОПОЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ПРИЧИНА ЗАНЕПАДУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В УКРАЇНІ**

## **МОНОПОЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ КАК ПРИЧИНА УПАДКА ИННОВАЦИОННО ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В УКРАИНЕ**

## **MONOPOLIZATION OF ECONOMY AS THE REASON OF THE DECAY OF INNOVATIVE-INVESTMENT ACTIVITY IN UKRAINE**

Стаття присвячена теоретико-методологічному обґрунтуванню причин занепаду інноваційно-інвестиційної активності в Україні в умовах трансформаційних змін на шляху до інноваційного розвитку економіки.

Проаналізовано причини негативної динаміки інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні протягом 2004-2012 рр і, теоретично доведено, шляхом проекції її показників на економічну кон'юнктуру, прямо пропорційну залежність обсягу (наявності) інвестицій у інновації від рівня ділової активності в галузі та економіці, причому, саме останній є першоджерелом і опосередковує інвестиційний процес – на відміну від загальноприйнятого твердження, саме фаза економічного циклу визначає як доцільність фінансування випуску інноваційних товарів, так і ризики, пов'язані з подальшою втратою ними переваги над рештою товарів в момент реалізації вартостей – економічного піку.

На основі об'єктивного кон'юнктурного закону М. Кондрат'єва, обґрунтовано припущення про відсутність циклічних коливань в деяких галузях економіки України внаслідок їх картельної монополізації, що, власне, і є причиною депресивного стану економіки та занепаду інноваційно-інвестиційної активності.

**Ключові слова:** інноваційно-інвестиційна діяльність, інноваційний товар, економічний цикл, інвестиційна сила грошей.

Статья посвящена теоретико-методологическому обоснованию причин упадка инновационно-инвестиционной активности в Украине в условиях трансформационных изменений на пути к инновационному развитию экономики.

Проанализированы причины негативной динамики инновационно-инвестиционной деятельности в Украине в период 2004-2012 гг. и, теоретически доказана, путем проекции ее показателей на экономическую конъюнктуру, прямо пропорциональная зависимость объема (наличия) инвестиций в инновации от уровня деловой активности в отрасли и экономике, причем, именно последний является первопричиной и опосредует инвестиционный процесс – в отличие от общепринятого утверждения, именно фаза экономического цикла определяет как целесообразность финансирования выпуска инновационных товаров, так и риски, связанные с дальнейшей утерей ими преимущества над остальными товарами в момент реализации стоимости – экономического пика.

На основании объективного конъюнктурного закона Н. Кондратьева, обосновано предположение об отсутствии циклических колебаний в некоторых отраслях экономики Украины вследствие их картельной монополизации, что, собственно, и является причиной депрессивного состояния экономики и упадка инновационно-инвестиционной активности.

**Ключевые слова:** инновационно-инвестиционная деятельность, инновационный товар, экономический цикл, инвестиционная сила денег

*The article is dedicated to the theoretical and methodological justification the reasons for the innovative-investment activity decay in Ukraine in the conditions of transformative changes heading toward innovative development of economy.*

*There were analyzed the reasons for the negative dynamics of innovative-investment activity in Ukraine during the period of years 2004-2012 and there was theoretically proved (using projection of innovation activity indicators on the economic conjuncture for the mentioned period) a directly proportional relation of the investments in innovations volume to the business activity level of a branch or an economy. And the point is that, exactly the business activity level happens to be the main factor that determines innovations and not vice-versa: it is the economic cycle phase, which defines the appropriateness investment in innovative goods and, in the same time, magnifies risks of unrefundability and loss due to competitiveness compensation as the result of economic peak.*

*Based on an objective law of economic conjuncture by N. Kondratiev, there was justified an assumption about the absence of cyclical fluctuation in the certain branches of Ukraine's economy as the result of their cartel monopolization, which essentially is the reason for the economic depression and the innovative-investment activity decay.*

**Keywords:** innovation and investment, innovative product, the economic cycle, the investment power of money.

**Вступ.** Вітчизняна економіка останнього десятиріччя характеризується деструктивним інноваційно-інвестиційним розвитком [5]. Фактично, в попередні роки, спостерігається депресивна тенденція занепаду інвестиційної діяльності щодо інновацій, що, на наш погляд, опосередковано зниженням показників рівня ділової активності в економіці протягом досліджуваного періоду. За даними щорічного звіту про Світовий інноваційний індекс – GII, розрахованого для 142 країн світу, за результатами інноваційної активності 2013 року, Україна займає 72 місце в загальному рейтингу і передостаннє в Європі [9]. Вітчизняний держкомстат звітує про те, що питома вага підприємств, які займаються інвестиційною діяльністю в економіці в цілому у 2012 році складала 17,4%; в розрізі промислових підприємств, ситуація ще критичніша – лише 13,6%. Невтішна, на перший погляд картина, поглиблюється динамікою показників інноваційної активності за період 2000-2012 рр.: по-перше, обсяг інновацій не перевищував 14,8% (максимальне значення, причому на початку періоду), по-друге, відбувалося поступове скорочення на 1,2% до сучасного рівня. Для порівняння, в країнах з розвинутою економікою, лідерах рейтингу GII, – Швейцарії, Швеції, Сполученому Королівстві, – питома вага інновативних підприємств в економіці в середньому понад 80%, а в розрізі промисловості – 92% [9]. При цьому, в Україні обсяг реалізованої інноваційної продукції за останні роки сягнув нищівного значення в 3,3% від сукупного суспільного продукту.

Дослідження структури інноваційної діяльності в Україні показує, що переважна більшість (близько 87% питомої ваги) інвестицій припадає на придбання машин, обладнання і програмного забезпечення [5], що свідчить, радше, про еволюційний, а не інноваційний характер економічного розвитку та інноваційно-інвестиційної діяльності. Критичним є усвідомлення статистики підприємств, що мають на меті підготовку і впровадження інновацій – за даними держкомстату,

з 2007 року в Україні фінансування підприємствами промисловості такої активності відсутнє взагалі. Таким чином, підприємства інвестують, здебільшого, в удосконалення, в тому числі й інноваційне, вже наявних технологій, хоча економічна сутність і природа інноваційного характеру розвитку передбачає розробку і впровадження, власне, інноваційної продукції і технологій, що матимуть революційні переваги поміж існуючих на ринку.

Важлива роль в теоретичних і методологічних дослідженнях аспектів інноваційно-інвестиційної діяльності та ризиків, пов'язаних з її реалізацією, належить таким вченим, як К. Балдін, Л. Бернстайн, Ю. Бажал, Є. Брігхем, Н. Буняк, В. Вітлінський, С. Воробйов, В. Гаєць, М. Згуровський, І. Івченко, С. Козаченко, В. Лук'янов, Н. Машин, Л. Савчук, В. Черкасова, Л. Шостак, Дж. Хікс, Дж. Ван Хорн, Г. Яловий.

Однак, наголошуючи на значущості досліджень і вагомості наукового внеску у розробку проблематики, на наш погляд, проблема обґрунтування причин занепаду інноваційно-інвестиційної діяльності залишається висвітленою не повною мірою. Подальшого дослідження потребує взаємозв'язок коливання рівня ділової активності економіки та динаміки обсягів інноваційно-інвестиційного процесу.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є виявлення причин занепаду інвестиційно-інноваційного процесу в Україні та обґрунтування шляхів переходу до інноваційного розвитку економіки.

**Методологія.** Теоретичною та методологічною базою дослідження є система загальнонаукових та спеціальних методів пізнання, а саме: порівняння, синтезу, прогнозування, проєкції, моделювання та ін.

**Результати дослідження.** Наявність інноваційного процесу для будь-якого суб'єкта господарювання обумовлена його потребами та цілями в різних часових і стратегічних розрізах. Відштовхуючись від найголовнішого чинника – рентабельності, можна умовно виокремити два головні напрями інноваційної діяльності, а саме:

- зменшення витрат виробництва, а також, збільшення частини додаткової вартості в новостворених;
- підвищення конкурентоспроможності продукції (послуг) і як результат, можливості отримання інноваційного прибутку (надприбутку).

Однак, незалежно від причин і мети здійснення інновацій, даний процес може мати місце лише за умови зростання ділової активності в економіці, що обумовлене підвищенням купівельної спроможності в країні і, відповідно, зростанням реального споживчого попиту. Загальновідомо, що наявність попиту, як реального, так і потенційного є вирішальним чинником при прийнятті рішення про доцільність інновацій, адже за умови відсутності купівельної спроможності економічних суб'єктів, така діяльність не матиме жодного сенсу та зиску і призведе лише до зростання витрат виробництва за заздалегідь відомого і очікуваного падіння реалізаційної активності, а отже до формування і нарощення запасів готової продукції, що в умовах процесу відтворення стане причиною появи інфляції пропозиції та сприятиме циклічному поглибленню кризи, і, зрештою, призведе до застою. Крім того, за вище зазначених умов інноваційна діяльність може стати причиною зростання кризових коливань, видовження фаз економічного падіння та затяжної депресії. Причому, наслідки поширюватимуться як на окремого суб'єкта господарювання, так і економіку галузі, а навіть, і країни в цілому, залежно від кількості контрагентів та найманої робочої сили, через взаємопов'язаність процесів та тісні економічні зв'язки. Таким чином, фаза економічного циклу здійснює вирішальний вплив навіть не на обсяг інновацій в країні, а, власне, на їх наявність: фаза пожвавлення характеризуватиметься домінуванням інвестицій, оскільки інноваційна продукція визначатиме рівень цін та ринкову структуру, формування якої відбуватиметься за рахунок більшої конкурентоспроможності підприємств, що виготовлятимуть саме інноваційні товари по відношенню до конкурентів, чи то за рахунок вартості, чи якості або інших нецінових факторів; період насичення ринку (економічний пік) та подальше падіння внаслідок невідповідності в зростанні попиту і пропозиції – це момент реалізації вартості в економічному обороті, саме реалізація вартості позбавляє актуальності інноваційну продукцію, нівелюючи переваги і урівнюючи її з рештою товарів, а відповідно – максимізуючи ризики інноваційно-інвестиційного процесу. Тобто, насичення ринку є, такою собі, точкою неповернення в інноваційно-інвестиційному процесі, оскільки цикл йтиме на спад, а отже це означатиме зниження обсягів спроможного попиту і є сигналом для економії і зменшення обсягів виробництва. Таким чином, очевидним стає вирішальний вплив циклічності економіки, що втілюється у постійному коливанні ділової активності, на обсяги інноваційно-інвестиційної діяльності, та і, зрештою, на її наявність взагалі.

Загальновідомо, що головним рушієм будь-якої економічної та ділової активності, головною передумовою будь-якої діяльності господарюючих суб'єктів є отримання прибутку в розрізі задоволення

суспільної потреби. Таким чином, саме норма прибутку з, одного боку, і споживчі настрої, з іншого виступатимуть головними детермінантами циклічного процесу зміни ділової активності в економіці. За умов сучасної економіки, прибуткові притаманна двоїста природа: теоретично, його можна представити як суму прибутку й надприбутку – активної частини новоствореної вартості, генерованої інноваційною діяльністю, в результаті якої суб'єкт господарювання набуває монополічних прав, отримуючи в своє розпорядження надфункціональну частину продуктивної відтворювальної сили. Проте, прагнення до надприбутковості породжує перевиробництво в економіці (галузі) обумовлене елементарними законами попиту і пропозиції і, з рештою, стає початком нового економічного циклу, одночасно виступаючи причиною зниження прибутковості діяльності: встановлення еквівалентного обміну в умовах економічного падіння викликає витіснення інвестиційної сили грошей купівельною, при цьому, маємо вплив доходних факторів попиту та інвестицій. Таким чином, спостерігаємо циклічний спад інноваційно-інвестиційної діяльності, викликаний падінням сукупного попиту, і, одночасно, зниження обсягів інвестицій призводить до поглиблення спаду попиту через скорочення ділової активності, а отже – зростання безробіття, що в свою чергу, є причиною скорочення частини ощадної (інвестиційної) частини доходу, і викликає нове падіння інвестиційної сили грошей до повного перетворення їх у єдиний функціонал – міру вартості. Встановлення балансу купівельної та інвестиційної, а з рештою, зникнення інвестиційної, сили грошей притаманно депресивній частині економічного циклу, що супроводжується мінімальними показниками сукупного попиту галузі (економіки) для даного коливання і триває до початку оновлення капіталу, тобто, обіг грошової маси, фактично, обслуговує особисте споживання. Цікаво, що процес економічного зростання почнеться всеодно, з перевагою купівельної сили грошей, що відбуватиметься за рахунок збільшення попиту новонайманої робочої сили і зростанням обсягу споживання, мова ж про активізацію інноваційно-інвестиційної діяльності йтиме лише, в той момент, коли інвестиційна сила грошей поступово почне витісняти купівельну. Звідси, очевидним є вирішальний вплив циклічності в розрізі інноваційно-інвестиційної діяльності галузі, економіки та й окремого господарюючого суб'єкта. Таким чином, вище викладене є теоретичним узагальненням дії універсального закону кон'юнктури М. Кондрат'єва [3], що пояснює незмінний, об'єктивний характер економічних циклів та описує природу і закономірності економічного розвитку. Крім того, необхідно наголосити на відсутності циклічних коливань за умов планової або командно-адміністративної економіки, що дає змогу зробити припущення про їх відсутність поза ринковим механізмом або в мовах повної монополізації галузі (статичність окремих ринків) або економіки в цілому.

Загальновідомо, що ілюстрацією циклу, в розрізі різних економічних процесів і масштабів, є рівень ділової активності, що вимірюється сукупним продуктом (сукупним суспільним продуктом або ВВП в масштабі країни); звідси, висновок про наявність або відсутності циклічних коливань можна ґрунтувати на дослідженнях держкомстату стосовно динаміки основних економічних показників. Отже, за даними офіційної статистики, спостерігається стале зростання ВВП протягом останнього десятиріччя, за винятком 2009 року – скорочення на 3,3% порівняно з попереднім періодом [1], що дає можливість висунення двох діаметрально протиставлених припущень:

1) середньострокові коливання в Україні характеризуються занадто довгими похвалленнями, блискавично короткими кризами і відсутністю фази депресії, що є підставою для теоретичного обґрунтування особливостей циклічного процесу в Україні;

2) циклічне коливання в економіці повністю або практично (мається на увазі, коливання в окремих галузях, що, з рештою, впливає на економіку взагалі) відсутнє.

Стосовно справедливості другого твердження, припустимо, що коливання в економіці України мають об'єктивний характер – підставою для даного припущення є визнання економіки України ринковою; крім того, нами було доведено вище, залежність обсягу (наявності) інновацій від фази економічного циклу, тобто, рівня ділової активності, тому, проаналізувавши тенденції інновацій можна зробити висновок про наявність циклічних коливань, адже поява інноваційних товарів є головною умовою конкурентоспроможності в умовах похваллення ринку. Отже, за даними держкомстату, питома вага промислових підприємств, що займаються інноваційною діяльністю станом на 2012 рік становить 13,6% (з урахуванням купівлі обладнання, устаткування та програмного забезпечення, тобто з урахуванням підприємств, що займаються модернізацією та оновленням фондів); у 2000 році – 14,8%, причому офіційно кризовий 2009 рік, характеризувався скороченням показника на 0,1%, порівняно з піковим, заданими офіційної статистики, 2008 роком; динаміка питомої ваги реалізованої інноваційної продукції за період 2000-2012 рр. взагалі має тенденцію до спаду: з 6,8 – 7,0% у 2000-2001 рр. до 3,3% у 2012 році. Отже, припущення про об'єктивний характер економічних коливань в Україні не має підтвердження ані з точки зору аналізу динаміки ВВП, ані з точки зору, аналізу інноваційної діяльності. Крім того, очевидним є депресивний

характер розвитку економіки України. Поясненням даного явища, як вже зазначалося раніше, – є теоретично обґрунтована закономірність емпіричного закону М. Кондрат'єва про відсутність коливань поза ринком, одночасно підтверджена нами в сенсі необхідності активізації інноваційно-інвестиційного процесу з метою конкурентної боротьби. Звідси, в умовах монополізації економіки чи то державою, – за командно-адміністративної економічної структури, чи то певними економічними одиницями, за допомоги міжгалузевих картельних об'єднань, циклічність втрачає незмінний, об'єктивний характер. Це пояснюється насамперед тим, що монополіст не має сенсу впроваджувати інновації з метою підвищення конкурентоспроможності, адже просто не має конкурентів, крім того, окреслений нами головний рушій економічної активності – досягнення умов надприбутковості, також втрачає сенс – в умовах відсутності претендентів на вже наявні механізми отримання цієї функціональної частини новоствореного продукту.

Звідси, на наш погляд, очевидно є причина занепаду інноваційно-інвестиційного процесу в економіці України та її депресивного розвитку, що виявляється у міжгалузевій картельній монополізації ринку окремими структурами, а отже відсутністю стимулів і намірів до інноваційного розвитку, що є результатом суттєвих недоліків антимонопольно-конкурентного законодавства та тенденційного наслідування попередньої економічної структури, а також, недосконалістю процесів приватизації і денаціоналізації.

**Висновки.** Інноваційно-інвестиційна діяльність в Україні перебуває в занепаді на фоні, і як результат, депресивного розвитку вітчизняної економіки. В процесі дослідження факторних закономірностей обсягів і стимулів до інновацій, виявлено вплив саме рівня ділової активності на інноваційний процес, а не навпаки, як прийнято вважати; доведено вирішальне значення циклічності у прийнятті рішення про інвестиції у інноваційні продукти; а також, теоретично обґрунтовано порушення кон'юнктури як наслідок монополізації вітчизняної економіки.

Науковою новизною дослідження є: по-перше, проєкція інноваційно-інвестиційної діяльності на економічну кон'юнктуру з метою виявлення її впливу на активність інвестицій у інноваційні товари, в результаті чого, було з'ясовано, що пошкваллення характеризуватиметься домінуванням інвестицій в інноваційні товари, а насичення ринку (економічний пік) – точка неповернення, за якої інвестиції стануть невідтворюваними, а інноваційні товари втратять свої переваги; по-друге, отриманий висновок про те, що прагнення до надприбутковості викликає зростання ділової активності і стимулює інноваційно-інвестиційний процес, але, одночасно, є причиною майбутньої кризи переробництва у момент реалізації вартостей в економічному обороті, і подальшої деструктивізації інноваційного процесу; емпірично доведено, що до занепаду інноваційно-інвестиційної активності призводить втрата грошима інвестиційної сили на користь купівельної, що пояснюється перетворенням їх у інструмент виключно міри вартості і спостерігається за кризово-депресивної частини циклу до наступного оновлення капіталу; по-четверте, змодельовано обґрунтування припущення (на основі об'єктивного кон'юнктурного закону М. Кондрат'єва) про відсутність циклічних коливань в деяких галузях економіки України внаслідок картельної монополізації, що, на наш погляд, є причиною депресивного стану економіки і занепаду інноваційно-інвестиційної активності.

Подальшого дослідження і обґрунтування потребує процес монополізації в Україні та його вплив на втрату економічною кон'юктурою свого об'єктивного характеру.

### Література:

1. ВВП України: динаміка, статистика, структура ВВП в Україні. Портал «Мінфін». – Режим доступу: <http://index.minfin.com.ua/index/gdp/>.
2. Кейнс Дж. М. Избранные произведения / Пер. с англ. – М.: Экономика, 1993. – 543 с.
3. Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвиденья: Избранные труды / Международный фонд Н.Д. Кондратьева и др. – М.: Экономика, 2002. – 767 с.
4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник / відп. за вип. І.В. Калачова. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2012. – 305 с.
5. Наукова та інноваційна діяльність (1990-2012 рр.). Статистичний звіт. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/ni/ind\\_rik/ind\\_u/2002.html](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html).
6. Статистика науки та інновацій. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Фишер И. Покупательная сила денег. / И. Фишер. – М.: Дело, 2001. – 198с.
8. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 455с.
9. Global innovation report. Official site of GII. – Access mode: <http://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=gii-full-report-2013>.

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

## THEORETICAL APPROACHES TO UNDERSTANDING THE NATURE OF INNOVATION MANAGEMENT EFFECTIVENESS OF CORPORATE ENTERPRISES

Статтю присвячено дослідженню теоретико-методичних підходів до ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств. Обґрунтовано наявність результативного, цільового, витратного та ресурсного підходів до визначення ефективності. Визначено їх спільні та відмінні риси. Запропоновано враховувати також ключові принципи системного та процесного підходів. Проаналізовано категорії «ефективність», «результативність» та «ефект», які є базовими для вказаних підходів. Аргументовано, що ці категорії є близькими, але не тотожними за змістом. На основі проведеного аналізу уточнено сутність поняття «ефективність управління інноваційною діяльністю» та розглянуто класифікаційні ознаки і види ефектів інноваційної діяльності корпоративних підприємств. Крім того, запропоновано комплексний підхід до розуміння сутності ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств. Виявлено основні переваги його застосування у частині здійснення комплексного оцінювання ефективності, а також можливості більш ґрунтовного прийняття відповідних управлінських рішень та реалізації механізмів подальшого розвитку корпоративних підприємств на інноваційній основі.

**Ключові слова:** ефективність, ефект, оцінка, інноваційна діяльність, інновації

Статья посвящена исследованию теоретико-методических подходов к пониманию эффективности управления инновационной деятельностью корпоративных предприятий. Обосновано наличие результативного, целевого, затратного и ресурсного подходов к определению эффективности. Определены их общие и отличительные черты. Предложено учитывать также ключевые принципы системного и процессного подходов. Проанализированы категории «эффективность», «результативность» и «эффект», которые являются базовыми для указанных подходов. Аргументировано, что эти категории являются близкими, но не тождественными по содержанию. На основе проведенного анализа уточнена сущность понятия «эффективность управления инновационной деятельностью» и рассмотрены классификационные признаки и виды эффектов инновационной деятельности корпоративных предприятий. Кроме того, предложен комплексный подход к пониманию сущности эффективности управления инновационной деятельностью корпоративных предприятий. Выявлены основные преимущества его применения в части осуществления комплексной оценки эффективности, а также возможности более основательного принятия соответствующих управленческих решений и реализации механизмов дальнейшего развития корпоративных предприятий на инновационной основе.

**Ключевые слова:** эффективность, эффект, оценка, инновационная деятельность, инновации

*The article investigates the theoretical and methodological approaches to understanding the*

*effectiveness of corporate innovation management companies. Availability of reasonably effective, targeted, cost and resource approaches to determine effectiveness. Identified by their common and distinctive features. Proposed to account for core principles of system and process approaches. Analysed the category of "efficiency", "effectiveness" and "effect", which are the base for these approaches. Argued that these categories are similar but not identical in content. Based on the analysis refined essence of the concept of "innovation management efficiency" and considered classification features and types of innovation effects of corporate enterprises. Further, a comprehensive approach to understanding the essence of innovation management effectiveness of corporate enterprises. The basic advantages of its use in the implementation of a comprehensive evaluation of the effectiveness and the possibility of more thorough adoption of appropriate management decisions and implementation of mechanisms for further development of corporate enterprises on the innovation basis.*

**Keywords:** efficiency, effect, evaluation, innovation, innovation

**Вступ.** Економіка розвинутих країн великою мірою носить інноваційний характер, тобто базується на застосуванні нових знань і сучасних інформаційних технологій. Корпорації і корпоративні підприємства виступають потужними суб'єктами сучасної економіки, перебувають у постійному пошуку інноваційних рішень та процесів впровадження передових технологій. У їхніх стратегіях інновації виступають основою конкурентоспроможності й визначають напрями розвитку компанії, окремих галузей та національної економіки в цілому. Корпоративні підприємства у всьому світі показують високі показники інноваційної активності що, характеризуються напрацьованими схемами і моделями її здійснення. Багато у чому це визначається вдалими підходами до розуміння не лише переваг інноваційної діяльності, а і відпрацьованими підходами оцінювання показників її ефективності. Останні ж у основі містять і чітко визначене поняття ефективності.

Проте на вітчизняних підприємствах такі тенденції майже не спостерігаються. Тому ефективність як інноваційної діяльності, так і управління нею навіть у частині корпоративних підприємств є вкрай низькою.

Дослідженням питань видів ефектів та визначення й оцінки ефективності інноваційної діяльності, управління нею займався цілий ряд зарубіжних та вітчизняних вчених, а саме: А. Чулок, В. Бернс, Г. Бірман, М. Джонк, П. Волков, М. Денисенко, С. Ільєнкова, П. Завлін, І. Павленко, К. Радченко, В. Василенко Л.О. Лігоненко, І. Адізес, С. Сінк, В. Г. Андрійчук, Э. Дж. Долан, О. В. Олійник, Ю. В. Чибісов, Ш. Майталь; М. В. Чорна, С. В. Глухова, О. Ф. Савченко, Г. В. Брик, З. Б. Гук, Т. В. Лебідь, В. Ю. Самуляк, О. І. Амоша, В. П. Антонюк, А. І. Землянкін та інші.

У той же час, не зважаючи на ширину розгляду даного питання у літературі низка питань стосовно ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств залишається недостатньо дослідженою і потребує більш поглибленого вивчення. Насамперед це питання, пов'язані з відсутністю єдиного розуміння ефективності управління інноваційною діяльністю та несистемністю процесу її оцінювання, вибору відповідних показників оцінки, врахування можливих видів ефектів, факторів впливу. Це значною мірою впливає і на подальші можливості удосконалення процесу прийняття раціональних управлінських рішень, відпрацювання відповідних механізмів, що сприятимуть підвищенню рівня інноваційної активності корпоративних підприємств у структурі національного господарства.

**Постановка завдання.** Мета статті полягає у аналізі теоретико-методичних підходів до визначення сутності ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств, та уточненні сутності категорії ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств шляхом визначення основних параметрів, які її характеризують

**Методологія.** У процесі дослідження використано методи наукової абстракції, теоретичного узагальнення та порівняння, аналізу і синтезу, які забезпечили системність дослідження теоретико-методичних підходів до визначення поняття «ефективність управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств», змістовного їх порівняння та вибору відповідних базових їх елементів, які можуть бути використані як основа для обґрунтування комплексного підходу, уточнення сутності ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств.

**Результати дослідження.** Аналіз літературних джерел присвячених сутності ефективності управління інноваційною діяльністю дає підстави свідчити, що наразі не існує загальноприйнятого її визначення. Це, у свою чергу, спричиняє не лише розбіжності теоретичного характеру, а і призводить до неможливості чіткого оцінювання вказаного показника.

З метою уточнення поняття «ефективність управління інноваційною діяльністю», на наш погляд, доцільно визначити сутність власне ефективності.

Традиційний (результативний) підхід, який широко представлений у науковій літературі, визначає ефективність як таку, що характеризує результативність діяльності відповідних рівнів економічних систем (підприємств, територій, національної економіки). З точки зору виробничих систем вона трактується як співвідношення економічних результатів і економічних затрат.

Подібної логіки дотримуються ті учені, які вказують на синонімічність слів «effectiveness» та «efficiency». Так, зокрема, П. Хейне зазначає, що «... ефективність (effectiveness) і економічність (efficiency) - майже синоніми. Обидва терміни характеризують «результативність» використання засобів для досягнення цілей» [1].

У той же час, І. Адізес вказує, що дані поняття не можна аналізувати як синоніми, більше того, доцільно здійснювати їх семантичний аналіз з урахуванням різного трактування у різних мовах. За його словами, наприклад, в івриті є слово «efficiency» (продуктивність), але для відтворення терміну «ефективність» використовується слово «цілеспрямованість». Але наголошує і на тому, що не всі цілеспрямовані системи можуть бути ефективними [2].

Д. Сінк також ототожнює ефективність та результативність, вказуючи, що вона може бути представлена такими основними видами, як: дієвість, економічність, якість, прибутковість, продуктивність, якість праці та інноваційність. І хоча він не дає чіткого визначення поняття результативності (ефективності), але зазначає, що результативність характеризує і ефективність, і продуктивність, і прибутковість [3].

У С. Мочерного ефективність - це здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат.

На думку В. Андрійчука, категорію ефективності можна трактувати як результативність певного процесу, дії, що вимірюється співвідношенням між отриманим результатом і витратами (ресурсами), що його спричинили [4].

На наш погляд, використання такого підходу є досить обмеженим, оскільки наявність певного результату не означає, що суб'єкт досягає чітко поставленої мети (цілі) і саме у тому обсязі, який було заплановано. Результат – величина відносна, що може варіюватись від незначної до суттєвої, але ж чи відповідатиме вона поставленій меті.

Так, наприклад, Е. Долан вказує, що без ефективності результативність сама по собі може привести до негативних наслідків для суб'єкта, оскільки будь-яка діяльність має результат, але він не обов'язково може бути позитивним [5].

О. Олійник, Ю. Чибісов також вказують на те, що результативність може характеризуватись не лише позитивним чи негативним результатом, а і його відсутністю. Вони зазначають, що відсутність результату – це теж результат діяльності, наслідком якого є розсіювання накопиченої енергії [6].

Ш. Майталь визначає ефективність як створення альтернатив вибору та управління ними [7].

До цієї думки схиляється і Л. Пархоменко визначаючи, що «ефективність відображає дію об'єктивних економічних законів, виступає формою вираження мети виробництва, означає результативність, міру одержання корисності».

М. Чорна, С. Глухова підкреслюють неможливість ототожнення ефективності та результативності, тобто і використання результативного підходу до ефективності як єдино вірного та можливого. Автори вказують на те, що поряд з ним варто застосовувати цільовий підхід [8].

У праці [6] зустрічаємо: ефективність властива не будь-якій взаємодії, а лише цілеспрямованій. Або у Д. Сінка «бути «ефективним» — означає створювати те, для чого була створена система, — забезпечувати необхідну функцію», реалізовувати її мету.

Враховуючи те, що ефективність – це поняття, яке доцільно застосовувати до керованих систем (господарських, соціальних тощо), що, власне, і характеризуються цілеспрямованістю, його доцільно аналізувати з позицій досягнення мети, практичне втілення прийнятих рішень та ін. Крім того, можна говорити також і про те, що цільовий підхід включає у себе результативний, будучи більш складним, відображаючи як кількісні параметри результативності, так і якісні - відповідність результату бажаним (цільовим) параметрам.

Дану думку можна підтвердити визначенням ефективності, запропонованим Ф. Савченком: «ефективність відображає рівень досягнення об'єктивної мети матеріального виробництва, здійснення його основних виробничих функцій» [9].

Поряд з даними підходами у науковій літературі до поняття ефективність часто застосовують також витратний та ресурсний підходи. Проте, на наш погляд, якщо врахувати, що при визначенні ефективності як результативності найчастіше мова іде про співвідношення «результат - витрати» і «результат - ресурси», то їх доцільно застосовувати у комплексі. Більше того, якщо результативність розглядати як певну міру досягнення поставлених цілей, то вони можуть розглядатись



і у межах даного підходу. Витрати та ресурси – це за своєю сутністю вимірні показники, на основі зміни яких можливо судити про досягнутий рівень поставлених цілей [10]. З позицій суб'єктів соціально-економічної системи, для яких питання «співвідношення ресурсів - результату або витрат-результату (ступеню досягнення цілей)» є ключовим, такий погляд, на нашу думку, є цілком виправданим.

Крім того, ми погоджуємось з думкою, висловленою М. Чорною і С. Глуховою з приводу врахування як умови комплексності при визначенні сутності ефективності статико-динамічного підходу, який враховує часові параметри [8], з огляду на те, що інноваційна діяльність пов'язана зі значними витратами часу та ризиками, а також має оцінюватись з відображенням відповідної динаміки. Варто звернути увагу і на такий аспект ефективності, як її системний характер.

Для господарських систем визначення сутності ефективності, на наш погляд, має враховувати стійкий взаємозв'язок і обумовленість із параметрами зовнішнього та внутрішнього середовища. Мова йде про те, що діяльність, яку здійснює система, визначається параметрами оточуючого середовища, але, перебуваючи з ними у зворотних зв'язках, - також чинить на них активний вплив. Якщо говорити про управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств, які діють за принципом «відкритих інновацій» та вступають у активні взаємозв'язки із оточуючим середовищем, їх урахування виступає важливим аспектом не лише визначення ефективності, а і правильно побудованого підходу до її оцінювання.

Поняття ефективності тісно пов'язане з поняттям ефект. У літературі наразі можна зустріти як їх ототожнення, так і виділення сутнісних особливостей розмежування. Ми погоджуємось з думкою Г. Брика про те, що ефект є уособленням самого результату, що характеризується абсолютними показниками, а ефективність - відносними показниками на основі порівняння результатів, цілей діяльності із здійсненими зусиллями для їх досягнення [10].

Щодо ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств, то її також доцільно розглядати через призму ефектів, у яких виражається значення досягнення поставлених цілей (результату якісному та кількісному вираженні у порівнянні з бажаним станом). Види ефектів для інноваційної діяльності на сьогоднішній день класифікуються за різними ознаками, серед яких у процесі аналізу автором було запропоновано як основні враховувати наступні (таблиця).

Таблиця

#### Види ефектів за класифікаційними ознаками

Класифікаційна ознака	Вид ефекту
За наслідками	Економічний, екологічний, соціальний, науково-технічний, комплексний
За взаємодією із зовнішнім середовищем	Внутрішній та зовнішній
За результатами	Проміжний та кінцевий
За часовим параметром	Статичний та динамічний
За ступенем збільшення ефекту	Первісний і мультиплікативний (синергетичний)

Джерело: уточнено на основі [8,10,11]

У той же час, варто погодитись із тими дослідниками, які за базові визначають ефекти за наслідками. Урахування усіх видів за всіма визначеними класифікаційними ознаками може мати місце, проте, на нашу думку, при здійсненні оцінювання, їх поєднання буде досить складним. За доцільніше при здійсненні оцінювання обирати певний з видів. Так, наприклад, оскільки поняття ефективності можна застосовувати як до систем, так і до їх рівнів та відповідних процесів, які у них протікають, тобто з позицій системного та процесного підходів, то і оцінювання ефективності управління інноваційною діяльністю також можна аналізувати з позицій системи, її рівнів та відповідних процесів.

Необхідно зазначити, що відповідна кількість ефектів, отриманих у процесі управління інноваційною діяльністю складає основу і для розуміння сутності відповідних видів ефективності, що у сукупності у процесі оцінювання можуть бути зведені до відповідних результуючих показників.

З огляду на складну природу корпоративних підприємств, що проявляється відповідними особливостями реалізації функцій власності, управління, праці та влади, а також відповідними параметрами їх економічного потенціалу (кадрового, інноваційного, фінансового, інформаційного, науково-технічного, організаційно-управлінського та ін.), необхідно при визначенні ефективності

управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств враховувати також інтереси учасників цієї діяльності, які виражаються бажанням отримати певні результати (ефекти) у наслідок здійснених у процес інноваційної діяльності внесків. На цьому наголошують і А. Михалюк, О. Амоша та ін.[12].

Усе вище вказане дає підстави визначити, що при дослідженні поняття «ефективність управління інноваційною діяльністю» доцільно застосовувати комплексний підхід, який виражатиме цільове спрямування інноваційної діяльності корпоративних підприємств та відповідні наслідки ухвалених управлінських рішень на всіх рівнях ієрархії у динаміці та системному і всебічному врахуванні можливих ефектів, які тяжіють до максимального відображення поставлених цілей з виправданими понесеними витратами (використаними ресурсами), інтересів зацікавлених у них суб'єктів, параметрів середовища впливу (рис. 1.).



Рис. 1. Комплексний підхід до розуміння сутності ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств (розроблено автором на основі аналізу)

Під ефективність управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств доцільно розуміти узагальнюючу категорію, яка відображає рівень досягнення поставлених цілей шляхом порівняння результатів (ефектів) із понесеними витратами чи задіяними ресурсами через якісні та кількісні показники з урахуванням інтересів учасників інноваційної діяльності і динамічного впливу на процес управління параметрів внутрішнього та зовнішнього середовища (рис. 2.).



Рис. 2. Ефективність управління інноваційною діяльністю з урахуванням зовнішнього та внутрішнього впливу (розроблено автором на основі аналізу)

Таке розуміння ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств дозволяє:

- врахувати ступінь відповідності результату поставленим цілям, а при значних розбіжностях, відповідно, використовувати оптимізаційні моделі як основу для їх максимального вирівнювання;
- з метою оцінювання обирати відповідні оціночні показники, які враховуватимуть особливості інновацій, найбільш відповідних їм ефектів;
- розуміти складну природу ефективності, яка має бути врахована при здійсненні оцінювання та вибору відповідних управлінських моделей та механізмів подальшого розвитку корпоративних підприємств;
- чітко орієнтуватись на цільову спрямованість з позицій зовнішніх та внутрішніх ефектів, які є визначальними при виборі методики та параметрів оцінювання, інтерпретації їх результатів;
- максимально враховувати фактори впливу на процеси управління інноваційною діяльністю, що впливають на ступінь досягнення ефективних показників (цільових установок).

**Висновки.** Наукова новизна проведеного дослідження полягає в уточненні сутності категорії ефективність управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств шляхом визначення основних параметрів, які її характеризують: цільова спрямованість, співставність результатів та ступінь їх інтерпретації залежно від відповідності поставленим цілям, орієнтація на максимізацію цільового результату з виправданими витратами чи задіяними ресурсами, урахування інтересів учасників інноваційної діяльності та параметрів впливу внутрішнього і зовнішнього середовища.

Основою такого визначення є систематизація основних теоретико-методичних підходів до розуміння сутності ефективності та виділення у процесі дослідження комплексного підходу як найбільш відповідного та доцільного до використання у сучасних умовах.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості на снові використання запропонованого визначення ефективності управління інноваційною діяльністю корпоративних підприємств здійснення комплексного оцінювання та вибору відповідних управлінських моделей і механізмів подальшого розвитку корпоративних підприємств на інноваційній основі.

Подальші наукові дослідження мають бути спрямовані на усебічний аналіз методик оцінювання ефективності управління інноваційною діяльністю як основи вибору тих, максимально враховуватимуть запропоновані положення.

### Література:

1. Лігоненко Л.О. Дискусійні питання щодо трактування сутності та співвідношення понять “ефективність” і “результативність” управління підприємством / Л.О. Лігоненко // Актуальні проблеми економіки : наук. економ. журнал. – 2008. – № 10(88). – С. 207-215., (С. 210.)
2. Адізес І. Про ефективність, продуктивність та їхні наслідки. – [Електронний ресурс] / І. Адізес. – Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/blogs/14216/pro-efektivnist-produktivnist-ta-jihni-naslidki>
3. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение: Пер. с англ. / Д.С.Синк // – М.: Прогресс, 1989. – 528 с
4. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: [монографія] / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.
5. Долан Э.Дж. Рынок: макроэкономическая модель / Э. Дж. Долан, Д.Е. Линдсей // [пер. с англ. Б. Лукашевича и др. ; под. общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича]. – Санкт-Петербург, 1992. – 248 с
6. Олійник О. В. Ефективність функціонування системи бюджетування: теоретичні засади та методи оцінки / О. В. Олійник, Ю. В. Чибісов // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії . – 2006. – № 1Е (6). – С.263-271
7. Майталь Ш. Экономика для менеджеров: десять важных инструментов для руководителей / Ш. Майталь // [пер. с англ.]. – М. : Дело, 1996. – 289 с
8. Чорна М. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств : [монографія] / М. В. Чорна, С. В. Глухова. // – Харків :ХДУХТ, 2012. – 210 с.
9. Савченко О.Ф. Теоретичні аспекти ефективності функціонування підприємств аграрного сектору економіки / О. Ф. Савченко // Економіка АПК. – 2002. – № 8. – С. 41-44.
10. Брик Г. В. Сучасні підходи до з'ясування суті категорії «ефективність» [Електронний ресурс] / Г. В.Брик - Режим доступу: <http://int-konf.org/economika/77-k-e-n-brik-g-v-sucha..>
11. Самуляк В.Ю. Фактори і напрямки інноваційного розвитку підприємств / З.Б.Гук, Т.В.Лебідь, В.Ю.Самуляк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління». – Львів: Вид-во Львівська політехніка, 2010.
12. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення: Монографія / О. І. Амоша, В. П. Антонюк, А. І. Землянкін та ін. // НАН України. Ін-т економіки промисловості. — Донецьк, 2007. — 328 с.

Лободзинська Т.П.

канд. екон. наук

Національний технічний університет України «КПІ»

## НАПРЯМКИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВИРОБНИЦТВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНОЇ ГАЛУЗІ

## НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

## DIRECTIONS OF STATE REGULATION OF ELECTRICAL INDUSTRY ENTERPRISES COMPETITIVE INNOVATIVE OUTPUT PRODUCTION

*Державна інноваційна політика – це вплив держави на інноваційну діяльність за допомогою прямих і опосередкованих важелів правового та економічного регулювання задля розвитку науки, техніки та інноваційних процесів.*

*У пропонованій статті досліджено напрямки державного регулювання виробництва конкурентоспроможної інноваційної продукції. Висвітлено необхідність державного втручання в процес впровадження інновацій, що пов'язаний з тривалістю науково-виробничого циклу, значними витратами та невизначеністю кінцевого результату. Запропоновано термін «державне регулювання» щодо інноваційної діяльності визначити як систему заходів цілеспрямованого впливу органів державного управління на економічні інтереси інститутів інноваційної сфери. Доведено необхідність активізації державної інноваційної політики, реалізації конкретних програм і проектів, замовлень та контрактів інноваційного характеру з метою розробки та впровадження конкурентоспроможних видів продукції та технологій. Розглянуто недоліки законодавчої бази щодо регулювання виробництва конкурентоспроможної продукції. Висвітлено інші проблеми державного регулювання інноваційної діяльності і сформульовані деякі пропозиції щодо їх вирішення.*

**Ключові слова:** державна інноваційна політика, державне регулювання, конкурентоспроможна інноваційна продукція, електротехнічна галузь.

*Государственная инновационная политика – это влияние государства на инновационную деятельность посредством прямых и косвенных рычагов правового и экономического регулирования для развития науки, техники и инновационных процессов.*

*В предлагаемой статье исследованы направления государственного регулирования производства конкурентоспособной инновационной продукции. Освещена необходимость государственного вмешательства в процесс внедрения инноваций, который связан с продолжительностью научно-производственного цикла, значительными затратами и неопределенностью конечного результата. Предложен термин «государственное регулирование» инновационной деятельности определить как систему мер целенаправленного воздействия органов государственного управления на экономические интересы институтов инновационной сферы. Доказана необходимость активизации государственной инновационной политики, реализации конкретных программ и проектов, заказов и контрактов инновационного характера с целью разработки и внедрения конку-*

рентоспособных видов продукции и технологий. Рассмотрены недостатки законодательной базы по регулированию производства конкурентоспособной продукции. Освещены другие проблемы государственного регулирования инновационной деятельности и сформулированы некоторые предложения по их решению.

**Ключевые слова:** государственная инновационная политика, государственное регулирование, конкурентоспособная инновационная продукция, электротехническая отрасль.

*State Innovation policy is a state influence on innovation activity through direct and indirect leverages of legal and economic regulation for the development of science, technology and innovation processes.*

*The directions of state regulation of competitive innovative output production are examined in the article. The article deals with the necessity of state intervention in the innovations implementation process, which is related to the duration of research and production cycle, costly expenses and uncertain outcome. The term "government regulation" regarding innovation activity is proposed to be defined as a system of measures of purposeful public administration institutions influence on economic interests of innovation sector institutions. The necessity of intensification of state innovation policy, the implementation of specific programs and projects, orders and contracts of innovative nature for the purpose of development and implementation of competitive types of products and technologies is proved. The shortcomings of the legislative framework for regulation of the competitive output production are considered. The article deals with other issues of government regulation of innovation activity and some proposals for their solution are formulated.*

**Keywords:** state innovation policy, government regulations, competitive innovative products, electrical industry.

**Вступ.** Порівняльний аналіз зарубіжного та національного законодавства з питань інноваційної діяльності, а також цілої низки літературних джерел, свідчить про те, що в сучасному світі наука перетворилась на один із найважливіших факторів забезпечення ефективного економічного розвитку. Здатність генерувати і впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу – одна з найголовніших умов забезпечення конкурентоспроможності як національної економіки в глобальному конкурентному середовищі, так і окремих товаровиробників на конкретних ринках.

Необхідність державного втручання в процес впровадження інновацій з метою виробництва конкурентоспроможної продукції електротехнічної галузі пов'язана з тривалістю науково-виробничого циклу, значними витратами та невизначеністю кінцевого результату. Ринку не може вирішити проблему довгострокових ризикових інвестицій, тому ці функції має взяти на себе держава.

Учені-економісти трактують по-різному державне регулювання. Одні дотримуються думки, що державне регулювання являє собою форму цілеспрямованого впливу держави на функціонуючу економічну систему з метою забезпечення або підтримки певних процесів, зміни економічних явищ або їх зв'язків [4,7]. Інші – як вплив за допомогою економічних регуляторів на розвиток народного господарства [3,5]. Треті – як механізм реалізації економічної політики зі своєю теорією, методикою та практикою здійснення [6, 10].

Отже, визначення, аналіз та оптимізація напрямків державного регулювання виробництва інноваційної продукції підтверджує актуальність дослідження та обґрунтованість обов'язкового впливу держави на інноваційну діяльність щодо виробництва конкурентоспроможної продукції.

**Постановка завдання.** Дослідити напрямки державного регулювання виробництва конкурентоспроможної інноваційної продукції підприємств електротехнічної галузі. Виділити недоліки законодавчої бази щодо регулювання виробництва конкурентоспроможної продукції.

**Методологія.** Дослідження ґрунтується на аналізі матеріалів законодавчого характеру, фактичного матеріалу, наукових праць українських та зарубіжних вчених. Для вирішення завдань дослідження використано комплекс загальнонаукових методів, а саме: аналіз і синтез, статистичний аналіз, системний підхід, діалектичний метод пізнання, сучасні концепції інноватики, метод порівняльного та ретроспективного аналізу.

**Результати дослідження.** Під державним регулюванням слід розуміти сукупність використовуваних державою економічних, адміністративних, правових форм і методів впливу на об'єкт регулювання. У рамках цього підходу, визначення терміну «державне регулювання», щодо інноваційної діяльності, доцільно визначити як систему заходів цілеспрямованого впливу органів державного управління на економічні інтереси інститутів інноваційної сфери.

Особливість об'єкта державного регулювання у сфері інноваційної діяльності в тому, що його необхідно розглядати як організацію виробничого типу. Інноваційна сфера відноситься не тільки до споживачів, але й до виробників суспільних благ.

Державне регулювання базується на виборі пріоритетів, стратегічних напрямків соціально-економічного, науково-технічного та інноваційного розвитку. Одним із завдань державного регулювання інноваційної діяльності є проведення комплексу заходів з організаційно-правової, фінансово-ресурсної підтримки інноваційної активності суб'єктів господарювання [6]. Для цілеспрямованого створення умов у інноваційній сфері держава формує цілі й принципи своєї політики та пріоритети розвитку у цьому напрямі.

Державне регулювання інноваційних процесів у виробництві електротехнічної продукції, що виступає формою реалізації інноваційної політики, являє собою сукупність економічних форм і методів впливу органів державного управління на даний вид діяльності, реалізацію конкретних програм і проектів, замовлень і контрактів інноваційного характеру з метою розробки та впровадження конкурентоспроможних видів продукції та технологій.

З метою підтримки національного виробника в межах відкритої економіки потрібне дієве стимулювання з боку держави внутрішнього ринку, сприяння освоєнню механізмів енергозбереження та структурної політики, захист високотехнологічного потенціалу та інвестиційного комплексу. Необхідна активна взаємодія держави з приватним сектором економіки з метою прискорення формування і утвердження національного капіталу. Його концентрація повинна бути зосереджена на вирішальних пріоритетах соціально-економічної політики [10].

Існуюча система державного управління науково-технічною та інноваційною діяльністю і механізми її фінансування неспроможні якісно забезпечити комплексне вирішення згаданих вище завдань.

Саме тому, інноваційний розвиток електротехнічної галузі неможливий без ефективного механізму державного регулювання інноваційної діяльності, націленого на виробництво конкурентоспроможної продукції підприємств галузі та розвиток пріоритетних інноваційних технологій. Зазначений механізм повинен забезпечувати першочергову реалізацію вискоєфективних проектів, що базуються на новітніх досягненнях науково-технічного прогресу у сфері виробництва інноваційної електротехнічної продукції. В основу механізму слід покласти поєднання державного регулювання фундаментальних і пріоритетних прикладних досліджень та фінансової підтримки недержавних організацій інноваційного спрямування. У зв'язку з цим доцільно виділити дві ключові групи суб'єктів регулювання: державу в особі органів законодавчої і виконавчої влади та недержавні організації інноваційного спрямування.

Роль держави у сфері підтримки інновацій в електротехнічній галузі можна узагальнити наступними позиціями:

- держава сприяє розвитку науки, у тому числі прикладної, і підготовці наукових та інженерних кадрів (основне джерело інноваційних ідей);
- у рамках більшості урядових відомств існують програми, спрямовані на підвищення інноваційної активності галузі;
- державні замовлення, переважно у формі контрактів на проведення НДДКР, забезпечують початковий попит на нововведення, які потім знаходять широке застосування в електротехнічній галузі;
- фіскальні та інші елементи державного регулювання формують стимулюючий вплив зовнішнього середовища;
- держава виступає у ролі посередника в організації ефективної взаємодії академічної та прикладної науки, стимулює кооперацію у сфері науково-дослідної та дослідно-конструкторської роботи електротехнічних підприємств та університетів.

Відносно невисокий рівень витрат на НДДКР національних товаровиробників дає підстави для висновку про обмеженість попиту на наукові розробки з боку реального сектора, внаслідок чого інноваційні процеси в економіці відбуваються у досить обмежених масштабах [10].

Функції державних органів щодо регулювання інновацій визначаються економічною та соціальною роллю держави у сучасному суспільстві. Узагальнюючи думки, викладені у різних джерелах [3,4,6,7], доцільно виділити найважливіші з них: акумулювання коштів на наукові дослідження та інновації; координація інноваційної діяльності; стимулювання інновацій; створення правової бази інноваційних процесів; кадрове забезпечення інновацій; формування науково-інноваційної інфраструктури; регулювання соціальної та екологічної спрямованості інновацій; інституціональне забезпечення інноваційних процесів; підвищення суспільного статусу інноваційної діяльності; регулювання міжнародних аспектів інноваційних процесів. Наведені функції реалізуються державою через систему органів, діяльність яких спрямована на забезпечення сталого інноваційно-інвестиційного розвитку України [10].

Однією з ефективних форм державного втручання в інноваційну та наукову діяльність є створення за участю держави вузівсько-промислових дослідних центрів. Їх завдання полягає у стимулюванні об'єднання фінансових ресурсів і матеріально-технічної бази промисловості з кваліфікованими кадрами вищих навчальних закладів. Засобами такого стимулювання можуть бути фінансування початкових витрат вузівсько-промислових центрів з коштів державного бюджету; видача підприємствам-учасникам безкоштовних ліцензій на використання розроблених винаходів [3].

На наш погляд доцільно було б також законодавчо встановити можливість створення в Україні інноваційних фондів при академіях наук, науково-дослідних установах, підприємствах за рахунок державного бюджету, відрахувань від власного прибутку (зменшення відсотка податку на прибуток і на додану вартість), пільгового кредитування, датування інноваційної діяльності, спонсорських надходжень від юридичних та фізичних осіб, у тому числі й іноземних, тощо.

Формування фінансових і законодавчих стимулів для підтримки інноваційних технологій і підприємництва у сфері науки й науково-технічної діяльності є найважливішим напрямком державного регулювання в інноваційній сфері. До системи стимулів інноваційного процесу входять комплексно-правові законодавчі норми, а саме: промислове охоронне право приватної та інтелектуальної власності; законодавче закріплення інтелектуальної власності та правове регулювання її використання.

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає мету і принципи державної інноваційної політики, головною метою якої визнається створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку і використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- і ресурсозберігаючих технологій, виробництва і реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції [1].

Крім того, Закон визначає правові, економічні та організаційні основи державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів та направлений на підтримку інноваційної моделі розвитку економіки України. Згідно із Законом, державну підтримку отримують суб'єкти господарювання усіх форм власності, які реалізують в Україні інноваційні проекти, а також підприємства, які мають статус інноваційних [1].

Разом з тим, в Україні відсутня законодавча база, що передбачала б відповідальність за виробництво і продаж неякісної продукції. На український ринок електротехнічної продукції потрапляє значна кількість недоброякісних виробів. Вони знаходять збут через нижчу ціну. Контрабандної продукції особливо багато у західних регіонах України. Виготовляється вона підпільно на устаткуванні, що не передбачене для даних виробів.

Законодавство України не містить також положень, які б дозволили принципово відрізнити інвестиційну діяльність від інноваційної. Внаслідок цього вся «інноваційна діяльність» зводиться до надання переваг певним суб'єктам господарської діяльності на розсуд тієї чи іншої комісії. Внаслідок «багатовекторності» інноваційної діяльності (впровадження досягнень науки, розвиток економіки, створення робочих місць тощо) та неможливості об'єктивного співставлення складових (наприклад, з економічної точки зору більш доцільним може бути закупівля готового імпортного обладнання замість розробки українського), необхідним вбачається створення системи окремих конкретизованих цілей інноваційної діяльності з встановлення окремих підходів до кожної з цілей. Прикладом таких заходів може бути створення малих підприємств безпосередньо науковцями, технологічне оновлення базових галузей чи підвищення української частки доданої вартості експортної продукції, що виготовляється з сировини, яка не відновлюється. Обов'язковою складовою інноваційної діяльності має стати державна підтримка госпрозрахункових робіт, які є практично єдиним реальним механізмом впровадження досягнень науки у виробництво.

Однією з найважливіших передумов ефективного розвитку інноваційної діяльності є її достатнє і своєчасне фінансово-кредитне забезпечення, починаючи від фундаментальних досліджень і закінчуючи комерціалізацією конкретних інновацій. Не маючи фінансових резервів для прямого фінансування створення і функціонування організацій інноваційного спрямування, хоча б на першому етапі, держава шляхом різних податкових, кредитних та інших пільг повинна давати можливість сформувати початковий капітал і розвиватись, використовуючи власний інноваційний та інвестиційний потенціал [9].

Зі зростанням конкурентної боротьби доцільним стає прискорення взаємоузгодженого розвитку державних наукових програм з інноваційним підприємництвом, вкладання коштів у менш наукоємні проекти, які швидше впроваджуються у виробництво. І тут, звичайно, першочерговим завданням є заохочення інноваційних проектів приватних і державних підприємств та організацій. Впершучергу – це створення пільгових умов для організацій та установ, що розробляють і впроваджують

прогресивну техніку й технології, здійснюють науково-дослідну діяльність. Нові знання мають стати товарами й послугами у сфері виробництва. А для цього необхідне пільгове оподаткування, пільгове кредитування, пільгове інвестування, пільгове страхування тощо. Тому, одним з основних механізмів державної підтримки інноваційної діяльності в Україні є фіскальна політика і податкові пільги. Підприємці реалізують інноваційні процеси з метою одержання більшого прибутку. Схильність до підприємництва в цілому, і інноваційного зокрема, регулюється рівнем оподаткування прибутку [10]. Ілюструючи цю думку, угорський економіст Б. Санто приводить наступну залежність, що враховується Міністерством промисловості Швеції: «Якщо розмір податку на прибуток варіює між 0 й 25%, то схильність до підприємництва швидко зменшується, якщо ж податок досягає 50% від прибутку, то схильність до інновацій і пов'язаних з ними капіталовкладень практично зникає» [8].

Податкові пільги – один з найпоширеніших методів непрямого регулювання у світі. Вони забезпечують не тільки вирішення окремих економічних завдань, але й зростання конкурентоспроможності національної економіки, залучення приватного капіталу в сферу науки й техніки.

Норми щодо пільг з оподаткування, передбачені Законом України «Про інноваційну діяльність» [1], розповсюджуються на суб'єкти інноваційної діяльності, інноваційні проекти, зареєстровані відповідним чином центральним органом виконавчої влади з питань інноваційної діяльності.

Ще одним важливим інструментом непрямого регулювання інноваційної діяльності у розвинених країнах є податковий кредит, суть якого полягає в тому, що він дозволяє промисловим підприємствам зменшити вже існуючий податок на прибуток на величину, рівну певному відсотку від понесених кваліфікованих витрат на інновації. Використовуючи як важіль стимулювання податковий кредит, держава не тільки заохочує інноваційну активність, але й діє як інвестор, що оцінює довгострокові наслідки застосування податкового кредиту. Таким чином, відбувається гарантування майбутніх бюджетних надходжень від підприємств і перенесення державного ризику неотримання вкладень державних коштів на приватний сектор [5].

Відстрочка оподаткування застосовується для вирішення проблем, що виникають у компаній, які витрачають кошти на проведення винахідницьких робіт і придбання необхідного для цього устаткування. Законодавство багатьох розвинених країн передбачає перенесення податкових пільг у подібних випадках на майбутні періоди (до 10 років, залежно від типу здійснюваних інвестицій). Застосування податкових відстрочок пов'язано, насамперед, із циклічністю розвитку ринкової економічної системи, що припускає послідовну зміну підйомів і спадів кон'юнктури.

**Висновки.** Узагальнюючи сукупність непрямих методів, що використовуються у державній інноваційній політиці, націлених, з одного боку, на стимулювання самих інноваційних процесів, а з іншого – на створення сприятливого загальногосподарського й соціально-політичного клімату для новаторської діяльності, слід виділити їх переваги, які можна сформулювати у такий спосіб:

- забезпечують автономність приватного сектора і його економічну відповідальність за вибір напрямків розробок та їх реалізацію;
- не створюють штучно підтримуваного державою ринку інновацій і знань, які не завжди ефективні;
- реалізація непрямих методів менш перевантажена бюрократичними перешкодами розвитку інноваційної діяльності, ніж прямі методи;
- одержувані компаніями пільги є результатом їх власних зусиль;
- забезпечують єдиний підхід до стимулювання інноваційної діяльності у різних секторах економіки.

Науковою новизною дослідження є оптимізація напрямків державного регулювання інноваційної діяльності у сфері виробництва конкурентоспроможної продукції підприємств електротехнічної галузі. Слід зазначити, що інноваційна діяльність, незважаючи на високоризиковий характер, є неодмінним елементом розвитку галузі, умовою її життєстійкості та динамічності. Однак, ринок самостійно не може вирішити проблему довгострокових ризикових інвестицій для впровадження інновацій в галузь, тому ці функції повинна взяти на себе держава. Досвід державного регулювання технологічно розвинених країн світу (Японії, США, Великобританії, Китаю) показав, що їхній економічний успіх обумовлений стимулюванням інноваційного попиту в промисловості, створенням економіки інноваційного типу.

Рух до технологічного зрушення неможливий без створення відповідних організаційних інститутів, що сприяють активізації комерціалізації нововведень, стимулюють конкуренцію між підприємствами. Але побудова цілісної інноваційної системи країни вимагає створення ефективного механізму державної підтримки інноваційної діяльності, особливо у стратегічно важливих галузях, і зокрема у електротехнічній. Саме тому потреба розробки нових підходів, що ґрунтуються на наявному інноваційному потенціалі галузі, є виключно високою і зростатиме у подальшому.



**Література:**

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04 липня 2002 року, №40-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №36. – С. 882-892.
2. Закон України «Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні» від 16 січня 2004 року, №433-IV // Офіційний вісник України. – 2004. – №5. – С. 15-18.
3. Герасимчук В.Г. Фінансування програм інноваційного розвитку / В.Г. Герасимчук // Наукові записки. Серія «Економіка»: Зб. наук. пр. – Острог: Видавництво Нац. ун-ту «Острозька академія», 2012. – Вип. 19, – С. 305–310.
4. Гриньов А.В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегія управління // А.В. Гриньов. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 308 с.
5. Государственная поддержка инноваций / «Инвестгазета» №37, 03-09 октября 2011.
6. Державне регулювання економіки України: методологія, напрями, тенденції, проблеми / Л.І. Антошкіна, Н.М. Бабіч, В.Ф. Беседін та ін.; Науково – дослідний економічний ін-т Міністерства економіки. – К., 2005. – 410 с.
7. Самойлик К. Формування національної інноваційної системи України потребує державної уваги / К. Самойлик // Голос України. – 2007. – 11 серпня.
8. Санто Б. Инновация как средство экономического развития / Б. Санто. – М.: Прогресс, 1990. – 410 с.
9. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Авт.-упоряд.: Г.О.Андрощук, І.Б.Жиляєв, Б.Г.Чижевський, М.М. Шевченко. – К.: Парламентське вид-во., 2009. – 632 с. ISBN 978-966-611-724-6.
10. Фінансово-економічні механізми інноваційно-інвестиційного розвитку України: [колективна наук. моногр. / О.А. Кириченко (наук.ред.)]. – К.: НАУ, 2008. – 252 с.

УДК 330.322

**Макогон Ю.В.**  
доктор економ. наук, професор  
**Иванкова Д.Р.**  
Донецкий национальный университет

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛЬНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

## THEORETICAL ASPECTS OF GLOBAL INVESTMENT

*Дана робота присвячена розгляду сутності поняття «інвестиційний процес» та аналізу теоретичних аспектів інвестиційної діяльності. Дано визначення поняттю «інвестиційна діяльність», представлені її форми, види і їх взаємодію. Також проведено аналіз поглядів різних наукових політекономічних шкіл на даний процес, розглянуті основні теорії руху капіталу та їх еволюція, позначені головні проблеми різного рівня та їх класифікація, на вирішення яких націлена міжнародна інвестиційна діяльність. Розглядається механізм дії «зовнішнього поштовху» і наслідки його впливу на рух капіталу. Особлива увага приділяється факторам різного рівня, які впливають на інтенсивність міжнародної інвестиційної діяльності в цілому. Також вивчено окремі фактори, які впливають на певні форми інвестиційної діяльності та простежено послідовність даного процесу взаємодії.*

На основі проведеного дослідження позначена взаємозв'язок умов, характер зміни форм і кінцевого результату інвестиційної діяльності.

**Ключові слова:** інвестиції, інвестиційна діяльність, зовнішньоекономічна діяльність, транснаціоналізація, глобалізація

Данная работа посвящена рассмотрению сущности понятия «инвестиционный процесс» и анализу теоретических аспектов инвестиционной деятельности. Дано определение понятию «инвестиционная деятельность», представлены её формы, виды и их взаимодействие. Также проведен анализ взглядов различных научных политэкономических школ на данный процесс, рассмотрены основные теории движения капитала и их эволюция, обозначены главные проблемы различного уровня и их классификация, на решение которых нацелена международная инвестиционная деятельность. Рассматривается механизм действия «внешнего толчка» и последствия его влияния на движение капитала. Особое внимание уделяется факторам различного уровня, которые влияют на интенсивность международной инвестиционной деятельности в целом. Также изучены отдельные факторы, которые оказывают влияние на определенные формы инвестиционной деятельности и прослежена последовательность данного процесса взаимодействия. На основе проведенного исследования обозначена взаимосвязь условий, характер изменения форм и конечного результата инвестиционной деятельности.

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционная деятельность, внешнеэкономическая деятельность, транснационализация, глобализация

*This paper is the essence of the concept of "investment process" and analyze the theoretical aspects of investment activities. Given the definition of "investment activity", presented its forms, types and their interactions. Also the analysis of political and economic views of various scientific schools in the process, the basic theory of the movement of capital and their evolution are indicated major problems at various levels and their classification, which is aimed at addressing international investment activities. The mechanism of action of the "external shock" and the consequences of its impact on the movement of capital. Particular attention is paid to the factors of different levels, which affect the intensity of international investment activity in general. Also studied individual factors that influence certain forms of investment activity and traced the sequence of the process of interaction. Based on the research relationship is designated conditions, the nature of changes in the forms and the final result of investment activities.*

**Keywords:** investments, investment, foreign economic activities, transnationalization, globalization

**Введение.** Инвестиции являются важнейшим фактором стимулирования экономического роста в условиях неопределенности глобального развития. Исследование проблем инвестиционной деятельности всегда находилось в центре внимания экономической науки.

Проблема инвестирования актуальна в большинстве стран мира, так как иностранный капитал является необходимым элементом в сферах экономики для активизации выхода её из кризисного состояния и содействия развития тех или иных отраслей экономики и приобретения большей конкурентоспособности.

**Постановка задания.** Цель данной работы состоит в изучении сущности понятия «инвестиционный процесс» и выявлении его основных форм, а также в анализе взглядов научных школ политэкономии на данный процесс.

Вопросы инвестиционной деятельности нашли своё отражение в работах зарубежных ученых, таких как Дж. Даннинг, М. Портер, Дж. Мура, Т. Озава, М. Вернон, С. Хаймером, Р. Мандела и отечественных ученых - О. Билоруса, А. Слезко, Б. Губского, В. Гееца, Ю. Козака, А. Кредисова, А. Плотникова, Ю. Пахомова, Е. Панченко, И. Бланка, В. Рокочи, Д. Лукьяненко, А. Поручника, А. Мозгового, А. Румянцева, А. Филипенко, А. Рогач, А. Шныркова, Ю. Макогона, Т. Ореховой и др.

**Методология исследования.** Методологической основой исследования являются работы ведущих отечественных ученых и специалистов в области процессов международного инвестирования. При решении поставленных задач в работе использовались общенаучные и специальные методы исследования: научной абстракции, системного обобщения, структурно-функционального построения и комплексного анализа.

Международная инвестиционная деятельность – это вид внешнеэкономической деятельности экономических субъектов по вложению капитала на международном рынке в объекты инвестирования для получения прибыли (дохода) и (или) достижения социального эффекта. Международная инвестиционная деятельность рационализирует распределение материальных, финансовых,

трудовых и интеллектуальных ресурсов с целью обновления технологической структуры производства. Международная инвестиционная деятельность как в предпринимательской (прямые или портфельные инвестиции), так и в ссудной (инвестиционные займы и кредиты, безвозмездная помощь) форме нацелена на решение проблем различного уровня.



Рис. 1. Целевая компонента международной инвестиционной деятельности

Международная инвестиционная деятельность осуществляется в трех основных формах: прямые иностранные инвестиции, международные портфельные инвестиции и международные кредитные инвестиции.

Субъектами международной инвестиционной деятельности являются: государства в лице правительств; предприятия, в том числе, финансовые посредники; частные лица, как на национальном, так и на межгосударственном уровнях. Причем каждый из названных субъектов может выступать:

- со стороны спроса на иностранные инвестиционные ресурсы (государства-реципиенты, частные заемщики, финансовые посредники). В этом случае говорят о привлечении иностранных инвестиций;
- со стороны предложения инвестиционных ресурсов для вложений на зарубежных рынках (государства-доноры, частные инвесторы, финансовые посредники). В таком случае речь идет о зарубежных инвестициях, которые осуществляют инвесторами.



Рис. 2. Видовая характеристика международной инвестиционной деятельности

Объектами международного инвестирования выступают инвестиционные активы. По материально-вещественному признаку они объединяются в две группы: финансовые активы, к которым относятся ценные бумаги и инвестиционные товары, которые могут быть подразделены на материальные и нематериальные активы.

На интенсивность международной инвестиционной деятельности оказывают влияние многочисленные факторы, которые можно разделить на три группы: факторы международного, макроэкономического и микроэкономического уровней.

Таким образом, международная инвестиционная деятельность представляет собой сложив-

шуюся систему взаимоотношений экономических субъектов различных стран по поводу вложения капитала, состоит из множества элементов и подвержена влиянию со стороны многих макро- и микроэкономических факторов.

Движению капитала всегда уделялось особое внимание. В становление теорий движения капитала внесли свой вклад ученые, представляющие неоклассические, неокейнсианские, марксистские направления и школы, сосредотачивая свои исследования, главным образом, на выяснении предпосылок и функций международного движения капитала.

В дальнейшем теории движения капитала стали охватывать более широкий круг проблем: от стратегий международной деятельности транснациональных компаний до концепций инвестиционного развития.

Неоклассическая теория положила основы изучению проблемы движения капитала. Дж. С. Милль, опираясь на принцип сравнительных преимуществ в международной торговле, впервые начал разрабатывать вопросы движения капитала между странами.

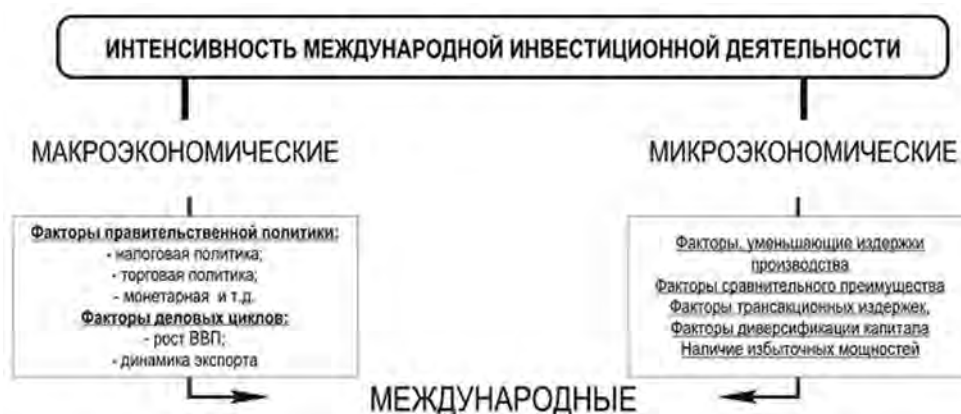


Рис. 3. Уровни интенсификации международной инвестиционной деятельности

Он показал, что капитал движется между странами из-за разницы в норме прибыли, имеющей в наиболее богатых капиталом странах тенденцию к понижению. Причем, эта разница должна быть существенной, чтобы покрыть риск инвестирования в чужой стране.

Английские экономисты конца XIX - начала XX в., в частности Дж. А. Гобсон и Дж. Кэйнс, использовали концепцию Ж.-Б. Сэя о факторах производства, перенесли ее на международные экономические отношения, в том числе и на движение капитала. Так, Дж. Кэйнс сформулировал важный для неоклассической теории постулат об альтернативности международной торговли и международного движения факторов производства, т.е. о том, что при определенных условиях миграция производственных факторов могла бы заменить международную торговлю.

В первые десятилетия XX в. построение неоклассической теории международного движения капитала завершили Э. Хекшер и Б. Олин, Р. Нурксе и К. Иверсен. Б. Олин показал, что капитал движется в страну, где предельная производительность высока, что определяется процентной ставкой. Кроме того, на международное движение капитала оказывают влияние такие факторы, как: таможенные барьеры (ограничивают импорт товаров и тем самым содействуют ввозу капитала для проникновения на рынок), стремление фирм к географической диверсификации капиталовложений, политические разногласия между странами, риск зарубежных инвестиций. Р. Нурксе доказал, что в стране с быстрорастущим экспортом товаров быстро растет спрос на капитал, и она его импортирует (и наоборот). К. Иверсен дополнил неоклассическую теорию некоторыми новыми положениями, в частности о делении международного движения капитала на реальное и уравновешивающее, т.е. нужное для регулирования платежного баланса. Он также показал, что разные виды капитала имеют разную предельную международную мобильность (прежде всего из-за издержек перевода капитала) и что этим объясняется тот факт, что одна и та же страна может активно ввозить и вывозить капитал.

В рамках развития неокейнсианского направления мировой экономической мысли Дж. М. Кейнс исходил из того, что движение капитала возникает по причине неравновесия платежных балансов разных стран. То есть вывоз капитала из страны осуществляется, когда экспорт товаров и услуг превышает их импорт, а при нарушении этого правила необходимо вмешательство государства. Дополняя эти утверждения Р. Ф. Харрод в своей модели «экономической динамики» подчеркивает,

что чем ниже темпы экономического роста страны, богатой капиталом, тем сильнее тенденция к вывозу капитала из нее.

Марксистская экономическая школа объясняла вывоз капитала относительным избытком в стране, экспортирующей его. Под избытком капитала К. Маркс понимал такой капитал, применение которого в стране вело бы к понижению нормы прибыли. Последующие поколения экономистов-марксистов, не отходя от постулата относительного избытка капитала, выделили еще несколько причин, или условий, его экспорта: растущая интернационализация производства, усиливающееся соперничество монополий, повышение темпов развития, ведущее к усилению спроса на капитал как со стороны развивающихся, так и экономически развитых стран.

В середине XX столетия развитие теории движения капитала проходило в рамках концепций системной трансформации под влиянием кейнсианских воззрений. Они предназначались для структурной адаптации слаборазвитых стран.

Особого внимания заслуживает модель развития экономики, ориентированная на внешние связи. “Внешний толчок” выступает в виде частных инвестиций многонациональных компаний и представляет собой наиболее радикальное средство разрыва “порочного круга бедности” развивающейся страны. Сторонниками этой концепции в различных ее вариантах были П. Розенштейн-Родан (в 40-х XX в.), Г. Зингер, Г. Нуркле и другие (в 50-60-х).

Механизм «внешнего толчка» заключается в следующем: для слаборазвитых стран из трех необходимых факторов производства (капитала, труда и земли) характерным является нехватка капиталов, что влечет за собой недостаточное использование земли и трудовых ресурсов. В результате низкой производительности труда основная часть производства занята удовлетворением лишь основных потребностей населения (главным образом, в продуктах питания). В этих условиях излишек, который мог бы быть направлен на количественное и качественное увеличение потребления (диверсификации потребления), а также на инвестиции, практически равен нулю, а это означает, что ориентация на внутренние источники накопления не будет иметь успеха. Поэтому необходим внешний импульс со стороны развитых государств. Последние нуждаются в сырье и продовольствии, производимых в “третьем мире”, и пойдут на то, чтобы провести комплекс мероприятий, направленных на увеличение производства и, следовательно, экспорта этих товаров. Они увеличивают ввоз нужных им товаров (отсюда рост валовых поступлений в страны с многоукладной экономикой), а затем вкладывают капиталы в экспортные отрасли этих стран.

Таким образом, внешний импульс затрагивает, прежде всего, отрасли, связанные с экспортной торговлей, но за этим следует своеобразная цепная реакция.

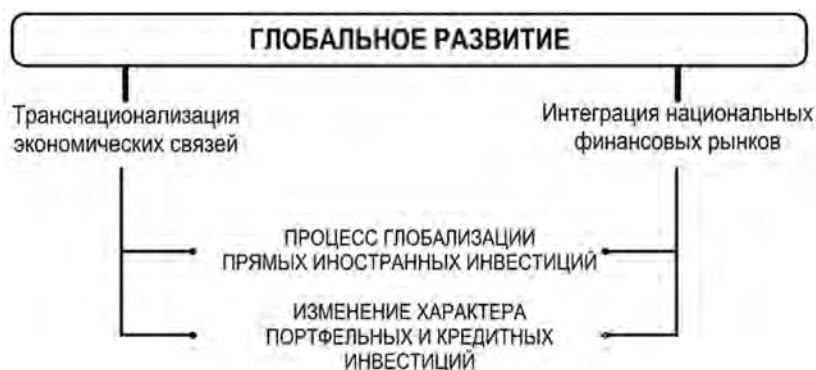


Рис. 4. Современные парадигмы международной инвестиционной деятельности

“Внешний толчок” увеличивает занятость в экспортных отраслях; позволяет более рационально использовать трудовые ресурсы; влечет за собой рост доходов населения и государства в целом, появление прибавочного продукта, необходимого для инвестиций, в том числе в отрасли, производящие товары для внутреннего рынка, емкость которого растет вместе с ростом доходов.

Новые инвестиции приводят к дальнейшему росту производительности труда, за которым следует новый рост доходов и т.д. Конечным результатом этой цепной реакции должен явиться, как полагают сторонники теории “внешнего толчка”, общий экономический подъем.

Большинство экономистов, оценивая средства, необходимые для экономического развития стран “третьего мира”, придерживаются формулы, согласно которой процесс “рывка”, после которого при определенных условиях развитие будет поддерживаться автоматически, должен быть

обеспечен выделением для производственных капиталовложений на сумму примерно 10-12 % и более от национального дохода.

Характер процессов международного инвестирования на современном этапе можно определить как глобальный. Среди признаков глобализации мировой экономики выделяются два основных - стремительное развитие процесса транснационализации экономических связей, в основе которого находятся прямые иностранные инвестиции, и интеграция национальных финансовых рынков через портфельные иностранные инвестиции.

В работе выявлено, что значительную роль в экономике любой страны играет инвестиционная деятельность, её роль и функции десятилетиями изучали ученые, посвящали данному вопросу научные труды и разрабатывали теории. Таким образом, международная инвестиционная деятельность – это направление внешнеэкономической деятельности экономических субъектов, которое проявляется в многообразии форм и видов, играет значительную роль в период глобализации и является формой интеграции страны в мировую экономику на микро- и макроуровнях. Практическое значение данного исследования заключается в научно-обоснованном определении сущности, форм международной инвестиционной деятельности, а также рассмотрении эволюции взглядов экономических школ на данный процесс, что является необходимым для получения объективной информации для разработки и реализации эффективной инвестиционной политики, как на макро-, так и на микро-уровне. В настоящий момент в современной экономике доминирует неоклассическая научная школа, которая по своей сути и положила основу изучению проблем движения капитала. Научная новизна данной работы состоит в анализе влияния разнообразных взаимосвязанных процессов на изменение характера различных форм инвестиционной деятельности и их дальнейшее преобразование. Таким образом, мы видим, что на инвестиционную деятельность влияют множество условий, разнообразные по своей сути, однако, все трансформации данных форм инвестиционного процесса ведёт к общему результату – развитие процесса транснационализации и интеграции финансовых рынков.

#### Литература:

1. Акопова Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения / Е.С. Акопова, О.Н. Воронкова, Н.Н. // Ростов-на-Дону: Феникс, 2006. - 416 с.
2. Баканов М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет // М. : Финансы и статистика, 1993. – С.224-231.
3. Білорус О.Г. Глобалізація і національна стратегія України / О.Г. Білорус // К. : Грані-Т, 2007. - 190с.
4. Гаврилюк О.В. Іноземні інвестиції. /О.В. Гаврилюк// - К. : Інститут світової економіки та міжнародних відносин, 1998.- 200 с.
5. Макогон Ю.В., Формы и направления межрегионального трансграничного экономического сотрудничества // Монография/ Ю.В. Макогон, В.И. Ляшенко В.И.// Донецк: 2002 р. – 482 с.
6. Лук'яненко Д.Г. Міжнародна інвестиційна діяльність / Д.Г. Лук'яненко, О.М. Мозговий, Б.В. Губський та ін. ; за ред. Д. Г. Лук'яненка// -К. : КНЕУ, 2003. – 387 с.
7. Харрод Р. Теории экономической динамики: Новые выводы экономической теории и их применение в экономической политике: пер. с англ. / Р. Харрод;. – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 160 с.

**Окороков В.Р.***док. эконом. наук, профессор***Кальченко О.А.***канд. эконом. наук**Санкт-Петербургский государственный политехнический университет*

## **ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ**

### **ОЦЕНИВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ИНФОРМАЦИИ**

#### **EFFECTIVENESS EVALUATION OF INNOVATIVE PROJECTS REALIZATION UNDER INFORMATION UNCERTAINTY**

Сьогодні механізмом прийняття рішень служать рекомендовані методики оцінки ефективності та результативності інноваційних проектів, які не враховують в достатній мірі мінливу інформацію, що дозволяє судити про можливість їх реалізації. У даній науковій статті розглянуто методи оцінки ефективності інвестиційних проектів. У ході проведеного аналізу переваг і недоліків даних методів було виявлено, що, незважаючи на спільність методології оцінки економічної ефективності інноваційних та інвестиційних проектів, інноваційні володіють рядом специфічних особливостей, які необхідно враховувати в ході оцінки їх ефективності. Проаналізовано особливості інноваційних проектів у порівнянні з інвестиційними проектами. Запропоновано комплексну методику оцінки інноваційних проектів промислових підприємств на основі реальних опціонів і нечітких множин. Сучасна економіка вимагає від інвесторів вибору найбільш прибуткових, але часто дуже ризикованих інноваційних проектів. Велику роль відіграє фактор невизначеності, врахувати який традиційні методи оцінки ефективності проектів не в змозі.

**Ключові слова:** інвестиційні проекти, інноваційні проекти, невизначеність, нечіткі множини, оцінка ефективності, промислові підприємства, реальні опціони, ризики.

Сегодня механизмом принятия решений служат рекомендованные методики оценки эффективности и результативности инновационных проектов, которые не учитывают в достаточной мере меняющуюся информацию, позволяющую судить о возможности их реализации. В данной научной статье рассмотрены методы оценки эффективности инвестиционных проектов. В ходе проведенного анализа достоинств и недостатков данных методов было выявлено, что, несмотря на общность методологии оценки экономической эффективности инновационных и инвестиционных проектов, инновационные обладают рядом специфических особенностей, которые необходимо учитывать в ходе оценки их эффективности. Проанализированы особенности инновационных проектов по сравнению с инвестиционными проектами. Предложена комплексная методика оценки инновационных проектов промышленных предприятий на основе реальных опционов и нечетких множеств. Современная экономика требует от инвесторов выбора наиболее прибыльных, но зачастую очень рискованных инновационных проектов. Большую роль играет фактор неопределенности, учесть который традиционные методы оценки эффективности проектов не в состоянии.

**Ключевые слова:** инвестиционные проекты, инновационные проекты, неопределенность, нечеткие множества, оценка эффективности, промышленные предприятия, реальные опционы, риски.

*Today, decision-making mechanism are recommended methodology for assessing the efficiency and effectiveness of innovative projects that do not sufficiently take into account the changing information to judge their feasibility. In this research article it was defined the methods of evaluation of investment projects. During the analysis of advantages and disadvantages of these methods revealed that, despite the common methodology to assess the economic efficiency of investment and innovation projects, innovative offer a range of features that must be taken into account in the assessment of their effectiveness. The features innovative projects compared with investment projects. A complex method of evaluating innovative industrial projects based on real options and fuzzy sets. Modern economies require investors to select the most profitable, but often very risky innovation projects. Plays an important role uncertainty factor to take into account that the traditional methods of evaluating the effectiveness of projects not.*

**Keywords:** investment projects, innovative projects, uncertainty, fuzzy sets, performance evaluation, industrial enterprises, real options, risks.

**Вступление.** В настоящее время инновационное развитие предприятий осуществляется, как правило, в виде инновационных проектов, реализуемых одновременно или последовательно. При этом время реализации инновационных проектов может исчисляться от нескольких месяцев до нескольких лет, часто меняются условия их осуществления и возможности использования результатов. В связи с этим может меняться результативность и эффективность реализации инновационных проектов, а также, возможно, переориентация или прекращение некоторых из них. Сегодня таким механизмом принятия решений служат рекомендованные методики оценки эффективности и результативности инновационных проектов, которые не учитывают в достаточной мере меняющуюся информацию, позволяющую судить о возможности их реализации. Чтобы служить инструментом принятия решений, необходима разработка более обоснованных методик, позволяющих принимать управленческие решения не только после, но и в процессе реализации инновационных проектов.

На сегодняшний день для оценки инвестиционных проектов принято руководствоваться «Методическими рекомендациями по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования» [1], а также «Методическими рекомендациями по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности» [2]. Согласно Методическим рекомендациям, используются следующие методы: затратный (по фактически произведенным затратам); рыночный или сравнительный (на основе анализа сравнительных продаж) и доходный (по величине потенциального дохода или прибыли) [3].

**Постановка задания.** В ходе проведенного анализа достоинств и недостатков данных методов было выявлено, что, несмотря на общность методологии оценки экономической эффективности инновационных и инвестиционных проектов, инновационные обладают рядом специфических особенностей, которые необходимо учитывать в ходе оценки их эффективности, в частности:

1) имеется более широкий круг заинтересованных участников: компания-инициатор проекта; подрядчики-исполнители научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) и др. Разные интересы участников инновационных проектов обуславливают необходимость решения проблемы их координации и контроля соблюдения контрактных обязательств каждым из них.

2) характерен более длительный период осуществления единовременных затрат и обеспечения доходов, обусловленный проведением НИОКР, производством и реализацией нововведений. Допроизводственная стадия инновационных проектов является более капиталоемкой, поэтому затраты НИОКР и работ по подготовке производства должны быть более обоснованы.

3) требуется проведение сравнительного анализа эффективности инновационного проекта. Эффективность можно определить не только как соотношение результатов и затрат, но и как степень соответствия полученных результатов интересам заинтересованных лиц. Поэтому субъект, проводящий оценку, должен исходить не только из текущих значений рассчитываемых критериев эффективности, но и учитывать будущие ситуации и возможные сферы применения инноваций.

4) ценность инноваций, получаемых в результате реализации инновационных проектов должна найти признание у потребителей. Ценность будет зависеть от того, насколько будет востребована инновация.

5) многофакторность оценки эффективности инновационного проекта, возникающая вследствие: широкого набора возможных сфер применения инноваций; многообразия выделяемых специалистами видов инноваций.

6) помимо количественных критериев оценки эффективности инновационных проектов, важ-



ную роль имеют качественные критерии, которые на момент разработки носят неопределенный характер.

Практическое использование результатов оценки, полученных данными методами, часто не отражает реальную ситуацию. Традиционные методы оценки эффективности дают общее представление об инновационном проекте, они учитывают так называемые материальные факторы. Альтернативные методы оценки эффективности инновационных проектов позволяют учесть нематериальные факторы: будущие конкурентные преимущества, потенциальные возможности и гибкость в управлении [4].

**Методология.** В дополнение к существующим, в литературе предлагается использовать альтернативные, среди которых более приемлемыми являются метод реальных опционов и нечетких множеств, позволяющие произвести комплексную оценку экономической и социальной эффективности инновационного проекта, учитывая количественные и качественные исходные параметры, неопределенности и риски, а также стратегическую важность инновационного проекта для промышленного предприятия. Альтернативные методы включают не менее эффективные показатели, которые позволяют учитывать неопределенность и проявлять гибкость в принятии решений [4].

Оценка экономической и социальной эффективности инновационных проектов промышленных предприятий должна производиться в соответствии с международными и национальными стандартами оценки эффективности проектов и базироваться на фундаментальных (общих) и специфических методологических принципах.

Для комплексной оценки инновационных проектов нами предлагается использовать более адекватную требованиям предприятий комплексную методику на основе комбинации реальных опционов и нечетких множеств.

Реальный опцион представляет собой приобретение предприятием путем осуществления некоторых затрат права, но не обязанности на принятие определенного управленческого решения в будущем. Метод реальных опционов позволяет просчитать риск проекта и наиболее вероятные сценарии его развития, увидеть денежное выражение скрытых возможностей проекта [4]. Для учета ценности управления, стратегической важности проекта (даже с отрицательным дисконтированным денежным потоком) в процессе отбора долгосрочных инновационных проектов, предприятию предлагается использовать следующие виды реальных опционов:

1. Опцион на отсрочку проекта возникает, когда инновационные проекты обладают ценностью из-за их потенциала повышения стоимости предприятия. Инновационные проекты, которые на данный момент имеют отрицательную чистую приведенную стоимость (ЧДД), в будущем при благоприятном изменении обстоятельств могут оказаться эффективными.

2. Опцион на расширение возникает, когда предприятие приступает к осуществлению инновационного проекта ради будущего выхода на новые рынки или осуществления другого, более выгодного инновационного проекта. Таким образом, первоначальный инновационный проект может быть рассмотрен как опцион, дающий право на осуществление последующих проектов. Предприятие может принять решение о запуске такого проекта, несмотря на его отрицательную чистую приведенную стоимость (ЧДД), для того, чтобы в будущем получить значительно большую прибыль от следующего проекта.

3. Опцион на отказ от проекта возникает, если инновационный проект не оправдал надежд предприятия, т.е. на начальном этапе стало понятно, что денежные потоки, получаемые от проекта, гораздо меньше ожидаемых.

В процессе реализации инновационных проектов имеют место определенные «контрольные точки». В случае положительного решения в каждой «контрольной точке» выделяются соответствующие финансовые ресурсы. Поэтому до перехода к следующему этапу инновационного проекта должна осуществляться его переоценка на основе финансового анализа [5].

Под реальным опционом в области инноваций понимают приобретение предприятием путем осуществления некоторых затрат права, но не обязанности на принятие определенного, связанного с реализацией инновационного проекта управленческого решения в будущем, сопровождающееся снижением неопределенности будущего в период между приобретением опциона и решением по исполнению права. На основе этого уменьшения неопределенности будет приниматься промежуточное решение о продолжении, отсрочке, отказе от инвестиций или изменении направления инновационного проекта.

В основе лежит нечетко интервальный подход к оценке инновационных проектов, в соответствии с которым основные параметры оцениваются в форме нечетких треугольных чисел (минимальное, максимальное и наиболее ожидаемое значения) и для каждого уровня достоверности

(от 0 до 1) интервальную оценку показателя чистого дисконтированного дохода ЧДД предложено строить по формуле (1).

$$[\text{ЧДД}_1, \text{ЧДД}_2] = \left[ -I_2 + \sum_{i=1}^N \frac{\Delta V_{i1}}{(1+r_{i2})^i} + \frac{C_1}{(1+r_{N+1,2})^{N+1}}, -I_1 + \sum_{i=1}^N \frac{\Delta V_{i2}}{(1+r_{i1})^i} + \frac{C_2}{(1+r_{N+1,1})^{N+1}} \right], \quad (1)$$

где:  $[I_1, I_2]$  – интервал возможных значений стартового объема инвестиций,  $N$  – число плановых интервалов (периодов, этапов) инвестиционного процесса, соответствующих сроку жизни инновационного проекта,  $[\Delta V_{i1}, \Delta V_{i2}]$  – интервал для оборотного сальдо поступлений и платежей в  $i$ -м периоде,  $[r_{i1}, r_{i2}]$  – интервал для ставки дисконтирования,  $[C_1, C_2]$  – ликвидационная стоимость чистых активов, сложившаяся в ходе инвестиционного процесса (в том числе остаточная стоимость основных средств на балансе предприятия) [5].

Инновационный проект признается эффективным, когда ЧДД больше определенного проектного уровня  $G$  (в самом распространенном случае  $G = 0$ ). Этот параметр также подлежит нечетко-интервальной оценке. Задавшись приемлемым уровнем дискретизации по  $\mu$  на интервале принадлежности  $[0, 1]$ , мы можем реконструировать результирующее нечеткое число ЧДД путем аппроксимации его функции принадлежности  $\mu$  ломаной кривой по интервальным точкам. Часто оказывается возможным привести ЧДД к треугольному виду, ограничиваясь расчетами по значимым точкам нечетких чисел исходных данных.

На рис. 1 представлена наиболее частая конфигурация для инновационных проектов сопоставления двух треугольных нечетких чисел ЧДД и  $G$ .

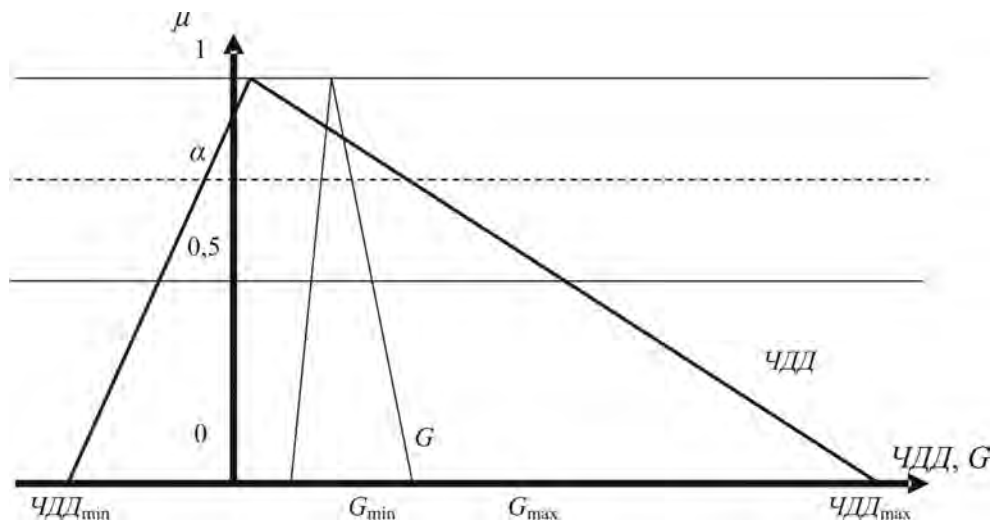


Рис. 1. Графическая модель сопоставления нечетких значений ЧДД и  $G$

Совокупный риск проекта  $R$ , определенный в интервале  $[0, 1]$ , предложено определять по формуле:

$$R = \int_0^1 \varphi(\alpha) d\alpha, \quad (2)$$

где  $\alpha$  – заданный уровень принадлежности  $0 < \alpha < 1$ ,  $\varphi(\alpha)$  – степень риска.

В действительности показатель  $R$  не просто показывает вероятность неэффективной реализации инновационного проекта, но и позволяет учесть требования к отдаче от капитала, отражаемой уровнем показателя  $G$  для каждого объема инвестиций.

Идея реальных опционов позволяет использовать возможность корректировки действий в условиях изменяющейся среды. По мере поступления дополнительной информации по инновационному проекту, то есть в моменты принятия решений по исполнению или не исполнению опционов, нечеткая оценка проекта на основе построения графика (рис. 1) и расчета величины  $R$  должна повторяться.

Результаты исследований. Традиционные методы оценки инновационных проектов не учитывают возможности корректировки стратегии по мере поступления дополнительной информации. Предложенная методика, наоборот, требует от лица, принимающего решение, постоянного управления инновационным проектом, а именно, мониторинга и пересмотра принятых решений по реализации инновационного проекта.

Был рассмотрен инновационный проект промышленного предприятия Ленинградской области, инвестиции которого направлены на проектные, строительные-монтажные, инженерные работы по реконструкции, а также на закупку инновационного оборудования. Общая сумма инвестиций составила 432 739 тыс. руб [6].

Таблица 1

Первоначальная нечетко-интервальная оценка ЧДД проекта, в д.е.

$\alpha$	ЧДД <sub>min</sub>	ЧДД <sub>max</sub>	G <sub>min</sub>	G <sub>max</sub>
0	-50 076	73 075	4 600	11 600
0,1	-44 519	66 317	4 800	11 100
0,2	-38 961	59 560	5 000	10 600
0,3	-33 404	52 802	5 200	10 100
0,4	-27 846	46 044	5 400	9 600
0,5	-22 289	39 287	5 600	9 100
0,6	-16 732	32 529	5 800	8 600
0,7	-11 174	25 771	6 000	8 100
0,8	-5 617	19 013	6 200	7 600
0,9	-59	12 256	6 400	7 100
1	5 498	5 498	6 600	6 600

При оценке экономической и социальной эффективности в работе принимается интервал для ставки дисконтирования  $[r_{i1}, r_{i2}] = [0,13, 0,20]$ , в связи с высокой степенью неопределенности и рискованностью инновационного проекта. В зависимости от внешних факторов (степени государственной поддержки, уровня конкуренции) ставка варьируется в процессе реализации инновационного проекта.

Интервальная оценка показателя чистого дисконтированного дохода ЧДД на 10 год реализации проекта принимает значение [5 370, 153 919] тыс. руб. Лицо, принимающее решение (ЛПР), руководство и менеджеры осуществили нечетко-интервальную оценку основных параметров инновационного проекта в условных денежных единицах (1д.е.=1000 руб.). Были получены нечеткие треугольные числа параметров проекта, на основе которых возможно построить нечеткое число ЧДД. Для расчета левой границы используются минимизирующие крайние значения параметров, для правой - максимизирующие. В табл. 1 сопоставлена реконструкция нечеткого числа ЧДД с нечетко оцененным параметром G, а на рис. 2 графическое представление.

Рассчитывается значение показателя R по формуле 2, либо с помощью калькулятора IRC (Investment Risk Calculator), разработанного А.О. Недосекиным [7].

В результате получаем риск неэффективности проекта 49,7% (вероятность комбинации значений ЧДД и G, для которых справедливо неравенство ЧДД<G, для выбранного уровня дискретизации составила 0,497).

Важной задачей для ЛПР и руководства предприятия является выбор предельно допустимого значения R (величины максимально приемлемого риска), поскольку данный показатель также позволяет учесть требуемый уровень отдачи от инвестиций за счет выбора значения G.

Поскольку исследуемый инновационный проект является высокорисковым, предприятие выбрало предельное значение R=0,5.

На нечеткий профиль проекта необходимо нанести вертикальную линию, равную сумме затрат на исследования и разработки, закупку инновационного оборудования, на основании чего возможно принятие решения о целесообразности продолжения инновационного проекта (табл. 2).

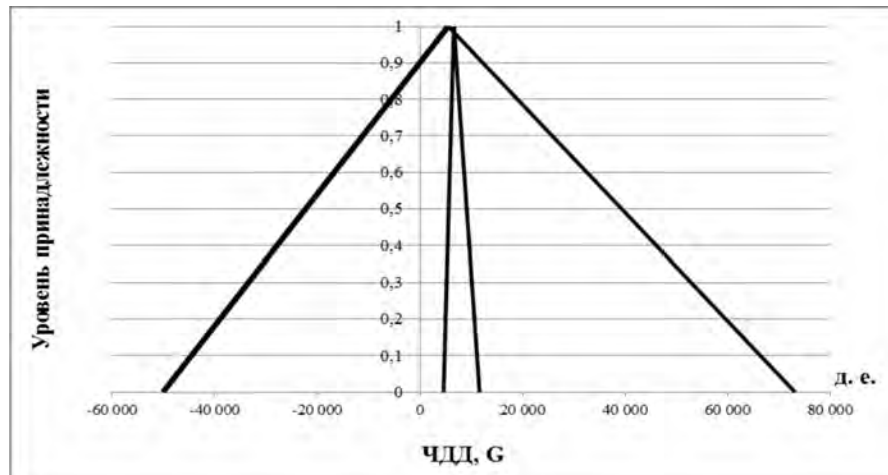


Рис. 2. Первонаочальний нечіткий профіль проекту

Таблиця 2

Нечітко-інтервальна оцінка ЧДД проекту з урахуванням опціона на отказ, в д.е.

$\alpha$	ЧДД <sub>min</sub>	ЧДД <sub>max</sub>	G <sub>min</sub>	G <sub>max</sub>
0	-17 000	73 075	4 600	11 600
0,1	-17 000	66 317	4 800	11 100
0,2	-17 000	59 560	5 000	10 600
0,3	-17 000	52 802	5 200	10 100
0,4	-17 000	46 044	5 400	9 600
0,5	-17 000	39 287	5 600	9 100
0,6	-17 000	32 529	5 800	8 600
0,7	-11 174	25 771	6 000	8 100
0,8	-5 617	19 013	6 200	7 600
0,9	-59	12 256	6 400	7 100
1	5 498	5 498	6 600	6 600

При неудачной реализации инновационного проекта потери предприятия будут равны данным затратам. Минимизация возможных потерь объясняется идеей ограничения ответственности по каждому шагу.

В результате такого ограничения (рис. 3), значение параметра R становится ниже (31,2%).

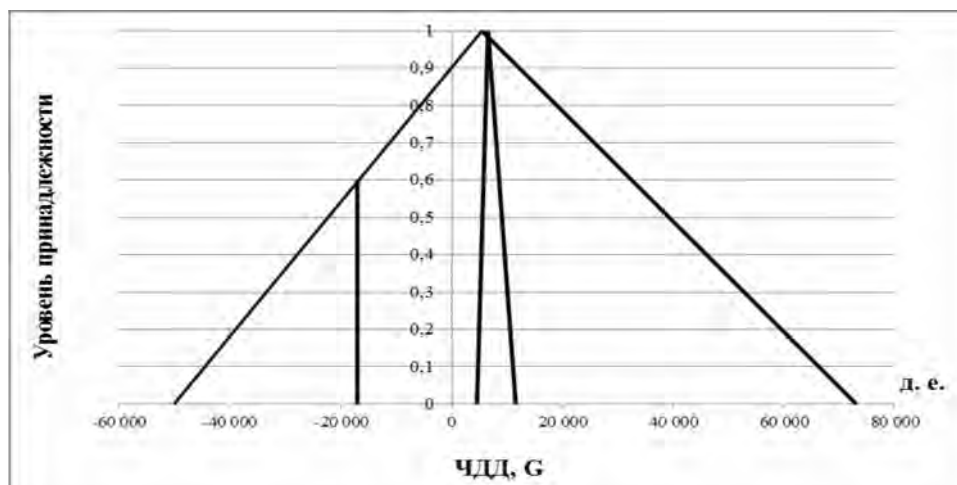


Рис. 3. Проміжковий нечіткий профіль проекту

После завершения исследований, разработок и запуска оборудования, в распоряжение ЛПР и руководства поступило большее количество информации для анализа инновационного проекта и возможности снижения неопределенности.

Появились перспективы получения более высокого дохода. Новый нечеткий профиль проекта с учетом опционов представлен на рис. 4.

Таблица 3

Наложение нечетких профилей проекта, в д.е.

$\alpha$	Базовая оценка		Опцион на отказ	Скорректированная оценка			
	ЧДД <sub>min</sub>	ЧДД <sub>max</sub>	Затраты	ЧДД <sub>min</sub>	ЧДД <sub>max</sub>	ЧДД <sub>min</sub>	ЧДД <sub>max</sub>
0	-50 076	73 075	-17 000	-9 238	138 129	5 370	153 919
0,1	-44 519	66 317	-17 000	-3 431	129 199	9 715	143 410
0,2	-38 961	59 560	-17 000	2 376	120 270	14 060	132 902
0,3	-33 404	52 802	-17 000	8 183	111 340	18 405	122 393
0,4	-27 846	46 044	-17 000	13 990	102 410	22 750	111 884
0,5	-22 289	39 287	-17 000	19 797	93 481	27 095	101 376
0,6	-16 732	32 529	-17 000	25 604	84 551	31 440	90 867
0,7	-11 174	25 771	-17 000	31 411	75 621	35 785	80 358
0,8	-5 617	19 013	-17 000	37 218	66 691	40 130	69 849
0,9	-59	12 256	-17 000	43 025	57 762	44 475	59 341
1	5 498	5 498	-17 000	48 832	48 832	48 832	48 832

Пунктирными линиями представлена новая оценка ЧДД без учета опционов и вертикальная линия на уровне затрат (опцион на отказ), а жирной линией профиль с учетом новых возможностей.

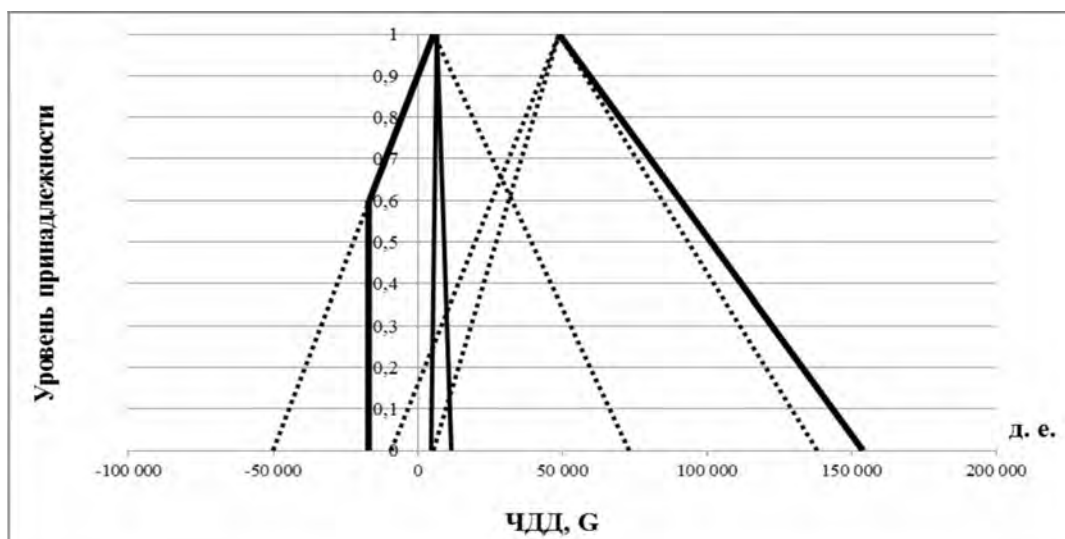


Рис. 4. Наложение нечетких профилей проекта

В этом случае R составляет 4,6%, что является приемлемым для инновационных проектов.

Для промышленного предприятия данный инновационный проект одновременно является опционом на отсрочку и на расширение (при благоприятном стечении обстоятельств, предприятие планирует запустить еще один, более выгодный инновационный проект по развитию производства).

**Выводы.** Современная экономика требует от инвесторов выбора наиболее прибыльных, но зачастую очень рискованных инновационных проектов. Большую роль играет фактор неопределенности, учесть который традиционные методы оценки эффективности проектов не в состоянии [4].

Использование предложенной комплексной методики оценки эффективности инновационных проектов промышленных предприятий на основе комбинации методов реальных опционов и нечетких множеств позволяет произвести оценку не только экономической, но и социальной эффективности (таких параметров как: экологичность производимой продукции, удовлетворенность качеством жизни сотрудников, соответствие условий труда нормативным требованиям и др.). Для осуществления оценки эффективности инновационных проектов могут быть использованы как количественные, так и качественные исходные параметры, учтены неопределенности и риски, а также становится возможным принимать гибкие управленческие решения в зависимости от поступающей информации в процессе реализации инновационного проекта.

Дальнейшее совершенствование предложенной методики видится в создании программного продукта для ускорения и упрощения, появления возможности осуществления оценки экономической и социальной эффективности в процессе реализации инновационных проектов аналитическими, финансовыми или коммерческими подразделениями промышленных предприятий.

#### Литература:

1. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов (вторая редакция). – М.: Экономика, 2000.
2. Методические рекомендации по определению рыночной стоимости интеллектуальной собственности [Электронный ресурс]. – М.: Министерство имущественных отношений РФ, 2002. – Режим доступа: [www.elementy.ru](http://www.elementy.ru).
3. Тимофеева А. А. Коммерциализация объектов интеллектуальной собственности как механизм инновационного развития предприятий: автореф. дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05. – СПб., 2011. – 18 с.
4. Фёдорова Е.А., Шаповалова В.А. Оценка инвестиционных проектов с помощью альтернативных методов (метод Монте-Карло, построение дерева решений и реальные опционы)// Менеджмент в России и за рубежом, № 5, 2013. – С. 75-83.
5. Алябушев Д. Б. Управление инновационным проектом на промышленном предприятии на стадиях его разработки и реализации: автореф. дис. ...канд. экон. наук: 08.00.05. – Челябинск, 2011. – 25 с.
6. Кальченко О. А. Оценка эффективности инновационно-инвестиционных проектов промышленных предприятий // XLI Неделя науки СПбГПУ: материалы Межд. науч.-практ. конф. – СПб.: Издательство СПбГПУ, 2012. – С. 79-81.
7. Недосекин А. О. Нечетко-множественный анализ риска фондовых инвестиций [Электронный ресурс] – СПб.: Сезам, 2002. – 365 с. - Режим доступа: [sedok.narod.ru/sc\\_group.html](http://sedok.narod.ru/sc_group.html).

**Охріменко О. О.**

ДОКТ. ЕКОНОМ. НАУК, ДОЦЕНТ

**Яресько Р. С.**

Національний технічний інститут України «КПІ»

## ІДЕНТИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

## ИДЕНТИФИКАЦИЯ РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

## IDENTIFICATION OF RISKS OF INVESTMENT PROJECTS INDUSTRIAL ENTERPRISES

У статті піднімаються питання теоретичного обґрунтування і розмежування таких категоріальних понять як фактори (передумови) виникнення ризиків, ризикоутворюючі фактори, ризикові ситуації та ризик. Висвітлено та доведено діалектичний зв'язок між факторами (передумовами), ризикоутворюючими факторами та ризиками, що сприяє розумінню природи ризиків інвестиційного проекту та сприяє пошуку адекватних засобів управління ними. Наведено класифікацію факторів (передумов) виникнення ризиків, а також ризикоутворюючих факторів. Зазначено, що ідентифікацію ризиків необхідно проводити в порядку пріоритетності для об'єкту дослідження. Визначено, що процес ідентифікації ризиків інвестиційного проекту проводиться за допомогою системного підходу відносно досліджуваного об'єкту. На основі чого було скориговано процес ідентифікації ризиків інвестиційного проекту промислових підприємств, що базується на виділенні причин, ризикоутворюючих факторів, а також ризиків та їх поєднанні у межах конкретних ризикових ситуацій. Відправною точкою в ідентифікації ризиків є визначення найбільш негативної події (наслідку) відносно досліджуваного об'єкту.

**Ключові слова:** інвестиційний проект, ризики інвестиційного проекту, ідентифікація ризиків, фактори (передумови) виникнення ризиків, ризикоутворюючі фактори, ризикова ситуація

В статье поднимаются вопросы теоретического обоснования и разграничения категориальных понятий как факторы (предпосылки) возникновения рисков, рискообразующие факторы, рисковые ситуации и риск. Освещены и доказано диалектическая связь между факторами (предпосылками), рискообразующими факторами и рисками, что способствует пониманию природы рисков инвестиционного проекта и способствует поиску адекватных средств управления ими. Приведена классификация факторов (предпосылок) возникновения рисков, а также рискообразующих факторов. Отмечено, что идентификацию рисков необходимо проводить в соответствии в порядке приоритетности для объекта исследования. Определено, что процесс идентификации рисков инвестиционного проекта проводится с помощью системного подхода относительно исследуемого объекта. На основе чего был скорректирован процесс идентификации рисков инвестиционного проекта промышленных предприятий, основанный на выделении причин, рискообразующих факторов, а также рисков и их сочетаниях в пределах конкретных рисковых ситуаций. Отправной точкой в идентификации рисков является определение наиболее негативного события (последствия) в отношении исследуемого объекта.

**Ключевые слова:** инвестиционный проект, риски инвестиционного проекта, идентификация рисков, факторы (предпосылки) возникновения рисков, рискообразующие факторы, рисковая ситуация

The article touch upon the issue of the theoretical study and delineation of categorical concepts such as factors (prerequisites) of occurrence the risk, risk-forming factors, the risk situation and risk.

*Illuminated and brought the dialectical relationship between factors (prerequisites), risk-forming factors and risks, which contributes to the understanding of the nature and risks of the project helps to find adequate management of them. The classification factors (preconditions) occurrence the risk and risk-forming factors are shows. It is noted that the identification of risks should be carried out according to the order of priority for the research object. Determined that the process of investing project risk identification is performed using a systematic approach with respect to the investigated object. On what basis was adjusted risk identification process of investing project in industry, based on the allocation of reasons risk-forming factors and risks and their combination within a specific risk situations. The starting point for risk identification is to determine the most negative event (outcome) in relation to the studied object.*

**Keywords:** investment project, the risks of the project, identification of risk-factors (preconditions) of occurrence the risk, risk-forming factors, risk situation

**Вступ.** Інвестиційна діяльність промислового підприємства відноситься до напрямку, що має високу ступінь ризикованості, оскільки пов'язана з ймовірністю втрати коштів, отриманням збитків чи не окупністю інвестиційного проекту. Успішність такої діяльності залежить від багатьох передумов і факторів, які, в свою чергу, призводять до виникнення ризикових ситуацій. Забезпечення ефективної реалізації інвестиційного проекту доцільно супроводжувати прийомами ризик-менеджменту, що сприятиме високій результативності реалізації інвестиційного проекту.

Процес ідентифікації та управління ризиками інвестиційного проекту повинен мати систематичний і безперервний характер та супроводжуватися перманентним аналізом внутрішнього й зовнішнього середовища підприємства з метою виявлення потенційних загроз та можливостей.

У наукових працях таких вчених як Бланк І. А., Воропаєв І. А., Давидов С. Б., Ідрисова А. Б., Ілляшенко К. В., Сагова С. В. приділено увагу сутності та класифікації ризиків інвестиційної діяльності підприємств. У свою чергу, науковці Баурер Р., Бушуєв С. Д., Герасимчук В. Г., Гурін Е. О., Глібчук В. М., Коллар З., Скоробогатова Н. Є. розкрили теоретичне обґрунтування класифікації ризиків та їх адаптації під специфіку інвестиційного проекту. Теоретичні надбання щодо прояву факторів і чинників ризиків підприємств розкриті у працях Балабанова І. Т., Бутуханова А., Вітлінського В. В., Гранатурова В. М., Наконечного С. У., Романова В., Севрука Н. Т., Скриби Н. М. Однак у наявних наукових роботах і дослідженнях недостатньо приділено увагу взаємозв'язку елементів ідентифікації ризиків, який здійснює вплив на процес ідентифікації ризиків і має теоретико-методичне значення для підприємств та прикладне застосування суб'єктами виробничо-комерційної діяльності.

**Постановка завдання.** Метою статті є теоретичне обґрунтування процесу ідентифікації ризиків інвестиційного проекту промислового підприємства, яке базується на визначенні ключових елементів: фактори (передумови) виникнення ризиків, ризикоутворюючі фактори, ризикові ситуації та наслідки.

**Методологія.** У ході проведення дослідження за обраною тематикою були використані такі теоретичні та емпіричні методи наукового пізнання як порівняння, абстрагування, аналіз і синтез та системний підхід.

**Результати дослідження.** Як будь-яка економічна категорія, ризик проявляється через свої функції, через які можна усвідомити його сутність та оцінити ту роль, яку він відіграє у житті суспільства. В економічній літературі існує декілька підходів щодо визначення функцій ризику. Н. Машина виділяє [1, с. 15 – 16]: інноваційну функцію ризику, яка полягає в пошуку нетрадиційних шляхів вирішення економічних проблем; регулюючу функцію, що, у свою чергу, може проявлятися у конструктивній та деструктивній формах; захисну функцію, яка передбачає терпиме відношення до можливих невдач, котрі слід розглядати як необхідний елемент професіоналізму і самостійності; аналітичну функцію, яка передбачає аналіз усіх можливих альтернатив, варіантів рішень і вибір із них найбільш рентабельних та найменш ризикованих. Перелічені функції більшою чи меншою мірою проявляються на рівні інвестиційного проекту, який являє собою не просто комплект проектно-технічної документації, а комплекс заходів, що охоплюють сукупність управлінських дій щодо його реалізації.

Детальний перелік ризиків господарюючого суб'єкта можна виявити тільки в процесі детального дослідження. У науковій та навчальній літературі зустрічається декілька специфікацій ризиків. Однак кожна з них включає три обов'язкових елементи [2, с. 10]: невизначеність події; втрати; небайдужість.

Проаналізувавши бачення науковців стосовно категорії «ризик» варто відзначити, що має місце розбіжність у розумінні понять «передумова виникнення ризиків», «фактор ризику», «ризикоутворюючий фактор», «ризик», «ризикова ситуація», які є ключовими елементами процесу ідентифікації ризиків, а отже складають методичний базис для їх оцінки та розробки заходів з управління.



У процесі дослідження сутності поняття «передумова», було з'ясовано що у філософському розумінні це те, що виступає умовою чого-небудь іншого [3, с. 288]. У нашому випадку передумови виникнення ризиків — це сукупність умов та обставин, які здійснюють дисбалансуючий вплив на внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства, викликаючи зміни у його станах. Володіння інформацією про ці умови та обставини надає можливість керівництву підприємства визначати, що може стати причиною тих чи інших загроз й можливостей.

Група дослідників до факторів ризику стратегічного рішення підприємства відносить передумови, що збільшують імовірність або реальність настання подій, котрі, не входячи у коло запланованих, потенційно можуть статися і у цьому випадку здійснити відхиляючий вплив на хід реалізації стратегічного замислу (стратегії підприємства). При цьому результатом прояву фактору ризику буде небажаний розвиток подій, наслідки яких призведуть до відхилення від поставленої стратегічної цілі підприємства, тобто до збитків. У той же час до причин ризику відносяться об'єктивні чи суб'єктивні дії або рішення, що тягнуть за собою небажаний розвиток подальших подій, несприятливих для реалізації деякої стратегії підприємства [4, с. 17].

Таким чином маємо тотожність понять «передумова» та «фактор ризику». Натомість отримуємо для аналізу такий елемент ідентифікації ризиків як «причина ризику». Миронов О. М. зазначає, що причини ризиків повинні розглядатися з врахуванням їх ієрархічного причинно-наслідкового зв'язку, особливостей прояву та взаємодії. Автор акцентує увагу на необхідності врахування того, що сукупність факторів ризику є нестійкою системою утворення ризикової ситуації, що формується у процесі створення, реалізації та використання інвестиційного проекту та позитивно змінюється у результаті впливу на неї знань, та цілеспрямованих заходів, що сприяють зниженню ризиків [5, с. 178].

Нам імпонує думка Н. В. Цопи стосовно того, що сукупність явищ, котрі викликають ризик, є причинами ризику, а множинність причин виникнення ризику є його факторами [6, с. 77].

Таким чином отримуємо логічну послідовність: сукупність явищ — причини ризику — фактори (передумови) ризику. Перш, ніж перейти до специфіки прояву факторів ризиків, зупинимося на їх класифікації.

Згідно визначення сутності факторів (передумов) виникнення ризиків, нами було визначено, що їх необхідно поділяти на внутрішні та зовнішні.

До внутрішніх передумов виникнення ризиків на підприємстві нами було віднесено:

- специфіку діяльності підприємств (галузь та сфера діяльності, його спеціалізація тощо);
- стан розвитку підприємства (фінансовий та матеріально-технічний стан, етап життєвого циклу підприємства тощо);
- систему управління підприємством (тип управління підприємством, орієнтація на бізнес, використання сучасних підходів до управління тощо).

До зовнішніх передумов виникнення ризиків на підприємстві варто віднести:

- політичну ситуацію (загальна політична ситуація в країні, міждержавні політичні відносини, нормативно-правова база, рівень розвитку законодавчого середовища тощо);
- економічну ситуацію (інвестиційна привабливість країни чи галузі, умови конкурентного середовища (олігополія, монополія, вільна конкуренція), волатильність цін на ринку, курс валют тощо);
- територіально-географічне розміщення (кліматичні умови та їх зміна, ймовірність природних катаклізмів, доступ до ресурсів, близькість до споживача тощо);
- соціально-інформаційний розвиток (демографічні показники, рівень освіченості населення, наявність трудових кваліфікованих ресурсів, доступ до мережі Інтернет тощо);
- науково-технічний розвиток (інноваційна активність підприємств галузі, фінансування наукових та науково-технічних робіт, розвиток і стан технопарків у країні, рівень взаємозв'язку «підприємство-технопарк» тощо).

Таким чином, керівництво підприємства чи відповідні спеціалісти в сфері аудиту та ризик-менеджменту, можуть проаналізувати й визначити згідно поданої класифікації, що саме може стати умовою й причиною появи ризикоутворюючих факторів.

У науковій літературі зустрічаються терміни як і «ризикоутворюючі фактори» (РУФ), так і «фактори ризику» (ФР). Булгакова С. та Микитюк І. до факторів ризику відносять причини, обставини, умови, що створюють ймовірність несприятливих ситуацій і негативних результатів. При цьому вони ототожнюють поняття «фактор ризику» з поняттям «ризикоутворюючий фактор» [7, с. 62]. Однак ці поняття, на нашу думку, характеризують різні етапи проходження ризикової ситуації, а отже, потребують розмежування.

Фактори ризику — це питання, предмет чи проблема, що можуть у кінцевому випадку уп-

равляти поведінкою верхньої ланки планування та показниками ефективності витрат, що надані для діяльності [8] (переклад авторський – О. О. та Я. Р.). Вище ототожнили поняття «фактор» та «передумова ризику». Однак не кожний фактор може призвести до виникнення ризику. Тому, на наш погляд логічним є використання поняття «ризикоутворюючий фактор», як сукупність подій та явищ, що сприяють появі ризикових ситуацій того чи іншого виду ризику та котрі визначають його характер [9, с. 270].

На наш погляд, ФР повноцінно не висвітлюють характеристики ризиків, мають поверхневий характер й можуть вказувати лише на причини виникнення певного виду ризику. Коли РУФ не лише відображають характеристику певного виду ризику, а також мають у деякому сенсі характер ризику, тобто це події чи явища нижчого рівня, виникнення яких призводить до появи ризикових ситуації, які є на порядок вище. Таким чином, РУФ ідентифікується з ракурсу не лише з причини виникнення певного виду ризику, але як і ризик, що може призвести до більш негативних наслідків чи, навпаки, до неочікуваних можливостей. Повно та ґрунтовно значення цього поняття розкрила Скриба Н. М. визначивши РУФ як «конкретні об'єкти (явища) реального світу, їх окремі властивості і характеристики, ймовірна активізація яких визначає характер прояву і рівень ризику, в тій чи іншій мірі роблячи вплив на очікуваний результат діяльності» [10, с. 54]. Тому в нашому подальшому дослідженні буде використано саме поняття РУФ.

РУФ, як і передумови виникнення ризиків, поділяються на внутрішні та зовнішні, однак відрізняються сутністю й характеристиками класифікаційних ознак. Внутрішні ризикоутворюючі фактори, на нашу думку, пов'язані безпосередньо з діяльністю підприємства і відповідно поділяються на:

- виробничі (пов'язані з процесом виробництва, експлуатації устаткування, машин, виробничих приміщень тощо);
- комерційні (операції пов'язані з купівлею, транспортуванням товарів, наданням послуг тощо);
- фінансові (пов'язані з розрахунковими операціями, купівлею цінних паперів, наданням кредитів тощо);
- операційні (пов'язані з реалізацією продукції, плануванням оновлення основних виробничих засобів, ефективності виробничого процесу тощо).

Зовнішні ризикоутворюючі фактори здійснюють безпосередній та опосередкований вплив на виникнення ризиків на підприємстві. Такі фактори керівництву підприємства варто враховувати та коригувати інвестиційну діяльність з метою мінімізації їх негативного впливу. У свою чергу, зовнішні ризикоутворюючі фактори поділяються на загальні та спеціалізовані. Загальні зовнішні ризикоутворюючі фактори стосуються проблем, пов'язаних у цілому з розвитком економіки країни базування підприємства.

До них відносяться макроекономічні та мікроекономічні фактори. До макроекономічних зовнішніх ризикоутворюючих факторів варто віднести зміну курсу валют, вплив процесів глобалізації, рівень інвестиційної привабливості країни, тобто вплив таких факторів, які знаходяться, як правило, на міждержавному рівні. До мікроекономічних ризиків варто віднести рівень інфляції, демографічні показники, рівень інвестиційної привабливості галузі, стратегічні цілі держави в розвитку тієї чи іншої галузі, тобто вплив факторів, що, переважно, знаходяться на рівні країни. Спеціалізовані ризикоутворюючі фактори впливають безпосередньо на стан і розвиток галузі, де здійснюється основна діяльність підприємства. Наприклад, на підприємство впливають такі фактори як нормативно-законодавча база, розподіл ресурсів між підприємствами тощо.

Також варто взяти до уваги той факт, що один ризикоутворюючий фактор може призвести до виникнення декількох видів ризиків. Аналогічно і навпаки, виникнення одного виду ризику може бути причиною настання декількох ризикоутворюючих факторів. Тому доцільним є ведення нейтивних та інтегральних ризикоутворюючих факторів. Перші впливають лише на один певний вид ризику, а другі мають вплив одночасно на декілька видів ризику [11, с. 58; 12, с. 36].

Кількість факторів, які впливають на ризик є достатньо великою, тому їх класифікація значно складніша, ніж класифікація ризиків. Так, розробники системи управління ризиками «Mark to Future» компанії Algorithmics приводять таблицю, яка демонструє співвідношення окремих груп ризиків та факторів, що впливають на них. Згідно з цією таблицею, ринкові ризики є похідними від 50 – 1000 факторів ризику [13, с. 229].

У конкретній ризиковій ситуації ризикоутворюючий фактор може переміщатися на позицію ризику і навпаки. Тобто можна зробити висновок про існування діалектичного взаємозв'язку між ризиками та факторами, які відіграють роль у їх реалізації.

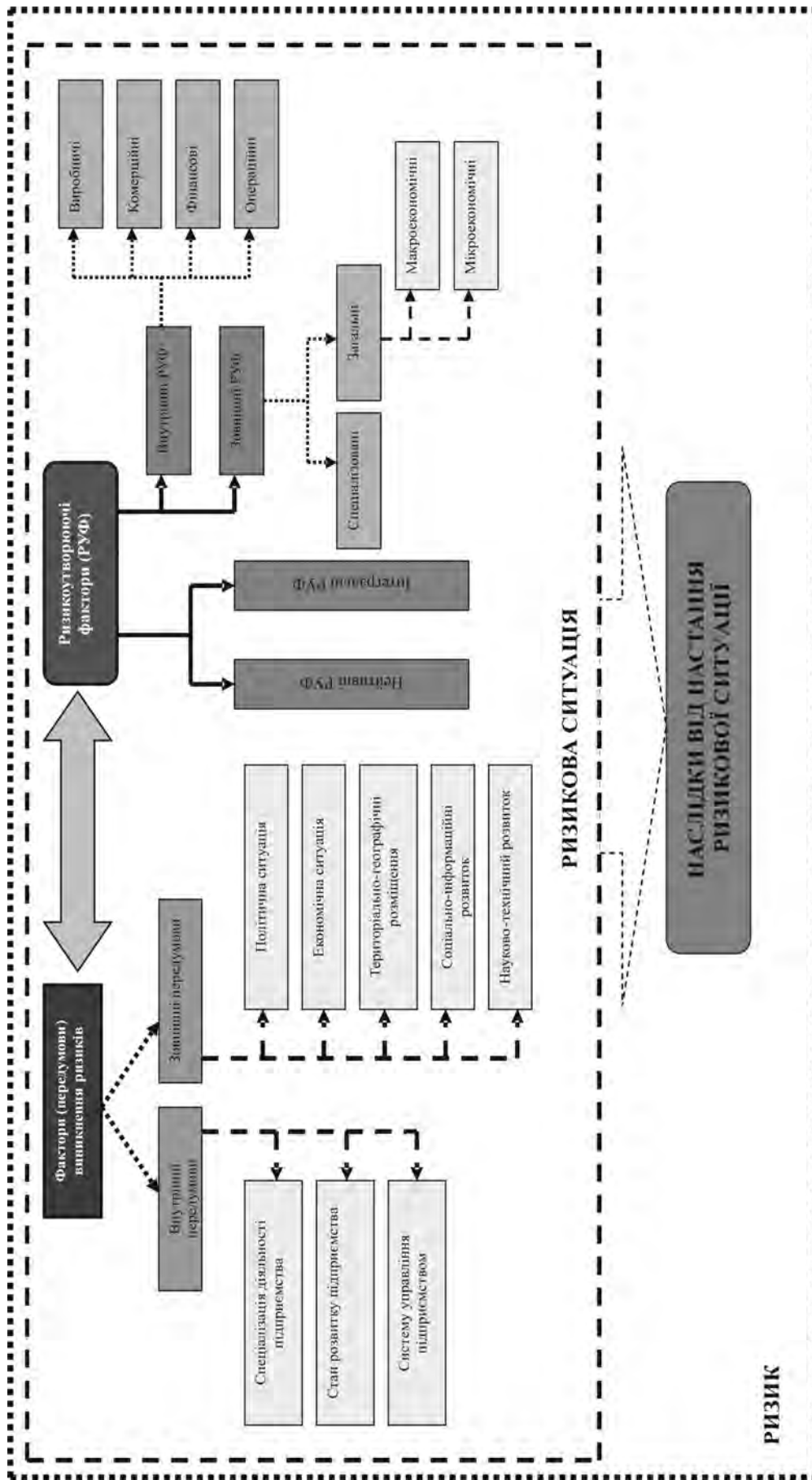


Рис. Процес ідентифікації ризиків інвестиційного проекту на промислових підприємствах: теоретичне обґрунтування (розроблено авторами)

Наступним елементом в ідентифікації ризиків інвестиційного проекту промислового підприємства є «ризикова ситуація» (РС), котра полягає у формуванні опису певної події, яка має відношення до певного виду ризику й може виникнути відповідно до наявних передумов і активізації РУФ та призводить до відповідного наслідку. Наслідок такої події нами визначається як результат настання ризикової ситуації, який має найвищий ступінь ризикованості. Таким чином, процес ідентифікації ризиків інвестиційного проекту проводиться за допомогою системного підходу відносно досліджуваного об'єкту. Тобто, визначається залежність один від одного кожного елементу процесу ідентифікації ризиків, вивчається характер їх ієрархічності та перехід з однієї категорії в іншу, який можливий лише в порядку пріоритетності тієї чи іншої події відносно об'єкту. Оскільки нашим об'єктом є інвестиційний проект, то в ризиковій ситуації доцільно висвітлювати ті події та явища, які негативно вплинуть саме на хід і реалізацію інвестиційного проекту. Наприклад, ризик банкрутства інвестора відносно нашого об'єкту дослідження – це РУФ, РС є припинення фінансування інвестиційного проекту, а наслідок — це припинення реалізації проекту.

Отже, процес ідентифікації ризиків інвестиційного проекту проводиться наступним чином (рисунок):

1. Виділяється певний вид ризику.
2. Визначається найбільш негативна подія (наслідок) відповідного виду ризику по відношенню до об'єкту дослідження.
3. Описуються ймовірні РС, настання яких може призвести до цієї найбільш негативної події.
4. Зазначаються РУФ, котрі характеризують ці РС та можуть стати їх потенційними причинами.
5. З'ясовуються передумови виникнення ризиків, тобто визначається сукупність наявних умов і обставин у реальному часі та просторі, які можуть призвести до ризикових подій.

Процес ідентифікації ризиків інвестиційного проекту промислового підприємства надає можливість встановити причинно-наслідковий зв'язок передумов виникнення ризиків, ризикоутворюючих факторів, ризикових ситуацій та наслідків, що дозволяє запобігти виникненню певного виду ризику шляхом усунення чи передбачення ймовірності настання подій, що знаходяться у категорії ризикоутворюючих факторів.

**Висновки.** В основі ідентифікації ризиків лежить науково-методичний підхід до їх класифікації, що ґрунтується на причинно-наслідкових зв'язках та взаємозв'язку основних елементів. Наукова новизна отриманих результатів полягає в уточненні процедури ідентифікації ризиків промислових підприємств, що, на відміну від прийнятих схем, вводить діалектичні зв'язки між причинами, ризикоутворюючими факторами та ризиками. Реалізація даної концепції проявляється в оцінці ризикової ситуації, що є важливою результативною подією для інвестиційної діяльності підприємства. Ризикова ситуація співвідноситься із об'єктом, на який розповсюджується її дія. Вихідним компонентом є наслідок, який в подальшому узгоджується із конкретним ризиком чи їх сукупністю, потребує кількісної та якісної оцінки та є напрямом подальших наукових розвідок.

Практичне значення дослідження полягає у формуванні науково-методичних підходів до ідентифікації ризиків інвестиційних проектів промислових підприємств з метою оптимізації управлінських рішень.

#### Література:

1. Машина Н. І. Економічний ризик і методи його вимірювання : навч. посібник / Н. І. Машина. — К. : Центр навч. літерат., 2003. — 188 с.
2. Риск-менеджмент : учебник / В. Н. Вяткин, И. В. Вяткин, В. А. Гамза и др. / Под ред. И. Юргенса. — М. : Изд.-торг. корпорация «Дашков и К», 2002. — 512 с.
3. Философский энциклопедический словарь / Ред.-сост. Е. Ф. Губский, Г. В. Кораблева, В. А. Лутченко. — М. : ИНФРА-М, 2003. — 576 с.
4. Стратегии бизнеса : Аналитический справочник / С. А. Айвазян, О. Я. Балкинд, Т. Д. Баснина и др. // под ред. Г. Б. Клейнера. — М. : КОНСЭКО, 1998. — 273 с.
5. Миронов А. Н. Взаимодействие факторов риска инвестиционных проектов / А. Н. Миронов // Известия РГПУ им. А. И. Герцена : Общественные и гуманитарные науки. — 2008. — № 58. — С. 177 - 180
6. Цопа Н. В. Сущность и особенности идентификации факторов риска в сфере услуг / Н. В. Цопа // Экономика и управление. — 2011. — №4. — С. 75 - 82.
7. Булгакова С., Микитюк І. Бюджетний ризик: сутність, класифікація, фактори ризику / С. Булгакова, І. Микитюк // Вісник КНТЕУ : Фінанси та банківська справа. — 2010. — № 1. — С. 59 - 68.
8. Kindinger, J. P., Darby, J. L., Risk Factor Analysis — A New Qualitative Risk Management Tool, Proceedings of the Project Management Institute Annual Seminars & Symposium September 7–16, 2000, Houston, Texas, USA. [E-resource]. — Access mode : <https://www.lanl.gov/orgs/d/d5/documents/risk-fact.pdf>
10. Романов В., Бутуханов А. Рискообразующие факторы : характеристика и влияние на риски / В. Романов, А. Бутуханов // Моделирование и анализ безопасности, риска и качества в сложных системах :

Труды международной научной школы МА БРК (Россия, СПб. 18-20 июня, 2001). — СПб. : Омега, 2001. — 370 стр.

6. Скриба Н. Н. Система внутриотраслевых рискообразующих факторов торговой сферы республики Беларусь / Н. Н. Скриба // Экономика Криму : наук. практ. журн. — 2006. — № 17. — С. 53 - 56.

11. Dembo, Ron S., Andrew Freeman Seeing Tomorrow: Rewriting the Rules of Risk, John Wiley & Sons, Apr 16, 1998, 270 p.

12. Kloman, H. Felix. Integrated Risk Assessment. Current Views Of Risk Management [E-resource]. — Access mode : www.garp.com

13. Dembo, R. S. Mark-to-Future : A Consistent Firm-Wide Paradigm for Measuring Risk and Return // Risk Management and Analysis: Measuring and Modelling Financial Risk, John Wiley & Sons Lts., 1998, Vol. 1., P. 225 - 236.

УДК 330.3:332.111.4

**Тульчинська С.О.**

канд. економ. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

## **НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ВЕКТОРА РОЗВИТКУ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА**

## **НАУЧНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ВЕКТОРА РАЗВИТИЯ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА**

## **SCIENTIFIC APPROACHES TO VECTORS OF POSTINDUSTRIAL SOCIETY**

*У статті досліджуються існуючі підходи до визначення вектора розвитку постіндустріального суспільства, а саме економіки знань. На основі аналізу праць зарубіжних та вітчизняних вчених щодо розвитку постіндустріального суспільства, дано авторське визначення економічної категорії «економіка знань», як принципово нової моделі суспільного відтворення на основі використання інтелектуального капіталу. Нова модель передбачатиме стратегічну орієнтацію організаційно-економічних відносин усіх суб'єктів господарювання регіонів та держави в цілому на нові технології у сфері виробництва та нові засади соціальної організації, визначальним чинником якої є інтелектуальний потенціал суспільства, а джерелом зростання – сукупність знань. У статті з'ясовані головні тенденції становлення економіки знань на сучасному етапі розвитку економіки. Визначені складові які мають забезпечити процес формування та використання знань як ресурсу для розвитку регіонів та держави в умовах становлення економіки знань.*

**Ключові слова:** економіка знань, знання, постіндустріальна економіка, інноваційний розвиток, регіон

*В статье исследуются существующие подходы к определению вектора развития постиндустриального общества – экономики знаний. На основе анализа трудов зарубежных и отечественных ученых по развитию постиндустриального общества, дано авторское определение экономической категории «экономика знаний», как принципиально новой модели общественного воспроизводства*

на основе использования интеллектуального капитала. Эта модель предусматривает стратегическую ориентацию организационно – экономических отношений всех субъектов хозяйствования регионов и государства в целом на новые технологии в сфере производства и новые принципы социальной организации, определяющим фактором которой является интеллектуальный потенциал общества, а источником роста – совокупность знаний. В статье определены основные тенденции становления экономики знаний на современном этапе развития экономики, установлены составляющие, которые должны обеспечить процесс формирования и использования знаний как ресурса для развития регионов и государства в условиях становления экономики знаний.

**Ключевые слова:** экономика знаний, знания, постиндустриальная экономика, инновационное развитие, регион

*This article examines existing approaches to determining the vector of development of post-industrial society, namely the knowledge economy. It have been given the author's definition of economic categories "knowledge economy", based on the analysis the works of foreign and domestic scientists, for the development of post-industrial society. It's a fundamentally new model of social reproduction through the use of intellectual capital. The new model will provide a strategic orientation of organizational and economic relations between all entities regions and the state as whole to new technologies in production and new principles of social organization, which is a determinant of the intellectual potential of society, as a source of growth - a body of knowledge. This article clarified the major tendencies of the knowledge economy at the present stage of economic development. The composition, which should be ensure the formation and use of knowledge as a resource for regional development and the state in terms of becoming a knowledge economy.*

**Keywords:** knowledge economy, knowledge, post-industrial economy, innovative development, the region

**Вступ.** Проблематика становлення економіки знань в регіонах є складовою частиною загальної проблеми сучасних трансформацій, що відбуваються у процесі переходу від індустріального до постіндустріального, яке у тій чи іншій мірі розглядається в концепціях інформаційного, технологічного, мережевого та суспільства знань. Однак більшість вчених, які досліджують цю проблему поділяють точку зору, згідно з якою на сучасному етапі розвитку саме знання стають одним із головних факторів економічного зростання регіонів та держави в цілому. У науковому економічному середовищі тривають дискусії не тільки щодо перспектив становлення економіки знань в регіонах та державі, а й про саму назву економічної системи розвинутих країн світу, де використання знань та інформації набуло значних масштабів.

Розглядаючи постнеокласичний напрям економічної теорії, необхідно відзначити, що концепція постіндустріального етапу розвитку суспільства почала формуватися ще у 60-х роках минулого століття у роботах Д. Белла, П. Друкера, М. Кастельса, Д. Лайона, И. Масуда, О. Тофлера та інших зарубіжних науковців. Дослідженню проблем становлення постіндустріального суспільства присвячені роботи російських економістів С. Глазьева, С. Дятлова, В. Іноземцева, І. Лазарева, В. Макарова, І. Мелюхіна, С. Орлова, О. Ракітова, І. Соколова та ін., а також українських вчених В. Базилевича, А. Гальчинського, В. Геєця, Б. Кваснюка, М. Кизима, Л. Мельника, М. Паламарчук, В. Пархоменко, Л. Федулової, В. Цимбалюк, О. Чубукова, А. Шевчук, А. Чухна та ін.

Незважаючи на інтенсивність наукового пошуку і цілеспрямованого аналізу динамічних процесів сучасного соціально-економічного розвитку, його нової якості і прогнозування перспективних векторів становлення економіки знань, необхідно відзначити недостатній рівень аналізу структурних компонентів, якісних трансформацій й економіки, соціально-економічних інституційних відносин на регіональному рівні, які визначатимуть риси економіки знань. Вказані обставини обумовлюють необхідність поглиблення розвитку даного напрямку дослідження, особливо на мезорівні.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження існуючих підходів до визначення вектора розвитку постіндустріального суспільства, а саме економіки знань, з'ясування головних тенденцій її становлення на сучасному етапі розвитку суспільства, а також складових які мають забезпечити процес формування та використання знання як ресурсу для розвитку регіонів та держави в умовах становлення економіки знань.

**Методологія.** У процесі дослідження було використано системний підхід, метод аналогій, наукової абстракції, аналізу та синтезу, порівняння, логічний метод та ін.

**Результати дослідження.** Власне термін «економіка знань» або «економіка, що заснована на знаннях» вперше зустрічається в роботах американського дослідника Ф. Махлупа, який використав

його по відношенню до одного із секторів економіки, де знання мають вирішальне значення [11]. Пізніше зазначений термін став застосовуватись для визначення типу економічної системи, де виробництво знань стає джерелом економічного зростання. Зарубіжні дослідники Д. Белл, П. Друкер доводили, що постіндустріальне суспільство створюється не на основі кооперації людей і машин для виробництва послуг, а на базі знань, відбувається зменшення зайнятості працівників у виробничому секторі. Для характеристики радикальних змін у структурі економіки провідних країн світу почали частіше застосовувати поняття «суспільство знань».

Концепція суспільства знань отримала розвиток у працях П. Друкера. У роботі «Посткапіталістичне суспільство» вчений описує процеси трансформації капіталістичного ладу у суспільство, що засноване на знаннях [4]. Знання, за П. Друкером, є вихідним пунктом і кінцевим результатом сучасного цивілізаційного процесу, головним інноваційним ресурсом та інтегратором глобальної цивілізації. Так, наприклад, на думку американського дослідника Ф. Міровські [12, с. 79], появи категорії «економіка знань» сприяли дві обставини світової історії: першою стала так звана деіндустріалізація країн з розвинутою ринковою економікою впродовж останніх десятиліть минулого століття, а другою – поширені процеси неоліберальної комерціалізації науки та приватизації освіти у глобальному масштабі. У цілому зарубіжні дослідники розглядають економіку знань як альтернативу індустріальній економіці, функціонування якої супроводжувалося інтенсивним використанням природних і трудових ресурсів з метою забезпечення сталого розвитку регіонів та суспільства в цілому. Істотним внеском у розвиток ідей постіндустріального суспільства, у тому числі й ролі економіки знань у сучасному соціумі, стала концепція Е. Тоффлера, що сформульована у роботах «Шок майбутнього» [13], «Третя хвиля» [14], «Метаморфози влади: знання, багатство і сила на порозі XXI століття» [15]. Е. Тоффлер, досліджуючи «хвилі» змін в історичній перспективі, розглядає сучасний період як початок нової постіндустріальної цивілізації, перехід до якої він позначає як «третя хвиля» змін, що бере свій початок з середини XX ст.

П. Девід та Д. Форє відмічають низку параметрів, за якими можна спостерігати поступове становлення економіки знань. По-перше, це безпрецедентне прискорення темпів створення, накопичення та розповсюдження знання. По-друге, відбувається зростання нематеріальних активів у загальній структурі виробничого капіталу та у складі ВВП. По-третє, спостерігається зростання швидкості та інтенсивності інновацій, які стають домінуючим видом діяльності, при цьому урізноманітнюються джерела цих інновацій. І, нарешті, остання важлива ознака економіки знань пов'язана з технологічною революцією, що відбувається у інструментах знання. Нові технології виробництва та розповсюдження знання створюють можливості накопичення великих запасів інформації для широкого кола людей. Завдяки цифровим технологіям більш інтенсивним стає творча взаємодія між людьми в процесі колективної праці та наукової кооперації [5, с. 73-74].

Значну увагу дослідженням процесів становлення економіки знань приділяють російські вчені та науковці інших країн СНД. Російський економіст Г. Клейнер [9, с. 60] характеризує її як стан національної економіки країни, коли знання стають повноцінним товаром, що містить у собі унікальні знання як один із головних факторів виробництва. До ключових особливостей становлення економіки знань він відносить зростання ролі теоретичного наукового знання, інновацій, мережевий та глобальний характер економіки, зростання значення інформаційних та інших наукомістких технологій, появу нових методів та засобів управління людським капіталом (менеджмент знання), новий порядок взаємодії учасників ринкового обміну (споживач знання бере участь у його створенні), гуманізацію економічного зростання (концепції стійкого ноосферного розвитку).

Варто відмітити, що нерідко поруч з поняттям «економіка знань» використовується близьке за змістом поняття «інноваційна економіка», оскільки важливою ознакою економіки нового формату є її інноваційна складові, але тотожними ці поняття вважати не можна. Російські економісти С. Глазьев, А. Динкін, С. Філін вважають відмітною рисою економіки знань прискорений розвиток нематеріальної сфери і нематеріального середовища. Базисні основи нової економіки, на відміну від традиційної, формуються на знаннях, інформації, інтелектуальному і людському капіталі, а її інфраструктурою стануть інформаційні технології та глобальні системи зв'язку [3, с. 85]. Щодо визначення сучасних кардинальних змін у якості нової постіндустріальної цивілізації не коректно, на наш погляд, виокремлювати лише суто економічні трансформації.

Зростання уваги щодо проблематики економіки знань є характерною рисою і для українських науковців. Питання становлення економіки знань формулюється як важлива складова утвердження моделі інноваційного розвитку, що є одним з пріоритетів соціально-економічного розвитку України. Стратегія економічного і соціального розвитку (2004-2015 рр.) «Шляхом європейської інтеграції» на початку 2000-х років визначила необхідні для становлення економіки знань передумови [1]. Проблемам становлення економіки знань присвячена фундаментальна монографія науковців

Інституту економіки та прогнозування НАН України під редакцією В. Гейця «Україна у вимірі економіки знань» [17], монографія В. Геєця і В. Семиноженко «Інноваційні перспективи України» [2], А. Чухно «Інформаційна постіндустріальна економіка» [20], С. Гальчинського «Економіка знань: виклики глобалізації та Україна» [7] та низка інших колективних та індивідуальних монографій. Процес становлення суспільства, що ґрунтуватиметься на знаннях, за прогнозами аналітиків [18, с. 65-66; 10, с. 131], думку яких ми поділяємо, займе ще принаймні кілька десятиліть.

Окремі дослідники вважають не зовсім вдалим сам термін «економіка знань» на тій підставі, що знання у тій чи іншій формі та сам процес їх використання завжди були невід'ємною компонентою людської діяльності [18, с. 14]. Проте варто враховувати, що сучасні масштаби використання знань та інформації в історичному минулому не мали аналогів. Якщо суттєвою економічною особливістю постіндустріального суспільства, як називають деякі дослідники якісно новий етап суспільно-економічного розвитку, в який вступили розвинуті країни з початком інформаційно-комунікаційної революції, було виробництво послуг [3, с. 156], то технологічною базою для нової трансформації стає якісно нова роль науки і теоретичного знання в індустріально розвинутих країнах на межі ХХ-ХХІ ст. Ці явища стали підставою для ідентифікації постіндустріального суспільства в сучасних умовах як «суспільства знань». Інформація та знання, якщо їх розглядати не як субстанцію, втілену у виробничих процесах і засобах виробництва, а вже як безпосередню продуктивну силу, стають впливовими факторами саме сучасного господарювання [19, с. 50].

Економіка знань стає фундаментом політики гуманізації процесу глобалізації, що активно проводиться ЮНЕСКО. Ця концепція максимально повно представлена у спеціальній доповіді «До суспільства знань», що була опублікована у 2005 р. Вона позиціонується як певна антитеза концепціям інформаційного суспільства, що критикуються за домінування технократичного детермінізму. У доповіді формулюються базові принципи моделі суспільства знань, своєрідні «три стовпи» суспільства знань, а саме:

- 1) більш справедлива оцінка знань для ліквідації наявних видів нерівностей (існуючих розривів);
- 2) більш широка участь усіх зацікавлених сил у вирішенні питань доступу до знань;
- 3) більш успішна інтеграція політичних дій в галузі знання та інновацій. У масштабах регіональної економіки знання пронизують усі сфери і стадії економічного процесу, внаслідок чого їх уже важко відокремити від продуктів і послуг, а деякі галузі стають такими, що ґрунтуються на знаннях. Особливого значення і ваги в сучасних умовах набувають усі види знань, безпосередньо пов'язанні з креативністю мислення.

Слід зазначити, що незважаючи на значну кількість досліджень, присвячених проблемам становлення економіки знань, недостатньо дослідженим залишається питання врахування регіональних особливостей розвитку економіки знань. Кожен регіон повинен окремо з врахуванням існуючих особливостей, а також інтелектуального потенціалу визначати пріоритети розвитку, які відповідатимуть наявному потенціалу та економічним можливостям і будуть сприяти становленню економіки знань. При цьому, знання стають не тільки суттєвою особливістю сучасної економіки регіонів, вони набувають більш комплексного синергетичного характеру, стають проблемно-орієнтованими і міждисциплінарними, а відповідно й задачі, що мають вирішуватися з їх використанням, складнішими і взаємопов'язаними. Згідно з сучасними економічними концепціями, які ми поділяємо, термін «економіка знань» використовується для ідентифікації типу економічної системи, фіксації стану економічного розвитку конкретного регіону.

Підсумовуючи викладене, можна стверджувати, що в понятті «економіка знань», знаходять вираз істотні тенденції, притаманні економіці сучасного суспільства:

- 1) постійне збільшення в суспільному продукті частини наукомістких галузей;
- 2) сталий економічний розвиток, що забезпечується активним використанням інтелектуального капіталу і високих технологій, у тому числі інформаційно-комунікаційних;
- 3) формування єдиного інформаційного простору шляхом створення глобальних інформаційних мереж і баз даних, доступ людей до світових інформаційних ресурсів і задоволення потреб в знаннях;
- 4) утвердження в системі освіти і підготовки кадрів принципу безперервності процесу отримання, оновлення і розширення знань в рамках нової освітньої моделі – безперервної освіти;
- 5) становлення і розвиток особливого виду управлінської діяльності – менеджменту знань.

Отже, найважливішою рисою економіки знань є її знаннємісткість, науково місткість, високо технологічність. У якості складових, які мають забезпечувати процес формування та використання знання як ресурсу для розвитку регіонів, можна виділити такі:



1) наявність стимулів щодо створення й нагромадження знань як ресурсу для розвитку регіонів. Для цього зростатимуть потреби в знаннях, використання яких і дасть можливість забезпечити власне задоволення потреб, а також реалізувати себе в сучасному житті при постійному підвищенні соціального статусу особистості;

2) перехід на інноваційну діяльність, що зумовить зростання попиту на робочу силу, яка матиме можливість працевлаштуватися чи зберегти зайнятість, в тому числі і шляхом необхідного підвищення кваліфікації, що закладе основи її конкурентоспроможності та успіху на ринку;

3) наявність системи формування, генерації та освоєння знань від зародження до використання в нових інноваційних технологіях та продукції, тобто йдеться про процес дифузії інновацій. Особливо важливе останнє, оскільки трансфер знань із-за кордону зовсім не обов'язково дає ефект, якщо процес дифузії знань не відбувається всередині регіонів;

4) співучасть регіональних органів влади і населення в процесі нагромадження знань в умовах становлення економіки знань.

Існують підстави вважати, що у XXI ст. людство буде працювати над становленням економіки знань, удосконалюючи всі надбаня попередніх етапів свого еволюційного розвитку. Тому, на наш погляд [16, с. 58], економіка знань стане принципово новою моделлю суспільного відтворення основи використання інтелектуального капіталу, яка передбачатиме стратегічну орієнтацію організаційно-економічних відносин усіх суб'єктів господарювання на нові технології у сфері виробництва та нові засади соціальної організації. Інноваційний процес системно інтегрує економіку, соціально-політичну і духовну сферу, законодавство, фінанси та інфраструктуру. Основою економіки знань, її визначальним чинником стане інтелектуальний потенціал суспільства, джерелом зростання – сукупність спеціалізованих (наукових) та повсякденних знань, які наявні у свідомості людей і будуть матеріалізуватися у технологічних та інформаційних засобах виробництва. Поряд з природними ресурсами, капіталом і працею, домінуючим фактором стають процеси створення, накопичення, розповсюдження та використання знань, в результаті чого у складі виробленої продукції регіонів зростатиме частка доданої вартості за рахунок інтелектуальної складової. Для повноцінного становлення економіки знань необхідно вирішити значно ширше коло проблем, ніж технологічне переоснащення: подолати бідність і безробіття, вирішити житлову проблему, створити гідні людини системи освіти, зберегти навколишнє середовище.

**Висновки.** Наукова новизна даного дослідження полягає у розширенні дефініційної бази економічної теорії за рахунок авторського тлумачення категорії «економіка знань» на основі встановлення того, що становлення економіки знань ні в якому разі не обмежується тільки переведенням виробництва на наукоємні технології, підвищенням продуктивності праці, а передбачає, передусім, створення сприятливих умов для розвитку основного виробничого фактора – людини.

Отже, економіку знань можна визначити, як такий тип організації суспільства, де визначальним чинником стає інтелектуальний потенціал суспільства, джерелом зростання – сукупність спеціалізованих (наукових) та повсякденних знань, які наявні у свідомості людей і матеріалізуються у технологічних та інформаційних засобах виробництва; поряд із природними ресурсами, капіталом і працею домінуючим фактором стають процеси формування, генерації, освоєння знань, в результаті чого зростатиме частка доданої вартості у складі виробленої продукції регіональних суб'єктів господарювання за рахунок інтелектуальної складової.

Перспективи подальших наукових розробок за даним напрямом дослідження полягають у поглибленні вивчення проблем становлення економіки знань в Україні на сучасному етапі розвитку.

Здійснений аналіз дозволив дійти висновку, що в сучасній економічній науці немає однозначних поглядів щодо наукової категорії «економіка знань». Це обумовлено складністю, багатогранністю даної категорії, її зростаючою роллю у забезпеченні сталого розвитку регіонів та суспільства в цілому. З'ясовано, що знання і інформація виробляються, накопичуються та ефективно використовуються, роблять ефективнішим застосування інших ресурсів, забезпечують нові можливості економічного розвитку, зростання продуктивності праці, вирішення соціально-економічних проблем, сприяють становленню економіки знань. Економіка знань спричиняє зміни економічного середовища регіонів, де здійснюються інноваційні процеси. Її переваги полягають у розумінні та реалізації того, що компетентне використання знань стає фактором сталого економічного зростання регіонів.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає у визначенні та обґрунтуванні цільових орієнтирів становлення економіки знань в державі та доцільності створення результативних систем управління в межах її регіональних соціально-економічних систем, а саме:

1) перетворення знань поряд з працею, природними і матеріальними ресурсами у виробничий фактор;

- 2) створення, поширення і продуктивне використання знань забезпечують економічне зростання регіонів, їх конкурентоспроможність;
  - 3) нові риси споживчого попиту, коли перевага надається так званим невідчутним товарам – послугам: культурним, інтелектуальним, освітнім, медичним, консультативним тощо;
  - 4) зростання питомої ваги сфери послуг при випереджаючому зростанні знаннєємних послуг для бізнесу;
  - 5) зростаюче значення інтелектуального капіталу та збільшення інвестицій у систему освіти, підготовки та перепідготовки кадрів;
  - 6) збільшення частки доданої вартості за рахунок інтелектуальної складової при виробництві товарів та послуг, зміна характеру людської праці на користь творчої та інтелектуальної діяльності;
  - 7) прискорений розвиток і широкомасштабне використання інформаційно-комунікаційних технологій;
  - 8) суттєві зміни форм організації і функціонування економіки та перетворення інновацій у головне джерело економічного зростання і конкурентоспроможності регіонів;
  - 9) поглиблення процесів міжнародного співробітництва у науково-інноваційних галузях.
- Визначено, що в умовах становлення економіки знань відбувається заміщення праці знаннями. Знання, а не фізична праця стають джерелом вартості, що сприяє появі нових видів діяльності, стає рушійним фактором конкурентоспроможності регіонів та добробуту населення.

### Література:

1. Великий тлумачний словник української мови [Текст] / Уклад. і голова ред. В. Т. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2003. – 1440 с.
2. Геєць В. М. Інноваційні перспективи України: Монографія [Текст] / В. М. Геєць, В. П. Семиноженко. – Харків: Константа, 2006. – 272 с.
3. Дорошенко Ю. А. Развитие новой экономики – (knowledge based economy) инновационный аспект [Текст] / Ю. А. Дорошенко, М. В. Владика // Вестник ИНЖЕКОНА. Сер. Экономика, 2007. Вып. 2(15). – С. 84-87.
4. Друкер П. Посткапиталистическое общество [Текст] / П. Друкер // Новая постиндустриальная волна на западе: Антология. – М.: Academia, 1999. – С. 67-100.
5. Дэвид П. А. Экономические основы общества знания [Текст] / П. А. Дэвид, Д. Форэ // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2003. – Том 1. – № 1. – С. 29-55.
6. Егоров И. Ю. Наука и инновации в процессах социально-экономического развития [Текст] / И. Ю. Егоров. – К.: ИВЦ Госкомстата Украины, 2006. – 338 с.
7. Економіка знань: виклики глобалізації та Україна [Текст] / [під заг. ред. А. С. Гальчинського, С. В. Львовичкіна, В. П. Семиноженка]. – К.: НІСД, 2004. – 261 с.
8. Иноземцев В. Л. Экономические основы постиндустриального общества [Текст] / В. Л. Иноземцев // Механизм регулирования экономики, 2004. - № 2. – С. 46-57.
9. Клейнер Г. Б. Становление общества знаний в России: социально-экономические аспекты / Г. Б. Клейнер // Общественные науки и современность. – 2005. – № 3. – С. 56-69.
10. Князев Ю. Как определить современное общество: постиндустриальное, информационное, общество знаний, научно-инновационное? [Текст] / Ю. Князев // Общество и экономика. – 2006. – № 10. – С. 131-155.
11. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США [Текст] / Ф. Махлуп // [пер. с англ. И. И. Дюмулена и др.] / вступ. статья Г. В. Полуниной, ред. Е. И. Розенталь. – М.: Прогресс, 1966. – 402 с.
12. Социально-экономические проблемы информационного общества: Монография [Текст] / [под ред. Л. Г. Мельника, М. В. Брюханова]. – Вып. 2. – Сумы: Университетская книга, 2010. – 896 с.
13. Тоффлер Э. Метаморфозы власти: знание, богатство и сила на пороге XXI века [Текст] / Э. Тоффлер. – М., 2003. – 669 с.
14. Тоффлер Э. Третья волна [Текст] / Э. Тоффлер. – М.: АСТ, 1999. – 784 с.
15. Тоффлер Э. Шок будущего [Текст] / Э. Тоффлер. – М., 2003. – 669 с.
16. Тульчинська С. О. Інтелектуально-інноваційна модернізація економіки України: теоретико-методологічні аспекти: Монографія [Текст] / С. О. Тульчинська. – К.: НТУУ «КПІ», 2009. – 488 с.
17. Україна у вимірі економіки знань [Текст] / [за ред. акад. НАН України В. М. Гейця]. – К.: Основа, 2006. – 592 с.
18. Циренщиков В. Тенденции инновационного развития Европы [Текст] / В. Циренщиков // Современная Европа, 2004, № 4, С. 65-74.
19. Черненко В. М. Інтелектуалізація праці в сучасній інформаційно-інноваційній економіці [Текст] / В. М. Черненко // Формування ринкової економіки: Зб. наук. пр. Спец. вип. Управління людськими ресурсами: проблеми теорії та практики. – Т. 2, ч. II. – К.: КНЕУ, 2007. – С. 521-1013.
20. Чухно А. А. Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України [Текст] / А. А. Чухно. – К.: Логос, 2003. – 631 с.

**Хаджинов І.В.**

доктор економ. наук, доцент,

**Шульженко Д.Ю.**

Донецький національний університет

## **ІННОВАЦІЙНІ КОМПАНІЇ СВІТУ: АНАЛІТИЧНИЙ ВИМІР ИННОВАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ В МИРЕ: АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ**

### **ИННОВАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ МИРА: АНАЛИТИЧЕСКИЙ ИЗМЕРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ В МИРЕ: АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ**

### **WORLD'S MOST INNOVATIVE COMPANIES: ANALYTICAL MEASUREMENT**

Інноваційний характер сучасного світового розвитку відбувається на основі науково-технологічного прогресу, який забезпечують транснаціональні компанії (ТНК) світових країн-лідерів. Саме ТНК забезпечують науково-технологічну складову темпів економічного зростання у провідних країнах світу. Стаття присвячена аналізу рейтинга «The World's Most Innovative Companies» американського журналу *Forbes*. На основі проведеного аналізу виявлено, що у списку *Forbes* опинилося на рідкість мало компаній, які зазвичай займають в подібних рейтингах високі місця. Пояснюється це методологією підрахунку. На відміну від інших подібних рейтингів, заснованих на минулих заслугах компаній, американський *Forbes* у главу кута поставив переваги інвесторів – саме вони своїм фінансуванням визначають, які компанії є найбільш інноваційними сьогодні, і будуть такими в майбутньому.

**Ключові слова:** інновації, компанії-інноватори, інноваційна премія

Инновационный характер современного мирового развития происходит на основе научно-технологического прогресса, который обеспечивают транснациональные компании (ТНК) мировых стран-лидеров. Именно ТНК обеспечивают научно-технологическую составляющую темпов экономического роста в ведущих странах мира. Статья посвящена анализу рейтинга «The World's Most Innovative Companies» американского журнала *Forbes*. На основе проведенного анализа выявлено, что в списке *Forbes* оказалось на редкость мало компаний, которые обычно занимают в подобных рейтингах высокие места. Объясняется это методологией подсчета. В отличие от других подобных рейтингов, основанных на прошлых заслугах компаний, американский *Forbes* положил в основу предпочтения инвесторов – именно они своим финансированием определяют, какие компании являются наиболее инновационными сегодня, и будут таковыми в будущем.

**Ключевые слова:** инновации, компании-инноваторы, инновационная премия

The innovative character of contemporary world development occurs on the basis of scientific and technological progress, which provide multinational companies (MNCs) of the world leading countries. It MNCs provide the scientific and technological component of economic growth in the leading countries of the world. This article analyzes the rating «The World's Most Innovative Companies» American magazine *Forbes*. Based on the analysis revealed that the *Forbes* list appeared extremely few companies that would normally take such ratings in high places. This is due to the methodology of counting. Unlike other similar ratings based on past merits companies, American *Forbes* based the preferences of investors – they determine their financing, which companies are the most innovative today, and will remain so in the future.

**Key words:** innovations, innovative companies, innovation premium

**Введение.** Инновации обычно возникают при появлении новых технологий, которые зависят от развития науки и техники, или когда старые технологии становятся паритетными в связи с изменением среды, технологической, социальной и любой другой.

Постоянные технологические улучшения, совершенствования, инновационная активность предприятий, рост высокотехнологического экспорта формируют сегодня основу для развития инновационной экономики, главным отличием которой от экономики индустриальной, основанной на материальном производстве, является приоритетность интеллектуального, нематериального производства.

Вопросы приоритетности инновационного характера мировой экономики затрагивались в работах Э. Тоффлера, Дж. Нейсбитта, Ф. Фукуямы, которые считают, что именно инновационная экономика дает возможность стране претендовать на лидерские позиции в мировой экономической системе. Среди отечественных исследователей данной проблематики стоит отметить работы В. Семиноженко, В. Гейца, Л. Федуловой, С. Ильяшенко и прочих.

В настоящее время в число стран с инновационной экономикой входят США, Германия, Япония, Австралия, Канада, Швеция, Финляндия, Сингапур, Израиль и другие страны.

Инновационный характер современного мирового развития происходит на основе научно-технологического прогресса, который обеспечивают транснациональные компании (ТНК) мировых стран-лидеров. Именно ТНК обеспечивают научно-технологическую составляющую темпов экономического роста в ведущих странах мира.

**Постановка задания.** Цель данной статьи состоит в анализе инновационных транснациональных компаний мировых стран-лидеров на основе рейтинга «The World's Most Innovative Companies».

**Методология.** Статистической базой работы являются аналитические данные американского издания журнала Forbes.

**Результаты исследования.** Американский журнал Forbes опубликовал рейтинг 100 самых инновационных компаний мира. Авторы рейтинга, помимо роста выручки и средней доходности компаний за последние пять лет, вычитывают так называемую инновационную премию. Список составлен с учетом роста выручки и средней доходности компании за последние пять лет. Также берется в рассмотрение разница между капитализацией и стоимостью бизнеса, основанной на ожиданиях отдачи от инноваций. Все участники списка должны публично отчитываться как минимум последние 7 лет, оцениваться рынком выше 10 млрд долл. США и расходовать на исследования сумму не менее 1% чистых активов.

В списке Forbes оказалось на редкость мало компаний, обычно занимающих в подобных рейтингах высокие места. Объясняется это методологией подсчета. В отличие от других подобных рейтингов, основанных на прошлых заслугах компаний, американский Forbes во главу угла поставил предпочтения инвесторов — именно они своими кошельками определяют, какие компании являются наиболее инновационными сегодня, и будут таковыми в будущем (таблица) [1].

Таблица

Рейтинговые показатели компаний

	Северная и Южная Америка			Азия и Тихоокеанский регион			Европа		
	Топ – 3 компаний инноваторов								
	Salesforce	Alexion Pharma	VMware	Baidu	Rakuten	Henan Shuang-hui Investment & Development	ARM Holdings	Coloplast	Jerónimo Maartinez
<b>Инновационная премия, %</b>	72,8	72,3	63,7	60,6	50,7	48	61,2	46,5	41,3
<b>Уровень рыночной капитализации (млрд. дол. США)</b>	25,85	16,75	35,94	29,75	13,06	12,64	19,62	11,42	12,85
<b>Объем продаж (млрд. дол. США)</b>	3,05	1,38	4,6	3,54	5,56	6,26	0,938	1,92	13,98

Инновационная премия – разница между рыночной капитализацией компании и стоимостью ее текущего бизнеса, основанной на ожиданиях отдачи от инноваций (запуск новых товаров и услуг, освоение новых рынков). Исследовались компании, которые соответствуют трем критериям: рыночная капитализация – не менее 10 млрд.долл. США, расходы на исследования – не менее 1% чистых активов, публичная отчетность ведется не менее семи лет. [1]

В первую десятку вошли 6 компаний из США: помимо Salesforce.com, это Alexion Pharmaceuticals (биофармацевтика), VMware (программное обеспечение и программирование), Regeneron Pharmaceuticals (биотехнологии), Amazon.com (интернет ритейл), Intuitive Surgical (медицинское оборудование). Одна – из Китая – Baidu китайский поисковик. Японская компания Rakuten (интернет ритейл) и бразильская компания Naturo Cosmetics (бытовая химия и средства личной гигиены).

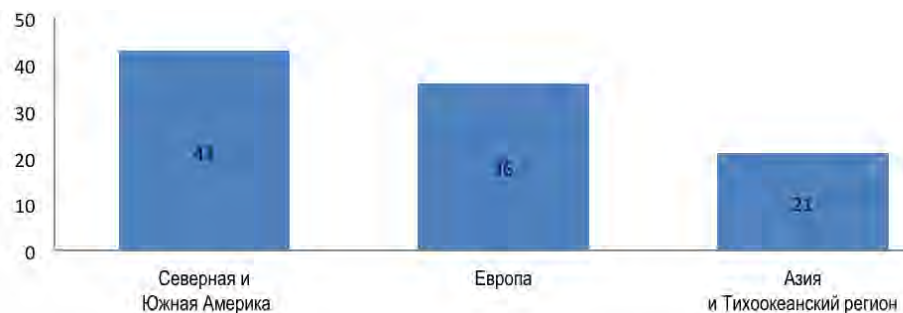


Рис. 1. Географическая структура ТНК-инноваторов в мире в 2013г., % [1]

Американский континент, является лидером по количеству ТНК инноваторов. На рис. 2 видно, что наибольший процент инноваций приходится на компании, предоставляющие программное обеспечение, решения для аутсорсинга, компьютерную технику – 21%, 12% приходится на компании по производству химической продукции и удобрений для агрокультур, на третьем месте компании, производящие продукты питания – 11%, на четвертом – компании по производству бытовой химии и средств личной гигиены, замыкают пятерку лидеров в инновациях нефтеперерабатывающие компании – 7%.

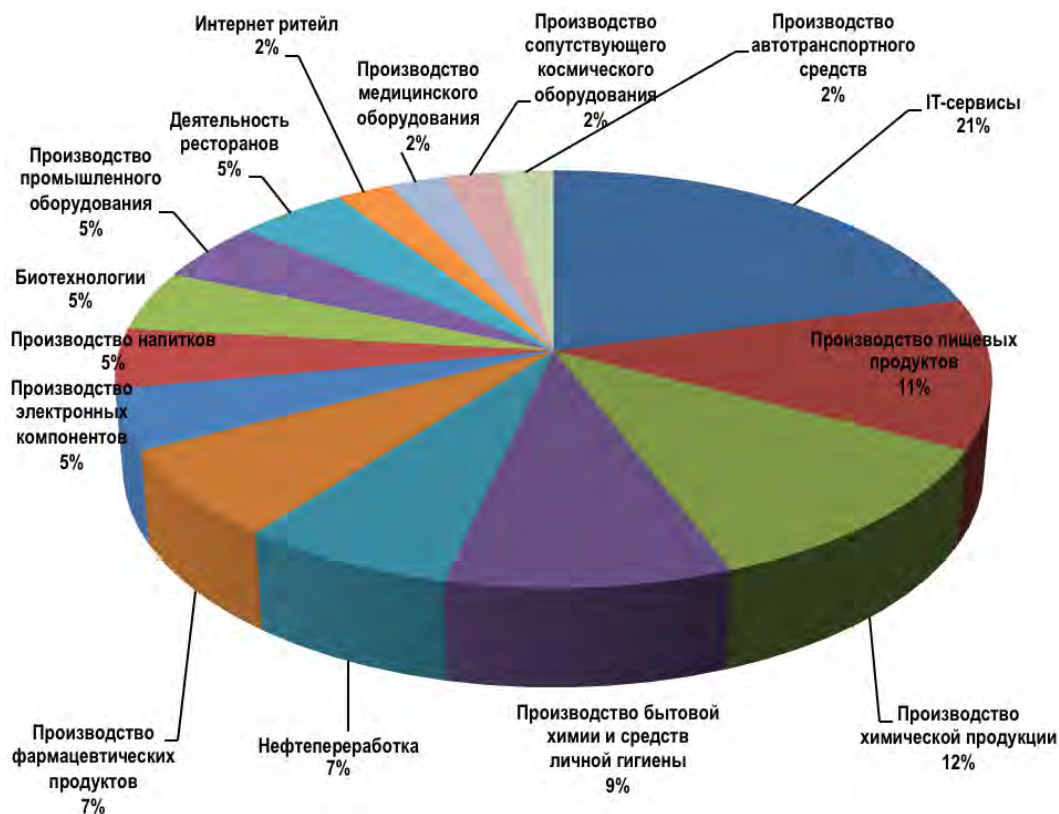


Рис. 2. Отраслевая структура компаний инноваторов в Северной и Южной Америке в 2013 г., %

На европейском континенте первое место по внедрению инноваций разделяют ТНК по производству промышленного оборудования и ТНК, выпускающие медицинское оборудование – 14%. По 11% приходится на компании по производству напитков, компании, занимающиеся нефтепереработкой и компании по производству бытовой химии и средства личной гигиены. В отличие, от американского континента, в Европе, лишь 5% в отраслевой структуре приходится на компании по выпуску программного обеспечения (рис. 3).

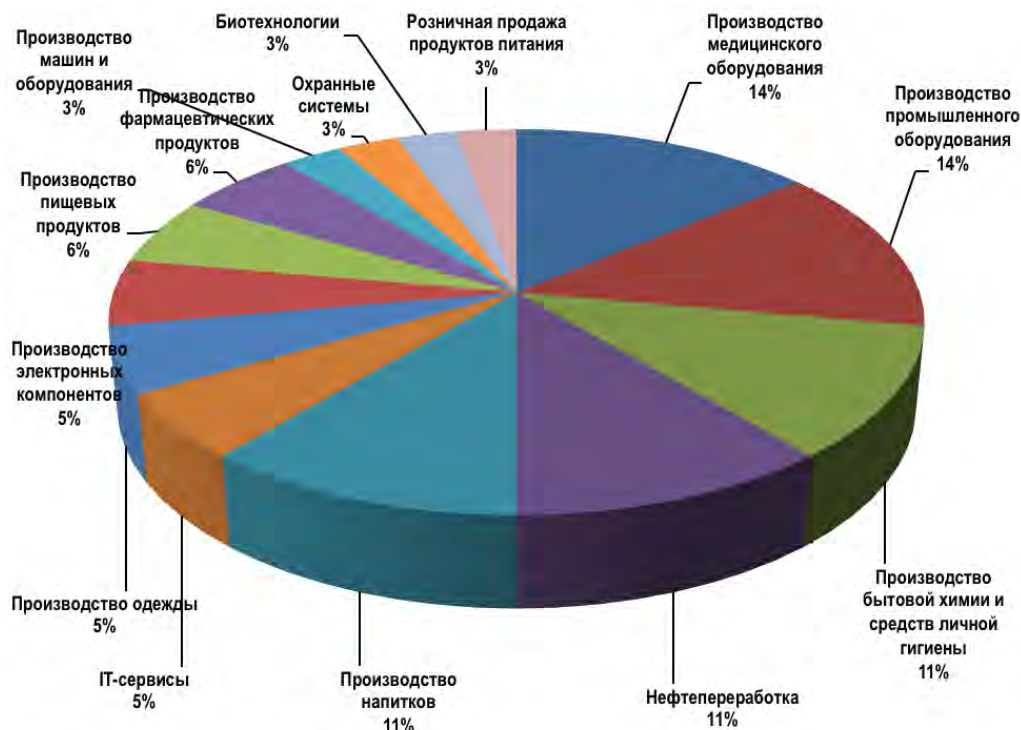


Рис. 3 Отраслевая структура компаний инноваторов в Европе в 2013г., %

Безусловными лидерами-инноваторами в Азии и Тихоокеанском регионе, являются компании по выпуску компьютерных услуг – 27%. На втором месте компании по производству электронных компонентов – 16%. Третье место, по 11%, делят компании по производству бытовой химии и средств личной гигиены и компании по производству промышленного оборудования (рис.4).

Проанализировав отраслевую структуру компаний – инноваторов в мире, можно сделать вывод, что лидерами по внедрению новшеств являются компании, связанные с предоставлением компьютерных услуг. Большая часть спроса на продукцию международных IT-компаний формируется при появлении на рынке абсолютно новых товаров и услуг, а также обновленных версий или моделей уже существующих. Особенностью международного IT-рынка является его гибкость и динамичность. Постоянное укорачивание жизненных циклов продукции и практически полная невозможность их продления традиционными маркетинговыми инструментами ставит IT-компанию перед необходимостью все время выпускать новые и совершенствовать существующие продукты, тратя значительные средства на технические разработки, чтобы удержать свои позиции на рынке. [2] Этот процесс предполагает постоянные научно-исследовательские разработки и осуществление инноваций. А инновации, находящие выражение в создании и выводе на рынок новых продуктов, являются для IT-компаний одним из важнейших факторов их существования и конкурентоспособности. [3] Другим преимуществом значительной доли инновационных IT-проектов, в основе которых лежит создание сетевых услуг различного типа, является априорная техническая реализуемость большинства из них. А именно проекты данного типа не требуют проведения масштабных, длительных и дорогостоящих предварительных фундаментальных исследований с неопределенным конечным результатом. И на момент их инициации, в отличие от значительной доли проектов в сферах биотехнологий, фармацевтики, медицины, энергосбережения и отдельных проектов машиностроения, вероятность того, что реализация проекта окажется невозможной по неэкономическим причинам практически отсутствует. В результате если по данным мировой статистики, традиционно лишь 5% разрабатываемых НИОКР всех отраслей находят свое успешное

завершение в виде широкого признания новой продукции на рынке потребителями [4], то для IT-сферы данный коэффициент превышает 10% [5].



Рис. 4. Отраслевая структура компаний инноваторов в Азии и Тихоокеанском регионе в 2013г., %

В целом, происходит динамизация внедрения инноваций в аэрокосмической и электронной промышленности, био- и ресурсосберегающих технологиях, машиностроении и производстве промышленного оборудования, производстве медицинского оборудования, фармацевтической, химической и нефтехимической промышленности, производстве компьютерной техники. Свое место находит внедрение инноваций в секторе легкой промышленности – производство продуктов питания и напитков, производство одежды и обуви. Также, в рейтинг входят компании-инноваторы по предоставлению услуг интернет-ритейла, розничной торговли продуктами питания и мировая сеть кофеен.

#### Литература:

1. The World's Most Innovative Companies // Forbes, 2013. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.forbes.com/innovative-companies/list/>
2. Mohr J.J., Sengupta S., Slater S. Marketing of High-Technology Products and Innovations / J.J. Mohr, S. Sengupta, S. Slater. – USA: Prentice Hall, 2010/
3. Иванюк И.А. Маркетинговая модель воспроизводства интеллектуального капитала: монография / Иванюк И.А.. – М.: Высшая школа, 2003. – 302 с.
4. Тычинский А.В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт. // Электронное учебное пособие. – Таганрог: ТРТУ, 2006. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m87/>
5. Ференец В. Сама по себе идея ничего не стоит // СIO: руководитель информационной службы, 2009. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.computerra.ru/cio/old/it-market/analytics/424593/>

**Єрешко Ю.О.**

канд. екон. наук, доцент,

**Яловий Г.К.**

докт. екон. наук, професор

Національний технічний університет України «КПІ»

## СТОХАСТИЧНІ ІНВЕСТИЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

## СТОХАСТИЧЕСКИЙ ИНВЕСТИЦИИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

## STOCHASTIC INVESTMENTS TO FINANCE THE INDUSTRIAL ENTERPRISE INNOVATIONS

Стаття присвячена розробці і обґрунтуванню методологічних особливостей розвитку підприємств на інвестиційно-інноваційних засадах в умовах трансформації економіки, методів та форм їх практичної реалізації, визначення напрямків інвестиційно-інноваційного процесу національної економіки. Проаналізовано причини негативної динаміки інвестиційно-інноваційних процесів у промисловому секторі за 2005-2012 рр.; обґрунтовано особливості парадигми капіталоємності розвитку ринку цінних паперів, визначено головні чинники підвищення ефективності виробничого капіталу; умови й джерела інвестиційного забезпечення технологічного оновлення, реструктуризації та підвищення конкурентоздатності суб'єктів господарювання. Доведено, що фінансовий капітал ринку цінних паперів характеризується сукупністю показників, які відображають його реалізований та нереалізований стан. Здійснено аналіз структури та динаміки основних джерел формування фінансового потенціалу ринку цінних паперів на основі грошових заощаджень промислових підприємств. У дослідженні сформульовано рекомендації стосовно умов підвищення реалізації фінансового потенціалу ринку цінних паперів у напрямку удосконаленої версії оптимізації портфельних інвестицій.

**Ключові слова:** фінансовий потенціал, ринок цінних паперів, інвестиційна діяльність, фінансові ресурси цінних паперів, портфельні інвестиції, інноваційне фінансування

Статья посвящена разработке и обоснованию методологических особенностей развития предприятий на инвестиционно-инновационных принципах в условиях трансформационной экономики, форм и методов их практической реализации, определению направлений инвестиционно-инновационного процесса национальной экономики. Проанализированы причины негативной динамики инвестиционно-инновационных процессов в промышленном секторе за 2005-2012 гг.; обоснованы особенности парадигмы капиталоемкости развития рынка ценных бумаг, определены главные факторы повышения эффективности производственного капитала, условия и источники инвестиционного обеспечения технологического обновления, реструктуризации и повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования.

Обоснован механизм формирования и реализации финансового потенциала рынка ценных бумаг, что дало возможность выявить основные его структурные элементы. Определено влияние основных факторов на процессы наращивания и инвестиционной направленности финансового потенциала рынка ценных бумаг с помощью экономико-математической модели оптимизации портфельных инвестиций. Установлено, что для улучшения процесса реализации финансового потенциала инвестиций необходимо усовершенствовать структуру первичного рынка ценных бумаг, увеличить объемы эмиссии акций и облигаций предприятий реального сектора экономики.

**Ключевые слова:** финансовый потенциал, рынок ценных бумаг, инвестиционная деятельность, финансовые ресурсы ценных бумаг, портфельные инвестиции, инновационное финансирование



*The article deals with the development and justification the methodological features of the investment-innovative based enterprise evolution in the conditions of transformational economy; the methods and forms of its practical implementation; the directions of investment-innovative progress of the national economy determination.*

*There were also analyzed the reasons of the negative investment-innovative progress dynamics in the industrial sector of the national economy in the period of the years 2005-2012. The features of the security market development were justified and the factors of increase the industrial capital effectiveness were outlined. There also were grounded the conditions and sources of an investment securing the business entity's technological renovation, restricting and competitiveness increase. There was proven, that the security market's financial potential is defined by the whole range of factors, which reflect its embodied and unrealized condition. Based on the industrial enterprise money savings analysis, there was investigated the structure and dynamics of the main sources of forming the security market's financial potential. There were given and stated recommendations, related to the implementation the conditions of the security market's financial potential increase in order to improve an optimization model of the portfolio investment.*

**Keywords:** *financial strength, the stock market, investment, financial resources of securities, portfolio investment, innovative financing*

**Вступ.** Розв'язання проблем економічної стабілізації та забезпечення сталого розвитку України безпосередньо пов'язано з формуванням активної інноваційної діяльності, розробкою та реалізацією інноваційних стратегій як на макроекономічному рівні, так і на рівні окремих суб'єктів господарювання. За сучасних умов успіху досягають країни, які спроможні розвинути внутрішній потенціал інноваційно-інвестиційної модернізації економіки, що посилює її гнучкість щодо реагування на зміни умов глобальної конкуренції. Основна задача полягає в тому, що в довгостроковому періоді для конкурентоспроможності економіки країни важливим є якісні властивості діяльності суб'єктів господарювання, можливості виконувати певні етапи науково-інноваційного циклу, а не статична галузева спеціалізація окремих підприємств. Це передбачає, що країни реагують на посилення конкурентного тиску не лише міжгалузевими об'єднаннями, а й здійснюють якісну модернізацію у межах підприємств – спеціалізацію на більш науково – та технологічноємні сегменти виробництва.

Макроекономічні показники за роки функціонування ринкової економіки України свідчать про кризу в інноваційній сфері. Так, фінансування науки за останні 15 років неухильно зменшувалося. Витрати на наукові дослідження та сприяння НТП в Україні за останні роки склали не більше 0,9% в той час, як в США – 2,8%, Швеції – 4,6%, Німеччині – 2,5%, Франції – 2,2%, Японії – 3,1%, Росії – 1,2%, а по затратах на науку на душу населення ми поступаємося світовим лідерам в десятки разів. Якщо в 2000 р. по розміру цього показника Україна знаходилась на рівні зіставлення з провідними країнами ОЕСР, то, сьогодні вона ближче до групи країн з низьким науковим потенціалом – Іспанією, Польщею, Угорщиною тощо. В 2012 році обсяг реалізації (1758 підприємствами (17,4%)), обсяг інноваційної продукції дорівнював 36,2 млрд. грн. 332 підприємства реалізували свою інноваційну продукцію за межі України, 24,7% якої поступало в країни СНГ, а майже кожне четверте підприємство реалізувало продукцію, яка була взагалі новою для ринку. Обсяг такої продукції склав 14,5 млрд. грн., більше половини (52,4%) 105 підприємств відправляли свою продукцію на експорт. На технологічні інновації підприємства витратили в 2012 р. 11,5 млрд. грн. Біля 70% коштів було вкладено на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, 8,4% – на внутрішні та 2% – на зовнішні наукові розробки [6. – с. 30,32,40].

Теоретичні засади та практика інноваційно-інвестиційної діяльності та механізму трансформації капіталу суб'єктів господарювання в портфельні інвестиції через ринок цінних паперів посідають досить вагоме місце у наукових дослідженнях зарубіжних та українських вчених: Г. Марковиця, В. Шарпа, Ф. Найта, Д. Неймана, О. Моркінштерна, Ю. Бажала, В. Базиливіча, І. Бланка, І. Лютого, Б. Малицького, В. Мунтіяна, М. Савлука, В. Соловійова, Н. Тарнавської, В. Федоренка, Л. Федулової.

Отже, забезпечення конкурентоспроможності через інновації має стати метою національної економічної політики. Такий розвиток економіки має базуватися на визначенні довгострокових пріоритетів, які обумовлюють орієнтацію національної економіки на визначення раціональної організації й оптимальної структури, що сприятиме досягненню найбільш можливих темпів економічного зростання. У стратегічному контексті істотне підвищення конкурентоспроможності підприємств України можливо лише за рахунок їх інноваційної модернізації та розширення участі у зовнішньоекономічній діяльності на основі технологічних, а не цінових конкурентних переваг.

Інвестиційний клімат держави, в тому числі і для фінансування інновацій, залишається несприятливим. Макроекономічні показники свідчать, що економічне зростання в Україні виявляється проблемним, тому що не поліпшується економічна система. Економіка України в довгостроковому періоді не готова до зростання і не може забезпечити її стійкість. Таким чином, наукові дослідження щодо використання інвестицій в інноваційній діяльності є на сьогодні достатньо актуальними.

Гострота фінансування інновацій обумовлена тим, що за статистикою кожна десята інновація надає користь і окупає решту дев'яти безприбуткових технічних проєктів.

**Постановка завдання.** На основі компаративного аналізу діяльності підприємств розробити та обґрунтувати організаційно-економічні та фінансові засади інноваційного розвитку в умовах трансформаційної економіки, методів та форм його практичної реалізації, вибору напрямів ефективного використання інвестиційних ресурсів.

**Методологія.** Методологічною основою дослідження є сукупність загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, серед яких необхідно виділити такі: методи аналізу та синтезу, діалектичний, системний – для дослідження теоретичних основ фінансового потенціалу ринку цінних паперів та його складових; метод структурного функціонального аналізу – для розробки механізмів формування та використання фінансового потенціалу фондового ринку; економіко-математичного моделювання – для розробки моделі формування оптимального портфелю інвестиційного потенціалу – для обґрунтування шляхів використання портфельних інвестицій у напрямі їх інноваційної спрямованості.

**Результати дослідження.** Інвестиції в інновації можливі тільки при значно високому рівні економічного розвитку і безпосередньо орієнтуються на досягнення для забезпечення розвитку науки і техніки, що надає можливість для здешевлення основного капіталу і зменшення витрат по окремих елементах виробництва товару. Це відома модель теорії інвестиційного процесу, за якою, інвестиції, з одного боку, є чинником протистояння ринку до виробника, який постійно тисне на нього, а з другого – засобом, що стимулює інноваційну діяльність. Крім того, інновації та інвестиції завжди нівелюють дію законів спаду будь-яких виробничих факторів, а також вирішують постійно зростаючу проблему обмеженості фінансових, матеріальних і трудових ресурсів. Накопичення грошей з метою промислового інвестування, визначається як результат конкурентних переваг, які надають можливість впровадження нової техніки для забезпечення найбільшого доходу.

Термін «інвестиції» походить від латинського слова «vestis» - одяг, «vestire» - носити, одягати одяг, покривати «in vestire». В сучасному значенні цей термін вживається світовою економічною наукою з 1613 р. у зв'язку із Східно-Індійською торгівлею і розвитком кредитних та позикових відносин. Нове значення «інвестиції» визначає використання грошових коштів для отримання знову створеної вартості. У системі розширеного відтворення інвестиціям належить найважливіша роль у справі відновлення і збільшення на інноваційній основі виробничих ресурсів, а отже, і в забезпеченні визначених темпів економічного зростання. Якщо представити суспільне відтворення як систему виробництва, розподілу, обміну і споживання, то інновації в інвестиції головним чином стосуються першої ланки – виробництва і можна сказати, складають матеріальну основу його розвитку.

За характером участі в інноваційному процесі інвестиції поділяються на прямі і опосередковані (портфельні). Прямі інвестиції передбачають встановлення повного контролю над підприємством (придбання контрольного пакету акцій) або реалізації інвестиційного проєкту в реальному секторі економіки. Тому в економічній літературі прямі інвестиції отримали назву виробничі. Портфельні (опосередковані) інвестиції – це інвестиції в різні фінансові активи для отримання доходу у вигляді потоку грошових коштів або збільшення їх запасу. Портфельне інвестування являє собою упорядкований вплив інвесторів і емітентів цінних паперів на інноваційний механізм з метою отримання прибутку та може бути одним із самих перспективних способів фінансування інновацій на промислових підприємствах.

В назві статті термін «стохастичний» вживається не випадково. Безумовно, «стохастичний» процес можна розглядати як синонім «випадковості» економічного процесу. Разом з тим поняттю «стохастичний» притаманний змістовний відтінок, що підтверджує його більш суттєвим для характеристики процесу обґрунтування інвестицій. Термін «стохастичний» грецького походження і означає в перекладі «догадливий, проникливий», тобто, який швидко і вірно розгадує, урозуміє. Власне вживання слова «проникливий» може та повинно стати ідеологією обґрунтування вкладень капіталу в інноваційну діяльність.

Основними суб'єктами портфельного інвестування є власники вільного грошового капіталу і емітенти, які здійснюють випуск фінансових інструментів. Портфельні інвестиції можуть виконувати як приватні юридичні особи, так і держава (наприклад, у процесі формування резервних фондів),

а також суспільно-політичні та релігійні общини, благодійні фонди. Об'єктами портфельного інвестування є різні фінансові активи: цінні папери, банківські депозити, іноземна валюта тощо.

Економічна природа сутності портфельного інвестування надає нам можливість визначити особливості застосування стохастичного капіталу в економічну інноваційну діяльність, а саме:

- портфельні інвестиції є більш мобільними ніж виробничі;
- в порівнянні з виробничими портфельні інвестиції, як правило, короткострокові;
- здебільшого портфельні інвестиції пов'язані з стандартизованими біржовими фінансовими інструментами: цінними паперами, строковими контрактами, іноземною валютою;
- портфельні інвестиції складають значну частину світового інвестиційного капіталу.

Крім особливостей застосування портфельних інвестицій нами досліджено і з'ясовано вплив портфельних інвестицій на інноваційну активність промислових підприємств, визначені негативні сторони цього процесу.

1. Міцні позиції західних інвесторів і фрагментарна залежність від західного фондового ринку при низькій активності національних індивідуальних інвесторів. Це свідчить, що гармонійно-інвестиційного простору в Україні ще не створено. Так, за період 2008 – 2012 рр. по окремим видам інвестицій спостерігається репатріація (форма втечі капіталу) іноземного капіталу з України. Наприклад, за часи світової фінансової кризи ніякого притоку портфельних інвестицій в Україну не було, а навпаки, іноземні портфельні інвестори вивозили свої капітали за кордон. За два роки було репатрійовано 2,84 млрд. долл. США портфельних інвестицій. В окремі роки навіть тимчасовий позитивний вплив припливу іноземного капіталу на платіжний баланс нейтралізувалося експортом капіталу з української економіки. За період 2008 – 2012 рр. вивіз капіталу з України склав 66,7 млрд. дол. США, тобто більш 2/3 по відношенню до обсягу ввозу іноземного капіталу. В 2009 р. вивіз капіталу навіть перевищував його імпорт, що обумовлює відносне сальдо по операціях з капіталом (мінус 4,9 млрд. дол.). Фактично вивіз капіталу з України перевищує обсяги, які відображаються в розділі капітальних операцій платіжного балансу України (ця статистика не враховує різні форми контрабандного вивозу капіталу). Особливо активно експорт капіталу з країни здійснюється у формі «інших інвестицій» (40,5 млрд. дол. за період 2008 – 2012 рр. [10]). Значна частина вивезеного капіталу переправлялась в офшори або країни, які мають признаки офшорних територій (Кіпр, Швейцарія, Ліхтенштейн, Нідерланди тощо). Основними причинами незадовільного рівня капіталовкладень в Україні, насамперед, можна констатувати негативний міжнародний імідж за такими показниками, як економічна та політична нестабільність, хабарництво і корупція, високий рівень мінімізації економіки, економічна злочинність та така її форма прояву як «відмивання брудних грошей» через фінансову та банківську системи.

2. Диспропорція портфельних інвестицій. Найбільша питома вага портфельних інвестицій доводиться на акції найбільших компаній і державні цінні папери. За цією причиною має місце державне фінансування дефіциту за рахунок облігацій державної позики. За даними статистики Держкомстату України накопичені прямі і іноземні інвестиції у вигляді участі в акціонерному капіталі українських компаній постійно підвищувалося. За 1995-2013 рр. їх обсяг зріс у 113 разів. Накопичені на кінець 2012 р. інвестиції в розмірі 50,3 млрд. дол. склали 28,5% ВВП (ВВП України в 2012 р. у валютному еквіваленті дорівнює 176 млрд. дол.). На 1 жовтня 2013 р. інвестиції у акціонерні капітали досягло 56,6 млрд. дол., тобто приріст з початку року склав 2,1 млрд. дол. або 3,8% [16]. Проте сьогодні значну частину акціонерного капіталу іноземні інвестори здійснюють за допомогою реінвестицій доходу, які вони отримали від попередніх вкладень капіталу в українську економіку. Такі іноземні інвестиції стан платіжного балансу України не покращують.

Головним напрямком іноземних інвестицій є фінансовий сектор України, на який приходиться 1/3 усіх інвестицій (33,1%). В той же час на промисловість приходиться 30,9% іноземних інвестицій, сільське господарство – 1,6%, будівництво – 6,1%, транспорт і зв'язок – 3,8%, торгівля і ремонт автомобілів – 10,5%. За даними НБУ, питома вага іноземного капіталу в статутному капіталі комерційних банків зросла з 19,5% у 2006 р. до 41,9% в 2012 р. На початок 2012 р. в Україні функціонувало 176 банків, серед них 53 банків з іноземним капіталом, причому 21 з них повна вартість іноземного інвестора, а в 20 банках – інвесторам належить більше 90% капіталу.

На початок 2008 р. державний борг України дорівнював 12,3% ВВП. За даними Мінфіну України на 1 листопада 2013 р. загальний державний борг дорівнював 550,2 млрд. грн., у тому числі внутрішній 260,6 млрд. грн., зовнішній – 289,6 млрд. грн. Державний борг України на 53% є зовнішнім боргом. На початок 2008 р. рівень усієї зовнішньої заборгованості України дорівнював 56,7% ВВП, а до середини 2013 р. зовнішній борг зріс до 75,7% ВВП. За структурою на 1.07.2013 р.: державний сектор – 30,4 млрд. грн., 17,2% до ВВП, питома вага – 26,6%; банки – 21,3 млрд. дол., 12% ВВП,

питома вага – 15,9%, інші сектори економіки – 82,7 млрд. дол., 44,6% до ВВП, питома вага – 57,5%. Доходність державних облігацій сьогодні «зашкалює» середньорічні значення. Ставки за новими випусками десятирічних облігацій України деномінованих в доларах США сьогодні піднялись до 10,6 %. Ставки за облігаціями, строк погашення яких настає в 2014 р., підскочили до 19 %. Це ніщо інше як лихварські відсотки, які свідчать за те, що в Україні значну частину бюджету в майбутньому потрібно буде витратити на обслуговування боргів, які мають місце уже сьогодні. [16].

3. Найважливішою ознакою економічного зростання і інвестиційної активності в країнах з розвинутою ринковою економікою є капіталізація і ліквідність фондового ринку, під якою слід розуміти вартість усіх цінних паперів, які обертаються на ньому виходячи з ринкової оцінки. В Україні ринок цінних паперів розпочав своє становлення у 1991 році. Серед головних позитивних змін, які були характерні для ФР протягом останніх років та сформували надійну основу для подальшого зміцнення, а також сприяли відновленню її інвестиційної функції – збільшення обсягу торгів, зростання співвідношення до ВВП, залучення інвестицій та інші. Обсяг угод з цінними паперами у 2011 р. перевищив 2 трлн. грн., що на 855 млрд. грн. більше ніж розмір ВВП України. У 2012 р. темпи зростання ФР були випереджаючими порівняно з ВВП: Обсяг торгів на РЦП перевищував показник ВВП країни майже у два рази. Обсяг торгів на РЦП становив 2530,9 млрд. грн. Станом на кінець 2012 р. показник співвідношення капіталізації компаній до ВВП країни становив 19,66%, проти 9,0% у 2008 р. Зростання рівня капіталізації компанії, насамперед, пов'язано із збільшенням кількості цінних паперів емітентів, які пройшли процедуру лістингу. Такий показник, як обсяг залучених інвестицій в економіку України через інструменти ФР за результатами 2012 р. склав 67,23 млрд. грн. Можна відмітити стабільність цього показника протягом останніх років. За результатами торгів на ФР обсяг біржових контрактів з цінних паперів становив у 2012 р. 263,67 млрд. грн., що більше майже на 12% у порівнянні з 2011 р. Протягом останніх трьох років загальна кількість випусків акцій, які перебувають в обігу на фондових біржах, також збільшується. На кінець 2012 р. до біржових списків торгівлі включено 1731 акцію, що більше майже на 40% у порівнянні з 2011 р. На ринку облігацій у 2012 р. було зареєстровано 332 випуски облігацій підприємств на суму 51,4 млрд. грн. У порівнянні з 2011 р. обсяг зареєстрованих випусків облігацій підприємств збільшився на 15,48 млрд. грн. або на 43,11%. [10].

Детальне дослідження тенденцій міжнародного фондового ринку показало, що параметри розвитку українського ринку цінних паперів не відповідають аналогічним світовим. До основних проблем розвитку фондового ринку України можна віднести такі:

- недокапіталізація фондового ринку;
- недостатньо розвинений ринок корпоративних облігацій;
- невідповідність біржової торгівлі світовим тенденціям.

Рівень капіталізації в Україні не можна розглядати як індикатор ступеня розвитку фондового ринку, оскільки у сформованих умовах цей показник практично не пов'язаний з ефективною функцією реального сектора економіки. Так, рівень капіталізації в Україні у 2011 р. становив всього 78%, тоді як в багатьох інших розвинених країнах він перевищує 100%. Наприклад, у Гонконгу досягає 400%, Франції – 277%, Швейцарії – 266%, країнах ЄС – 113% [11].

Треба також мати на увазі, що реструктуризація ринку цінних паперів автоматично не буде сприяти переорієнтації банківського капіталу в реальний сектор економіки. Для вирішення цієї задачі необхідні великі стимули, які б включали відповідні податкові пільги для банків і підприємств. В даному випадку важливіше значення має розробка конкурентоспроможних інноваційних проектів. По-перше, капітал в реальний сектор повинен забезпечувати прибутковість у порівнянні з валютними активами або розміщенням капіталу за кордоном в умовах довгострокової стабільності.

А, по-друге, нерозвиненість строкового фондового ринку і як наслідок, зниження здатності управляти ризиками, не дозволяє здійснювати реальне ціноутворення на акції провідних українських емітентів за допомогою механізмів хеджування. Дуже часто в інвестиційних дослідженнях вживають вираз «розумний ризик». Але, на наш погляд, такого ризику не буває, тому що ризик – це завжди ризик. Коли вживати поняття «розумний ризик», то необхідно погоджуватися з тим, що «розумним» повинен бути не сам ризик, а «розумним» повинно бути прийняття рішення щодо погодження на ризик. О.М. Мозговий писав, що обережність при всій своїй респектабельності навряд чи зможе претендувати на роль головної рушійної сили фондового ринку. [15].

Використання облігаційних позик надає можливість підприємствам визначити інвестиції для фінансування обігових коштів як передумови для подальшого розширення основного капіталу на більш пільгових умовах у порівнянні як з банківськими кредитами (менший відсоток та більший строк погашення), так із акціями. Це свідчить, що інвестори не будуть співвласниками підприємства і не

зможуть впливати на управління ним. Але, привабливість облігацій для інвестора треба компенсувати, наприклад, зменшенням податкової бази на обсяг позики, капітал від якої буде направлений на технічне розширення виробництва та буде сприяти зростанню заінтересованості підприємства в інноваційній діяльності.

Таким чином, посилення капіталізації фондового ринку сприяє розвитку портфельних інвестицій тим самим надає можливість вкладання капіталу в інноваційну діяльність. Сутність портфельного інвестування припускає розподіл інвестиційного потенціалу між різними групами активів, тому що неможливо мати цінний папір, який одночасно був би високодохідним і високоліквідним. Теорія портфельних інвестицій передбачає створення інвестиційної програми, яка дозволила б підприємству отримати очікуваний дохід при мінімальному ризику та вільних грошових запасах.

Подана в статті модель портфельних інвестицій ґрунтується на стратегії диверсифікації фінансових активів професора Г. Марковиця [13] до аналізу українського ринку цінних паперів при таких припущеннях:

- у якості доходного цінного паперу приймається математичне очікування доходності ( $r_i$ );

$$r_{ПЦП} = \sum_{i=1}^n x_i r_i,$$

де  $x_i$  – питома вага акцій портфеля інвестицій;  $r_i$  – доходність акцій;

- у якості ризику цінного паперу приймається середньоквадратичне відхилення доходності  $\delta_i$ ;

$$\sigma_{ПЦП}^2 = \left[ \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_i x_j \cdot \sigma_{ij} \right],$$

де  $\Sigma_{ij}$  – кореляційна матриця, компонентами якої значення взаємних кореляцій акцій, що входять до інвестиційного портфелю, і визначаються за формулою:

$$\sigma_{ij} = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^k r_{it} \cdot r_{jt},$$

де  $k$  – кількість доходностей;

- дані минулих періодів, які використовуються при розрахунках доходності та ризику, в повному обсязі відбивають її майбутнє становище;
- ступінь і характер взаємозв'язку поміж цінними паперами відображається коефіцієнтом лінійної кореляції.

Поява теорії Г. Марковиця привернула погляди математиків, економетристів, теоретиків і практиків фондового ринку. Сьогодні можна упевнено стверджувати, що теорія вибору ефективного по Г. Марковицю інвестиційного портфелю є основоположним принципом інвестиційного планування в умовах невизначеності та ризику. Основну задачу, яку вирішує дана теорія, можна сформулювати як пошук структури ринку цінних паперів, що буде забезпечувати очікувану доходність при заданому рівні фінансового інвестиційного ризику або мінімальний інвестиційний ризик при заданому рівні очікуваної доходності, що відомо під назвою «теореми про ефективні множини». Об'єктом нашого дослідження є базова модель професора Г. Марковиця, у розвиток якої запропонована удосконалена версія, адаптована до сучасних умов біржової торгівлі. Удосконалена версія базується на двох принципах:

- золоте правило інвестування: чим доходніше, тим ризикованіше;
- вбудовування в модель портфельних інвестицій функцію корисності, розробленою Дж. фон Нейманом – О. Моргенштерном.

Вперше думка про ризик капіталу як кількісну міру невизначеності була здійснена Ф. Найтом [14]. Автор визначив, що невизначеність – це відсутність достатньо повної і вірогідної інформації у сучасному та майбутньому стані економічного середовища, яке обумовлює часткову або повну невизначеність кінцевого результату цієї діяльності та пов'язаних з нею транзитивних витрат. Причинами невизначеності є необізнаність (неповнота, недостатність знань та інформації у зовнішньому середовищі), випадковість (майбутня подія) та протидії (невизначеність), яка обумовлена діями конкурентів, конфліктами поміж замовником та підрядником тощо). Економічна категорія «ризик» виступає в якості «індикатора», «подвійника» невизначеності. Відмінність невизначеності від ризику проявляється в тому, що ризик вимірюється і його кількісною мірою є ймовірність несприятливого становища. Таким чином, ситуація ризику – це різновид невизначеності, тобто коли настання подій ймовірне та може бути визначено в цьому випадку існує об'єктивна можливість оцінювати ймовірність подій,

які виникають в результаті сумісної діяльності на виробництві, контрдій конкурентів, впливу зовнішнього середовища на економіку, впровадження досягнень науки і техніки у виробництво тощо.

Дж. Нейманом та О. Моргенштерном встановлено взаємозалежність термінів «невизначеність» і «ризик» і запропонована імовірно-математична сутність ризику, який знайшов відображення у функції корисності. Функція корисності показує, що вигреш від альтернативи визначається шляхом зважування монетарних результатів разом із ймовірністю їх отримання. Функція корисності визначає зменшення граничної корисності матеріального блага по відношенню до зростання його кількості. Тому корисність товару падає з мірою насичення потреб.

Для того, щоби вектор  $(x_1 \dots x_n)$  представити у вигляді функції корисності необхідно щоби вектор був раціональним, тобто відповідав аксіомам повноти і транзитивності. Вибір переваги інвестора залежить від його відношення до ризику. Переваги інвестора відносно доходності ризику можна представити у вигляді функції корисності:  $U = U(\tilde{r}, s)$  на графіку (рис. 1).

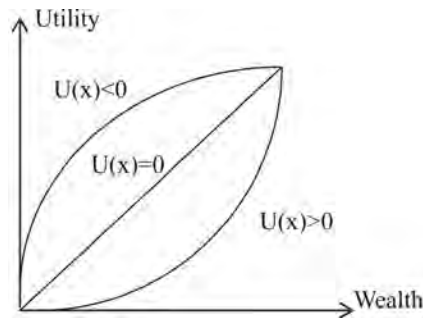


Рис. 1. Крива байдужості для інвестора з різним відношенням до ризику:  
а) ризикофоби; б) нейтральні до ризику; в) ризикофіли.

а) інвестори (ризикофоби), які проявляють зростаюче абсолютне неприйняття ризику. По мірі зростання капіталу вони приймають все менше засобів в ризикових фінансових активах. Функція корисності має вигнуту форму і характеризується:

$$U_1(x) = 1 - e^{-ax}, \quad a > 0;$$

б) інвестори (нейтрального ризику) з постійним абсолютним неприйняттям ризику. Функція корисності має лінійну форму:

$$U_2(x) = ax + b, \quad a > 0;$$

в) інвестори (ризикофіли) з низьким абсолютним неприйняттям ризику. Функція корисності має вогнуту формулу:

$$U_3(x) = e^{ax} - 1, \quad a > 0.$$

Щодо першого принципу, то модель Г. Марковиця передбачає два варіанти побудови оптимального портфелю цінних паперів. В першому варіанті задача оптимізації зводиться до вибору такої структури портфелю, при якій ризик портфелю цінних паперів не перевищує заданого значення, а доходність є максимальною. Задача набуває такий вигляд:

$$\begin{cases} \max \sum_{i=1}^n x_i r_i \\ \sqrt{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n (x_i \cdot \sigma_i \cdot x_j \cdot \sigma_j \cdot R_{ij})} \leq \sigma_{i \in g}, \\ x_i \geq 0 \\ \sum_{i=1}^n x_i = 1 \end{cases}$$

Другий варіант – доходність інвестиційного портфелю задається при мінімальному ризику. Статистичною оцінкою коваріації є вибіркова коваріація.

$$Cov(x_i x_j) = \frac{1}{n-1} \cdot \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x}_j)(x_j - \bar{x}_i),$$

для портфелю цінних паперів з n активів треба розрахувати  $\frac{m^2 - m}{2}$  коваріацій.

Коефіцієнт кореляції активів пов'язаний з відбірковою коваріацією співвідношенням:

$$cov(x_i x_j) = R_{ij}(x_i, x_j) \cdot \sigma(x_i) \cdot \sigma(x_j)$$

Для формування оптимального інвестиційного портфелю використані тижневі котировки акцій п'яти компаній, які входять в індекс ПФТС. В табл.1. представлені результати оцінок доходності, ризику, кореляційної матриці.

Таблиця 1

**Співвідношення доходності, ризику, кореляційної матриці**

ЦП	r <sub>i</sub> , %	σ %	R <sub>ij</sub>					
			1	2	3	4	5	
1	6,3	9,0	1,0					
2	7,1	11,3	0,5317	1,0				
3	5,2	12,7	0,4230	0,3750	1,0			
4	9,1	14,3	0,6896	0,2891	0,4935	1,0		
5	4,7	19,7	0,3271	0,5322	0,2121	0,4797	1,0	

У ході вирішення поставленої задачі були сформовані інвестиційні портфелі цінних паперів (табл.2).

Таблиця 2

**Результати формування портфеля цінних паперів**

Акції компаній України	Інвестор-ризикофоб	Інвестор-ризикофіл	Нейтральний інвестор
1	51,3	-	-
2	-	-	-
3	28,7	-	100
4	20,0	100	-
5	-	-	-
r <sub>i</sub> , %	6,54	9,1	5,2

Таким чином, доходність інвестора-ризикофоба складає 6,54%, тоді як у інвестора-ризикофіла – 9,1%. Порівнюючи відповідні результати для доходності портфелю цінних паперів можна зробити висновок, що вибір оптимального інвестиційного портфелю залежатиме від вигляду функції корисності інвестора, яка відбиває його особисте ставлення до співвідношення «доходність-ризик». Однак, треба усвідомлювати, що з часом доходність активів у портфелі і їх ризиковість змінюється і портфель перестає бути ефективним. У цей момент інвестор може продати частину фінансових активів портфелю замінивши їх на інші, які б співвідносилися з уже існуючими активами портфелю. Найбільш чітко розподіл доходності і ризику інвестиційного портфелю виражається на стадії вибору класу активів для інвестування. Основні та найбільш доступні для пересічного інвестора класи активів – це акції та облігації.

За своєю природою облігації є менш ризиковими активами, тому що грошові потоки по ним заздалегідь визначені за часом та обсягом. Акція – це фінансовий інструмент більш ризиковий, бо майбутні грошові потоки по ній не визначені та невідомі ні майбутні дивіденди, ні майбутня ціна, за якою її можна буде гарантовано продати. Акції більш доходні, але більш ризикові. Облігації менш ризикові, але й менш доходні.

**Висновки.** За результатами проведеного дослідження встановлено, що Україна має один з найбільших в Європі виробничий комплекс, хоча сучасні технологічні уклади не є в ньому домінуючими. Інвестиційно–інноваційну політику необхідно сконцентрувати на сукупності заходів та механізмів, спрямованих на впровадження технологічних інновацій, створення сучасної структури виробництва, обсяг фінансування науки привести у відповідність до вимог світової науки (не нижче 1,7% від ВВП), що підвищить конкурентоспроможність національної економіки. Практична реалізація інвестиційно–інноваційної політики в Україні не призвела до позитивних макроекономічних змін. Як свідчать статистичні дані та проведені розрахунки, у вітчизняній економіці має місце недостатній рівень застосування існуючого науково–виробничого потенціалу; консервація нераціональної структури промисловості; високий рівень підприємств низької переробки; зменшення доли високотехнологічного виробництва а також обмеженість інвестиційних ресурсів.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає в поглибленому аналізі реального стану відтворення виробничого капіталу на підприємствах України, що дозволив виявити потребу вдосконалення його вартісних пропорцій і відповідно до цього обґрунтувати пріоритетність у розділі інвестиційних ресурсів погашення реноваційної заборгованості з метою створення сприятливих умов нагромадження капіталу підприємства, за яких головну роль у регулюванні нагромадження відіграватиме чинник взаємодії інвестиційного попиту і пропозиції. Такий підхід не завжди відповідає стратегічним цілям сучасних підприємств, серед яких є мінімізація фінансового ризику та можливості альтернативного вибору засобів фінансування. Схема шляхів диверсифікації джерел фінансування інноваційної діяльності відокремлює не тільки власні, позикові та інвестиційні шляхи формування інноваційного капіталу, визначає напрями: збереження, оптимізація та накопичення. Збалансоване використання цих напрямів фінансування дозволяє знизити ризики залежності інноваційної діяльності від певного джерела формування фінансового капіталу.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає в запропонованому методичному підході до формування вибору альтернатив між різними засобами та напрямками залучення фінансового капіталу промисловими підприємствами для фінансування безпосередньо інноваційної діяльності. Було проаналізовано перспективність залучення фінансування за допомогою ринку цінних паперів та виявлено ризики активності в залученні коштів через цей напрямок. Дослідження механізму формування фінансового потенціалу фондового ринку здійснено на основі визначення складових процесу залучення грошових коштів, які передбачають: зростання доходів населення; спрямування інвесторами частини заощаджень на ринок цінних паперів; перерозподіл фінансових ресурсів через фінансових посередників і вкладання їх в інструменти фондового ринку; визначення конкурентних позицій портфельного інвестування порівняно з банківськими та іншими секторами фінансового ринку.

Перспективним напрямом подальших наукових досліджень визначено, що в сучасних умовах головною метою процесу реалізації фінансового потенціалу ринку цінних паперів є використання його фінансових ресурсів на цілі первинних інвесторів та забезпечення ефективного перерозподілу фінансових ресурсів між фінансовим і реальним секторами економіки.

### Література:

1. Бажел Ю.М. Економічна теорія технологічних змін. / Ю. Бажак – К.: Заповіт, 1996. – 240 с.
2. Грищенко Т.В. Роль інфраструктури ринку цінних паперів у формуванні його фінансових ресурсів / Т.В. Грищенко, І.С. Івахненко. // Економіка та держава. – 2010. – № 7. – С. 17-20.
3. Гохберг Л., Кузнецова І. Инновационные процессы: тенденции и проблемы. / Л. Гохберг, И. Кузнецова. // Экономист. – 2002. – № 2. – с. 56.
4. Багриновский К.А., Исаева М.К. Анализ и моделирование механизмов инвестирования в инновационное развитие / К.А. Багриновский, М.К. Исаева // Экономика и математические методы – т. 41. – № 4. – 2005. – с. 3-17.
5. Інноваційне законодавство України. Повне зібрання нормативно-правових актів. У 3-х томах. Укладачі: авт. кол. / гл. ред. В.В. Костицький. – К.: Урядовий кур'єр. – 2003. – Т.1. – 284 с.; Т. 2. – 192 с.; Т. 3. – 152 с.
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: Стат. збірник. – К.: Держстат України; 2012. – 360 с.
7. Соловьев В.П. Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) / В.П. Соловьев. – К.: Феникс, – 2003. – С. 391.



8. Составлено по данным Всемирного банка <http://www.worldbank.org/>.
9. Федоренко В.Г. Гносеологічні аспекти економіко-фінансового дослідження фондового ринку. / В.Г. Федоренко. // Фондовий ринок. – № 32. – 2004. с. 24-30.
10. Статистична інформація [Електронний ресурс]. / Державне агентство України з інвестицій та інновацій. – Режим доступу: <http://www.in.gov.ua/> – 25/01/2010 р.
11. Річний звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за 2012 р. Інновації для розвитку ринку. С. 23, 27, 28, 31-36, 39, 40. – Финансовые новости E-Finance.com.ua.
12. Нейман Д., Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение. / Д. Нейман, О. Моргенштерн. – М.: Наука. – 1970. – 707 с.
13. Markowitz H.M. Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments. / H.M. Markowitz. – New York: Wiley, 1959. – 137 с.
14. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль. / Ф. Найт. – М.: Дело, 2003. – 359 с.
15. Мозговий О.Н. Фондовий ринок України. / О.Н. Мозговий. – К.: Феникс, – С. 232.
16. НБУ Департамент платіжного балансу. Платіжний баланс 2005-2012 рр. [www.bank.gov.ua/control/uk](http://www.bank.gov.ua/control/uk).

# ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

УДК 338.5.018.2

Коротченкова Ю. О.,  
Серебренніков Б. С.

канд. економ. наук, доцент  
Національний технічний університет України НТУУ «КПІ»

## ЦІНОУТВОРЕННЯ СОНЯЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ З НАНОТЕХНОЛОГІЧНОЮ СКЛАДОВОЮ НА РИНКУ УКРАЇНИ

## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ СОЛНЕЧНЫХ ЭЛЕМЕНТОВ С НАНОТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ЧАСТЬЮ НА РЫНКЕ УКРАИНЫ

## PRICE FORMATION OF NANOTECHNOLOGY SOLAR CELLS IN THE UKRAINIAN MARKET

*Проаналізовано стан модельного аналізу олігополістичного ринку вертикально диференційованих продуктів, до яких традиційно відносять ринки високотехнологічних галузей виробництва. Запропоновано методологію визначення ціни модельного ряду сонячних елементів Nanosolar та First Solar. У розраховані ціни закладено вплив ринкових факторів на внутрішньому ринку України, зокрема конкуренції з боку українських та зарубіжних виробників. Розглянуто ситуацію, коли виробництво товару розміщено в одній країні (в США), а продажі відбувається як в цій країні, так і за кордоном (на ринку України). Наведена методологія базується на встановленні ціни придбання товару, що ввозиться в країну, і враховує транспортні та митні витрати, дозволяючи визначити ціни реалізації на внутрішньому ринку України. Зроблені оцінки корегуються на ціни тонкоплівкових сонячних батарей Sharp із врахуванням відмінності техніко-експлуатаційних показників сонячних елементів. Обмежуючись ефективністю енергоперетворення сонячного елемента як параметру із найбільшою вагою значущості, обчислено ваговий коефіцієнт, що враховує усі види нарахувань у кінцевій ціні реалізації порівняно із ціною придбання елемента, та одержано просту аналітичну залежність для розрахунку ціни.*

**Ключові слова:** ціноутворення, нанотехнології, нанотехнологічна складова, сонячні елементи.

*Проанализировано состояние модельного анализа олигополистического рынка вертикально дифференцированных продуктов, к которым традиционно относят рынки высокотехнологических отраслей производства. Разработана методология определения цены модельного ряда солнечных элементов Nanosolar и First Solar. В рассчитанные цены естественно заложено влияние рыночных факторов на внутреннем рынке Украины, в том числе и конкуренции со стороны украинских и зарубежных производителей. Рассмотрена ситуация, когда производство товара размещено в одной стране (в США), а продажи происходят как в этой стране, так и за рубежом (на рынке Украины). Приведенная методология базируется на установлении цены приобретения товара, ввозимого в страну, и учитывает транспортные и таможенные расходы, позволяя получить цены реализации на внутреннем рынке Украины. Проведенные оценки корректируются на цены тонкопленочных солнечных батарей Sharp с учетом различия технико-эксплуатационных показателей солнечных элементов. Ограничиваясь эффективностью энергопреобразования солнечного элемента как*

параметра с наибольшим весом значимости, вычислен весовой коэффициент, учитывающий все виды начислений в конечной цене реализации по сравнению с ценой приобретения элемента, и получена простая аналитическая зависимость для расчета цены.

**Ключевые слова:** ценообразование, нанотехнологии, нанотехнологическая составляющая, солнечные элементы.

*The state of modeling the oligopoly market of vertically differentiated products is analysed, which is particularly suitable for high-technology production branches. The methodology of price estimates for a sequence of Nanosolar and First Solar solar cells is developed. In calculating the price, the influence of market factors in the internal market of Ukraine, in particular the competition of Ukrainian and foreign producers, is naturally taken into account. The specific case of the good production in one country (i.e., in the USA) and its sales both in the country of production and abroad (e.g., in Ukraine) is considered. The methodology is based on considering the external price of the good entering the country and takes into account the transport and custom costs thus allowing to get the selling price in the internal market of Ukraine. The estimates made are then corrected for by the price of the Sharp thin-film solar batteries, accounting for their technical and operational parameters. Restricting our consideration to include only energy conversion efficiency as the most significant pricing factor yields the weighted coefficient, incorporating all effects on the selling price in comparison with the external price, and brings a simple analytical expression for the price estimate.*

**Keywords:** pricing, nanotechnology, nanotechnology component solar cells.

**Вступ.** На сьогодні високотехнологічні галузі є локомотивом економік розвинених країн. Все більш виразною є тенденція зміщення центру ваги національних конкурентних переваг в високотехнологічний сектор економіки, що характерно, зокрема, для США, ЄС, Японії, Південної Кореї. Пришвидшений розвиток високотехнологічних галузей надає також яскравий приклад проведення успішної модернізації і зростання ще зовсім недавно відсталіх економічних систем Китаю та Індії [1]. Кількісним аспектам економіки нанотехнологій приділялась певна увага окремими дослідниками, серед яких Д. Маринова та В. МакАлир [2], К. Пальмберг, Ш. Дерніс, К. Мігует [3], Т. Хейнце [4], А. Хульман [5], Н. Малановський, Т. Хеймар, В. Лутер та М. Вернер [6]. При цьому аналіз ґрунтувався виключно на даних патентних баз та наукових публікацій. У нашій попередній роботі проведено моделювання ціни сонячних елементів із нанотехнологічною складовою за методикою, заснованою на використанні регресійного аналізу виділених ціноутворюючих факторів [7]. Разом з тим, комплексний методичний інструментарій та економіко-математичний аналіз впровадження нанотехнологій далекий від завершення, зокрема удосконалення, подальшого розвитку потребують питання розробки методик ціноутворення на товари з вмістом нанотехнологій на міжнародному ринку та виявлення особливостей сучасного ринку відновлюваних джерел енергії і місце України на ньому.

**Постановка завдання.** Нанотехнології здатні зробити значний внесок у покращення споживчих властивостей багатьох наявних на ринку товарів чи призвести до виробництва зовсім нових. Однак кількісно виразити саме "нанотехнологічну частку" у покращеній якості вдається не завжди. Основною перешкодою є майже повна відсутність кількісних показників відносного внеску нанотехнологічної сфери у товарну якість продукції.

Метою даної роботи є розробка науково-методологічного підходу встановлення ціни сонячних панелей із вмістом нанотехнологічної компоненти на ринку України в умовах, коли виробництво товару зосереджене у іншій країні.

**Методологія.** Методологічною основою дослідження є системний підхід до аналізу особливостей ціноутворення. В процесі дослідження було застосовано комплекс методів, до яких входять діалектичний метод пізнання, методи індукції та дедукції, метод групування, економіко-математичне моделювання. В роботі використано широкий спектр наукової літератури, присвяченої проблемі дослідження.

**Результати дослідження.** Високотехнологічні галузі машинобудування загалом відчувають вплив тих самих факторів розвитку, що й інші галузі економіки. Однак, деякі впливи є особливо відчутними саме у високотехнологічних (зокрема, нанотехнологічних) галузях. Серед них: високий ступінь диференціації продуктів і цін, наявність додаткових можливостей вибору альтернативних товарів, широке поширення товарних пулів, замкненість споживача і високі витрати його «перемикання» на інші товари, підвищені впливи масштабу виробника та мережевого ефекту, високий ступінь стандартизації товарів, наявність системних ефектів, зростаюча частка трансакцій, що здійснюються за допомогою комп'ютера, структура пропозиції за типом олігополії, виражена вертикальна диференціація ринкового простору. За загальнотеоретичними підходами ринки диференційованих продуктів із ефектом масштабу виробника зазвичай є олігополіями або ринками монополістичної конкуренції, але не ринками чистої конкуренції [8]. Ті ж з них, де важливу роль відіграють дослідження і розробки (R&D) та інновації, часто більш концентровані і є дуополіями або тимчасовими монополіями.

Природні підстави віднесення високотехнологічних галузей до олігополії походять із перелічених вище їхніх характерних особливостей. Проаналізуємо, зокрема, той факт, що ринки високотехнологічних галузей є ринками диференційованих продуктів. В даний час продукти високотехнологічних галузей розрізняються безліччю характеристик, причому відносно деяких з них може бути виявлена горизонтальна диференціація ринкового простору, тоді як відносно інших має місце диференціація вертикальна [9]. Однак, оскільки ознакою високотехнологічних галузей є постійне відтворення інновацій, превалюючим типом диференціації ринкового простору високотехнологічних галузей визнається вертикальна диференціація.

Поняття про горизонтальну та вертикальну диференціацію ринкового простору як двох різних видів товарної диференціації були сформульовані К. Ланкастером [10], хоча модель горизонтальної диференціації Х. Хотеллінга з'явилася задовго до цього [11]. Вертикально інтегрованою називають фірму, що включає більше однієї стадії виробництва кінцевої продукції. Навпаки, неінтегрована фірма використовує сировину та матеріали для виробництва товару.

Зазначені закономірності свідчать, що розрахунок ціни товару із нанотехнологічною складовою повинні базуватись на загальних моделях олігополістичного ринку вертикально диференційованих продуктів з урахуванням міжнародної торгівлі. При цьому традиційно використовується декілька підходів. Зокрема, Х. Андалуз [12] дослідив характер впливу торговельних бар'єрів на ступінь вертикальної диференціації, розробивши модель дуополії, в якій конкуренція відбувається на двох ринках двох країн. Дж. Мейли і Т. Матос дослідили міжнародну торгівлю вертикально диференційованим продуктом [13], дійшовши до таких висновків: 1) частка імпорту диференційованого продукту в загальному обсязі імпорту не зростає з ростом внутрішньої ставки заробітної плати, якщо країна володіє конкурентною перевагою в технології виробництва високоякісних продуктів, 2) частка імпорту диференційованого продукту зростає з ростом доходів внутрішніх споживачів, якщо країна володіє конкурентною перевагою в технології виробництва високоякісних продуктів. С. Лутц і А. Турріні дослідили ефекти взаємодії ринку вертикально диференційованих продуктів (дуополії) і вертикально диференційованого ринку праці, що є ринком досконалої конкуренції, який забезпечує виробників робочою силою [14]. Предметом дослідження Ф. Андре, П. Гонзалез і Н. Портейро є гіпотеза Портера в контексті конкуренції за якістю [15].

Поширимо отримані раніше результати регресійного аналізу виділених ціноутворюючих факторів [7] на ситуацію, коли виробництво товару із нанотехнологічною складовою розміщено в одній країні (США для сонячних панелей Nanosolar та First Solar), а продажі відбуваються як в цій країні, так і за кордоном (на ринку України).

Для розгляду оберемо той самий модельний ряд сонячних панелей Nanosolar та First Solar, що і в попередньому дослідженні [7]. У ринкові ціни повинен вже бути закладений вплив ринкових факторів на внутрішньому ринку України, зокрема і конкуренції з боку українських та зарубіжних виробників. Дослідження українського ринку сонячних елементів, що пропонуються підприємствами сфери сонячної енергетики, не виявило у продажу продукції Nanosolar та First Solar. Тому визначення ціни цього товару на ринку України вимагає залучення непрямих методів оцінки.

Ціни на сонячні панелі у даному випадку походять з імпортних цін, за якими вітчизняні підприємці купують товари за кордоном. Формування імпоротної ціни має свою специфіку, яка складається з ціни країни-постачальника, і тих елементів, які в неї включає країна-покупець [16]. Основою встановлення ціни на продукцію, що імпортується в Україну, є митна (закупівельна) вартість товару з урахуванням фактично сплачених сум мита та митних зборів. Митна вартість та митні платежі визначаються згідно до Закону України «Про єдиний митний тариф».

У митну вартість входить указана в рахунку-фактурі контрактна (договірні) ціна товару, а також фактичні витрати, які не ввійшли в таку ціну. До них належать витрати на транспортування, навантаження, розвантаження та страхування товару від пункту постачальника (продавця) до пункту перетину митного кордону України. Для визначення митної вартості іноземна валюта перераховується в гривні за курсом Національного банку України, який діє на день подання митної декларації.

Ввізне мито, як податок на товари, що ввозяться до країни, обчислюється за ставками, які поділяються на три види: адвалерні, специфічні та комбіновані. Перші встановлюються у відсотках до митної вартості товарів, другі – у грошовій формі на одиницю товару, а комбіновані поєднують ці обидва види митного обкладання (наприклад, 30% вартості, але не менш як 8 євро за штуку). Сума митної вартості та мита є базою визначення ціни акцизного збору (з підакцизних товарів) та ПДВ.

При встановленні ціни акцизного збору застосовуються такі ж самі ставки, що діють і на вітчизняну продукцію. Але при визначенні акцизного збору в ціні імпортованих товарів на основі відсоткової ставки, існує своя особливість. Якщо на вітчизняну продукцію відсоткова ставка акцизного збору встановлена до ціни, що включає в себе цей податок, то на імпортовані товари ставка встановлена безпосередньо до суми митної вартості та мита:

$$A = \frac{(MB + M) \cdot AC}{100}, \quad (1)$$

де  $MB$  – митна вартість,  $M$  – мито,  $A$  – акцизний збір,  $AC$  – ставка акцизного збору, виражена у %.

Податок на додану вартість в ціні імпоротної продукції визначається за ставкою 20% до бази оподаткування. Такою базою є митна вартість товарів з урахуванням мита, а якщо товар підакцизний, то й акцизного збору:

$$ПДВ = \frac{(MB + M + A) \cdot 20}{100}. \quad (2)$$

Якщо митна вартість менша ніж контрактна (договірна) ціна, то для визначення ПДВ застосовується остання.

Митні збори справляються за митне оформлення товарів, що ввозяться до країни. Величина цих платежів визначається на підставі «Класифікатора видів та ставок митних зборів» залежно від митної вартості товарів (без урахування мита). Згідно з класифікатором при митній вартості товарів до 100 дол. США митні збори не стягуються, від 100 до 1000 дол. вони дорівнюють 5 дол., а при митній вартості, більшій за 1000 дол., митні збори становлять 0,2% митної вартості товарів, але не більше еквівалента 1000 дол. США. Митні збори не враховуються при визначенні в ціні придбання товарних податків. Вони входять до складу валових витрат і враховуються при обчисленні в ціні кінцевої реалізації податку на додану вартість. Сума мита і митних зборів сплачується одночасно зі сплатою акцизного збору і ПДВ.

Таким чином, ціну придбання товару, що ввозиться в країну, можна подати у вигляді:

$$P_{np} = MB + M + A + MЗ + ПДВ, \quad (3)$$

де  $MЗ$  – митні збори.

По суті така ціна для фірми-імпортера є сумою економічних витрат і вказує на нижню межу імпоротної ціни. Верхньою межею ціни імпоротної продукції є ціна її фактичної реалізації на внутрішньому ринку. Різницею між фактичною ціною продажу та ціною придбання є надбавка, яка містить у собі витрати обігу ( $BO$ ) імпортера з реалізації товару на внутрішньому ринку, прибуток ( $\Pi$ ) та ПДВ. Тому повний склад кінцевої ціни реалізації імпоротної продукції ( $P_p$ ) можна записати таким чином:

$$P_p = MB + M + A + MЗ + BO + \Pi + ПДВ. \quad (4)$$

На продукцію, що ввозиться в Україну, можуть бути запроваджені індикативні ціни, але тільки у випадках, коли до товару застосовуються спеціальні імпортні процедури. До них належать застосування процедури міжнародних торгів або режим попередніх імпортних депозитів, що вносяться в банки.

Митна вартість сонячного модуля залежить від його марки та електричної потужності і згрупована в рядку «Ціна модуля» табл. 1 роботи [7]. Оскільки митна вартість  $MB$  за цими даними складає від 105,0 до 305,2 дол., вона потрапляє у шкалу «Класифікатора видів та ставок митних зборів» від 100 до 1000 дол. із митним збором  $MЗ = 5$  дол. Для підрахунку величини мита  $M$  використаємо базову ставку тарифу у 5% [17], тоді  $M = 0,05 \times MB$ , залежно від митної вартості.

Стаття 14 Податкового кодексу України визначає поняття відновлювальних джерел енергії, до яких належать джерела вітрової, сонячної, геотермальної енергії, енергії хвиль та припливів, гідроенергії, енергії біомаси, газу з органічних відходів, газу каналізаційно-очисних станцій, біогазів [18]. Однак, за Податковим кодексом України до підакцизних товарів належать: спирт етиловий та інші спиртові дистиляти, алкогольні напої, пиво; тютюнові вироби, тютюн та промислові замітники тютюну; нафтопродукти, скраплений газ; автомобілі легкові, кузови до них, причепа та напівпричепа, мотоцикли. Тому при обчисленні ціни придбання сонячних елементів за формулою (3) покладемо  $A = 0$ . Тоді податок на додану вартість в ціні імпоротної продукції визначиться за модифікованою формулою (2):

$$ПДВ = \frac{(MB + M) \cdot 20}{100}, \quad (5)$$

а ціна придбання – за модифікованою формулою (3):

$$P_{np} = MB + M + MЗ + ПДВ. \quad (6)$$

Наведені міркування дозволяють скласти табл. 1.

Таблиця 1

## Розрахунок ціни придбання сонячних модулів, що ввозяться в Україну

Сонячний елемент	Митна вартість (ціна модуля) $MB$ , дол.	Митний збір $MЗ$ , дол.	Мито $M = 0,05 \times MB$ , дол.	$ПДВ = 0,2 \times (MB+M)$	Ціна придбання $P_{пр}$ за виразом (6), дол.
Nanosolar 220 Вт	239,8	5	11,99	50,36	307,15
Nanosolar 240 Вт	261,6	5	13,08	54,94	334,62
Nanosolar 260 Вт	283,4	5	14,17	59,51	362,08
Nanosolar 270 Вт	294,3	5	14,72	61,80	375,82
Nanosolar 280 Вт	305,2	5	15,26	64,09	389,55
First Solar 70,0 Вт	105,0	5	5,25	22,05	137,30
First Solar 72,5 Вт	108,8	5	5,44	22,85	142,09
First Solar 75,0 Вт	112,5	5	5,63	23,63	146,76
First Solar 77,5 Вт	116,3	5	5,82	24,42	151,54
First Solar 80,0 Вт	120,0	5	6,00	25,20	156,20

Для формування ціни реалізації  $P_p$  за виразом (4) до ціни придбання у табл. 1 слід додати витрати обігу  $BO$ , прибуток  $П$  та ПДВ. Вважатимемо ці внески випадковими величинами, оскільки вони визначаються великою кількістю об'єктивних та суб'єктивних факторів ринкової поведінки різних продавців.

Для більш точної оцінки цих внесків порівняємо ціни на тонкоплівкові сонячні батареї Sharp серії  $N$ , яка продається також і на ринку України із відомою ціною реалізації [19-22]. Спробуємо співставити ціну батареї Sharp на українському ринку і ціну модуля First Solar такого ж тонкоплівкового типу на ринку США, яку розглядатимемо як митну вартість останньої. Для коректного співставлення цін слід врахувати відмінність техніко-експлуатаційних показників цих двох панелей, яку можна провести за методикою роботи [7] із врахуванням ваги значущості  $\delta$  окремих параметрів. Виходячи з цих даних, змодельуємо ціну реалізації сонячних модулів First Solar на ринку України, користуючись даними табл. 2.

Таблиця 2

## Порівняння техніко-експлуатаційних показників панелей First Solar та Sharp

Сонячний елемент	Ефективність $k_1$ , %	Електрична потужність $k_2$ , Вт	Розміри $k_3$ , м <sup>2</sup>	Вага $k_4$ , кг	Ціна модуля $P$ , грн.
First Solar	12,4	70	0,72	12	1097,03*
First Solar	12,4	72,5	0,72	12	1135,30*
First Solar	12,4	75	0,72	12	1172,61*
First Solar	12,4	77,5	0,72	12	1210,80*
First Solar	12,4	80	0,72	12	1248,04*
Sharp NA-F-128GK	9,0	128	1,2	18	2996,25** [19]
Sharp NA-F-128GK	9,0	128	1,2	18	3178,00** [20]
Sharp	13,0	170	1,31	16	2568,00** [21]
Sharp	13,4	175	1,31	16	2639,00** [21]
Sharp	13,7	180	1,31	16	2727,00** [21]
Sharp	14,1	185	1,31	16	2797,00** [21]
Sharp	12,8	219	1,64	21	3155,00** [21]
Sharp	13,4	220	1,64	21	3299,00** [21]

Сонячний елемент	Ефективність $k_1$ , %	Електрична потужність $k_2$ , Вт	Розміри $k_3$ , м <sup>2</sup>	Вага $k_4$ , кг	Ціна модуля $P$ , грн.
Sharp	14,3	235	1,64	21	3523,00** [21]
Sharp	14,6	240	1,64	21	3593,00** [21]
Sharp	14,9	245	1,64	21	3610,00** [21]
Sharp ND R245A5	14,9	245	1,64	21	3640,00** [22]

\* Рпр із табл. 1 за курсом НБУ 7,99

\*\* ціна реалізації Рр

Регресійний аналіз свідчить, що найбільш вагомими можуть бути коефіцієнти  $k_1$  і  $k_2$  (ефективність та електрична потужність сонячного елемента), а функція ціни батареї Sharp при цьому є

$$P_p = 2992,61 - 224,57 \cdot k_1 + 15,65 \cdot k_2. \quad (7)$$

Для більш наглядної інтерпретації надалі вважатимемо ціну реалізації залежною лише від одного параметра – електричної потужності  $k_2$ . Тоді ціна реалізації імпортного сонячного елемента подається у вигляді:

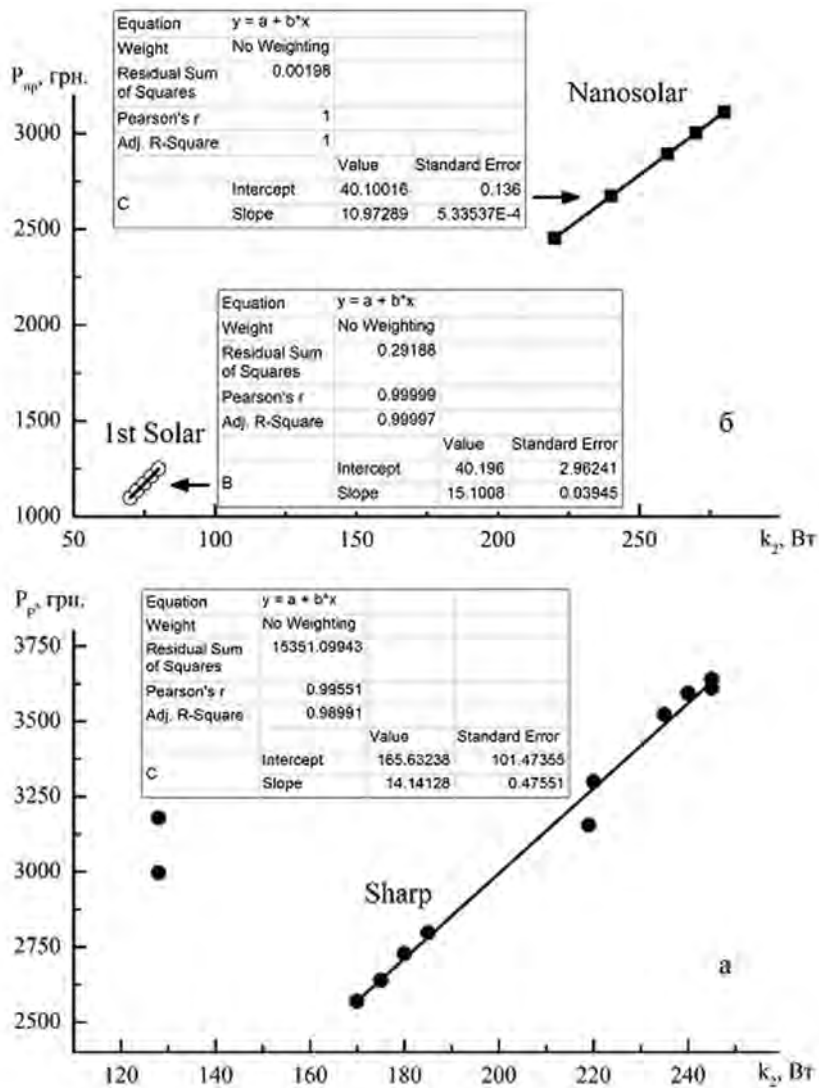


Рис. 1. Залежності ціни реалізації  $P_p$  елементів Sharp (а) та ціни придбання  $P_{пр}$  елементів First Solar і Nanosolar (б) від потужності (параметр  $k_2$ ).

$$P_p = P_{np} + P_0 + \eta \cdot k_2, \quad (8)$$

де  $P_0$  та  $\eta$  – підгоночний параметр. Графіки залежності  $P_p$  та  $P_{np}$  від  $k_2$  подано на рис. 1, причому  $P_{np}$  для елементів Nanosolar перерахована з даних табл. 1 за курсом НБУ 7,99.

Видно, що, за винятком ціни елемента Sharp найменшої потужності, функція ціни добре описується лінійною залежністю (лінія на рис. 1, а). Функції ціни на рис. 1,б дуже добре описується лінійними залежностями для усіх розглядуваних елементів First Solar та Nanosolar. Відзначимо, що коефіцієнти нахилу апроксимаційних ліній дуже близькі для елементів одного, тонкоплівкового, типу ( $\approx 14$  для Sharp на рис. 1, а та 15 для First Solar на рис. 1, б). Він дещо менший для елементів Nanosolar ( $\approx 11$  на рис. 1, б).

Зрозуміло, що значення параметру  $\eta$  характеризують зростання ціни при збільшенні потужності елемента, а параметр  $P_0$  зміщує графік у вертикальному напрямку, передусім визначаючи внески витрат обігу  $BO$  та прибутку  $\Pi$  у формулу ціни (4).

Із аналізу даних рис. 1 випливає, що величину  $P_0$ , визначену для елементів Sharp (для даних на рис. 1,а) можна застосувати і для оцінки  $P_p$  елементів First Solar та Nanosolar за формулою (8), зваживши її на значення  $P_{np}$  для кожного з елементів. При цьому під  $MB$  елемента Sharp у формулі (6) можна покласти його ціну у каталозі eBay  $MB = 230$  дол. (1837,70 грн. за курсом НБУ 7,99) для елемента Sharp ND R245A5. Тоді  $P_{np}^{Sharp} = MB + M + MZ + ПДВ = MB + 0,05 \times MB + 39,95$  грн. +  $0,2 \times (MB + M) = 1,26 \times MB + 39,95$  грн. = 2355,45 грн. Оскільки з рис. 1, а  $P_{np} + P_0 = 165,63$ , то 2189,82 грн.

Для елементів Nanosolar, таким чином, отримуємо

$$P_p^{Nanosolar} = P_{np}^{Nanosolar} + P_0 \frac{P_{np}^{Nanosolar}}{P_{np}^{Sharp}} + \eta \cdot k_2, \quad (9)$$

де значення  $P_{np}^{Nanosolar}$  знайдемо у табл. 1, а  $\eta = 11$  грн./Вт. Результат оцінок подано на рис. 2.

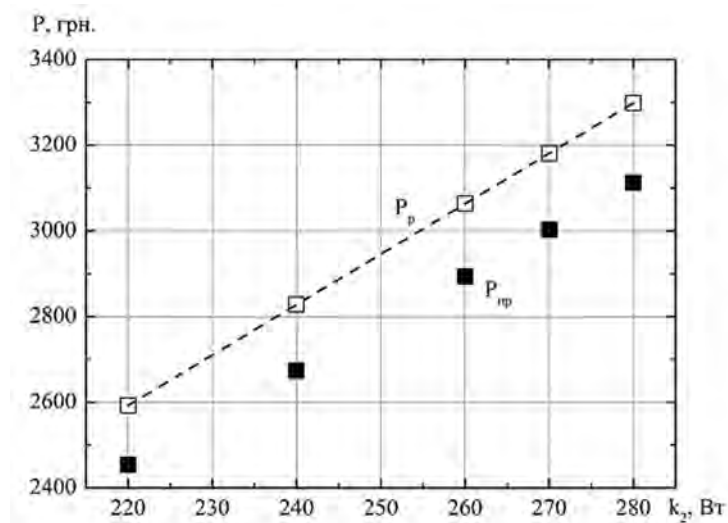


Рис. 2. Розраховані за формулою (9) значення ціни реалізації  $P_p$  сонячних модулів Nanosolar в Україні (світлі точки) у порівнянні із ціною придбання  $P_{np}$  (темні точки), визначеною з табл. 1.

**Висновки.** Наукова новизна даної роботи полягає у розробці методології визначення ціни в ситуації, коли виробництво товару із нанотехнологічною складовою (сонячних панелей Nanosolar) розміщено в одній країні (в США), а продаж відбувається за кордоном (на ринку України). Вона базується на встановленні ціни придбання товару, що ввозиться в країну, і яка враховує транспортні та митні витрати, а також ціни реалізації на внутрішньому ринку України. Практичне застосування результатів дослідження сприятиме розвитку виробничої бази нанотехнологічної галузі машинобудування України, дозволить підвищити ефективність, обґрунтованість і оперативність організаційно-управлінських рішень з упровадження високотехнологічних нововведень на підприємствах.



Запропонований науково-методологічний підхід і його подальший розвиток дозволять підприємствам машинобудівної галузі визначитися із доцільністю виробництва нового товару галузі відновлювальної енергетики із нанотехнологічною складовою, а також проаналізувати, в якій мірі певні цінові показники є співставними із ціною імпортованого товару.

#### Література:

1. Hodge G. New global frontiers in regulation: The age of nanotechnology [Text] / D. Bowman, K. Ludlow–Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd., 2007. – 422 p.
2. Marinova D. Nanotechnology strength indicators: international rankings based on US patents [Text] / Marinova D., McAleer V. // *Nanotechnology*. – 2003. – Vol. 14, No 1. – P. R1–R7.
3. Palmberg C. Nanotechnology: An overview based on indicators and statistics [Text] / C. Palmberg, H. Dernis, C. Miguet – OECD publishing, 2009. – 112 p.
4. Heinze T. Nanoscience and nanotechnology in Europe: Analysis of publications and patent applications including comparisons with the United States [Text] / T. Heinze // *Nanotechnology, Law & Business*. – 2004. – Vol. 1, No 4. – P. 1-19.
5. Hullmann A. The economic development of nanotechnology – An indicators based analysis [Text] / A. Hullmann // European Commission, DG Research, Unit “Nano S&T – Convergent Science and Technologies». 2006. – 34 p.
6. Malanowski N. Growth market Nanotechnology – An analysis of technology and innovation [Text] / N. Malanowski, T. Heimar, W. Luther, M. Werner – Weinheim: Wiley VCH Verlag, 2006. – 294 p.
7. Коротченко Ю. О. Моделювання ціни сонячних елементів з нанотехнологічною складовою [Текст] / Ю. О. Коротченко // *Економічний вісник НТУУ “КПІ”*. – 2013. – №10. – 10 с.
8. Deneckere R. The diffusion of consumer durables in a vertically differentiated oligopoly [Text] / R. Deneckere, A. de Palma // *The RAND Journal of Economics*. – 1998. – V. 29, No. 4. – P. 750-771.
9. Sutton J. Vertical product differentiation: some basic themes [Text] / J. Sutton // *The American Economic Review*. – 1986. – V. 76, No. 4. – P. 393-398.
10. Lancaster K. J. The economics of product variety: a survey [Text] / K. J. Lancaster // *Marketing Science*. – 1990. – V. 9, Issue 3. – P. 189-206.
11. Hotelling H. Stability in competition [Text] / H. Hotelling // *The Economic Journal*. – 1929. – V. 39, No. 153. – P. 41-57.
12. Andaluz J. On protection and vertical product differentiation [Text] / J. Andaluz // *Regional Science and Urban Economics*. – 2000. – V. 30, Issue 1. – P. 77-97.
13. Malley J. On protection and vertical product differentiation [Text] / J. Malley, T. Moutos // *Canadian Journal of Economics*. – 2002. – V. 35, No. 2. – P. 257-281.
14. Lutz S. A general equilibrium model with vertically differentiated industries, skilled labour and trade [Text] / S. Lutz, A. Turrini // *Economic Modelling*. – 2006. – V. 23, Issue 1. – P. 1-19.
15. Andre F. J. Strategic quality competition and the Porter hypothesis [Text] / F. J. Andre, P. Gonzalez, N. Porteiro // *Journal of Environmental Economics and Management*. – 2009. – V. 57, Issue 2. – P. 182-194.
16. Тормоса Ю. Г. Ціни та цінова політика: Навч. посібник [Текст] / Ю. Г. Тормоса – К.: КНЕУ, 2001. – 122 с.
17. Митний тариф України, Додаток до Закону України “Про Митний тариф України” від 5 квітня 2001 року №2371-III (2371-14) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2371r-14> – Назва з екрану.
18. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [http://ipc.com.ua/content/podatkovii-kodeks-ukraini-nalogovy-i-kodeks-ukrainy#\\_Toc283293907](http://ipc.com.ua/content/podatkovii-kodeks-ukraini-nalogovy-i-kodeks-ukrainy#_Toc283293907) – Назва з екрану.
19. Перелік товарів компанії “Аванте” [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.avante.com.ua/rus/price/items/\\_price\\_full.htm](http://www.avante.com.ua/rus/price/items/_price_full.htm) – Назва з екрану.
20. Інтернет магазин енергообладнання “Energy.ua” [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: [http://buy.energy.ua/pv/sharp\\_na-f-128gk\\_na-f-128gk\\_128\\_vt.html](http://buy.energy.ua/pv/sharp_na-f-128gk_na-f-128gk_128_vt.html) – Назва з екрану.
21. Перелік товарів компанії ЧМП “Сириус” [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.siriusone.net> – Назва з екрану.
22. “FreeLight Polska” company [Electronic resource]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.freelight.eu/index.php?page=oferta-1-eur-en> – Назва з екрану.

Царьова Т. О.

Національний технічний університет України «КПІ»

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ РИНКОВОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНИВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТЕХНОЛОГИИ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО АУДИТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

## THEORETICAL AND METHODOLOGICAL GROUNDS OF TECHNOLOGY'S MARKET ATTRACTIVENESS EVALUATION FOR PROCEEDING TECHNOLOGY AUDIT IN COMPANY

Стаття присвячена аналізу та розвитку теоретико-методичних засад оцінювання ринкової привабливості технології під час проведення технологічного аудиту на підприємстві. Проаналізовано окремі визначення та проведено узагальнення основних об'єктів технологічного аудиту. Розглянуто існуючі моделі проведення технологічного аудиту, визначено та узагальнено основні складові та показники ринкового блоку моделей, проаналізовано обмеження існуючих моделей. Проаналізовано необхідні умови для створення нової моделі оцінювання ринкової привабливості технології на маркетингових засадах, також враховано та описано специфіку технології як товару. На базі маркетингового підходу запропонована структурно-логічна схема аналізу. На її базі запропонована деталізована модель оцінювання ринкової привабливості технології із покроковою деталізацією заходів та визначенням результатів на кожному етапі роботи. Модель охоплює п'ять етапів і передбачає поступове уточнення ступеню привабливості, починаючи від принципової можливості технології бути вбудованою в технологічний уклад, в межах якого працює ринок, до визначення ступеню привабливості для безпосереднього покупця.

**Ключові слова:** технологічний аудит, модель оцінювання ринкової привабливості, технологія.

Статья посвящена анализу и развития теоретико-методических основ оценки рыночной привлекательности технологии при проведении технологического аудита на предприятии. Проанализированы отдельные определения и проведено обобщение основных объектов технологического аудита. Рассмотрены существующие модели проведения технологического аудита, определены и обобщены основные составляющие и показатели рыночного блока моделей, проанализированы ограничения существующих моделей. Проанализированы необходимые условия для создания новой модели оценки рыночной привлекательности технологии на маркетинговых принципах, также учтены и описаны специфику технологии как товара. На базе маркетингового подхода предложена структурно - логическая схема анализа. На ее базе предложена детализированная модель оценки рыночной привлекательности технологии с пошаговой детализацией мер и определения результатов на каждом этапе работы. Модель охватывает пять этапов и предусматривает постепенное уточнение степени привлекательности, начиная от принципиальной технологии быть встроенной в технологический уклад, в рамках которого работает рынок, к определению степени привлекательности для непосредственного покупателя.

**Ключевые слова:** технологический аудит, модель оценивания рыночной привлекательности, технология.

*This article analyses the development of theoretical and methodological foundations of assessment of market attractiveness of the technology during the process of audit in the enterprise. The analysis definitions and some basic objects held synthesis process audit. Existing models of technological audit identified and summarized the main components and indicators of market power models and analyses limitations of existing models. Analysis of the conditions necessary to create a new model of assessment of market attractiveness of technology on marketing principles is also included and described the specific technology as a commodity. On the basis of the marketing approach proposed structural-logical framework analysis. On the basis of structural-logical framework proposed detailed model evaluation technology market appeal of turn-based action and detailed definition of the results at each stage of the work. The model comprises five stages and involves the gradual clarification of the degree of attractiveness, ranging from fundamental capability of the technology to be embedded in a technological way, within which the market works, to determine the degree of attractiveness for direct buyer.*

**Key words:** *technology audit, technology's market attractiveness estimation model, technology*

**Вступ.** Інтенсивний розвиток світового технологічного ринку, а також певний ступінь залучення вітчизняних виробників у цей процес, призводять до загострення потреби в інструментарії, що забезпечує технологічний обмін. Мова йде не тільки про мережу технологічних брокерів та центрів комерціалізації, що наразі розвиваються стрімкими темпами, а й про теоретико-методологічну основу здійснення обміну, тобто аналітичні інструменти, що дозволяють підвищити кількість обґрунтовано прийнятих рішень та знизити збитки від ймовірних помилок. Теоретичним та практичним напрямом, що обслуговує управління технологіями, включаючи питання технологічного обміну, є технологічний менеджмент, частиною якого є технологічний аудит, що вирішує питання оцінювання технології в контексті мети компанії. Теорія технологічного аудиту розвивається протягом останніх двадцяти років, і ще не є усталеною. Останнім часом, в зв'язку із вищевикладеним, її розвиток інтенсифікувався, про що свідчить зростаюча кількість праць зарубіжних та вітчизняних вчених.

Питанням технологічного аудиту займалися вітчизняні та зарубіжні вчені, як наприклад, Сурін А. В., Молчанова О. П., Цибульов П. М., Чеботарьов В. П., Зінов В. Г., Суїні Ю., Квашнін А., Пильнов Г., Тарасова О., Яновський А., Ліндхольм П., Бретт А, Клесова С., Катешова М., Риковський І. М., Б. Сімона-Клара, Дж. П. Мартіно, Л. Андерсон, Гарсія-Арреола, Т. Халіл, Румянцев О. А., Хомкіна К. А., Перерва П. Г., Косенко О. П. та інші.

Праці означених вчених дозволяють охопити широке коло питань та напрямків, що стосуються проведення технологічного аудиту, проте недоліком означених праць є відсутність системного погляду на засади оцінювання ринкової привабливості технології. Питання маркетингової складової лишається невисвітленим і потребує окремого дослідження.

**Постановка завдання.** Метою даної роботи є розроблення теоретико-методичних засад оцінювання ринкової привабливості технології на маркетингових засадах.

**Методологія.** Методологічною основою виконаного дослідження став системно-структурний підхід, на основі якого визначено засади та запропоновано послідовність етапів методики оцінювання ринкової привабливості технології; також використовувались загальнонаукові методи аналізу, порівняння, узагальнення, що надало можливість узагальнити зміст технологічного аудиту та провести аналіз існуючих моделей оцінювання технології; також використовувались методи класифікації та синтезу, що уможливило виявлення обмежень існуючих методичних наробіток.

**Результати дослідження.** Існуюча практика проведення технологічного аудиту передбачає застосування останнього для різних ситуацій, що відображено у різноманітних визначеннях. За свідченням російського практика Локтева А., «в класичному розумінні «технологічний аудит» застосовується при виведенні нового технологічного продукту на ринок. Його завдання – оцінити можливості нової технології, її комерційний потенціал. Цей термін застосовують також тоді, коли говорять про виявлення потенціалу підприємства, тобто тієї інтелектуальної власності, що нагромаджена на підприємстві, проте не введена в господарський оборот підприємства (не є комерціалізованою). Також технологічним аудитом є низка процедур, що спрямовані на підвищення техніко-економічних показників діючого виробництва» [1]. Слід зауважити, що більшість інших визначень концентруються на окремій ситуації проведення аудиту, під якою часто мається на увазі процедура комерціалізації розробки. Наприклад, згідно визначення, що дається Державним комітетом України з питань науки, інновації та інформатизації [2] (нині Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації України), технологічний аудит розробки (технології) є «комплексним обстеженням розробки (технології), що спрямоване на здійснення об'єктивної оцінки рівня розробки (технології). Проводиться аналіз розробки (технології) та її порівняння з відомими аналогами для визначення

соціальної та економічної ефективності проекту комерціалізації розробки (технології)... Метою технологічного аудиту є оцінювання та ранжування розробок за комерційним потенціалом для організації подальшого їх впровадження з урахуванням встановленого рейтингу» – визначення має на увазі ситуацію комерціалізації розробки.

Аналіз існуючих визначень технологічного аудиту свідчить про те, що на сьогодні об'єктом дослідження є система технологій підприємства (коли завданням є оцінювання технологічного стану підприємства, визначення технологічних можливостей, шляхів технологічного розвитку, тощо) і технологія як товар (коли мова йде про проект комерціалізації науково-технічної розробки). Сучасна практика управління технологіями зосереджується на означених двох об'єктах оцінювання. Якщо розглядати ланцюжок економічних відносин (рис. 1), означені об'єкти охоплюють ланку розробників технології і виробників продукції, і не покривають повністю весь ланцюжок.

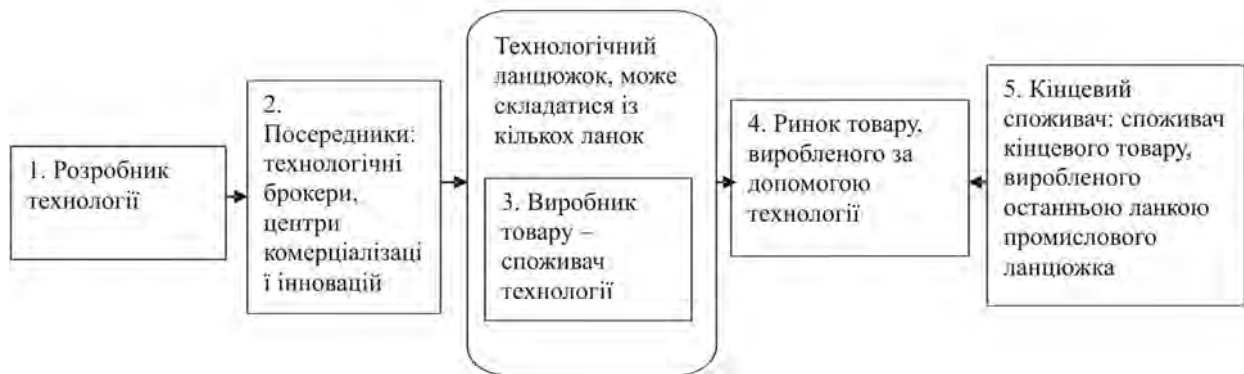


Рис. 1. Гіпотетичний ланцюг ринкових відносин «виробництво технології-споживання кінцевого продукту»\*  
(\* Джерело – авторська розробка)

Перша ланка може бути представлена окремим винахідником, дослідницьким центром, групою розробників тощо.

Завдання другої ланки, – ланки посередників, що формують ринкову інфраструктуру, – зв'язати винахідника технології та потенційного покупця. Друга ланка є надзвичайно важливою, від її наявності залежить існування ринку розробок взагалі. На сьогоднішній день її активний розвиток відображає зростання потреби в технологічному обміні.

Третя ланка може включати в себе кілька послідовних складових – промислових ринків, що формують виробничий ланцюг, тобто ланцюг підприємств, що беруть участь в послідовній переробці сировини у товар кінцевого споживання. Четверта ланка – це ринок товарів кінцевого споживання, посередники торгівельні, інформаційні, логістичні тощо. П'ята ланка – це кінцевий споживач. Друга та четверта ланки є інфраструктурними.

Аналіз ланцюжка демонструє, що п'ята ланка є неохопленою заходами технологічного аудиту, що суперечить сучасній практиці ринкових відносин, яка ґрунтується на маркетингових засадах.

Згідно змістовної трактовки, метою маркетингу є підвищення ефективності ринкового обміну [3]. З цієї точки зору, завданням, що має бути покладено в основу оцінювання привабливості технології для споживача, є узгодження мотивацій споживача та цінності технології як товару. Згідно маркетингових засад, оцінюючи технологію, необхідно окреслити її як інструмент задоволення потреби (потреби на промисловому або споживчому ринку), і лише в цьому контексті проводити подальше оцінювання технології.

Таким чином, об'єктом технологічного аудиту мають бути наступні три категорії (рис. 2):

Три означені об'єкти технологічного аудиту охоплюють всіх учасників економічних відносин на ринку: <розробник технології>, <виробник товару>, <кінцевий споживач>, і більшість ситуацій використання технологічного аудиту. Проте на сучасному ринку, враховуючи інтенсивну інноваційну конкуренцію, слід використовувати інтегрований підхід до оцінювання технології (як у випадку оцінювання системи технологій підприємства, так і у випадку оцінювання технології як товару): оцінювання всього ланцюжка економічних відносин, ступеня узгодженості всіх взаємозв'язків від розробника технології до кінцевого споживача, із визначенням місця досліджуваної технології в цьому ланцюжку. У випадку оцінювання технології як товару, за умови інтенсивного розвитку технологічного ринку, такий підхід стає вкрай актуальним. Яким чином маркетинговий підхід до оцінювання технології відображено у сучасних теоретико-методологічних наробках з питань комерціалізації технології?



Рис. 2. Об'єкт технологічного аудиту\*  
 (\* Джерело – авторська розробка)

Аналіз наукової літератури, присвячений технологічному аудиту, показав, що на сьогодні не існує детально пророблених теоретико-методологічних засад оцінювання, на сьогодні вони лише створюються [4], проте існують окремі розрізнені моделі проведення технологічного аудиту.

Покажемо те, що такі моделі розробляються та поширюються для центрів комерціалізації технологій та в межах самих центрів. В більшості випадків, коли мова йде про компанію-консультанта, такі моделі є комерційною таємницею, тому наробітки із теоретичним обґрунтуванням можливо, просто недоступні для широкого загалу. Центри комерціалізації технологій, скоріше за все, працюють в цьому напрямку відкрито, оскільки мають завдання розвивати інноваційну складову економіки регіонів та, в окремих випадках, країн, за рахунок залучення до інноваційних процесів якомога більше компаній та навчання їх основам технологічного брокерства, а також розвиток мережі центрів комерціалізації та міжнародного співробітництва.

Моделі технологічного аудиту, що обслуговують комерціалізацію технології, представлені наступним рядом: TAME™, модель IRC RECITAL, модель LIFT, модель проекту TESIS FINRUS, модель компанії Oxford Innovation Ltd, узагальнююча модель Перерви П. Г., модель, зафіксована в методичних рекомендаціях Державного агентства України з питань науки, інновацій та інформатизації. Основним питанням, що вирішується за допомогою використання моделі, є питання доцільності комерціалізації розробки (ступеню її привабливості з точки зору комерціалізації), хоча змістовний склад інформаційних блоків в різних моделях – дуже відрізняється.

В загальному випадку оцінюванню підлягають:

- організація-розробник технології: її ресурси (потреба в ресурсах, включаючи грошові витрати, та їх наявність), стан менеджменту та положення на ринку, зв'язки із партнерами, залучення до міжнародних проектів тощо.
- зроблені кроки з комерціалізації, успішні та неуспішні, наявність бізнес-плану, узгодженість процесу комерціалізації із стратегіями компанії;
- технологічна розробка: її стан, призначення, масштаб та напрями використання, етап життєвого циклу, технічні характеристики, новизна, підтримка та ресурси на впровадження, необхідні та існуючі, відповідність стандартам тощо;
- ринок: конкуренція, споживачі (поточні дані та прогнозований стан);
- права інтелектуальної власності: ступінь захисту розробки, розподіл прав між власниками, наявність угод за проектом, інші права, що не відносяться до захисту розробки, проте використовуються в межах проекту, конкурентні аналоги в правовому полі тощо;
- шляхи виходу на ринок, перешкоди та ризики комерціалізації;
- очікувані ефекти від впровадження: соціальні, економічні, екологічні.

Моделі містять детальні інструкції з оцінювання за певними критеріями. Оцінювання здійснюється експертним шляхом, із використанням бального методу. Результатом оцінювання є рейтинг проекту, у відповідності із яким обирається найбільш перспективний для подальшого розвитку та впровадження на ринок.

Виходячи із змісту моделей, можна припустити, що розробка напрямів дослідження відбувалась за принципом прив'язки до процесу впровадження технології на ринок. Тобто, всі сфери оцінювання відносяться до таких, що обслуговують процес впровадження. Такий підхід можна означити як суто емпіричний, що ґрунтується на практиці здійснення продажу технологій, враховуючи досвід помилок та успішних впроваджень. Проте, накопичений змістовний матеріал має певні методологічні вади. Порядок оцінювання та зв'язки між різними блоками, як правило, не визначено. Питання, що стосуються аналізу потенційного ринку та ринкових аспектів впровадження технології, можуть входити у різні модулі, кожен з яких оцінюється окремо, без зв'язку із іншими блоками, без певної послідовності.

Нижче наведено частину змісту кожної з моделей, що стосується оцінювання ринкової складової проекту, без деталізації принципів обрахунку рейтингу проекту для кожної з них (табл. 1).

## Стисла характеристика моделей технологічного аудиту (ринкова складова)\*

№ п/п	Назва моделі та її стисла характеристика	Зміст ринкового блоку (перелік показників оцінювання)
1	<p>Модель LIFT [5] була розроблена в межах 5-ї програми Європейської Комісії за участі корпорації INBIS (Велика Британія) для визначення ступеню можливості комерціалізації інноваційної технології. Вона об'єднує технологічний аудит та бізнес-планування і слугує для відбору проектів для фінансування.</p> <p>Модель передбачає оцінювання різних модулів, що характеризують різні сторони проекту, і стисло можна сказати, що у ринковому відношенні вона досліджує:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сам об'єкт комерціалізації з точки зору його технічної готовності, стадії життєвого циклу;</li> <li>- наявність ринку для проекту (ринковий потенціал), стратегії маркетингу, конкурентні переваги (за рахунок чого формуються, яких стратегій, характеристик проекту);</li> <li>- відповідність проекту стандартам правовим та технічним, те, наскільки він «вписується» у середовище існування, зв'язки із партнерами;</li> <li>- ресурси для закінчення проекту та впровадження на ринок;</li> <li>- оцінювання потенційного результату.</li> </ul>
2	<p>Модель «Система TAME™» (Technology Assessment and Market Evaluation) [6], заснована та впроваджена компанією «Iambic Innovation» для забезпечення структурованого підходу до оцінки технології та ринкових досліджень, передбачає оцінювання за такими напрямками:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- можливості та сила прав інтелектуальної власності;</li> <li>- природа технології (завершеність, новизна, наявні стандарти);</li> <li>- впровадження технології (ресурси, інфраструктура);</li> <li>- підтримка технології;</li> <li>- комерційні аспекти (сегменти, розмір ринку, особливості та реакція споживачів, їх потреби, альтернативні конкурентні проекти, конкурентні позиції, ринкова частка).</li> </ul>
3	<p>Модель компанії Oxford Innovation Ltd [7] в межах проведення технологічного аудиту для наукових організацій (університетів та науково-дослідних лабораторій) також передбачає оцінювання комерційних перспектив інтелектуальної власності клієнта, для чого досліджує такі напрями (вилучені із загальної моделі для оцінювання окремої технології):</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- визначення категорії, до якої відноситься розробка (військова продукція або прототип, лабораторний прототип, обладнання тощо);</li> <li>- визначення потенційних шляхів трансферу технологій;</li> <li>- визначення перспектив проектів, що аналізуються: перспективи комерціалізації, джерела фінансування;</li> <li>- спеціалізація проекту, ступінь новизни, існування аналогів;</li> <li>- актуальність проекту: рівень значення проекту (міжнародний, національний тощо), можливі результати комерціалізації проекту (покращення рівня життя і т. ін.), яка комерційна або споживча проблема вирішується за допомогою проекту?</li> <li>- конкуренція: хто працює в даній галузі, хто є лідером, як можна порівняти проекти, хто може бути зацікавленим в проекті;</li> <li>- результати проекту: напрямки практичного застосування, сертифікація, галузі застосування;</li> <li>- права інтелектуальної власності.</li> </ul>
4	<p>За моделлю IRC RECITAL [7] конкретний інноваційний проект може підлягати технологічному аудиту із такою приблизною тематикою:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- опис самого продукту (технології) та аналіз його технічного рівня;</li> <li>- визначення потенційного ринку;</li> <li>- оцінка впливу маркетингового середовища на комерціалізацію;</li> <li>- аналіз комерційного потенціалу;</li> <li>- розробка моделі комерціалізації із рекомендаціями до застосування;</li> <li>- аналіз того, що вже було зроблено з процесу комерціалізації;</li> <li>- резюме проекту;</li> <li>- розробка концепції бізнесу або бізнес-плану.</li> </ul>
5	<p>Технологічний аудит наукової організації в Європі та Росії згідно моделі за матеріалами проекту TESIS FINRUS [7] в частині, що займається оцінюванням ринкових перспектив технології, містить такі складові:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ринковий потенціал: розміри, динаміка та доступність ринку, прибутковість, оцінка технічних та ринкових перспектив;</li> <li>- якість продукту: унікальність, вдосконалення або здешевлення функцій, екологічність;</li> <li>- здатність технології бути реалізованою: новизна та достовірність концепції, технічна готовність та обмеження, обмеження на використання;</li> <li>- забезпечення технології ресурсами: матеріальна, фінансова, кадрова, довжина циклу розробки;</li> <li>- захист інтелектуальної власності;</li> <li>- наявність бізнес-плану з комерціалізації технології;</li> <li>- перешкоди та ризики, що можуть виникнути в процесі комерціалізації цієї технології.</li> </ul>

№ п/п	Назва моделі та її стисла характеристика	Зміст ринкового блоку (перелік показників оцінювання)
6	<p>Модель П. Г. Перерви [8].</p> <p>П. Г. Перерва, узагальнюючи інші нароби, визначає, що змістом технологічного аудиту для визначення комерційного потенціалу технологій є проведення певних стадій та етапів (скорочено):</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оцінювання корисності технології (задачі, що вирішуються технологією, технічні переваги, ринкові та технологічно-орієнтовані параметри, конкуренти та конкурентні переваги);</li> <li>- визначення прав інтелектуальної власності (ІВ) та перевірка їх захищеності (ризиків, аналіз конкурентів, зміцнення прав ІВ);</li> <li>- маркетингові дослідження та конкурентний аналіз (призначення технології, сфера її використання, відповідність запитам ринку, потенційні споживачі (сегменти ринку та їх динаміка), партнери, конкурентні переваги при трансфері та виробництві продукту за її участю, процес прийняття рішення споживачами, конкуренти та їх ринкові позиції, ринкові бар'єри та маркетингові сценарії).</li> </ul>
7	<p>Модель, затверджена держкомітетом України з питань науки, інновацій та інформатизації [2] передбачає проведення процесу комерціалізації у 6 етапів, з яких перші два відносяться до оцінки ринкової складової: технологічний аудит (окремі напрями) та маркетингові дослідження:</p>	<p>Технологічний аудит:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- результати комерціалізації та можливі напрями застосування розробки, корисність розробки, потенційний масштаб практичного використання, потенційні клієнти та партнери, шляхи трансферу;</li> <li>- визначається якість розробки та продукції, створеної за допомогою розробки, новизна та альтернативи на міжнародному, національному, локальному рівні; перспективність. Визначення конкуруючих розробок та їх порівняння; потенційні соціальні, екологічні, економічні ефекти від використання, здійсненність розробки,</li> <li>- необхідні ресурси та їх стан, можливість їх придбати, виконані кроки з комерціалізації, права власності на розробку.</li> </ul> <p>Маркетингові дослідження:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оцінка ринку збуту: потенційні ринки збуту, ємність, динаміка, доступність, прибутковість, прогноз потенційної частки, реакція споживачів, учасники ринку та їх позиції, ступінь монополізації ринку та держрегулювання, конкуренти прямі і непрямі, вимоги до конкурентоспроможності;</li> <li>- оцінка продукції, що отримана за допомогою розробки, прямі та непрямі конкуренти для цієї продукції;</li> <li>- оцінка ринку ресурсів, необхідних для впровадження розробки: попит та пропозиція, їх еластичність, ступінь монополізації, ємність, сегменти, стратегії роботи на ринку ресурсів;</li> <li>- аналіз перешкод і ризиків, пов'язаних із використанням продуктів, сильні та слабкі сторони розробки, факторний аналіз показників галузі реалізації розробки;</li> <li>- формування маркетингової стратегії впровадження розробки на ринку.</li> </ul>

\* Джерело – систематизовано автором на основі [2, 5, 6, 7, 8]

Зрозуміло, що наведені блоки моделей (ринкова складова) дають уявлення лише про передбачувані напрями аудиту. В реальній ситуації вони адаптуються до конкретного підприємства та корегуються відповідно до конкретної мети і обставин. Напрями, що досліджуються в межах кожної моделі – можна узагальнити (рис. 3).

Зрозуміло, що за умови використання будь-якої з означених моделей у ринковій діяльності для конкретного проекту, вони уточнюються відповідно до ситуації, перелік показників в межах певної групи можна збільшувати до необхідної межі, яка заздалегідь не визначена.

Наведені моделі мають ряд обмежень, які можна систематизувати наступною таблицею (табл. 2).

Означені недоліки дають підстави для розробки теоретико-методичних положень оцінювання ринкової привабливості технології. Розроблення моделі оцінювання ринкової привабливості технології вимагає ґрунтування на маркетингових засадах та дотримання нижчеподаних вимог.

1. Має бути означено об'єкт оцінювання, що дає підстави для подальшого формування складових процесу оцінювання.

Ринкову привабливість технології можна визначити як привабливість для ринку в цілому, враховуючи економічні інтереси промислових та кінцевих споживачів, ступінь відповідності технології потребам споживачів, враховуючи трансформацію цих потреб за ланцюгом взаємозв'язків економічних відносин в цілому. Наведений на рис. 1 ланцюжок показує, економічні інтереси яких ауди-

торій слід приймати до уваги якщо не прямо, то опосередковано, як фактор впливу на позицію безпосереднього покупця чи споживача.

2. Необхідно використовувати інтегрований, маркетинговий підхід до оцінювання, враховуючи всі складові ланцюга економічних відносин, їх взаємозв'язки та економічні інтереси, що впливають на вибір технології безпосереднім користувачем.

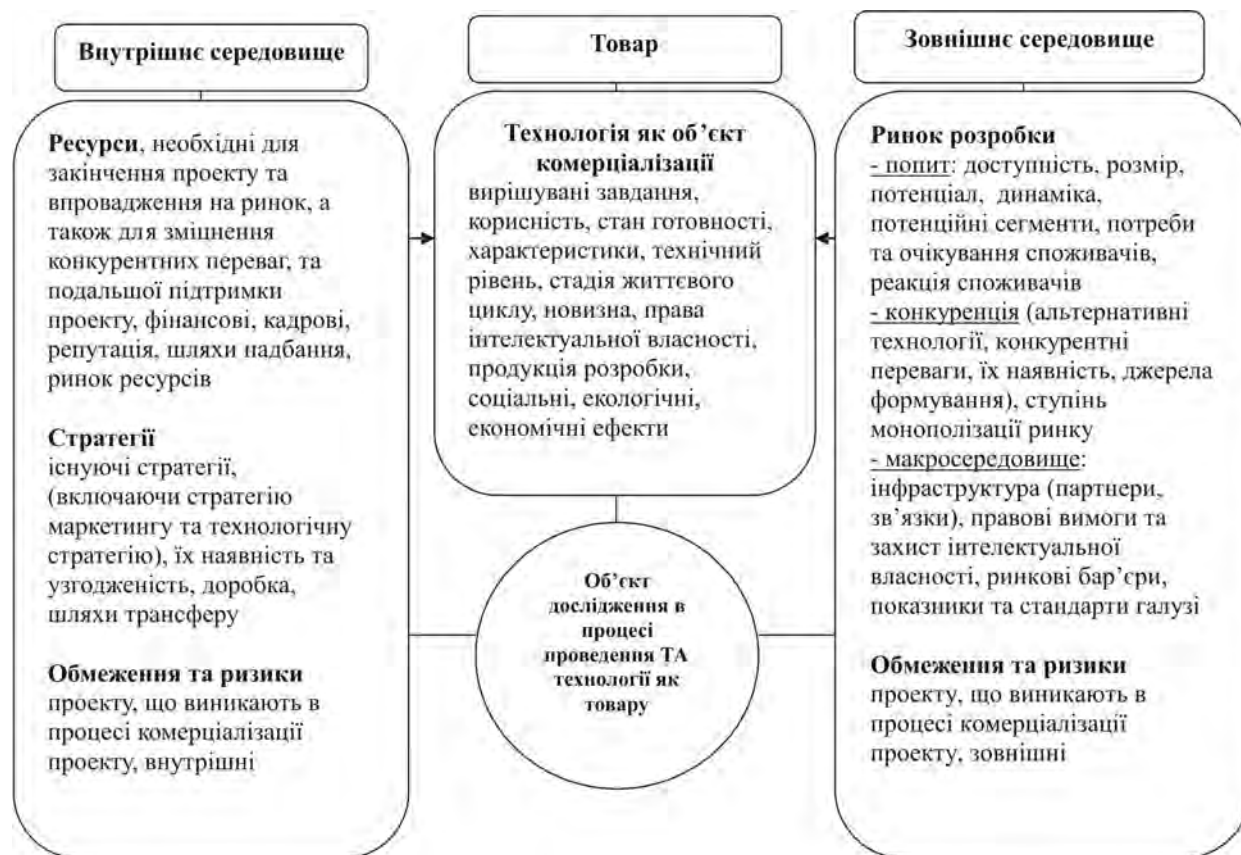


Рис. 3. Об'єкти дослідження в межах ринкової складової технологічного аудиту\*  
(\* Джерело – авторська розробка)

Таблиця 2

**Обмеження існуючих моделей проведення технологічного аудиту (ринковий блок)\***

№ п/п	Методологічні	Імплементативні
1	Не визначено теоретико-методичні засади оцінювання, невідомо, чи наведені показники методологічно враховують всі ринкові аспекти продажу технології, незбалансоване заповнення модулів, дублювання напрямів оцінювання.	Не прописана процедура використання апарату оцінювання – зв'язки між окремими сферами, порядок оцінювання, вплив однієї сфери на іншу, та відповідне відображення цього впливу на процес оцінювання.
2	Жодна з моделей не визначає детально, що ж саме оцінюється в межах ринкової складової, немає обґрунтування об'єкту та напрямів дослідження, переліку показників.	Немає рекомендацій щодо застосування моделей, порядку проходження етапів оцінювання.
3	Ринкову складову не вирізняють окремо з-поміж інших, отже її показники можуть оцінюватись поряд із іншими, фінансовими, технічними, ресурсними, тощо.	Немає рекомендацій щодо використання результатів оцінювання, окрім складання рейтингу проектів – яким чином та які слабкі ланки проекту слід покращити?

\* Джерело – авторська розробка



Технологія, щоб бути привабливою в межах наведеного ланцюжка (рис. 1), повинна відповідати двом вимогам:

1) бути здатною до своєї технічної реалізації, до вбудовування у середовище споживача, тобто вона має відповідати за своїми характеристиками та вимогами тому середовищу, де вона буде працювати (технічна вимога) – це є необхідною умовою, без виконання якої взагалі не має сенсу виходити на ринок;

2) бути відповідною мотиваційному простору споживача, краще ніж конкуренти, із дотриманням інтересів суспільства – достатня умова, щоб мати ринковий успіх.

Щоб виконати першу вимогу, слід протестувати технологію на її можливість вбудовуватись на трьох технологічних рівнях, що відповідають трьом рівням економічної системи, із всіма своїми складовими (три рівні технології, див. нижче):

(1) макрорівень – рівень технологічного укладу;

(2) мезорівень – рівень технологічної мережі, або кластеру;

(3) мікрорівень – рівень окремого підприємства.

Як вже зазначалось, за умови невиконання цієї вимоги – технологія не може фізично бути впроваджена на ринку. Це має стати першим етапом алгоритму оцінювання ринкової привабливості технології.

Другим етапом алгоритму має стати перевірка вимог споживача та оцінювання ступеню відповідності технології цим основним вимогам.

Третім етапом має стати аналіз додаткових чинників, якими супроводжується впровадження технології, та які можуть вплинути на її реалізацію конкретним споживачем.

3. Необхідно враховувати специфіку технології як товару. В практичній діяльності для аналізу технології, як товару, можна використати трьохрівневу модель технології, де кожен рівень позначає певну складову, що є критичною для впровадження споживачем. Зміст складових подано в табл. 3.

Таблиця 3

Трьохрівнева модель технології як товару\*

№ п/п	Назва рівня (складової)	Зміст складової
1	Ідея (технологічний принцип)	принцип вирішення споживчої проблеми
2	Логічний спосіб реалізації	сукупність та послідовність операцій, що характеризуються власним складом та структурою, і мають бути узгоджені із іншими процесами на підприємстві
3	Імплементация	включає в себе три складові: - фізичну базу реалізації, обладнання, вимоги до сировини, показники робочих процесів, вимоги до продукції тощо. Питання не є простим з огляду на різну технологічну оснащеність галузей та підприємств, що можуть належати навіть до різних технологічних укладів. - правовий спосіб реалізації, створення та управління сукупністю об'єктів інтелектуальної власності, що формують технологію; - організаційний процес впровадження, система менеджменту, що накладається на технологічні процеси в межах організації-користувача

\* Джерело – авторська розробка

Обґрунтування трьох рівнів технології є предметом іншої праці, і в даній роботі не розглядається.

Наведена принципова модель може бути використана для будь якої виробничої технології. Властивості та специфіка певної технології конкретизуються в межах кожного рівня для певної ситуації її впровадження.

Окрім того, існують загальні для будь-якої технології властивості, що їх треба враховувати при аналізі, через їхній вплив на формування характеристик, потрібних споживачеві: технологія формує вартість та споживчу вартість товару споживача (через що формує його конкурентоспроможність), має власний життєвий цикл, має певний технологічний рівень, тобто рівень характеристик та вимог до експлуатації (за яким має узгоджуватись із іншими технологіями) [9].

4. Слід враховувати динаміку кожного рівня технології як товару у часі. Кожна складова вищенаведеної тривірневої моделі має певні темпоральні характеристики: період становлення, розвитку, актуалізації для ринку, зрілості та спадання. Дослідження привабливості технології в цілому вимагає дослідження привабливості кожного рівня у їх взаємодії.

Оцінка ступеню відповідності технології потребам споживача із виконанням наведених вимог і є оцінюванням ринкової привабливості технології на маркетингових засадах.

На основі наведеного можна сформуванню структурно-логічну схему оцінювання ринкової привабливості технології (рис. 4). Передумовою застосування моделі є визначення цільової аудиторії, оскільки всі етапи передбачають визначення привабливості технології для конкретної групи споживачів чи окремого споживача.

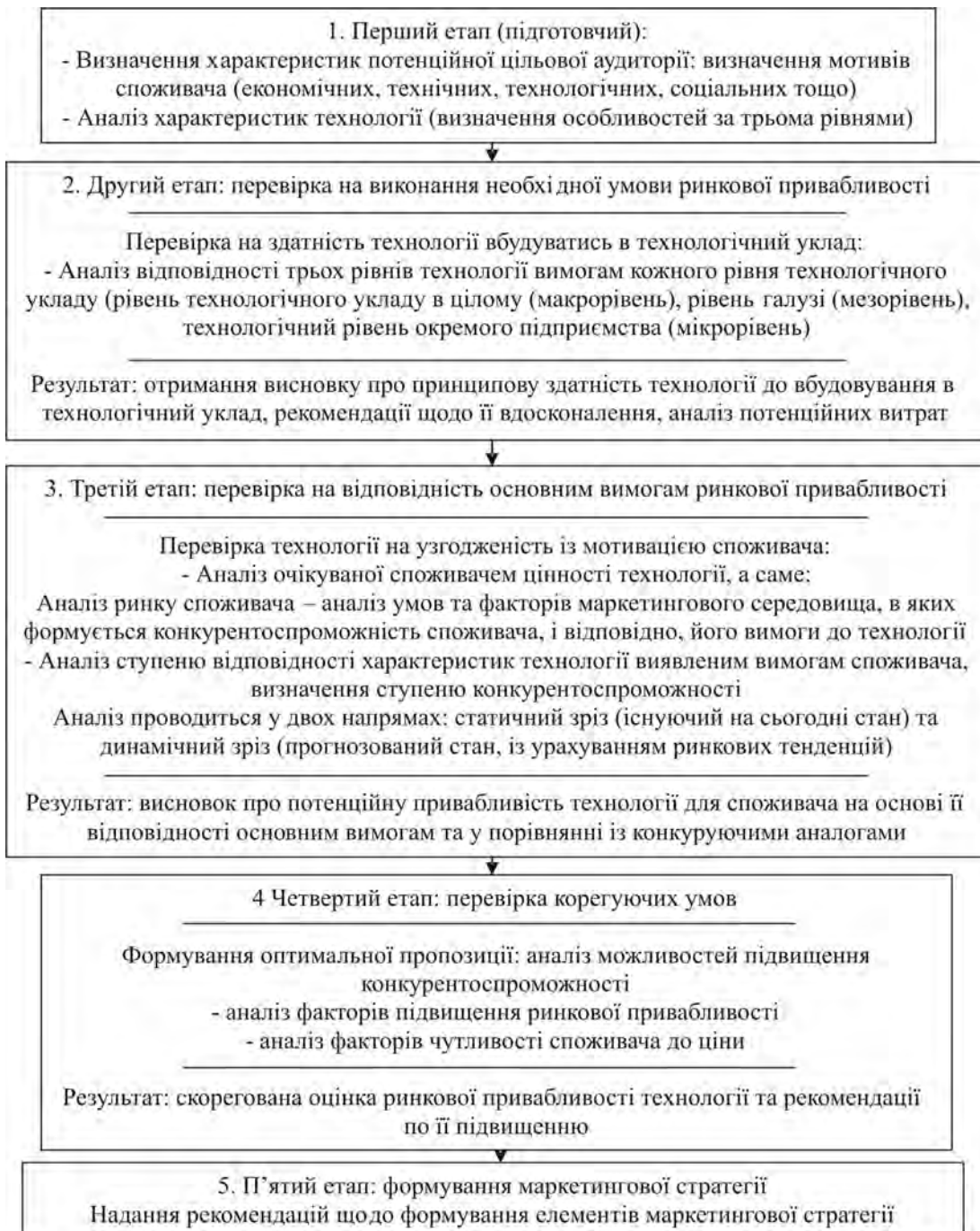


Рис. 4. Структурно-логічна схема оцінювання ринкової привабливості технології\*  
 (\* Джерело – авторська розробка)

В розгорнутому вигляді (рис. 5) отримуємо деталізовану модель аналізу ринкової привабливості технології, акцентуючи найбільш важливі складові аналізу.



Рис. 5. Деталізована модель оцінювання ринкової привабливості технології\*  
 (\* Джерело – авторська розробка)

**3. Третій етап: перевірка на відповідність основним вимогам ринкової привабливості**

1) Підготовчий етап: визначення очікуваної цінності для споживача технології:

Аналіз маркетингового середовища споживача технології:

Попит:

- аналіз технологічного ланцюжка споживачів товару, виробленого за технологією, визначення факторів, що формують вимоги в межах кожної ланки, здатні впливати на вибір споживача технології (особливості генезису попиту на ринку споживача технології).
- аналіз особливостей попиту на ринку споживачів товару технології: фактори еластичності, сезонність, раціональність тощо

Конкуренція:

- аналіз ринку споживачів товару користувача технології згідно структурної трактовки, визначення джерела ринкової сили для користувача технології, обмежень та можливостей.
- аналіз ринку споживачів товару користувача технології за поведінковою трактовкою, визначення напрямів формування конкурентних переваг, що є актуальними для користувача технологією.
- аналіз особливостей виробничого процесу користувача технологією: ресурси, обмеження.

Визначення цінності (раціональних потреб) технології яку очікує потенційний користувач технології:

**визначення переліку критеріїв оцінювання технології із ступенем значущості для користувача.**

2) Етап оцінювання відповідності технології критеріям цінності (оцінювання проводиться за трьома означеними рівнями: ідея, логічний спосіб, імплементація)

Статичний аналіз:

1. визначення параметрів технології,
2. визначення техніко-економічних переваг,
3. визначення сильних та слабких сторін
4. визначення можливих конкурентних переваг технології

Динамічний аналіз:

1. прогнозування стану ринку із урахуванням ринкових тенденцій,
2. визначення нового переліку критеріїв,
3. прогнозування розвитку технологій,
4. аналіз придатності та вигідності технології в майбутньому періоді за алгоритмом статистичного аналізу

Чи відповідає критеріям?	Так/ні	Так/ні
Що необхідно доробити?	Експертна оцінка	Експертна оцінка
Скільки це коштуватиме?	Експертна оцінка	Експертна оцінка



Рис. 5. Продовження

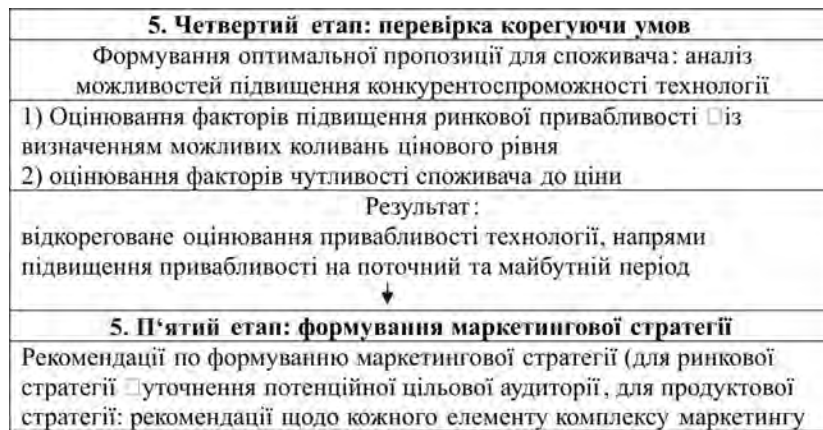


Рис. 5. Закінчення

Наведена схема послідовно реалізує маркетинговий підхід до оцінювання технології, визначаючи спочатку можливість її принципової реалізації на ринку у поточний або майбутній час, потім визначаючи мотивації споживача та побудову на цій основі переліку критеріїв його вибору, а наостаннє визначаючи додаткові фактори, що характеризують ступінь гнучкості ринку та можливості до підвищення ринкової привабливості технології виробником.

Матриця вбудовування та матриця привабливості будується за принципами карти Карно і для кожного з означених рівнів технології (ідея, логічний спосіб реалізації, імплементація) передбачає оцінку «так» або «ні» на другому та третьому етапах. Більш детально див. роботу [10].

**Висновки.** Наукова новизна дослідження полягає у застосуванні маркетингового підходу до проведення технологічного аудиту із метою комерціалізації технології, що дозволяє провести більш глибоке та всебічне оцінювання ринкової привабливості технології. Окрім того, визначено порядок етапів оцінювання, заснований на застосуванні спочатку необхідної умови виведення технології на ринок – її здатності до вбудовування в технологічний уклад, в межах якого працює ринок, а потім – достатньої умови, яка полягає у відповідності характеристик технології мотиваціям споживачів, що робить оцінювання більш ґрунтовним. Практичний аспект дослідження полягає в спрощенні процедури оцінювання за рахунок її систематизації і впорядкування, а також в тому, що вона стає більш ринково орієнтованою. Подальший напрям наукових розробок має охоплювати розробку системи конкретних методів та математичних моделей, що базуються на запропонованій моделі, таким чином, щоб вона стала зручним практичним інструментом проведення технологічного аудиту.

### Література:

1. Локтев А. Технологический аудит. Новый подход [Электронный ресурс] / А. Локтев // Журнал «Оборудование». - 2004. - № 8. - Режим доступа: <http://www.compass-r.ru/digest/novermber/d-3-01.htm> - Название с экрана.
2. Методичні рекомендації з комерціалізації розробок, створених а результати науково-технічної діяльності: затверджено наказом державного комітету України з питань науки, інновацій та інформатизації від 13.09.2010 № 18 // портал нормативно-правової літератури «Норматив™ PRO». – 2010. – Режим доступа: <http://document.ua/pro-zatverdzhennja-metodichnih-rekomendacii-doc35178.html> - Назва з екрану.
3. Зозулев А. В. Маркетинг : учеб. пособие / А. В. Зозулев, Н. С. Кубышина ; под ред. зав. каф. пром. маркетинга НТУУ КПИ, д-ра физ.-мат. наук, проф. С. А. Солнцева. - К. : Знання ; М. : Рыбари, 2011. - 421 с. : табл., рис. - (Серия Высшее образование XXI века)
4. Dolinsek S. In Search for a Fundamental Structure of Technology and its Management in Modern High-Tech Companies : materials of conference (MIC 2010: Social Responsibility, Professional Ethics, and Management; Proceedings of the 11th International Conference, Ankara, 24–27 November 2010) [Electronic Resource] / S. Dolinsek, P. Strukelj // educational portal 'Econpapers'. – 2010. – Mode of access: <http://econpapers.repec.org/bookchap/mgtmicp10/571-589.htm>. – Title from the screen.
5. Квашнин А. Как провести экспертизу проекта коммерциализации технологий : серия методических материалов «Практические руководства для центров коммерциализации технологий» [Электронный ресурс] / А. Квашнин ; под рук. П. Линдхольма // российский портал «Сеть центров коммерциализации технологий». - 2006. – Режим доступа: <http://ras-stc.ru/goods/2> – Название с экрана.
6. Цибульов П. М. Управління інтелектуальною власністю : монографія / [П. М. Цибульов, В. П. Чеботарьов, В. Г. Зінов, Ю. Суїні] ; за ред. П. М. Цибульова. – К. : «К. І. С.», 2005. – 448 с.
7. Пильнов Г. Как проводить технологический аудит : серия методических материалов «Практические руководства для центров коммерциализации технологий» [Электронный ресурс] / [Г. Пильнов, О. Тарасова,

А. Яновский] ; под рук. П. Линдхольма // российский портал «Сеть центров коммерциализации технологий». - 2006. – Режим доступа: <http://ras-stc.ru/goods/2> – Название с экрана.

8. Перерва П. Г. Трансфер технологій : монографія / [П. Г. Перерва, Д. Коциски, Д. Сакай, М. Верешне Шомоши]. – Х. : Віровець А. П. «Апостроф», 2012. – 668 с.

9. Царьова Т. О. Технологія як товар: маркетингові аспекти / Т. О. Царьова // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2010 (7). – с. 202-206.

10. Царева Т. А. Метод оценивания рыночной привлекательности технологии / Т. А. Царева ; под общ. ред. С. С. Чернова // Актуальные вопросы современной экономики : сборник научных трудов. Выпуск 27. – Новосибирск : ООО агентство «СИБПРИНТ», 2003. – 295 с.

УДК 338.45:621.3

**О. А. Гавриш,**

*докт. техн. наук, професор,*

**С. В. Нараєвський,**

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **АПРОБАЦІЯ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОТРИМАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ**

## **АПРОБАЦИЯ СИСТЕМЫ ОЦЕНИВАНИЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПОЛУЧЕНИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ**

## **APPROBATION OF THE ESTIMATION SYSTEM OF ALTERNATIVE TECHNOLOGIES FOR ELECTRIC POWER GENERATION**

Запропоновано доповнити систему визначення собівартості електроенергії, що використовується Міжнародним агентством з відновлюваної енергії та Міністерством енергетики США. Обґрунтовано доцільність врахування максимальної кількості складових витрат при розрахунку собівартості електроенергії. Зазначена важливість врахування ліквідаційних та екологічних витрат. Витрати запропоновано розподілити на п'ять складових: інвестиційні, експлуатаційні, паливні, екстернальні, ліквідаційні. Для подальшого дослідження обрані вітрова та сонячна енергетика, що найбільш динамічно розвиваються серед традиційних та альтернативних технологій отримання електричної енергії. Розрахована кожна із п'яти запропонованих складових витрат, враховуючи особливості енергетичного ринку України. На основі зазначених розрахунків визначена собівартість електроенергії для об'єктів альтернативної енергетики (вітрова енергетика та сонячна енергетика). Проведено порівняння собівартості електроенергії для вітрових та сонячних електростанцій з існуючими в Україні «зеленими» тарифами для відповідних видів генерації. За результатами проведеного дослідження визначена можливість корегування «зеленого» тарифу, залежно від умов та специфіки роботи енергетичних об'єктів.

**Ключові слова:** альтернативні технології, інвестиційні витрати, експлуатаційні витрати, паливні витрати, екстернальні витрати, ліквідаційні витрати, собівартість виробництва електроенергії.

Предложено дополнить систему определения себестоимости электроэнергии, используемую Международным агентством по возобновляемой энергии и Министерством энергетики США. Обоснована целесообразность учета максимального количества составляющих расходов при расчете себестоимости электроэнергии. Отмечена важность учета ликвидационных и экологических издержек. Расходы предложено разделить на пять составляющих: инвестиционные, эксплуатационные, топливные, экстернальные, ликвидационные. Для дальнейшего исследования выбраны ветровая и солнечная энергетика, как наиболее динамично развивающиеся среди традиционных и альтернативных технологий получения электрической энергии. Рассчитана каждая из пяти предложенных составляющих затрат, учитывая особенности энергетического рынка Украины. На основе указанных расчетов определена себестоимость электроэнергии для объектов альтернативной энергетика (ветровая энергетика и солнечная энергетика). Проведено сравнение себестоимости электроэнергии для ветровых и солнечных электростанции с существующими в Украине «зелеными» тарифами для соответствующих видов генерации. По результатам проведенного исследования определена возможность корректировки «зеленого» тарифа в зависимости от условий и специфики работы энергетических объектов.

**Ключевые слова:** альтернативные технологии, инвестиционные расходы, эксплуатационные расходы, топливные расходы, экстернальные расходы, ликвидационные расходы, себестоимость производства электроэнергии.

*The system of electric power cost estimation used by the International Renewable Energy Agency and the US Department of Energy is proposed to be modified and supplemented. The expediency of taking into account the maximum number of expense elements in the calculation of the prime cost of electricity generation was substantiated. The importance of taking into account the closure and environmental costs was emphasized. The costs were proposed to be divided into five components: investment, operational, fuel, externalities, and liquidation. For further investigation wind and solar power energy was chosen being the fastest-growing traditional and alternative technologies for the production of electrical energy. Each out of five components of the proposed expense elements was calculated taking into account characteristics of the energy market of Ukraine. On the basis of these calculations the cost of electricity for the alternative energy objects (wind power and solar power) was determined. A comparison between the prime cost of electricity for wind and solar power plants and the existing «green» tariffs for respective types of energy generation in Ukraine was carried out. On the basis of the results of the study the possibility of adjusting the «green» tariff was determined depending on the conditions and the specific operation of energy facilities.*

**Key words:** alternative technologies, investment costs, operating costs, fuel costs, externalities costs, liquidation costs, electricity generation costs.

**Вступ.** При розробці інвестиційних проектів у сфері енергетики, оцінюючи можливості використання різних видів енергетичних технологій доцільно розглянути максимально можливу кількість складових. Міжнародні організації, що працюють у сфері енергетики (Міжнародне агентство з відновлюваної енергії (International Renewable Energy Agency – IRENA)) та енергетичні відомства деяких країн (Міністерство енергетики США (US Department of Energy)) поділяють витрати на інвестиційні, експлуатаційні та паливні [1, с. 9; 2, с. 10]. Поряд з тим, поза увагою залишається етап зупинки електростанції та виведення її з експлуатації. Також, недостатня увага приділяється забрудненню навколишнього оточуючого середовища та врахуванню витрат пов'язаних із ліквідацією негативного впливу від роботи енергетичних об'єктів.

**Постановка завдання.** Основним завданням статті є апробація системи (математичної форми) оцінювання альтернативних технологій отримання електричної енергії з урахуванням максимальної кількості складових. Такий підхід, при розрахунку собівартості електроенергії, повинен дозволити електростанції працювати успішно протягом усього періоду корисного використання обладнання та акумулювати кошти для етапу виведення з експлуатації, коли електростанція доходу вже не приносить, а витрат ще потребує.

**Методологія.** Теоретичну основу дослідження складає системний підхід до оцінювання витрат на виробництво електроенергії з використанням альтернативних технологій. Методологічну основу дослідження становлять методи порівняльного аналізу, витратної ефективності, дисконтування грошових потоків та логічного узагальнення.

**Результати дослідження.** Проводячи оцінювання різних видів технологій для виробництва електроенергії, витрати мають охоплювати увесь життєвий цикл енергетичного проекту від початку

будівництва, наступний період експлуатації та етап припинення виробництва електроенергії і виведення станції з експлуатації. Тож, до вже згаданих витрат (інвестиційні, експлуатаційні, паливні) необхідно додати ліквідаційні. Враховуючи негативний вплив, який об'єкти енергетики завдають навколишньому середовищу, необхідним буде врахування екологічної складової (інша назва – екстернальні витрати). Таким чином, для охоплення всього життєвого циклу електростанції витрати необхідно розподілити на п'ять складових: інвестиційні, експлуатаційні, паливні, екстернальні, ліквідаційні. Формула розрахунку собівартості одиниці електроенергії набуде такого вигляду:

$$C = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{I_t + M_t + F_t + Ext_t + L_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t}} \quad (1)$$

де  $C$  – собівартість одиниці електроенергії, грн/кВт-год, дол./кВт-год;  $I_t$  – інвестиційні витрати за рік, грн, дол.;  $M_t$  – експлуатаційні витрати за рік, грн, дол.;  $F_t$  – витрати на паливо за рік, грн, дол.;  $Ext_t$  – екстернальні витрати за рік (екологічна складова), грн, дол.;  $L_t$  – ліквідаційні витрати за рік, грн, дол.;  $E_t$  – обсяг виробництва електроенергії за рік, кВт-год/рік;  $r$  – ставка дисконтування, %;  $n$  – тривалість дії проекту, роки;  $t$  – порядковий номер (рік) дії проекту.

Запропонований підхід розрахунку собівартості електричної енергії надасть можливість більш об'єктивно оцінювати інвестиційні проекти у енергетичній галузі та виявить їхню реальну вартість, без перекидання витрат на інші статті бюджету.

Проведемо порівняння найбільш розповсюджених на сьогодні альтернативних технологій отримання електричної енергії, які використовуються в умовах України. До цих видів технологій слід віднести вітрову та сонячну енергетику. Обсяги встановленої потужності вітрових (247,9 МВт) та сонячних (319,3 МВт) електричних станцій (ВЕС та СЕС) лише у 2012 р., разом (567,2 МВт) перевищили 1 % загальної встановленої потужності електроенергетики України (55 001,2 МВт), але за темпами розвитку вони суттєво випереджають традиційну енергетику (табл. 1).

Таблиця 1

**Нарощування встановленої потужності традиційної та альтернативної електроенергетики України у 2011 – 2013 рр.**

Джерело: розроблено на основі [3, с. 5; 4, с. 5; 5, с. 5]

Тип станції	Встановлена потужність електростанцій у 2011 р., тис. кВт	Встановлена потужність електростанцій у 2012 р., тис. кВт	Темпи зростання у 2012 р. до попереднього року, %	Встановлена потужність електростанцій у 2013 р., тис. кВт	Темпи зростання у 2013 р. до попереднього року, %
ТЕС	35 025,5	35 128,9	0,3	35 615,9	1,39
АЕС	13 835,0	13 835,0	0	13 835,0	0
ГЕС	5 469,0	5 470,1	0,02	5 489,1	0,35
ВЕС	145,8	247,9	70,03	361,3	45,74
СЕС	148,2	319,3	115,45	612,3	91,76
Усього	54 623,5	55 001,2	0,69	55 913,6	1,66

У вітровій енергетиці витрати можна розподілити на інвестиційні, експлуатаційні, ліквідаційні та екстернальні. Витрати на паливо у вітровій енергетиці відсутні, оскільки паливо у своїй роботі вітрова електростанція не використовує.

У 2014 р. міжнародна організація, що працює у сфері відновлювальної енергетики Renewable Energy Policy Network for the 21st Century (REN 21) випустила річний звіт про ситуацію у галузі (Renewables 2014 Global Status Report), в якому наводить порівняльну характеристику інвестиційних витрат за різними напрямками альтернативної енергетики. У вітровій енергетиці для проектів на основі вітрових електричних установок (ВЕУ) одиничною потужністю 1,5 – 3,5 МВт інвестиційні



витрати становлять залежно від регіону та країни: Китай та Індія (925 – 1 470 дол./кВт), інші країни та регіони (1 500 – 1 950 дол./кВт) [6, с. 64].

Українські компанії, які працюють у сфері вітроенергетики подібних даних не наводять. Сума інвестиційних витрат для вітроенергетичних проектів в Україні має знаходитись на рівні не вищому за показники Китаю. Частка витрат на виготовлення вітроустановки для наземної вітроенергетики залежно від проекту становить 65 – 84 % загальної суми інвестиційних витрат, частка витрат на монтаж та технологічне приєднання – 9 – 14 %, частка будівельних робіт – 4 – 16 %, інші складові витрат – 4 – 10 % [1, с. 24 – 25]. Обладнання для вітроенергетики відповідно до законодавства України з 1 липня 2014 р. має, не менше ніж на 50 %, виготовлятися на українських підприємствах [7]. Оскільки витрати на монтаж та технологічне приєднання, а також будівельні роботи фактично повністю формуються в Україні, то частка витрат, яка може припадати на закордонне обладнання (закупівля окремих компонентів ВЕУ) не повинна перевищувати 30 – 40 % загальної суми інвестиційних витрат. Рівень життя (валовий внутрішній продукт (ВВП) за паритетом купівельної спроможності (ПКС) на особу) та рівень заробітних плат у Китаї вже вищий ніж в Україні. У Китаї ВВП (ПКС) на особу у 2013 р. становив 9,8 тис. дол./особу, в Україні – 7,4 тис. дол./особу [8].

Експлуатаційні витрати можуть визначатись на одиницю виробленої електроенергії – змінні або варіативні (дол./кВт·год) чи на одиницю встановленої потужності – постійні (дол./кВт·рік). За даними IRENA експлуатаційні витрати становлять 20 – 25 % від загальною суми витрат, і, так само як інвестиційні витрати, мають стійку тенденцію до зниження. Так, середні експлуатаційні витрати у США у 80-х роках по 24-м проектам становили 0,033 дол./кВт·год виробленої електроенергії, у 90-х роках по 27-ми проектам – 0,022 дол./кВт·год, а у першому десятилітті XXI ст. по 65-ти проектам – 0,01 дол./кВт·год. У країнах Європи у 2010 р. експлуатаційні витрати при їхньому розрахунку у вигляді змінних витрат становили від 0,013 – 0,017 дол./кВт·год у Нідерландах до 0,043 дол./кВт·год у Швейцарії, а у вигляді постійних від 35 дол./кВт·рік у Нідерландах та Фінляндії до 64 дол./кВт·рік у Німеччині. [1, с. 31 – 34]. У 2012 р. середні постійні експлуатаційні витрати у вітроенергетиці країн Європи становили 19,2 євро./кВт·рік, а у 2013 р. – 18 євро./кВт·рік (24 дол./кВт·рік) [9, с. 7].

Корисний термін експлуатації ВЕС може становити 20 – 30 років [10, с. 100; 11]. Після завершення цього періоду є декілька варіантів подальшого використання обладнання ВЕС. Воно може бути демонтоване, вивезене за кордон і реалізоване новим покупцям для подальшої експлуатації у країні Азії чи Африки. Така ситуація спостерігається у країнах Європи, які першими почали активно розвивати вітроенергетику (Німеччина, Данія) та мають окремі зразки техніки, що вже відпрацювали двадцять чи навіть більше років. Вітроустановки можуть бути модернізовані чи замінені на нові. Може відбуватись встановлення нових вітроустановок мегаватного класу на тих самих ділянках, де вже встановлені старі малопотужні ВЕС. У такому випадку старі та нові вітроустановки мають різну висоту башти, що не заважає їхній спільній роботі.

У разі прийняття рішення про припинення роботи ВЕС і виведення ділянки з експлуатації необхідно провести такі роботи: від'єднання вітрових турбін від системи, демонтаж і транспортування вітрових турбін, видалення бетонних основ під баштами вітроустановок, розрівнювання поверхні та засівання ділянки рослинністю [11]. У такому випадку основні роботи пов'язані з демонтажем ВЕУ. Витрати на демонтаж становлять близько 1/3 витрат на монтаж і встановлення нових ВЕУ. Якщо сума інвестиційних витрат буде становити в межах 900 – 1 500 дол./кВт [6, с. 64], а витрати на монтаж та технологічне приєднання складуть 9 – 14 % [1, с. 24 – 25] інвестиційних витрат, то сума ліквідаційних витрат буде в межах 27 – 70 дол./кВт.

Стосовно екологічної складової, то існують різні погляди на негативний вплив, що завдає вітрова енергетика довкіллю. Одні дослідники розглядають негативний вплив вітрової енергетики на навколишнє середовище і намагаються його підрахувати, інші, зокрема провідні вітчизняні фахівці Інституту відновлюваних джерел енергії, при порівнянні витрат на розробку проектів теплової та вітрової станцій розглядають лише викиди парникових газів, SO<sub>2</sub>, NO<sub>x</sub>. Оскільки вітрова електростанція у процесі експлуатації таких викидів не здійснює, то її витрати пов'язані з забрудненням навколишнього середовища прирівнюють до нуля [10, с. 99 – 102]. Та все ж, намагаючись охопити максимальну кількість складових витрат будемо враховувати і екстернальну складову. За результатами дослідження «The True Cost of Electric Power» проведеного за підтримки REN 21, автори якого намагалися охопити усю доступну інформацію, екстернальні витрати у вітровій енергетиці становлять 0 – 0,034 дол./кВт·год [12, с. 16, 32].

У сонячній енергетиці, так само як і у вітровій енергетиці, витрати можна розподілити на інвестиційні, експлуатаційні, ліквідаційні та екстернальні. Витрати на паливо у сонячній енергетиці, як і у вітровій енергетиці, відсутні.

За результатами дослідження Renewables 2014 Global Status Report міжнародної організації

REN 21 інвестиційні витрати для промислових сонячних електростанцій знаходились в діапазоні 1 200 – 1 950 дол./кВт [6, с. 64].

Сонячна електростанція у процесі експлуатації потребує мінімального технічного обслуговування, оскільки вона немає рухомих елементів і потреба в ремонтних роботах обумовлена лише якістю виготовлення окремих елементів обладнання. Експлуатаційні витрати для сонячних електростанцій з фіксованим нахилом панелей знаходяться в межах 47 – 52 дол./кВт/рік, а для сонячних панелей з системою стеження наближаються до 60 дол./кВт/рік [13]. Переважна більшість великих сонячних електростанцій використовують панелі з фіксованим нахилом.

Термін використання сонячних панелей складає 40 – 50 років. Оскільки сонячна енергетика на основі фотоперетворювачів є однією з найбільш нових технологій виробництва електроенергії, то на сьогодні важко знайти приклади виведення з експлуатації великих сонячних електростанцій. У випадку ліквідації СЕС необхідно, як і у випадку із вітровою електростанцією провести демонтаж обладнання. У даному випадку обсяг робіт повинен бути меншим ніж при демонтажі ВЕС, оскільки при спорудженні СЕС не потрібно проводити значний обсяг будівельних робіт пов'язаних з бетонуванням фундаментів. При спорудженні СЕС вартість робіт з встановлення основи та стелажів складає 40 – 50 дол./кВт, а вартість робіт з підключення та налагодження електрообладнання 70 – 80 дол./кВт [14, с. 26]. Вартість демонтажу, яка становить близько 1/3 монтажних робіт, буде складати 37 – 43 дол./кВт.

В процесі експлуатації сонячна енергетика не наносить шкідливого впливу навколишньому середовищу, сонячні панелі не створюють викидів чи відходів. Процес виробництва та переробки відпрацьованих сонячних панелей відноситься до хімічної промисловості, і у випадку дотримання відповідних норм із захисту навколишнього середовища негативного впливу справляти не повинен. Але на основі дослідження «The True Cost of Electric Power» екстернальні витрати для СЕС становлять 0 – 0,081 дол./кВт-год [12, с. 16, 32].

На основі формули (1) та даних наведених у табл. 2 проведемо розрахунок собівартості електроенергії для ВЕС та СЕС. Інші дані для розрахунку проекту були наступні: термін роботи електростанцій прийнято за 30 років; встановлена потужність складає 1 000 МВт; ставка дисконтування 10 % (0,1); використання встановленої потужності для ВЕС становить 25 – 40 %, для СЕС – 10 – 30 %. Вартість електроенергії визначена в діапазоні від найкращого з можливих варіантів (мінімальні витрати при максимально можливому коефіцієнті використання встановленої потужності) до найгіршого з можливих варіантів (максимальні витрати при мінімально можливому коефіцієнті використання встановленої потужності).

Таблиця 2

### Витрати на виробництво електроенергії для об'єктів альтернативних технологій

Джерело: розраховано на основі [1, с. 24 – 25; 6, с. 64; 9, с. 7; 12, с. 16, 32; 14, с. 26]

Тип станції	Витрати			
	Інвестиційні, дол./кВт	Експлуатаційні, дол./кВт/рік	Екстернальні, дол./кВт-год	Ліквідаційні, дол./кВт
ВЕС	900 – 1 500	24	0 – 0,034	27 – 70
СЕС	1 200 – 1 950	47 – 52	0 – 0,081	37 – 43

Для ВЕС в Україні найнижчий «зелений» тариф у серпні 2014 р. становив 177,9 коп/кВт-год виробленої електроенергії, а найвищий – 194,85 коп/кВт-год. Тож, при найкращому з можливих варіантів (мінімальній собівартості електроенергії 3,69 цента за кВт-год та обмінному курсі гривні до долара США на 1.08.2014 на рівні 1 196,3280 грн за 100 дол. США) собівартість електроенергії буде складати 44,14 коп/кВт, а при найгіршому з можливих варіантів (максимальній собівартості електроенергії 12,51 цента/кВт-год) – 149,66 коп/кВт-год, що також нижче за зелений тариф [15; 16].

Для наземних об'єктів СЕС найнижчий «зелений» тариф у серпні 2014 р. становив 533,71 коп/кВт-год, а найвищий – 731,95 коп/кВт-год. При найкращому варіанті роботи СЕС собівартість електроенергії буде складати (7,12 центу/кВт-год) 85,18 коп/кВт-год, а при найгіршому (31,94 центу/кВт-год) – 382,11 коп/кВт-год [15; 16].

Отже, на сьогодні, навіть при врахуванні усіх витрат і при існуючому «зеленому» тарифі ВЕС та, особливо, СЕС в Україні, мають працювати прибутково.

**Висновки.** Запропоновано власний підхід до оцінювання технологій виробництва електроенергії з поділом витрат на п'ять складових: інвестиційні, експлуатаційні, паливні, екстернальні, ліквідаційні. Науковою новизною є проведення порівняльного розрахунку собівартості електроенергії для об'єктів альтернативної енергетики (ВЕС та СЕС) з урахуванням усіх можливих складових витрат. Отримані результати можуть бути використанні для обґрунтування та розрахунків «зелених» тарифів на електроенергію для об'єктів альтернативної енергетики. Особливо це стосується сонячної енергетики, де «зелений» тариф, навіть при найгіршому з можливих варіантів, перевищує собівартість виробництва електроенергії у півтора-два рази.

Подальші наукові дослідження слід зосередити на проведенні порівняльного аналізу собівартості виробництва електроенергії на основі традиційних та альтернативних технологій її отримання, а також моделювання ситуації на основі різної вартості грошових коштів (ставки дисконтування) для здійснення інвестиційних проектів.

### Література:

1. Renewable energy technologies: cost analysis series : Wind Power. IRENA Secretariat. International Renewable Energy Agency (IRENA). – Abu Dhabi : IRENA Secretariat, 2012. – 64 p.
2. Updated Capital Cost Estimates for Utility Scale Electricity General Plants. U.S. Energy Information Administration. – Washington : U.S. Department of Energy, 2013. – 201 p.
3. Статистичний бюлетень. Виробництво електроенергії та окремі техніко-економічні показники роботи електростанцій за 2011 рік. Державна служба статистики України. Департамент статистики виробництва. – К. : Дежраналітінформ. 2012. – 23 с.
4. Статистичний бюлетень. Виробництво електроенергії та окремі техніко-економічні показники роботи електростанцій за 2012 рік. Державна служба статистики України. Департамент статистики виробництва. – К. : Дежраналітінформ. 2013. – 17 с.
5. Статистичний бюлетень. Виробництво електроенергії та окремі техніко-економічні показники роботи електростанцій за 2013 рік. Державна служба статистики України. Департамент статистики виробництва. – К. : Дежраналітінформ. 2014. – 17 с.
6. Renewables 2014 Global Status Report. Renewable Energy Policy Network for the 21st Century (REN 21). – Bonn : REN21 Renewables Academy, 2014. – 215 p.
7. Сайт Верховної Ради України. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про електроенергетику» щодо стимулювання виробництва електроенергії з альтернативних джерел енергії» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5485-17>.
8. Сайт Центрального Розвідувального Управління США. Всесвітня книга фактів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>.
9. Clover R. 9<sup>th</sup> SKF Wind farm management conference. Insight service market survey results. Recharge insight / R. Clover. – Berlin : Director Recharge insight, 2014. – 29 p.
10. Кудря С. О. Нетрадиційні та відновлювальні джерела енергії : підруч. / С. О. Кудря. – К. : НТУУ «КПІ», 2012. – 492 с.
11. Сайт ТОВ «Віндкрафт Україна». Проекти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://2er.eu/uk/proekty-ukr/zagalna-informatsiya>.
12. Burtraw D., Krupnick A., Sampson G. The True Cost of Electric Power. Resources For the Future / D. Burtraw, A. Krupnick, G. Sampson. – Washington : REN21, 2012. – 48 p.
13. Сайт ресурсу фотовольтаїки. Інвестиційні та експлуатаційні витрати. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.pvresources.com/economics/investment.aspx>.
14. Renewable energy technologies: cost analysis series : Solar Photovoltaics. IRENA Secretariat. International Renewable Energy Agency (IRENA). – Abu Dhabi : IRENA Secretariat, 2012. – 52 p.
15. Сайт національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері енергетики. Постанова №1072 від 31.07.2014 Про встановлення «зелених» тарифів на електричну енергію. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nerc.gov.ua/?id=11585>.
16. Сайт Національного банку України. Офіційний курс гривні до іноземних валют. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/curmetal/detail/currency?period=daily>.

# ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСОВИХ ПРОЦЕСІВ

Дрозд А.О.  
Капустян В.О.

доктор фіз.-мат. наук, професор  
Національний технічний університет України «КПІ»

## КЕРУВАННЯ КРЕДИТНОЮ ТА ДЕПОЗИТНОЮ СТАВКАМИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ З КАПІТАЛОМ ДОСТАТНІМ ДЛЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОПИТУ НА КРЕДИТИ

## УПРАВЛЕНИЯ КРЕДИТНЫЕ И ДЕПОЗИТНЫЕ СТАВКИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ С КАПИТАЛОМ ДОСТАТОЧНОГО ДЛЯ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ СПРОСА НА КРЕДИТЫ

## LOAN AND DEPOSIT RATES CONTROL OF A COMMERCIAL BANK WITH SUFFICIENT CAPITAL TO MEET LOANS DEMAND

*В роботі описано комерційний банк, який займається кредитною та депозитною діяльністю та який має капітал, достатній для насичення кредитного ринку. Було поставлено задачу оптимізації капіталу банку на кінець періоду керування за умови керування кредитною та депозитною ставками. Було описано набір припущень, на які опирається побудова функцій попиту на кредити, пропозиції депозитів та потокова модель банку, формалізовано задачу максимізації капіталу та показано її розв'язання. Було отримано оптимальні кредитну та депозитну ставки, що максимізують капітал банку на кінець періоду керування та знайдено відповідні максимальні значення прибутку та капіталу та проаналізовано як зміняться отримані результати при зміні параметрів функцій попиту і пропозиції.*

**Ключові слова:** потокова модель банку, кредити, депозити, оптимальне керування, максимізація прибутку, максимізація капіталу.

*В работе описан коммерческий банк, который занимается кредитной и депозитной деятельностью и имеет капитал, достаточный для насыщения кредитного рынка. Было поставлено задачу оптимизации капитала банка на конец периода управления при условии управления кредитной и депозитной ставками. Было описано набор предположений, на которых базируется построение функций спроса на кредиты, предложения депозитов и потоковая модель банка, формализована задача максимизации капитала и показано ее решение. Были получены оптимальные кредитная и депозитная ставки, которые максимизируют капитал банка на конец периода управления и найде-*

ны соответствующие максимальные значения прибыли и капитала, а также проанализировано как изменятся полученные результаты при изменении параметров функций спроса и предложения.

**Ключевые слова:** потоковая модель банка, кредиты, депозиты, оптимальное управление, максимизация прибыли, максимизация капитала.

*Commercial bank that has credit and deposit activity and equity capital sufficient for maximum credit demand fulfilment was described. Problem of capital at the end of control period under conditions of credit rate and deposit rate control was stated. Set of assumptions needed to build loan demand function, deposit supply function and bank flow model was described. Capital maximization problem was formalized and solution showed. Optimal credit rate and deposit rate that maximize bank's equity capital at the end of control period and respective maximal profit and equity capital was obtained. Changes in the results from demand and supply functions parameters changing was analysed.*

**Keywords:** production model of bank loans, deposits, optimal control, profit maximization, maximization of capital.

**Вступ.** Одним з підходів до моделювання банків та банківської діяльності є використання потокової моделі банку, де фінансовий потік являє собою певний об'єм коштів за одиницю часу.

Потокова модель банку має ряд особливостей. Потоки в моделі неперервні. Кошти, які надійшли одним із вхідних потоків, можуть бути використані для формування вихідного потоку іншого типу. Тобто, увійшовши до банку, гроші знеособлюються та змішуються у єдину грошову масу, яка може бути використана для формування кожного із трьох вихідних потоків у довільних пропорціях. Потокова модель банку зручна для розгляду різноманітних задач з точки зору теорії керування.

Моделюванням банківської діяльності з точки зору теорії керування та за допомогою поточкових моделей займалися Гришин [1-2, 13], Іваненко [1, 13], Козак [1], Куц [13], Осіпенко [14], Умрик [1]. Також цю проблематику досліджували автори в попередніх працях [3-12].

В роботі [1] було запропоновано розглядати банк з точки зору теорії керування, а в [2] було описано деякі вхідні та вихідні потоки банку. В роботі [14] було описано потокову модель з лінійними функціями кредитів та депозитів та розглянуто задачі оптимального керування кредитною та депозитною ставкою за умови, що всі залучені депозити видаються як кредити. В роботі [13] було описано потокову модель з лінійними функціями кредитів та депозитів, які враховували невизначеність в обсягах депозитів та кредитів. В роботі [3] було запропоновано використовувати програмну реалізацію потокової моделі для навчання працівників банку. В роботі [4] до потокової моделі банку були додані рекламні витрати та притік депозитів внаслідок реклами. В роботі [5] за допомогою чисельних методів отримані графіки розподілу обсягів повернених кредитів за умови, що термін повернення виданих кредитів був випадковою величиною. В роботі [6] аналітично були отримані оптимальна кредитна ставка банку, що максимізує власний капітал на кінець періоду керування, максимальний прибуток банку та власний капітал банку на кінець періоду, за умов, що банк має вдосталь власного капіталу для здійснення кредитної діяльності навіть без залучення депозитів (функціонує, як кредитна фірма). В роботі [7] була отримана оптимальна кредитна ставка для банку, що максимізує власний капітал на кінець періоду керування, максимальний прибуток банку та власний капітал банку на кінець періоду, за умов, що він не здійснює депозитну діяльність, і що його власний капітал може бути будь-яким, в тому числі і недостатнім для видачі обсягу кредитів, на який є попит. В роботі [9] були отримані оптимальна кредитна та депозитна ставки банку, що максимізує власний капітал на кінець періоду керування, максимальний прибуток банку та власний капітал банку на кінець періоду, за умов, що банк має вдосталь власного капіталу для здійснення кредитної діяльності навіть без залучення депозитів, але при цьому здійснює і депозитну діяльність. В роботі [8] були порівняні результати, отримані в [6] та [9], зроблено висновок про необхідність модифікації потокової моделі, щоб вона враховувала залежність між активами та пасивами банку. В роботі [10] було зазначено, що оптимальне керування відрізняється залежно від вигляду функції попиту на кредити. В роботі [11] на основі потокової моделі було розглянуто парадокс Бертрана та запропоновано можливе пояснення його виникнення, проведено паралелі із банківською діяльністю. В роботі [12] потокова модель побудована на основі експоненціальних функцій попиту на кредити та пропозиції депозитів.

**Постановка завдання.** Мета роботи полягає у визначенні раціонального керування кредитною та депозитною ставками комерційного банку, що має власний капітал, достатній для насичення кредитного ринку, протягом періоду часу з метою максимізації капіталу банку на кінець періоду та аналізу змін такого оптимального керування в залежності від зміни ринкових умов.

Для досягнення цієї мети були поставлені такі завдання:

1. Опис припущень, необхідних для побудови моделі банку.
2. Побудова двоконтурної безбалансової потокової моделі банку без запізнення.
3. Постановка задачі оптимального керування і визначення оптимальної кредитної та депозитної ставок, максимального прибутку та максимального капіталу банку на кінець періоду.
4. Аналіз змін оптимальних кредитної та депозитної ставок, прибутку та капіталу в залежності від зміни ринкових умов.

**Методологія.** Аналіз та синтез, графічний метод, диференціальні рівняння, теорія керування, двоконтурна безбалансова потокова модель банку без запізнення.

**Результати дослідження.** Припущення А1. Весь прибуток використовується для збільшення капіталу.

Оскільки весь прибуток використовується для збільшення капіталу, ми можемо записати співвідношення

$$\dot{x}(t) = p(t),$$

де  $x(t)$  — капітал комерційного банку в момент часу  $t$ ;  $\dot{x}(t)$  — приріст капіталу в момент часу  $t$ ;

$p(t)$  — прибуток комерційного банку в момент часу  $t$ .

Оскільки банк займається і кредитною, і депозитною діяльністю, його прибуток складається з процентного доходу від кредитної та депозитної діяльності і дорівнює різниці між сумарним обсягом вхідних потоків (повернених кредитів з відсотками та залучених депозитів) та сумарним обсягом вихідних потоків (виданих кредитів та повернених вкладникам депозитів з відсотками) у грошових одиницях.

$$p(t) = K_{in}(t) - K_{out}(t) + D_{in}(t) - D_{out}(t),$$

де  $K_{in}(t)$  — обсяг повернених з відсотками кредитів в момент часу  $t$ , у грошових одиницях;

$K_{out}(t)$  — обсяг виданих кредитів в момент часу  $t$ ;  $D_{in}(t)$  — обсяг залучених депозитів в момент часу  $t$ ;  $D_{out}(t)$  — обсяг повернених з відсотками депозитів в момент часу  $t$ .

**Припущення А2.** Обсяг виданих кредитів (у грошових одиницях) в певний момент часу залежить від кредитної ставки в цей момент часу та двох лінійних коефіцієнтів (що можуть мати економічний сенс). В такому разі є сенс у керуванні кредитною ставкою.

**Припущення А3.** Залежність між загальним обсягом виданих кредитів та кредитною ставкою є оберненою, тобто з вищою кредитною ставкою за інших незмінних умов банк видаватиме менший загальний обсяг кредитів. Що логічно відповідає функції попиту на кредити — з більшою ціною товару (кредиту) менша кількість покупців зможе дозволити собі його купити.

**Припущення А4.** Форма залежності обсягу виданих кредитів від кредитної ставки лінійна.

**Припущення А5.** Банк може задовольнити увесь попит на кредити.

**Припущення А6.** Кредитна ставка є невід'ємною. Банк не доплачує кредиторам — не працює собі у збиток.

**Припущення А7.** Відсутня диференціація кредитних продуктів, кредитна ставка єдина.

Оскільки залежність між обсягом виданих кредитів та кредитною ставкою обернена та лінійна, ми можемо записати її у вигляді

$$K_{out}(t) = K - b \cdot u_k(t),$$

де  $K, b$  — коефіцієнти лінійної залежності;  $u_k(t)$  — кредитна ставка в момент часу  $t$ .

Хоча  $K$  і  $b$  вводяться лише як коефіцієнти, можна надати їм трактування в економічному сенсі.

При нульовій кредитній ставці (тобто, мінімально допустимій для банку в цій роботі) обсяг виданих кредитів становитиме  $K$ , тому цей коефіцієнт можна трактувати як інвестиційну ємність ринку, максимальний обсяг попиту на кредити. Вважається, що він не є необмеженим. В цій роботі розглядатимемо лише випадок, коли  $K \geq 0$ , оскільки при  $K < 0$  банк не зможе видавати кредити, яку б кредитну ставку він не вибирав би.

Від коефіцієнта  $b$  залежить, на яку величину зміниться обсяг виданих кредитів, якщо змінити на певну величину кредитну ставку, тому його можна трактувати як еластичність попиту на кредити.

Можна трактувати цей показник, як рівень конкуренції, при збільшенні конкурентної боротьби, він буде вищим. Таким чином модель неявно враховує існування на ринку інших банківських установ. Вважатимемо, що  $b > 0$ , щоб виконувалося припущення про обернену форму залежності між обсягом виданих кредитів та кредитною ставкою.

Комбінацію цих показників можна вважати ринковими умовами.

Вважається, що банк має достатньо капіталу, щоб при потребі видати  $K$  кредитів.

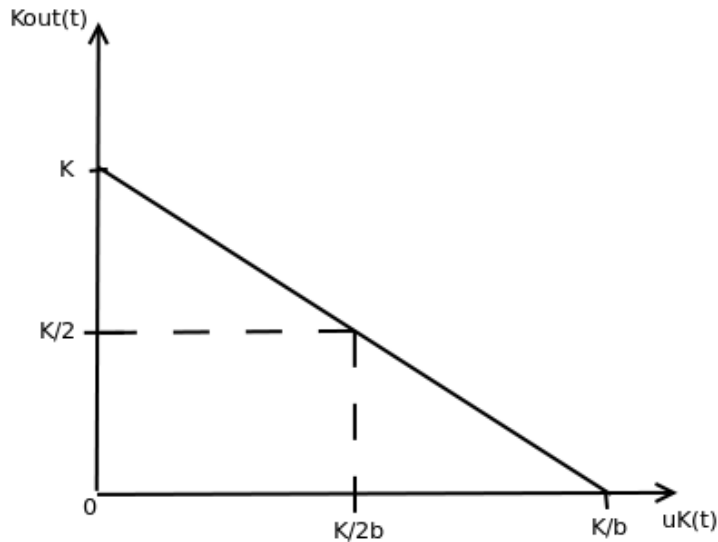


Рис. 1. Функція попиту на кредити

Графік залежності обсягу виданих кредитів від кредитної ставки подано нижче.

**Припущення А8.** Кредити з відсотками повертаються в той же момент часу що й видаються.

**Припущення А9.** Кредити з відсотками повертаються гарантовано вчасно і у повному обсязі.

Оскільки кредити з відсотками повертаються в той же момент часу що й видаються у повному обсязі, то формулу для обсягу повернених кредитів з відсотками можна записати так

$$K_n = K_{out}(t) \cdot (1 + u_k(t))$$

або

$$K_n = (K - b \cdot u_k(t)) \cdot (1 + u_k(t))$$

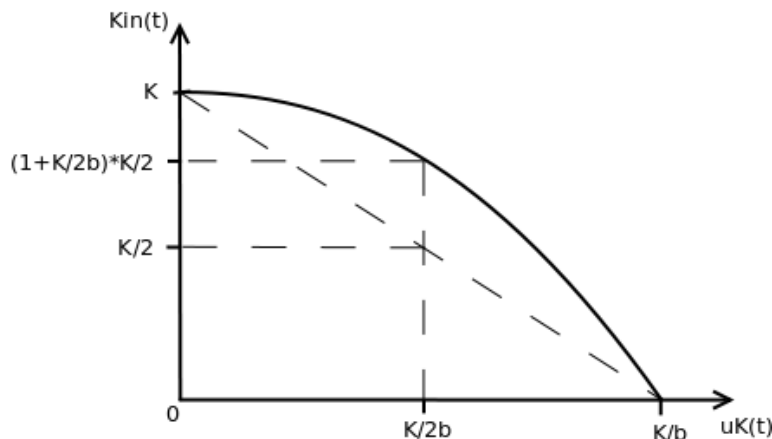


Рис. 2. Залежність обсягу повернених кредитів в залежності від кредитної ставки

Графік залежності обсягу повернених кредитів з відсотками від кредитної ставки подано нижче.

Таким чином враховуються три (терміновість, поверненість, платність) з п'яти (терміновість, поверненість, диференційованість, забезпеченність, платність) загальних принципів кредитування.

**Припущення А10.** Обсяг залучених депозитів (у грошових одиницях) в певний момент часу залежить від депозитної ставки в цей момент часу та двох лінійних коефіцієнтів (що можуть мати економічний сенс). В такому разі є сенс у керуванні депозитною ставкою.

**Припущення А11.** Залежність між загальним обсягом залучених депозитів та депозитною ставкою є прямою, тобто з вищою кредитною ставкою за інших незмінних умов банк залучатиме більший загальний обсяг депозитів. Що логічно відповідає функції пропозиції грошей — з більшою ціною товару (кредиту) більша кількість продавців пропонуватиме товар.

**Припущення А12.** Форма залежності обсягу залучених депозитів від депозитної ставки лінійна.

**Припущення А13.** Депозитна ставка є невід'ємною. Вкладники не платять банку за вклади — навпаки, банк платить вкладникам.

**Припущення А14.** Обсяг залучених депозитів невід'ємний. Відповідно до параметрів лінійної залежності, може існувати більша від нуля мінімальна депозитна ставка.

**Припущення А15.** Відсутня диференціація депозитних продуктів, депозитна ставка єдина.

Оскільки залежність між обсягом залучених депозитів та депозитною ставкою пряма та лінійна, ми можемо записати її у вигляді

$$D_i(t) = D + a \cdot u_D(t),$$

де  $D$ ,  $a$  — коефіцієнти лінійної залежності;  $u_D(t)$  — кредитна ставка в момент часу  $t$ .

Хоча  $D$  і  $a$  вводяться лише як коефіцієнти, можна надати їм трактування в економічному сенсі.

У випадку, коли  $D \geq 0$ : При нульовій депозитній ставці (тобто, мінімально допустимій для банку) обсяг залучених депозитів становитиме  $D$ , тому цей коефіцієнт можна трактувати як мінімальні заощадження ринку, мінімальний обсяг пропозиції грошей. У випадку, коли  $D < 0$ : При нульовій депозитній ставці обсяг залучених депозитів буде від'ємним, що не допускається припущенням А14. Тому в такому випадку депозитна ставка буде обмежена знизу не нулем, а певною величиною, коли лінія пропозиції грошей банку (попиту на депозити) буде рівною нулю (тобто, банк не залучатиме депозитів). В такому випадку:

$$D + a \cdot u_{Dmin} = 0,$$

$$u_{Dmin}(t) = \frac{-D}{a}.$$

В загальному випадку депозитна ставка обмежена знизу величиною:

$$\max\left(0; -\frac{D}{a}\right).$$

Від коефіцієнта  $a$  залежить, на яку величину зміниться обсяг залучених депозитів, якщо змінити на певну величину депозитну ставку, тому його можна трактувати як еластичність попиту на депозити. Можна трактувати цей показник, як рівень конкуренції на ринку депозитів, при збільшенні конкурентної боротьби, він буде нижчим. Таким чином модель неявно враховує існування на ринку інших банківських установ. Вважатимемо, що  $a > 0$ , щоб виконувалося припущення про пряму форму залежності між обсягом залучених депозитів та депозитною ставкою.

Комбінацію показників  $K$ ,  $b$ ,  $D$ ,  $a$  можна вважати ринковими умовами.

Графік залежності обсягу залучених депозитів від депозитної ставки подано нижче.

**Припущення А16.** Депозити з відсотками банк повертає у той же момент часу що й залучає.

**Припущення А17.** Депозити з відсотками повертаються гарантовано вчасно і у повному обсязі.

**Припущення А18.** Не враховується можливість завчасного зняття депозиту та пролонгації. Лише опосередковано - через залежність обсягу залучених депозитів від депозитної ставки.

Оскільки депозити з відсотками повертаються в той же момент часу що й видаються у повному обсязі, то формулу для обсягу повернених депозитів з відсотками можна записати так

$$D_{out}(t) = D_i(t) \cdot (1 + u_D(t))$$

або

$$D_{out}(t) = (D + a \cdot u_D(t)) \cdot (1 + u_D(t))$$

Графік залежності обсягу повернених кредитів з відсотками від кредитної ставки подано на рис.2.9.



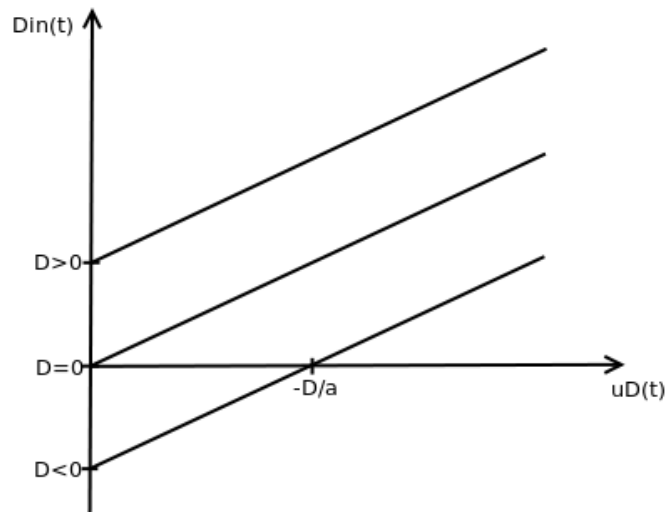


Рис. 3. Функції пропозиції депозитів за різних ринкових ситуацій ( $D > 0$ ,  $D = 0$ ,  $D < 0$ )

Тепер приріст капіталу комерційного банку можна записати у вигляді

$$\begin{aligned} \dot{x}(t) &= p(t) = K_{in}(t) - K_{out}(t) + D_{in}(t) - D_{out}(t) = \\ &= (K - b \cdot u_k(t)) \cdot (1 + u_k(t)) - (K - b \cdot u_k(t)) + (D + a \cdot u_D(t)) - (D + a \cdot u_D(t)) \cdot (1 + u_D(t)) = \\ &= (K - b \cdot u_k(t)) \cdot u_k(t) - (D + a \cdot u_D(t)) \cdot u_D(t) = \\ \dot{x}(t) &= K \cdot u_k(t) - b \cdot u_k(t)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 \end{aligned}$$

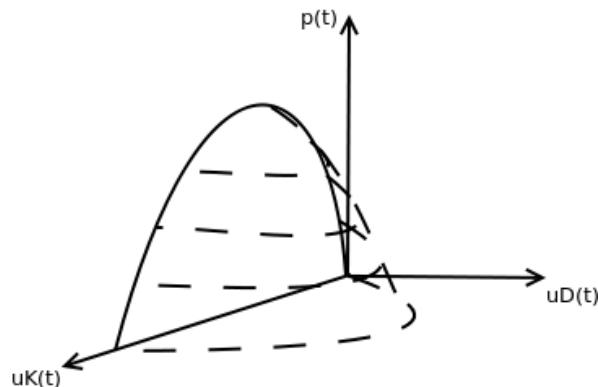


Рис. 4. Функції пропозиції депозитів за різних ринкових умов та відповідні їм обсяги повернених депозитів

Графік залежності приросту капіталу комерційного банку (що є його прибутком в момент часу  $t$ ) подано нижче

Отже, на основі вищезазначених припущень, задача керування формулюється так:

$$(T) \rightarrow \max_{u_k(t), u_D(t)} m,$$

$$\dot{x}(t) = K \cdot u_k(t) - b \cdot u_k(t)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2,$$

$$x(0) = x_0,$$

$$u_k(t) \geq 0,$$

$$u_D(t) \geq \max\left(0; -\frac{D}{a}\right),$$

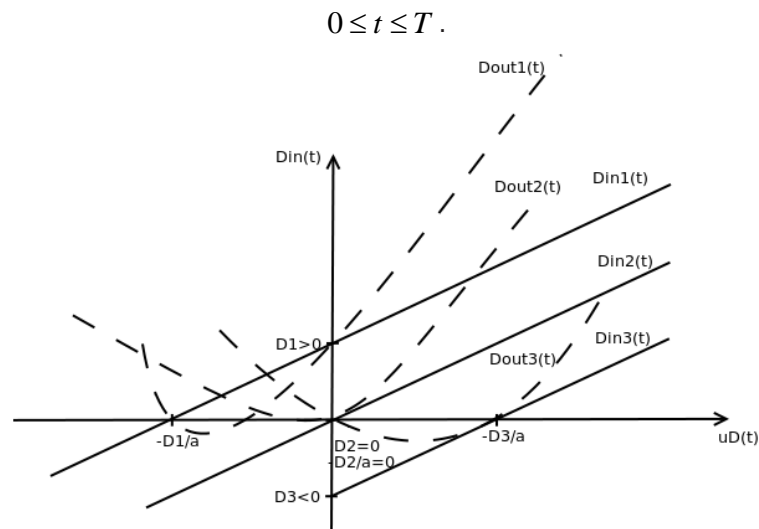


Рис. 5. Прибуток банку за різних комбінацій кредитної та депозитної ставок

Оскільки приріст капіталу не залежить від обсягу капіталу в поточний момент часу, то максимум капіталу в кінці періоду досягатиметься, якщо максимізувати приріст капіталу в кожен момент часу протягом періоду керування, тобто  $\dot{x}(t)$ .

Похідна від приросту капіталу по кредитній ставці становить

$$\frac{d\dot{x}(t)}{d u_k(t)} = K - 2 \cdot b \cdot u_k(t)$$

В точці локального екстремуму (максимуму) вона буде рівною нулю:

$$K - 2 \cdot b \cdot u_k(t) = 0$$

$$2 \cdot b \cdot u_k(t) = K$$

$$u_k(t) = \frac{K}{2 \cdot b}$$

Похідна від приросту капіталу по депозитній ставці становить

$$\frac{d\dot{x}(t)}{d u_d(t)} = -D - 2 \cdot a \cdot u_d(t)$$

В точці локального екстремуму (максимуму) вона буде рівною нулю:

$$-D - 2 \cdot a \cdot u_d(t) = 0$$

$$2 \cdot a \cdot u_d(t) = -D$$

$$u_d(t) = \frac{-D}{2 \cdot a}$$

Для визначення точки глобального максимуму функції прибутку банку, потрібно перевірити точки локального екстремуму та граничні умови.

Для кредитної ставки це

$$u_k(t) = \frac{K}{2 \cdot b}$$

$$u_k(t) = 0$$

$$u_k(t) \rightarrow \infty$$

Останній не є власне обмеженням (кредитна ставка в нашій моделі не обмежена згори), проте потрібно дослідити, як вестиме себе функція прибутку банку, коли кредитна ставка прямуватиме до нескінченності.

А для депозитної ставки це

$$u_D(t) = \frac{-D}{2 \cdot a}$$

$$u_D(t) = \max\left(0; -\frac{D}{a}\right)$$

$$u_D(t) \rightarrow \infty$$

Зауважимо, що від знаку  $D$  залежить знак депозитної ставки в першому та другому випадках, тому розглянемо їх окремо.

При  $D \geq 0$  залишаться лише варіанти

$$u_D(t) = 0$$

$$u_D(t) \rightarrow \infty$$

оскільки  $u_D(t) = \frac{-D}{2 \cdot a}$  та  $u_D(t) = \frac{-D}{a}$  не відповідають припущенню про невід'ємність депозитної

ставки.

При  $D < 0$  будуть дійсними варіанти

$$u_D(t) = \frac{-D}{a}$$

$$u_D(t) \rightarrow \infty$$

оскільки  $u_D(t) = \frac{-D}{2 \cdot a}$  та  $u_D(t) = 0$  не відповідають припущенню про невід'ємність обсягів

залучених депозитів.

1. При  $D \geq 0$  на глобальний екстремум слід перевірити такі варіанти:

1.1.  $u_K(t) = \frac{K}{2 \cdot b}$  і  $u_D(t) = 0$ ;

У цьому випадку

$$\dot{x}(t) = K \cdot u_K(t) - b \cdot u_K(t)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 = \frac{K \cdot K}{2 \cdot b} - b \cdot \left(\frac{K}{2 \cdot b}\right)^2 - D \cdot 0 - a \cdot 0^2 = \frac{K^2}{4 \cdot b}$$

$$\dot{x}(t) = \frac{K^2}{4 \cdot b}$$

1.2.  $u_K(t) = \frac{K}{2 \cdot b}$  і  $u_D(t) \rightarrow \infty$ ;

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) = \lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \left( \frac{K \cdot K}{2 \cdot b} - b \cdot \left(\frac{K}{2 \cdot b}\right)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 \right) \rightarrow -\infty$$

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) \rightarrow -\infty$$

1.3.  $u_K(t) = 0$  і  $u_D(t) = 0$ ;

$$\dot{x}(t) = K \cdot u_K(t) - b \cdot u_K(t)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 = K \cdot 0 - b \cdot 0^2 - D \cdot 0 - a \cdot 0^2 = 0$$

$$\dot{x}(t) = 0$$

$$1.4. u_K(t) = 0 \text{ i } u_D(t) \rightarrow \infty$$

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) = \lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \left( K \cdot 0 - b \cdot 0^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 \right) \rightarrow -\infty$$

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) \rightarrow -\infty$$

$$1.5. u_K(t) \rightarrow \infty \text{ i } u_D(t) = 0;$$

$$\lim_{u_K(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) = \lim_{u_K(t) \rightarrow \infty} \left( K \cdot u_K(t) - b \cdot u_K(t)^2 - D \cdot 0 - a \cdot 0^2 \right) \rightarrow -\infty$$

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) \rightarrow -\infty$$

$$1.6. u_K(t) \rightarrow \infty \text{ i } u_D(t) \rightarrow \infty$$

$$\lim_{u_K(t) \rightarrow \infty, u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) = \lim_{u_K(t) \rightarrow \infty, u_D(t) \rightarrow \infty} \left( K \cdot u_K(t) - b \cdot u_K(t)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 \right) \rightarrow -\infty$$

$$\lim_{u_K(t) \rightarrow \infty, u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) \rightarrow -\infty$$

2. При  $D < 0$  на глобальний екстремум слід перевірити такі варіанти:

$$2.1. u_K(t) = \frac{K}{2 \cdot b} \text{ i } u_D(t) = \frac{-D}{a};$$

$$\begin{aligned} \dot{x}(t) &= K \cdot u_K(t) - b \cdot u_K(t)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 = \\ &= \frac{K \cdot K}{2 \cdot b} - b \cdot \left( \frac{K}{2 \cdot b} \right)^2 - \frac{D \cdot (-D)}{a} - a \cdot \left( \frac{-D}{a} \right)^2 = \frac{K^2}{4 \cdot b} + 0 \end{aligned}$$

$$\dot{x}(t) = \frac{K^2}{4 \cdot b}$$

$$2.2. u_K(t) = \frac{K}{2 \cdot b} \text{ i } u_D(t) \rightarrow \infty;$$

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) = \lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \left( \frac{K \cdot K}{2 \cdot b} - b \cdot \left( \frac{K}{2 \cdot b} \right)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 \right) \rightarrow -\infty$$

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) \rightarrow -\infty$$

$$2.3. u_K(t) = 0 \text{ i } u_D(t) = \frac{-D}{a};$$

$$\dot{x}(t) = K \cdot u_K(t) - b \cdot u_K(t)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 = K \cdot 0 - b \cdot 0^2 - \frac{D \cdot -D}{a} - a \cdot \left(\frac{-D}{a}\right)^2 = 0 + 0$$

$$\dot{x}(t) = 0$$

2.4.  $u_K(t) = 0$  і  $u_D(t) \rightarrow \infty$ ;

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) = \lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \left( K \cdot 0 - b \cdot 0^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 \right) \rightarrow -\infty$$

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) \rightarrow -\infty$$

2.5.  $u_K(t) \rightarrow \infty$  і  $u_D(t) = \frac{-D}{a}$ ;

$$\lim_{u_K(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) = \lim_{u_K(t) \rightarrow \infty} \left( K \cdot u_K(t) - b \cdot u_K(t)^2 - \frac{D \cdot -D}{a} - a \cdot \left(\frac{-D}{a}\right)^2 \right) \rightarrow -\infty$$

$$\lim_{u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) \rightarrow -\infty$$

2.6.  $u_K(t) \rightarrow \infty$  і  $u_D(t) \rightarrow \infty$ .

$$\lim_{u_K(t) \rightarrow \infty, u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) = \lim_{u_K(t) \rightarrow \infty, u_D(t) \rightarrow \infty} \left( K \cdot u_K(t) - b \cdot u_K(t)^2 - D \cdot u_D(t) - a \cdot u_D(t)^2 \right) \rightarrow -\infty$$

$$\lim_{u_K(t) \rightarrow \infty, u_D(t) \rightarrow \infty} \dot{x}(t) \rightarrow -\infty$$

Як бачимо, максимуму приріст капіталу досягає у випадках 1.1 та 2.1. Звідси оптимальні ставки при  $D \geq 0$ :  $u_K^*(t) = \frac{K}{2 \cdot b}$  і  $u_D^*(t) = 0$ .

А при  $D < 0$ :  $u_K^*(t) = \frac{K}{2 \cdot b}$  і  $u_D^*(t) = \frac{-D}{a}$ .

А в загальному випадку:  $u_K^*(t) = \frac{K}{2 \cdot b}$  і  $u_D^*(t) = \max\left(0; -\frac{D}{a}\right)$

Відповідний їм обсяг виданих кредитів:  $K_{out}^*(t) = \frac{K}{2}$  та залучених депозитів  $D_n^*(t) = 0$  (при

$D < 0$ ) чи  $D_n^*(t) = D$  (при  $D \geq 0$ ). Що є логічним, оскільки у випадку, коли банк має достатньо

грошових ресурсів, щоб видати будь-який обсяг кредитів, недоцільно залучати депозитні ресурси, за які банк платить депозитну ставку (але якщо ця плата рівна нулю, то банк залучатиме ці ресурси).

Максимальний приріст капіталу (або прибуток) за оптимальних ставок становить:

$$\dot{x}^*(t) = p^*(t) = \frac{K \cdot K}{2 \cdot b} - b \cdot \left( \frac{K}{2 \cdot b} \right)^2 + 0 = \frac{K^2}{2 \cdot b} - \frac{b \cdot K^2}{4 \cdot b^2} = \frac{2 \cdot K^2}{4 \cdot b} - \frac{K^2}{4 \cdot b} = \frac{K^2}{4 \cdot b}$$

$$\dot{x}^*(t) = \frac{K^2}{4 \cdot b}$$

Тоді максимальний капітал банку в кінцевий момент часу  $T$  становитиме

$$x^*(T) = x_0 + \frac{K^2}{4 \cdot b} \cdot T$$

Якщо ринкові умови ( $K$  та  $b$ ) не змінюються (що виглядає правдоподібно в короткостроковій перспективі), то

1. Обсяг виданих кредитів за оптимальної кредитної ставки в кожен момент часу є сталим і становить  $K/2$ , тобто половину від максимального обсягу попиту на кредити.

2. Банк не залучає депозитних ресурсів (хоч і може це робити), тобто  $D_i(t) = 0$ .

3. Банк не змінює кредитну та депозитну ставку протягом часу керування.

Якщо ринкові умови змінюються:

1. Оптимальна кредитна ставка визначається тим же співвідношенням  $u_k^*(t) = \frac{K}{2 \cdot b}$ .

2. Якщо збільшується максимальний попит на кредити (за інших незмінних умов), то оптимальна кредитна ставка також збільшується. І навпаки, якщо максимальний попит на кредити зменшується, оптимальна кредитна ставка також зменшується. Іншими словами, коли кредиторів стає мало, банк змушений пропонувати більш доступну ціну на кредити. (Альтернативний текст: коли економіка (ділова активність) зростає, банк збільшує кредитну ставку, коли ж вона спадає, банк зменшує кредитну ставку).

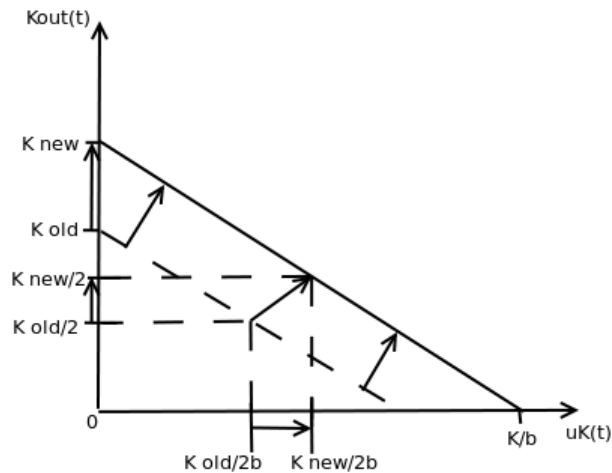


Рис. 6. Зміна оптимальної кредитної ставки в залежності від зміни максимального попиту на кредити

3. Якщо збільшується еластичність попиту на кредити (кут нахилу прямої залежності обсягу виданих кредитів від кредитної ставки, або рівень конкуренції), оптимальна кредитна ставка зменшується. І навпаки, якщо еластичність попиту на кредити зменшується (менш конкурентна боротьба), оптимальна кредитна ставка збільшується. В умовах напруженої конкуренції, банк змушений зменшувати кредитну ставку і навпаки — в умовах ближчих до монополії банк буде збільшувати кредитну ставку.

4. Якщо еластичність попиту на кредити прямує до нескінченності, то оптимальна кредитна ставка прямує до нуля, що повторює результат парадоксу Бертрана — в умовах ідеальної конкуренції виробників однотипних товарів, що конкурують виключно за ціною, ціни товарів будуть рівними нулю.

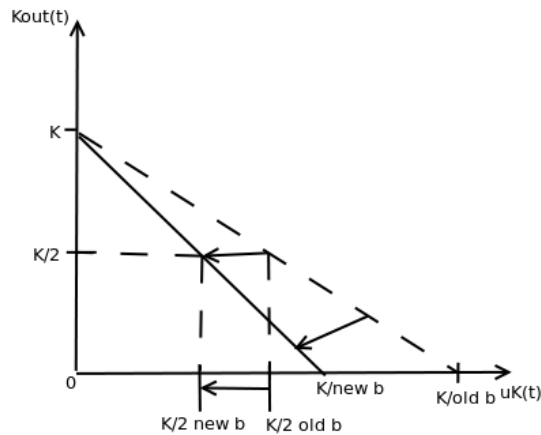


Рис. 7. Зміна оптимальної кредитної ставки в залежності від зміни еластичності попиту на кредити

5. Якщо максимальний попит на кредити та еластичність попиту на кредити зміняться в однакову кількість разів, оптимальна кредитна ставка не зміниться.
6. Хоч обмеження з боку максимуму на кредитну ставку немає, вона не прямує до нескінченності.

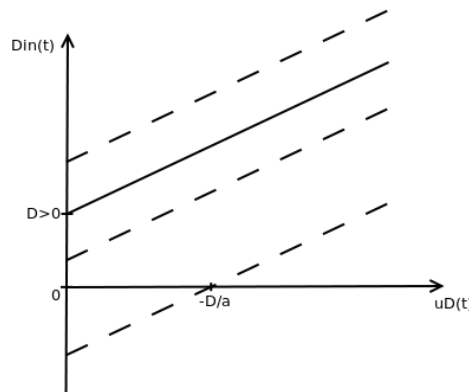


Рис. 8. Зміна оптимальної депозитної ставки в залежності від зміни обсягу залучених депозитів за нульової депозитної ставки при  $D > 0$

7. Коли максимальний попит на кредити дорівнює нулю, сенсу в кредитній діяльності немає — обсяг виданих кредитів також буде рівним нулю.

8. Оптимальна депозитна ставка залежить від знаку параметра  $D$  (обсягу депозитів що можуть бути залучені банком за нульової депозитної ставки) — якщо  $D \geq 0$ ,  $u_D^*(t) = 0$ , а при  $D < 0$ ,  $u_D^*(t) = \frac{-D}{a}$ .

9. Якщо попит на депозити при нульовій ставці невід’ємний ( $D \geq 0$ ), то при його збільшенні оптимальна депозитна ставка не змінюється і залишатиметься рівною нулю:  $u_D^*(t) = 0$ . Якщо він зменшуватиметься, то до  $D = 0$  оптимальна депозитна ставка залишатиметься незмінною  $u_D^*(t) = 0$ , а потім зростатиме пропорційно до його значення:  $u_D^*(t) = \frac{-D}{a}$ .

І навпаки, при  $D < 0$ , якщо попит на депозити при нульовій ставці зменшуватиметься, то оптимальна кредитна ставка збільшуватиметься і становитиме  $u_D^*(t) = \frac{-D}{a}$ ,

при збільшенні ж вона буде зменшуватися до нуля (при  $D = 0$ ), а потім залишатиметься незмінною  $u_D^*(t) = 0$ .

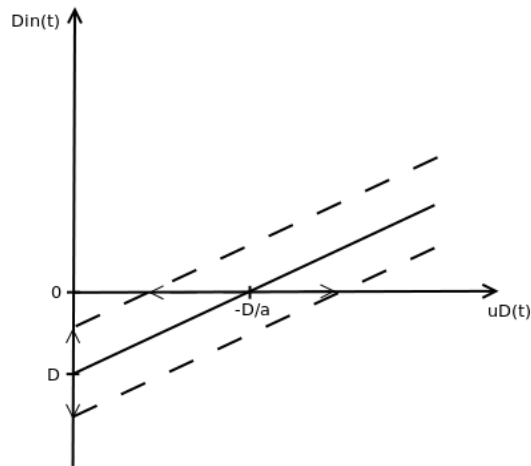


Рис. 9. Зміна оптимальної депозитної ставки в залежності від зміни обсягу залучених депозитів за нульової депозитної ставки при  $D=0$

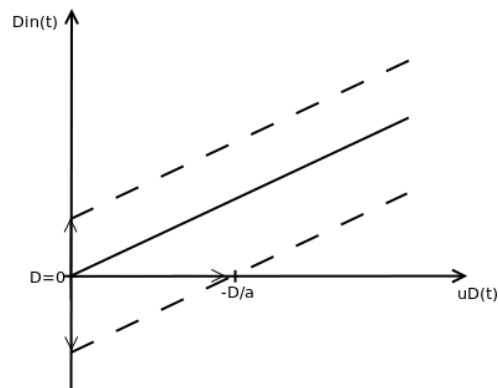


Рис. 10. Зміна оптимальної депозитної ставки в залежності від зміни обсягу залучених депозитів за нульової депозитної ставки при  $D=0$

Графік залежності оптимальної депозитної ставки від попиту на депозити при нульовій депозитній ставці подано нижче. Коефіцієнт нахилу кривої при від'ємному  $D$  рівний  $\frac{-1}{a}$ .

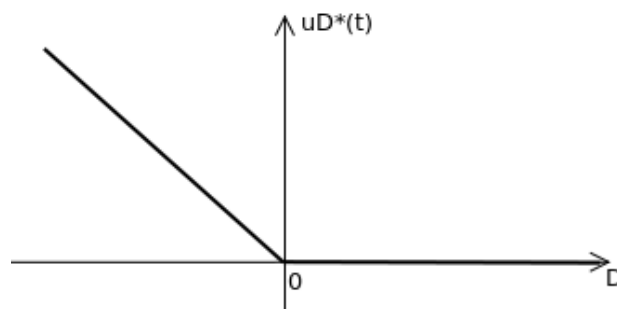


Рис. 11. Оптимальна депозитна ставка за різних обсягів залучених депозитів при нульовій депозитній ставці

Графік залежності оптимального обсягу залучених депозитів від попиту на депозити при нульовій депозитній ставці подано нижче.

10. При зміні еластичності попиту на депозити  $a$  (коефіцієнту зміни обсягу залучених депозитів в залежності від зміни депозитної ставки) за умови, що  $D \geq 0$ , оптимальна депозитна ставка не буде змінюватися і залишатиметься  $u_D^*(t) = 0$ .



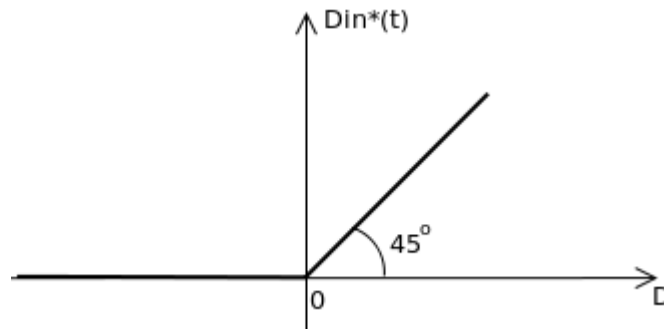


Рис. 12. Оптимальний обсяг залучених депозитів за різних обсягів залучених депозитів при нульовій депозитній ставці

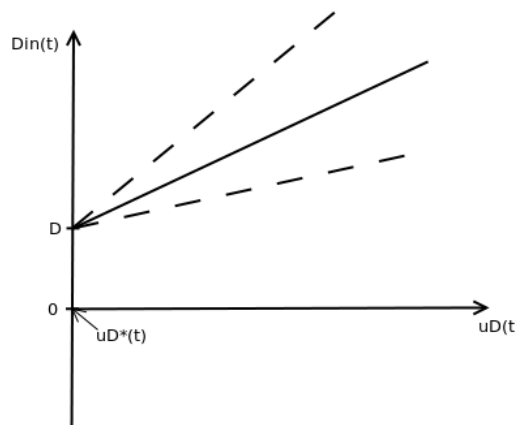


Рис. 13. Зміна оптимальної депозитної ставки в залежності від зміни еластичності пропозиції депозитів при  $D > 0$

При  $D < 0$  оптимальна депозитна ставка знаходиться в оберненій залежності від  $a$ : при його зростанні оптимальна депозитна ставка зменшується, а при його зменшенні оптимальна депозитна ставка зростає.

Коли еластичність попиту на депозити збільшується (зростає  $a$ ), банк зменшує депозитну ставку, оскільки може досягти бажаного обсягу залучених депозитів (в даному випадку нульового) за меншу ціну (відсоткову ставку). І навпаки, при зменшенні еластичності, він змушений пропонувати “купувати” депозити за більшу “ціну” (відсоткову ставку), щоб досягти бажаного обсягу залучених депозитів. Це справедливо за умов, коли немає вкладників, що готові приносити депозити за будь-якої ненульової ставки ( $D = 0$ ) або навіть і за нульової ( $D > 0$ ). В цих же випадках банк не витрачає гроші на купівлю ресурсів, яких у нього вдосталь ( $D = 0$ ) або безкоштовно отримує нові ресурси ( $D > 0$ ), в яких, втім, однаково немає потреби.

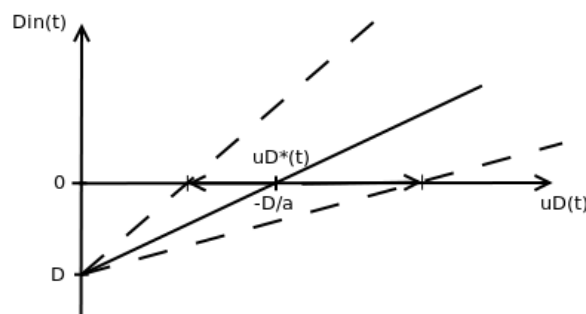


Рис. 14. Зміна оптимальної депозитної ставки в залежності від зміни еластичності пропозиції депозитів при  $D < 0$

11. Якщо еластичність попиту на депозити  $a$  прямує до нескінченності, то оптимальна депозитна ставка прямує до нуля (незалежно від знаку  $D$ ). Нульовий обсяг залучених депозитів банк зможе досягнути за ставки, що прямує до нуля справа.

12. При  $D < 0$  еластичність попиту на депозити не може бути нульовою ( $a = 0$ ), оскільки порушиться припущення про невід'ємність обсягу залучених депозитів. При нульовій еластичності попиту на депозити керування депозитною ставкою не впливає на обсяг залучених депозитів і він буде рівний  $D$ , тобто від'ємним. При  $D \geq 0$  та  $a = 0$ , обсяг залучених депозитів буде невід'ємним, проте порушиться припущення про пряму залежність обсягу залучених депозитів від депозитної ставки.

13. Якщо попит на депозити при нульовій ставці та еластичність попиту на депозити зміняться в однакову кількість разів, оптимальна депозитна ставка не зміниться (незалежно від знаку  $D$ ).

14. Як співвідносяться кредитна та депозитна ставки? При  $D \geq 0$  кредитна ставка більша за депозитну, хоч явно таке співвідношення і не задавалось. При  $D < 0$  все залежить від величини  $K$ ,  $b$ ,  $D$  та  $a$ .

15. Незалежно від знаку  $D$  потреби в депозитній діяльності немає. Це відбувається саме внаслідок того, що у банку достатньо грошових коштів, щоб видати будь-які обсяги кредитів.

**Висновки.** Таким чином, були отримані оптимальні кредитна та депозитна ставка, максимальний прибуток та максимальний капітал на кінець періоду банку, з власним капіталом, достатнім для задоволення максимального попиту на кредити та без врахування запізнення у термінах повернення кредитів.

Наукова новизна полягає у формалізації припущень в потоковій моделі банку, що не враховує запізнення в термінах повернення кредитів та за власного капіталу банку, достатнього для задоволення максимального попиту, побудові та аналізі такої моделі, постановці задачі максимізації капіталу на кінець періоду та її аналітичному розв'язку.

Результати роботи можуть бути використані для ілюстрації кредитної діяльності комерційного банку, ілюстрації парадоксу Бертрана в банківській діяльності, максимальної оцінки прибутку та капіталу комерційного банку в залежності від ринкових умов, ілюстрації та аналізу ринкової ситуації, коли зменшуються водночас і кредитні ставки, і обсяги виданих кредитів (як під час спадів виробництва) та для подальшої розробки на їх основі моделей банківської діяльності та постановки задач керування банком, що враховуватимуть і кредитну, і депозитну діяльність комерційного банку, запізнення в термінах повернення кредитів та депозитів, власний капітал банку, недостатній для задоволення максимального попиту на кредити.

Обґрунтовуються та підсумовуються результати, наукова новизна, практичне та теоретичне значення результатів дослідження

#### Література:

1. Гришин А.Г., Козак Д.В., Умрик А.В., Іваненко В.И., Постановка задачі оптимізації управління комерческим банком // Вестник Национального технического университета "Харьковский политехнический институт". - Х.: 2001. - ч.2, с. 154-157.
2. Гришин О.Г. Стратегічне планування та керування діяльністю банківської установи на основі математичної моделі комерційного банку // Економіка та підприємництво. КНЕУ. - К.: 2004. - Випуск 12, с. 261-266.
3. Дрозд А.О., Капустян В.О. Моделювання кредитного ризику в потоковій моделі банку // Збірник наукових праць «Сучасні проблеми економіки і підприємництва», випуск 5, ч.2. – Київ.: ВПК «Політехніка», 2010. – с. 103-105.
4. Дрозд А.О., Капустян В.О. Ефективне керування рекламними витратами банку // Міжнародний науково-практичний журнал «Економіка та держава». – Київ.: ТОВ «Редакція журналу «Економіка та держава», 2010. - № 6. –с. 65-67.
5. Дрозд А.О., Капустян В.О. До впливу невизначеності у термінах повернених кредитів на грошовий потік банку. // Матеріали II міжнародної науково-методичної конференції «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці». – Чернівці: «ДрукАрт», 2011. – с. 109-110.
6. Дрозд А.О., Капустян В.О. До питання керування кредитною діяльністю банку. // Матеріали XVI всеукраїнської науково-методичної конференції «Проблеми економічної кібернетики». Том 2. – Одеса: ОНПУ, 2011. – с. 105-106.
7. Дрозд А.О. Керування кредитною ставкою комерційного банку з метою максимізації прибутку. // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Економіко-соціальні аспекти реформування та розвитку України». – Київ: КЕНЦ, 2011. – с. 80-82.

8. Дрозд А.О. Порівняння керування кредитною та кредитно-депозитною діяльністю банку з капіталом, достатнім для задоволення максимального попиту на кредити. // Збірник тез V міжнародної науково-практичної конференції «Теорія і практика економічного аналізу: сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку». – Тернопіль: СМП «Тайп», 2011. – с. 96-98.
9. Дрозд А.О. Керування основною діяльністю банку із власним капіталом, достатнім для задоволення максимального попиту на кредити. // Матеріали II Міжнародної конференції молодих вчених ЕМ-2011. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – с. 244-245.
10. Дрозд А.О. До аналізу оптимального керування кредитною ставкою комерційного банку за різних функцій попиту на кредити. // Збірник тез доповідей XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. – с. 111-112.
11. Дрозд А.О. Парадокс Бертрана в потоковій моделі банку. // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Моделювання та прогнозування економічних процесів». – Київ: НТУУ «КПІ», 2011. – с. 7.
12. Дрозд А.О. Огляд питання невизначеності в термінах погашення кредитів. // Матеріали VII Міжнародної конференції «Науково-технічний розвиток: економіка, технології, управління». – Київ: НТУУ «КПІ», 2008. – с. 238.
13. Іваненко В.І. До управління фінансами в комерційних банках / Іваненко В.І., Куц О.В., Гришин О.Г. // Моделювання та інформаційні системи в економіці. Випуск 84. - К.: КНЕУ, 2011. – с. 220-229.
14. Осипенко Д.В. Динамічна модель комерційного банку // Фінанси України. - 2005. - №11. - с. 87-92.
15. Закон України «Про банки і банківську діяльність»: за станом на 7 груд. 2000 р. / Верховна Рада України. — Офіц. вид. — К. : Відомості Верховної Ради України, 2009. — №15, 190 с. — (Бібліотека офіційних видань).

УДК 330.46:658.012.32

**Дунська А.Р.,**  
канд. економ. наук, доцент  
**Поліщук А.С.**

*Національний технічний університет України «КПІ»*

## **НЕЧІТКА ЛОГІКА В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

## **НЕЧЕТКАЯ ЛОГИКА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

## **FUZZY LOGIC IN THE STRATEGIC MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF NATIONAL ENTERPRISES**

*У статті розглянуто можливості практичного застосування теорії нечіткої логіки у стратегічному управлінні зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств для вирішення «м'яких» проблем управління в умовах сучасного мінливого та невизначеного бізнес-середовища. Встановлено, що через важкість ідентифікації, кількісної оцінки, формалізації та алгоритмізації процесу вирішення таких проблем необхідне застосування відмінного від звичайної чіткої логіки методу прийняття управлінських рішень. На прикладі вітчизняного виробничого підприємства-експортера*

промислового обладнання практично доведено доцільність використання нечітких множин і логіко-лінгвістичних систем при вирішенні таких важливих стратегічних проблем зовнішньоекономічної діяльності, як вибір пріоритетного закордонного ринку збуту продукції, а також оцінки поточних результатів (міри виконання поставленої стратегічної цілі).

**Ключові слова:** нечітка логіка, стратегічне управління, зовнішньоекономічна діяльність, підприємство, зовнішній ринок.

*В статье рассмотрены возможности практического применения теории нечеткой логики в стратегическом управлении внешнеэкономической деятельностью отечественных предприятий для решения «мягких» проблем управления в условиях современной изменчивой и неопределенной бизнес-среды. Выявлено, что из-за сложности идентификации, количественной оценки, формализации и алгоритмизации процесса решения таких проблем необходимо применение отличного от обычной четкой логики метода принятия управленческих решений. На примере отечественного производственного предприятия-экспортера промышленного оборудования практически доказана целесообразность использования нечетких множеств и логико-лингвистических систем при решении таких важных стратегических проблем внешнеэкономической деятельности, как выбор приоритетного зарубежного рынка сбыта продукции, а также оценки текущих результатов (степени выполнения поставленной стратегической цели).*

**Ключевые слова:** нечеткая логика, стратегическое управление, внешнеэкономическая деятельность, предприятие, внешний рынок.

*The article deals with the possibility of practical application of fuzzy logic theory in the strategic management of foreign economic activity of national enterprises to solve “soft” management problems in today’s changing and uncertain business environment. It was established due to the difficulty of identification, measurement, formalization and algorithmic of solving such problems is necessary to use other than the usual method of clear logic decision-making. In the case of national manufacturing enterprise that exports industrial machinery it was practically demonstrated the feasibility of using fuzzy sets and logical-linguistic systems in dealing with such important strategic issues of foreign economic activity, as the targeting of foreign market, as well as the evaluation of current results (strategic goals measurement definition).*

**Keywords:** fuzzy logic, strategic management, foreign trade, business, foreign market.

**Вступ.** Сучасне бізнес-середовище в Україні більшою мірою характеризується умовами невизначеності та нестабільності. Для ведення успішної господарської діяльності вітчизняним управлінцям необхідно приймати незапрограмовані, часом ситуативні рішення, що вимагає відповідного рівня досвіду, навичок та інтуїції. Особливо турбулентним і мінливим є світовий ринок, в умовах якого приймати стратегічні рішення стає ще важче. Алгоритмізація і моделювання прийняття стратегічних управлінських рішень на основі звичної чіткої логіки і класичних моделей стратегічного управління втрачає свою ефективність, що в багатьох випадках веде до катастрофічних наслідків.

Для ефективного прийняття рішень при невизначеності умов функціонування системи використовують методи на основі правил нечіткої логіки, дослідженню якої останнім часом приділяється все більше уваги. Великий вклад у розвиток нечіткої логіки і теорії нечітких множин зробили такі дослідники як Лотфі А. Заде, А.В. Макєєва [3], А.С. Єфімов, О.А. Морьонов [5]. Сфері прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності присвятили свої наукові праці А.Т. Зуб [2], Г.В. Місько [4] та інші.

Слід зазначити, що в наукових доробках як вітчизняних так і зарубіжних вчених ґрунтовно опрацьовано теоретико-методологічну основу загального використання нечіткої логіки і теорії нечітких множин, зокрема і в управлінні, окреслено проблематику і перспективи розвитку механізму прийняття управлінських рішень в умовах мінливості і недостатності інформації. В той же час більш глибокого дослідження потребує питання удосконалення стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств як основи успішної господарської діяльності із практичним застосуванням нових, більш дієвих та ефективних методів економіко-математичного моделювання, нечіткої логіки як альтернативи для вирішення незапрограмованих, неформалізованих і неоднозначних стратегічних проблем, з якими тісно пов'язане сучасне бізнес-середовище.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження сфери використання нечіткої логіки в системі стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств в умовах невизначеності, визначення можливих шляхів удосконалення процесу прийняття стратегічних рішень щодо вибору

зовнішнього ринку збуту із практичним застосуванням нечітких множин і логіко-лінгвістичних систем.

**Методологія.** Теоретико-методологічну та інформаційну основу дослідження складають наукові праці та методичні розробки провідних вітчизняних і зарубіжних учених у галузі нечіткої логіки, а також прийняття управлінських рішень. Вирішення наукових завдань здійснювалось з використанням наступних методів дослідження: аналіз та формалізація при виявленні можливостей застосування нечіткої логіки у стратегічному менеджменті вітчизняних підприємств, порівняння для визначення відмінностей між «жорсткими» і «м'якими» проблемами управління; абстрагування, систематизація і моделювання для визначення міри виконання поставленої стратегічної цілі, а також вибору найбільш привабливого закордонного ринку для експорту вітчизняної продукції.

**Результати дослідження.** Динамізм економічних та соціальних процесів у суспільстві, швидка зміна кон'юнктури внутрішнього та зовнішнього ринків, необхідність забезпечення стабільного розвитку підприємств в довгостроковій перспективі вимагає ефективного застосування стратегічного управління в діяльності підприємств, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Стратегічне управління – це реалізація концепції, в якій поєднуються цільовий, системний, ситуаційний та інтегральний підходи до діяльності підприємства, що дає змогу встановлювати цілі розвитку порівнювати їх з наявними можливостями та приводити їх у відповідність з останніми, розробляючи та реалізуючи систему стратегій [1, с. 25]. Однією із основних завдань стратегічного управління підприємством є вирішення стратегічних проблем.

Під стратегічними проблемами слід розуміти невідповідність поточного стану керованого об'єкта поставленим стратегічним цілям. Для визначення стратегічних проблем необхідна правильна і достовірна оцінка вихідного стану об'єкта (організації), своєчасний вибір стратегічних цільових пріоритетів і порівняння їх між ними.

На відміну від оперативних, стратегічні проблеми далеко не завжди привертають увагу вищого керівництва. Більш того, якщо їх спеціально не виявляти, стратегічні проблеми можуть залишитися непоміченими на тлі оперативних питань. Підприємства зазвичай вкрай повільно реагують на зміну ситуації, на необхідність відволіктися від оперативних проблем і зайнятися вирішенням стратегічних завдань.

Сучасні економічні реалії потребують своєчасної адекватної реакції в першу чергу на стратегічні, а не на оперативні проблеми. Це пов'язано з посиленням впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства, зростанням її невизначеності і непередбачуваності: застарівають технології, насичується попит, відбувається швидке моральне старіння продуктів, посилюється конкуренція, розширюються глобальні ринки і т.д.

Якщо зовнішнє середовище виявляється досить мінливим і (або) рівень попиту близький до насичення, фірма не може дозволити собі займатися виключно оперативними питаннями. Постійна ефективна діяльність (а іноді і саме виживання) фірми неможлива, якщо її керівництво не приділяє особливої уваги виявленню та вирішенню стратегічних проблем.

Прагнення до структурного пізнання та уникнення невизначеності є природним бажанням будь-якого керівництва. Саме цей факт призвів до виникнення методології поділу управлінських проблем на «жорсткі» і «м'які». Вихідним положенням даного поділу є визнання того, що успіх або невдача прийнятого рішення залежить від невизначеності початкових умов і ймовірних змін умов його реалізації під впливом мінливої обстановки [2, с. 18-19].

Добре окреслені проблеми, що піддаються аналізу та мають одне певне визначене чи найліпше рішення називаються жорсткими. Такі проблеми не викликають труднощів, адже відома методика їх вирішення. Єдиною задачею в цьому випадку буде побудова алгоритмів рішень, що забезпечують їх прийнятну якість.

Проте значна кількість проблем не піддаються аналогічному аналізу, не мають ясних і однозначних рішень, адже багато з факторів, що розглядаються, не піддаються формальній оцінці, їх важко виміряти кількісно або їх вплив і наслідки такого впливу непередбачувані. Можна тільки робити прогнози. Не можна точно сказати, яке саме рішення є правильним. Даний тип проблем відносять до м'яких. Отже, необхідний якийсь інший підхід, в якому заздалегідь враховується відсутність відповіді, що перевіряється за умовами завдання. Дана особливість характеризує відмінності між двома типами протилежних проблемам, що називаються жорсткими і м'якими (табл. 1).

Розглядаючи стратегічні проблеми управління вітчизняними підприємствами в умовах сучасного зовнішнього середовища за поданою вище класифікацією, у більшості випадків слід відносити їх до м'яких. Однак постає питання про те, як саме вчасно ідентифікувати та діяти у випадку з м'якими проблемами, де не тільки неможлива побудова алгоритмів, але і часто важко певно вибудувати послідовність дій для вирішення проблеми.

## Ідентифікація жорстких і м'яких проблем

Жорсткі проблеми	М'які проблеми
Єдине зрозуміле рішення Рішення є однозначним Відомо, що являє собою проблема Відомо, що потрібно дізнатися Метод рішення очевидний Проблема структурована Проблема ясно окреслена	Зрозумілих рішень немає Рішень може бути кілька Невідомо, що являє собою проблема Невідомо, що потрібно дізнатися Метод рішення не очевидний Проблема не структурована Проблема не має чітких кордонів

Джерело: [2]

У цьому випадку на допомогу приходять теорія нечіткої логіки і нечітких множин, яка є одним з найбільш перспективних напрямків наукових досліджень в галузі аналізу, прогнозування та моделювання економічних явищ і процесів.

Нечітка логіка (від англ. fuzzy logic) як наука була започаткована американським вченим іранського походження Лотфі А. Заде (Lotfi A. Zadeh). На противагу булевій алгебрі, яка має лише дві величини (0 та 1, правда чи неправда) у нечіткій логіці існують також перехідні величини (стани) [3, с. 7].

Теорія нечітких множин ідеально описує суб'єктивний фактор діяльності осіб, які приймають рішення. Ступінь впевненості експерта в оцінці може моделюватися функцією приналежності, носієм якої є допустима безліч значень аналізованого фактору. Більше того, особа, що приймає рішення, одержує можливість кількісної інтерпретації ознак, спочатку сформульованих якісно, в термінах природної мови.

Нечітко-множинні моделі швидко знайшли своє застосування у вигляді програмного забезпечення для персональних комп'ютерів, що дозволяє як менеджерам різного рівня, так і власникам підприємств приймати економічно обґрунтовані рішення. Нечітка логіка дозволяє описувати якісні, неточні поняття і наші знання про навколишній світ, а також оперувати цими знаннями з метою отримання нової інформації. Засновані на цій теорії методи побудови інформаційних моделей істотно розширюють традиційні галузі застосування комп'ютерів і утворюють самостійний напрям науково-прикладних досліджень, яке отримало спеціальну назву – нечітке моделювання [4].

Є дві найважливіші особливості теорії нечіткої логіки, які зумовлюють можливість її використання в стратегічному управлінні: наявність нечітких множин і застосування лінгвістичних інтерпретацій.

Наприклад, однією із стратегічних цілей компанії є досягнення через 5 років щорічного чистого прибутку від зовнішньоекономічної діяльності у розмірі 1 млн. грн. (і більше). У цьому випадку дана ціль вважається цілком виконаною, якщо за результатами запланованого періоду компанія отримала 1 млн. грн. чистого прибутку. Якщо чистий прибуток виявився меншим, ціль вважається невиконаною (рис. 1).

Тобто, як видно з рис. 1, ціль може бути або виконана або невиконана (виконання поставленої цілі приймає значення або 0 або 1).

Проте, на практиці така чітка градація звичайної чіткої множини виявляється не досить зручною для застосування. Наприклад, якщо компанія отримала 999 тис. грн. чистого прибутку, чи може це свідчити про повне невиконання поставленої цілі?

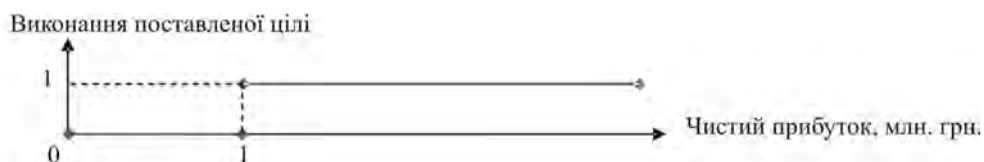


Рис. 1. Приклад використання чіткої множини  
Джерело: складено авторами на основі [3, с. 20]

У реальному житті у більшості випадків застосовуються нечіткі множини та лінгвістичні інтерпретації, які є більш зрозумілими та допомагають детальніше дослідити і проаналізувати отримані результати (рис. 2):

- ціль цілком невиконана (відповідає значенню  $< 0,2$ );
- ціль майже невиконана (відповідає значенню  $0,2 - 0,4$ );

- ціль виконана частково (відповідає значенню 0,4 – 0,6);
- ціль майже виконана (відповідає значенню 0,6 – 0,8);
- ціль цілком виконана (відповідає значенню > 0,8).

Із зростанням чистого прибутку імовірність повного виконання поставленої цілі зростає від 0 до 1, поступово приймаючи відповідні проміжні значення, яким відповідають встановлені лінгвістичні терми.

Наприклад, якщо чистий прибуток компанії в кінці запланованого періоду буде складати 250 тис. грн., то, відповідно до введених лінгвістичних змінних, можна вважати, що поставлена ціль майже невиконана; якщо 500 тис. грн. – виконана частково; 750 тис. грн. – майже виконана.

Виконання поставленої цілі

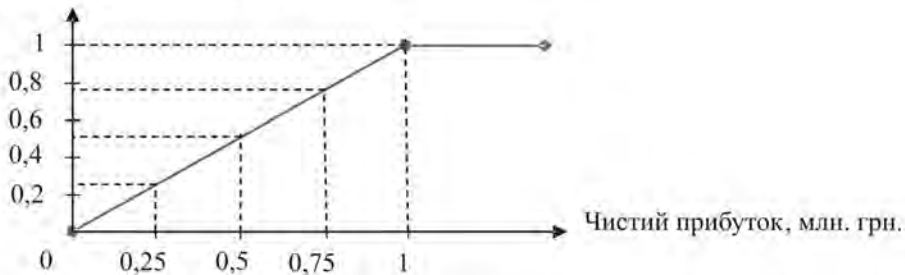


Рис. 2. Приклад використання нечіткої множини із лінгвістичною інтерпретацією  
Джерело: складено авторами на основі [3, с. 21]

Наведений приклад являє собою найпростіше застосування нечіткої множини для опису виконання поставленої стратегічної цілі. Подібне використання нечітких множин і операцій над ними відкриває безмежні простори для описання і подальшої словесної інтерпретації тих чи інших процесів, що мають перехідні величини і не можуть бути описані з погляду класичної чіткої логіки.

Логіко-лінгвістичні методи опису систем засновані на тому, що поведінка досліджуваної системи описується в природному (або близькому до природного) мовою в термінах лінгвістичних змінних [5]. Вхідні і вихідні параметри системи розглядаються як лінгвістичні змінні, а якісний опис процесу задається сукупністю висловлювань такого вигляду:

Якщо «лінгвістична змінна 1» є «терм лінгвістичної змінної 1» і «лінгвістична змінна 2» є «терм лінгвістичної змінної 2» і ... і «лінгвістична змінна n» є «терм лінгвістичної змінної n», то «вихідна лінгвістична змінна» є «терм вихідної лінгвістичної змінної».

Прикладом може служити 2 факторна логіко-лінгвістична нечітка система обрання найбільш привабливого цільового ринку зарубіжної країни для експорту ножів та ріжучих лез для машин та механічних пристроїв вітчизняного підприємства.

У даному випадку розглядаються чотири можливі ринки збуту для вітчизняної продукції (табл. 2), які характеризуються двома критеріями відбору: ємність ринку і кількість конкурентів (таких критеріїв може бути і більше, саме така кількість взята для спрощеного розуміння системи). Метою системи є визначення ступеню впевненості обрання того чи іншого варіанту (країни) для організації зовнішньоекономічної діяльності.

Таблиця 2

**Можливі ринки збуту вітчизняної продукції**

Країна	Ємність ринку, млн. дол. США	Темп росту ринку
Росія	85,33	1,07
Румунія	23,10	1,11
Білорусія	17,16	1,02
Казахстан	9,65	1,47

Джерело: складено авторами на основі даних [6]

Розглянемо детальніше множини визначення і лінгвістичних термів наведених критеріїв, а також впевненості обрання цільового ринку (табл. 3):

**Множини визначення і лінгвістичних термів критеріїв,  
а також впевненості обрання цільового ринку збуту вітчизняної продукції**

Критерій	Ємність ринку	Темп росту ринку	Впевненість обрання
Множина визначення	[0, 100]	[0,7, 1,4]	[0, 100]
Множина термів	{низька, середня, велика, дуже велика}	{наближення до кризи, стагнація, позиційне зростання, прискорене зростання}	{не розглядається, мала, середня, повна}

Джерело: складено авторами на основі [5]

Відповідні графічні зображення множин визначення і лінгвістичних термів критеріїв обрання цільового ринку збуту вітчизняної продукції приведені на рис. 3-4.

Ємність ринку (млн. дол. США)

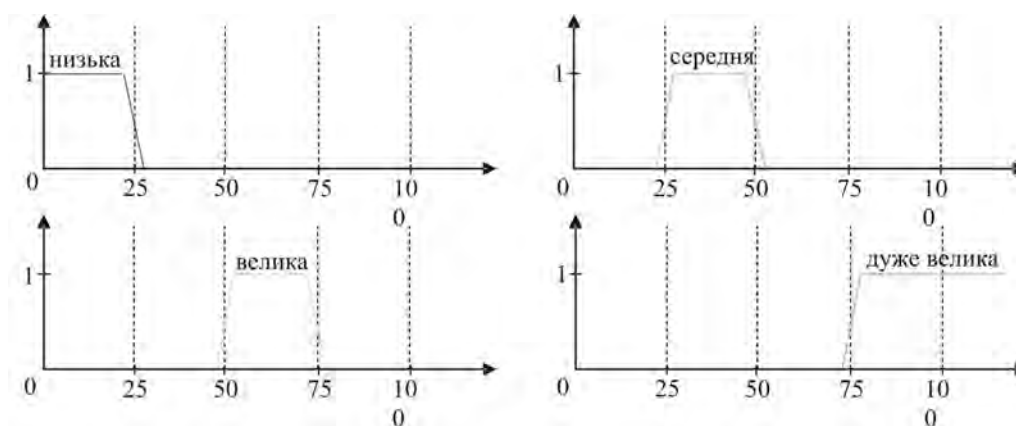


Рис. 3. Графічне зображення множин визначення і відповідних логіко-лінгвістичних термів ємності цільового ринку досліджуваних країн

Джерело: складено авторами на основі [5]

Темп росту ринку

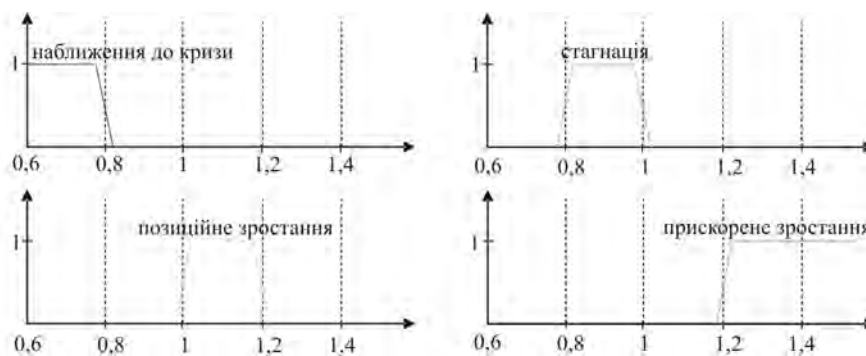


Рис. 4. Графічне зображення множин визначення і відповідних логіко-лінгвістичних термів темпів росту цільового ринку досліджуваних країн

Джерело: складено авторами на основі [5]

Отже, відповідно до табл. 3, рис. 3-4 вхідні лінгвістичні змінні для критеріїв відбору зарубіжних ринків приймуть такі значення для країн (табл. 4):



Таблиця 4

**Вхідні лінгвістичні змінні критеріїв відбору зарубіжних ринків вітчизняної продукції**

Країна	Ємність ринку, млн. дол. США	Темп росту ринку
Росія	дуже велика	позиційне зростання
Румунія	низька	позиційне зростання
Білорусія	низька	позиційне зростання
Казахстан	низька	прискорене зростання

Джерело: складено авторами

Відповідним чином будуються графік впевненості обрання цільового ринку збуту вітчизняної продукції (рис. 5).



Рис. 5. Графічне зображення множин визначення і відповідних логіко-лінгвістичних термів впевненості обрання цільового ринку збуту вітчизняної продукції

Джерело: складено авторами на основі [5]

Приведена до загального вигляду логіко-лінгвістична система набуває виду (варіант, рис. 6):



Рис. 6. Варіант загального вигляду логіко лінгвістичної системи впевненості обрання цільового ринку збуту вітчизняної продукції \*

Джерело: складено авторами на основі [5]

Результати всіх комбінацій приведеної логіко-лінгвістичної системи приведені у табл. 5:

Таблиця 5

**Логіко-лінгвістична система вибору закордонного ринку збуту вітчизняної продукції**

Вхідні лінгвістичні змінні		Вихідна лінгвістична змінна
Ємність ринку	Темп росту ринку	Впевненість обрання
низька	наближення до кризи	не розглядається
низька	стагнація	не розглядається
низька	позиційне зростання	мала

Вхідні лінгвістичні змінні		Вихідна лінгвістична змінна
Ємність ринку	Темп росту ринку	Впевненість обрання
низька	прискорене зростання	мала або середня (з точністю 0,5)
середня	наближення до кризи	не розглядається
середня	стагнація	мала
середня	позиційне зростання	мала або середня (з точністю 0,5)
середня	прискорене зростання	середня
велика	наближення до кризи	мала
велика	стагнація	мала або середня (з точністю 0,5)
велика	позиційне зростання	середня
велика	прискорене зростання	середня або повна (з точністю 0,5)
дуже велика	наближення до кризи	мала або середня (з точністю 0,5)
дуже велика	стагнація	середня
дуже велика	позиційне зростання	середня або повна (з точністю 0,5)
дуже велика	прискорене зростання	повна

Джерело: складено авторами на основі [5]

Таким чином, зіставивши вихідні лінгвістичні змінні відповідно до значень вхідних досліджуваних країн, можемо з легкістю зробити вибір найбільш пріоритетного закордонного ринку збуту ножів та ріжучих лез для машин та механічних пристроїв вітчизняного підприємства (табл. 6):

Таблиця 6

**Впевненість обрання найбільш пріоритетного закордонного ринку збуту вітчизняної продукції**

Країна	Впевненість обрання
Росія	середня або повна (з точністю 0,5)
Румунія	мала
Білорусія	мала
Казахстан	мала або середня (з точністю 0,5)

Джерело: складено авторами

Цілком очевидно, що найбільш пріоритетною країною для організації експорту ножів та ріжучих лез для машин та механічних пристроїв вітчизняним підприємством за обраними критеріями відбору (ємність і темп росту ринку) є Росія.

**Висновки.** Отже, результатом проведеного дослідження є визначення можливих сфер застосування теорії нечіткої логіки та нечітких множин в системі стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, а саме для вирішення так званих «м'яких проблем», тобто тих, що важко ідентифікувати, проаналізувати, систематизувати, надати їм кількісну оцінку і застосувати звичний алгоритм їх вирішення. До проблем такого типу відноситься процедура вибору зовнішнього ринку збуту підприємства.

Наукова новизна представленого дослідження полягає у застосуванні апарату нечіткої логіки для обґрунтування вибору пріоритетного закордонного ринку збуту продукції підприємством-експортером. Як було досліджено на прикладі експорту ножів та ріжучих лез для машин та механічних пристроїв вітчизняного підприємства, теорія нечіткої логіки може бути активно впроваджена в процес оцінки поточних результатів (ступеню виконання поставленої цілі) або визначення найбільш пріоритетної альтернативи подальшої господарської діяльності, виходячи із встановлених критеріїв відбору.

Використання наведених методів економіко-математичного моделювання фактично не має обмежень, що у поєднанні із відносною простотою свого використання, зумовлює перспективність і актуальність подальшого їх вивчення і впровадження у вітчизняне управління.

**Література:**

1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління [Текст]: підручник. / З.Є. Шершньова. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699 с.
2. Зуб А.Т. Принятие управленческих решений. Теория и практика [Текст]: учеб. пособ. / А.Т. Зуб. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010. – 400с.
3. Макеева А.В. Основы нечеткой логики. [Текст]: учеб. пособ. / А.В. Макеева. – Н.Новгород: ВГИПУ, 2009. – 59 с.
4. Місько Г.В. Обґрунтування застосування теорії нечітких множин в оцінці економічної стратегії підприємств харчової промисловості [Електронний ресурс] / Г.В. Місько // Одеський державний економічний університет (Україна). - Київ, 2009. - Режим доступу: [http://www.sfpk.at.ua/\\_fr/0/9014163.doc](http://www.sfpk.at.ua/_fr/0/9014163.doc)
5. Ефимов А.С. Основы нечеткой логики, логико-лингвистические модели [Електронний ресурс] / А.С. Ефимов, О.А. Морёнов // материалы семинара ITLab. Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. - Н. Новгород, 2004. - Режим доступу: [http://www.itlab.unn.ru/fuzzylogic/fuz\\_logic.pdf](http://www.itlab.unn.ru/fuzzylogic/fuz_logic.pdf)
6. UNdata – UN statistical databases [Електронний ресурс] / The United Nations Statistics Division (UNSD) of the Department of Economic and Social Affairs (DESA). – Режим доступу: <http://data.un.org>.

УДК 65.012.8

**Пічугіна М.А.**

канд. економ. наук

**Матвійчук О.В.**

Національний технічний університет України «КПІ»

**СТВОРЕННЯ ДИНАМІЧНОЇ СИСТЕМИ  
ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА****СОЗДАНИЕ ДИНАМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ****CREATING THE DYNAMIC SYSTEM  
OF ENTERPRISE ECONOMIC SECURITY**

*В статті розглянуто засади створення системи економічної безпеки підприємства. Розглянуто поняття економічної безпеки підприємства та системи економічної безпеки підприємства. Акцентовано увагу тому, що системи економічної безпеки – це відносно відокремлений складний елемент управління підприємством в цілому. Запропоновано вихідні складові такої системи та визначено її елементи: цілі, суб'єкти забезпечення економічної безпеки, об'єкти безпеки, механізми забезпечення безпеки, режими функціонування системи забезпечення економічної безпеки, ідентифіковані загрози економічній безпеці підприємства. Представлено опорно-графічну схему динамічної системи забезпечення економічної безпеки підприємства (складова фінансової безпеки) на прикладі ПАТ «Агрорат» з використанням дерева індикаторів, дерева рішень та виконавців. Для прийняття рішення щодо забезпечення економічної безпеки підприємства запропоновано використати методику рішення оптимізаційних задач в нечітких умовах пріоритетності альтернатив.*

**Ключові слова:** економічна безпека, динамічна система економічної безпеки

*В статье рассмотрены основы создания системы экономической безопасности предприятия. Рассмотрены понятия экономической безопасности предприятия и системы безопасности*

предприятия. Акцентируется внимание на том, что системы безопасности – это относительно обособленный сложный элемент управления предприятием в целом. Предложено исходные составляющие такой системы и определены ее элементы: цели, субъекты экономической безопасности, объекты безопасности, механизмы обеспечения безопасности, режимы функционирования системы обеспечения экономической безопасности, идентифицированные угрозы экономической безопасности предприятия. Представлена опорно-графическая схема динамической системы обеспечения экономической безопасности предприятия (составляющая финансовая безопасность) на примере ПАТ «Агромат» с использованием дерева индикаторов, дерева решений и исполнителей. Для принятия решения по обеспечению экономической безопасности предприятия предложено использовать методику решения оптимизационных задач в нечетких условиях приоритетности альтернатив.

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, динамическая система экономической безопасности

*The article is devoted to the principles of creation of economic security system. The concepts of economic security and of economic security are concerned. It is stated that the economic security system is a relatively secluded complex element of enterprise management in general. The initial components of the system and its elements are defined: goals, entities providing economic security, security facilities, safety mechanisms, modes of operation to ensure the economic security and identified threats to company's economic security. The basic graphical scheme of the dynamic system of economic security (in part of financial security) is submitted. PAT "Agromat" is considered as an example. The indicators tree, decision tree and executives are used. To find a decision in providing economic security is proposed to use the method solution of optimization problems under uncertainty.*

**Keywords:** economic security, dynamic system of economic security

**Вступ.** У сучасних умовах господарювання процес успішного функціонування українських підприємств багато в чому залежить від модернізації їх діяльності в сфері забезпечення економічної безпеки. Адже вітчизняна економіка перебуває у стані трансформації, що вимагає від усіх підприємств, незалежно від форм власності та методів господарювання, вміння виживати в умовах конкурентної боротьби та криміналізації суспільства, пристосовуватись до динамічних змін в політиці, економіці і суспільстві в цілому. На даному етапі проблеми економічної безпеки були і є предметом досліджень багатьох учених. Серед них: Л.В. Гнилицька, П.А. Колпаков, О.Л. Коробчинський, І.В. Чібісова та інші [1-6]. Однак наявне відставання теоретичної бази досліджень від практичного забезпечення успішного і безпечного розвитку суб'єктів господарювання і формування системи їх економічної безпеки.

**Постановка завдання.** Метою роботи є розроблення динамічної системи економічної безпеки підприємства, наведення початкових складових такої системи та представлення її графічно-опорної схеми.

**Методологія.** У роботі були використані такі методи дослідження: метод експертних оцінок (для обґрунтування прийняття рішень); графічний метод (для побудови структурно-логічних схем); метод індукції і дедукції (для теоретичного узагальнення існуючих понять).

**Результати дослідження.** Однією з передумов успішного функціонування підприємства в умовах мінливого середовища є наявність системи економічної безпеки (далі СЕБ), завданнями якої є прогнозування значущих подій, реагування та попередження загроз. Також слід відмітити, що для забезпечення безпечної роботи підприємства необхідно створення системи комплексного захисту, яка є самостійною, відособленою від інших систем підприємства, наприклад, виробничих. Але її відособленість є відносною, тому що СЕБ – це складний елемент управління підприємством в цілому. Типових рецептів для цього не існує: СЕБ індивідуальна на кожному підприємстві, тому що залежить від унікальної сукупності внутрішніх та зовнішніх факторів.

Найчастіше економічна безпека підприємства визначається як стан господарюючого суб'єкта, коли ресурси використовуються найбільш ефективно для забезпечення його сталого функціонування, а також запобігання різних загроз діяльності організації [1, с. 265].

Подібний підхід передбачає створення системи економічної безпеки підприємства як сукупності взаємопов'язаних елементів, діяльність яких спрямована на протидію внутрішнім і зовнішнім загрозам з метою захисту економічних інтересів і загалом створення безпечних умов для розвитку підприємства. Структура системи економічної безпеки має містити такі елементи: цілі, суб'єкти забезпечення економічної безпеки, об'єкти безпеки (капітал; керівництво та персонал підприємства; інформаційні ресурси підприємства; об'єкти інтелектуальної власності; імідж підприємства тощо), механізми забезпечення безпеки (функції, форми, методи, засоби), режими функціонування

системи забезпечення економічної безпеки (повсякденний, підвищеної готовності), ідентифіковані загрози економічній безпеці.

Основне призначення подібних систем полягає в забезпеченні функцій збору, систематизації та аналізу інформації, необхідної для прийняття стратегічних управлінських рішень. СЕБ є складовою частиною системи управління організацією [7, с. 178].

Каркасом розроблення системи буде оцінювання рівня економічної безпеки за допомогою дерева індикаторів. Жодна зі складових дерева індикаторів не має переваги над іншою, одночасно вони пов'язані одна з одною. Дерево індикаторів може бути представлено картою з численними точками-входами. Разом з тим, економічна безпека – це багатовимірний простір. Індикатори (показники) рівня загроз визначаються кожним підприємством на основі бачення потенційних ризиків, можливих втрат та вірогідності їх настання. Дерево індикаторів, система фільтрів та визначені критичні зони (нормальна, передкризова, кризова) для кожного індикатора пов'язані з деревом рішень, яке містить сценарії розвитку подій та можливі контрзаходи з боку підприємства. При чому, кожен варіант рішення передбачає конкретних виконавців для прийняття рішення та його виконання (або в рамках власної служби безпеки, або через аутсорсинг).

Подібний підхід до створення СЕБ підприємства охоплює зв'язки між кількісними і якісними показниками, стратегічним і операційним рівнями управління, минулими і майбутніми результатами, а також між внутрішніми і зовнішніми аспектами діяльності підприємства [3, с. 43].

При використанні дерева індикаторів ефективність управління значно підвищується внаслідок коректності відображення в моделі самого об'єкта безпеки, тому що показники в дереві наводяться по напрямкам діяльності підприємства, основним ресурсам або по основним ризикам.

Наступним етапом є проектування дерева рішень та виконавців, що дозволить функціонувати системі економічної безпеки у вигляді стратегії, тобто дозволить програвати можливі ситуації при реалізації ризику або прийняття управлінського рішення. Рішення оптимізаційних задач в нечітких умовах пріоритетності альтернатив дасть можливість виявляти оптимальні рішення поточних завдань.

Застосування динамічної моделі вирішує питання про потенційну працездатність об'єктів (системи економічної безпеки), встановлює залежність характеристик від різних параметрів. А застосування оптимізаційних завдань на конкретних ділянках дозволить вибрати варіанти рішень.

Принцип роботи подібних адаптивних систем заснований на постійній обробці поточної інформації, яка компенсує недолік апріорних даних. Для оновлення інформації в моделі економічної безпеки пропонується покладання функцій через посадові обов'язки на відповідальних осіб бізнес-підрозділів підприємства. Введення оперативної інформації необхідно здійснювати з логічно виправданою періодичністю, при цьому, частота введення даних визначається для кожного бізнес-підрозділу індивідуально, залежно від виокремлених індикаторів.

Функціонування адаптивної (гнучкої) системи економічної безпеки відбувається через поділ складного завдання на більш прості, а саме шляхом виділення процесів на рівні центрів відповідальності (бізнес-підрозділів), для яких і вирішуються оптимізаційні задачі. При отриманні рішень простих завдань вирішується оптимізаційна задача по конкретному рівню економічної безпеки. Далі з використанням отриманих рішень-виграшів вирішується оптимізаційна задача на рівні економічної безпеки підприємства.

В цілому система формується по наведеному алгоритму, але з врахуванням індивідуальності елементів для кожного підприємства. Для практичного відображення представимо фрагмент дослідження фінансової складової економічної безпеки на прикладі ПАТ «Агромат» (рис. 1).

Динамічність отриманій СЕБ надає постійний аналіз індикаторів економічної безпеки, визначення критичних зон, можливість моніторингу в цілому та за окремими напрямками. А можливість швидкого вибору оптимального рішення надає системі адаптивності до змінних умов.

Схема передбачає також визначення конкретних виконавців на кожному рівні управління. Зображений рисунок охоплює лише фінансову безпеку і спрощений алгоритм. Данні для оцінювання показників вносяться в базу працівниками фінансово-економічного відділу або автоматично переносяться зі стандартних форм фінансової звітності.

Оцінювання об'єктів безпеки таких як імідж підприємства передбачає використання методу експертних оцінок, який дозволяє перевести якісні показники в кількісні. Підприємство саме визначає експертів по кожній складовій дерева індикаторів, питання при опитуванні (Check lists) та періодичність аналізу. Для об'єктивності оцінювання доцільно розраховувати коефіцієнти коркордації (визначення узгодженості думок експертів) та методику Сааті для інтерпретації результатів анкетування.

Точкою прийняття рішення на запропонованій схемі є досягнення показника фінансової стійкості кризового рівня. Хоча алгоритмом може бути передбачено моніторинг не тільки узагальнюючого

показника, але і відслідковування рівня кожного зі складових показників, відповідно, точка прийняття рішення буде раніше.

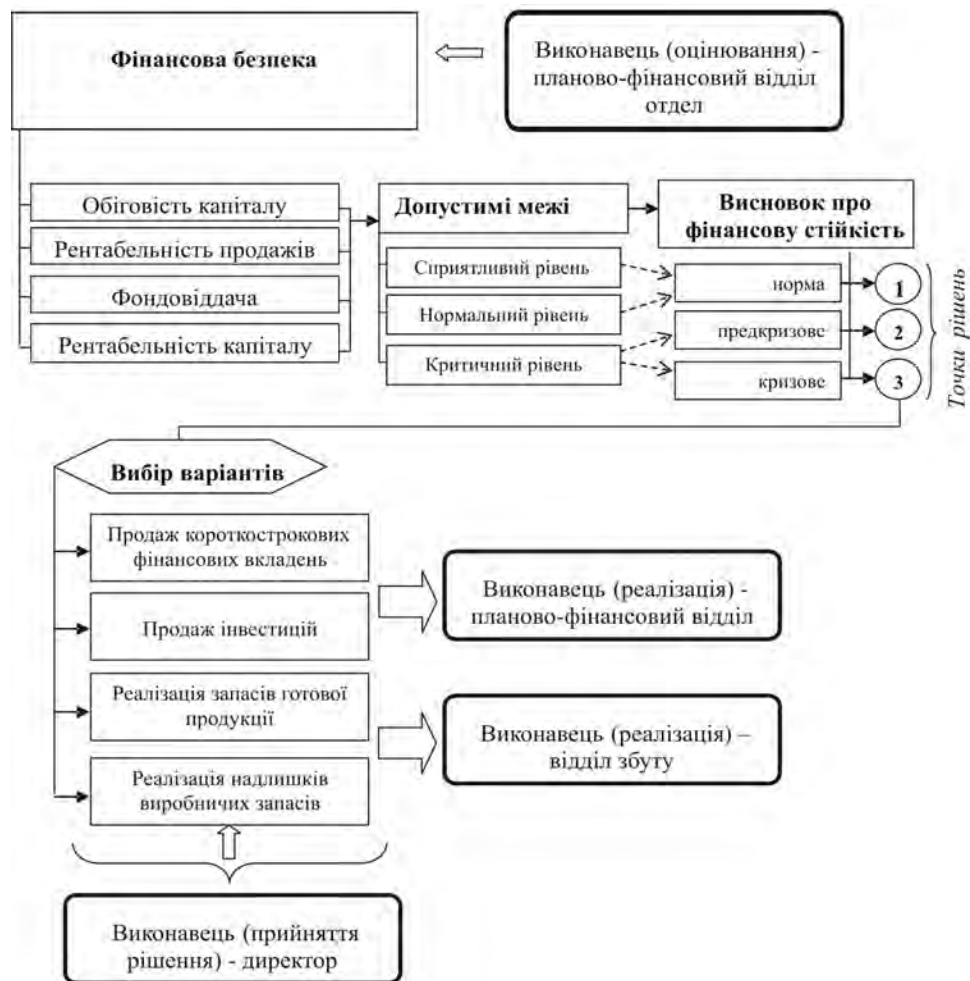


Рис. 1. Опорно-графічна схема динамічної системи забезпечення економічної безпеки підприємств (складова – фінансова безпека)

Побудоване дерево рішень для точки прийняття рішень №3 (показник фінансової стійкості досяг кризового рівня) передбачає чотири базових варіанти, кожен з яких можна продовжити та розбити:

- $x_1$  – продаж короткострокових фінансових вкладень;
- $x_2$  – продаж інвестицій;
- $x_3$  – продаж запасів готової продукції;
- $x_4$  – продаж надлишкових виробничих запасів.

Для пошуку найбільш оптимального рішення пропонується скористатися критеріями оцінки альтернативних рішень (табл. 1).

Таблиця 1

#### Критерії відбору рішень

Найменування критерію	Позначення	Значимість $w_j, j = \overline{1, m}$
швидкість втілення	$R_1$	0,3
витрати праці	$R_2$	0,25
обсяг отриманих коштів	$R_3$	0,45

За оцінками експертів, критерії встановлюють такі відношення переваги на множині альтернатив:

$$R_1: x_1 \prec x_3; x_1 \approx x_2; x_3 \approx x_4; R_2: x_1 \succ x_2, x_1 \prec x_3, x_4 \succ x_3;$$

$$R_3: x_1 \prec x_2, x_1 \succ x_3, x_3 \approx x_4, x_3 \prec x_2.$$

Задача полягає в тому, щоб вибрати рішення з найбільшими оцінками за всіма критеріями оптимальності (нечітких відношень переваги):

1. Побудуємо матрицю відношення  $R_1$  (таб.2),  $w_1 = 0.3$ .

$$\mu_R(x_i, x_j) = \begin{cases} 1, & \text{якщо } x_i \succ x_j \text{ або } x_i \approx x_j; \\ 0, & \text{якщо } x_i \prec x_j. \end{cases}$$

Таблиця 2

Матриця відношення  $R_1$

$x_i \mid x_j$	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$
$x_1$	1	1	0	0
$x_2$	1	1	0	0
$x_3$	1	1	1	1
$x_4$	1	1	1	1

2. Аналогічно будуємо матрицю відношення  $R_2$  та  $R_3$

3. Будуємо згортку відношень  $Q_1 = R_1 \cap R_2 \cap R_3$  (табл.3).

Таблиця 3

Згортка відношень  $Q_1$

$x_i \mid x_j$	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$
$x_1$	1	0	0	0
$x_2$	0	1	0	0
$x_3$	0	0	1	0
$x_4$	0	0	1	1

4. Знаходимо підмножину недомінованих альтернатив  $\mu_{Q_1}^{nd}$ :

$$\mu_{Q_1}^{nd}(x) = 1 - \max\{\mu_{Q_1}^{nd}(x_j, x_i) - \mu_{Q_1}^{nd}(x_i, x_j)\}$$

$$\mu_{Q_1}^{nd}(x_1) = 1 - \max\{(0-0); (0-0); (0-0)\} = 1$$

$$\mu_{Q_1}^{nd}(x_2) = 1 - \max\{(0-0); (0-0); (0-0)\} = 1$$

$$\mu_{Q_1}^{nd}(x_3) = 1 - \max\{(0-0); (0-0); (1-0)\} = 0$$

$$\mu_{Q_1}^{nd}(x_4) = 1 - \max\{(0-0); (0-0); (0-1)\} = 1$$

Таким чином  $\mu_{Q_1}^{nd}(x) = [1; 1; 0; 1]$

5. Будуємо  $Q_2$  (адитивну згортку відношень  $R_j$ ),  $Q_2 = \sum_{j=1}^{m=4} \omega_j f_j(x)$ , знаходимо її функцію

належності  $\mu_{Q_2}(x_i, x_j) = \sum_{k=1}^4 w_k \mu_{R_k}(x_i, x_j)$  та будуємо матрицю відношення  $Q_2$  (табл.4).

Згортка відношень  $Q_2$ 

$\mu_{Q_2}(x_i x_j) =$	$x_i   x_j$	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$
	$x_1$	1	0,55	0,45	0,45
	$x_2$	0,75	1	0,45	0,45
	$x_3$	0,55	0,55	1	0,75
	$x_4$	0,55	0,55	1	1

6. Будуємо матрицю відношення  $Q_2^s$  і знаходимо множину невідомованих альтернатив по відношенню  $Q_2$  (табл.5).

Таблиця 5

Матриця відношень  $Q_2$ 

$\mu_{Q_2^s}(x_i x_j) =$	$x_i   x_j$	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$
	$x_1$	0	0	0	0
	$x_2$	0,2	0	0,20	0
	$x_3$	0,1	0,1	0	0
	$x_4$	0,1	0,1	0,25	0
	$\mu_{Q_2}^{nd}$	0,8	0,9	0,75	1

7. Знаходимо перетин множин  $Q_1^{nd}$ ,  $Q_2^{nd}$  і обчислюємо функцію належності результуючої підмножини  $Q_{nd} = Q_1^{nd} \cap Q_2^{nd}$  (табл.6).

Таблиця 6

Результат пошуку оптимального рішення

$x_i$	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$
$\mu_{Q_1}^{nd}$	1	1	0	1
$\mu_{Q_2}^{nd}$	0,8	0,9	0,75	1
$\mu_{Q}^{nd}$	0,8	0,9	0	1

Таким чином, найкращим альтернативним рішенням є четверте (продаж надлишкових виробничих запасів), для якого  $\mu_Q^{nd}(x_4) = 1$ .

**Висновки.** Запропонована модель системи економічної безпеки покликана забезпечити розвиток підприємства і знизити витрати на забезпечення економічної безпеки. Аналізу піддаються не тільки фактичні показники діяльності підприємства, а й прогнозні значення окремих факторів. Моніторинг ймовірних змін законодавства, тенденцій НТП і т.д. дає можливість попередити ризики і дозволяє системі своєчасно адаптуватися.

Розроблена система дозволяє швидко приймати рішення та реагувати на зміни, вона надзвичайно ефективна в умовах недостатності часу/засобів на отримання додаткової інформації. Однак, потрібно зважати на непередбачувані ризики, відповідно, розглядати представлений підхід до забезпечення економічної безпеки як інструмент, для адаптивності і актуальності системи потрібно



її періодично переглядати як в цілому, так і по окремим складовим. Крім того, для спрощення обміну інформацією між підрозділами та рівнями управління, швидкості розрахунків доцільно або розробити програмне забезпечення, або використати існуючі програми на зразок Performance Point Server.

#### Література:

1. Гнилицька Л.В. Застосування концептуальних основ збалансованої системи економічних показників для оцінки стану та рівня економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності // [Електронний ресурс] Сайт: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/foa/2011\\_18/18\\_b\\_05.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/foa/2011_18/18_b_05.pdf)
2. Колпаков П.А. Концептуальные основы экономической безопасности фирмы: автореф. дис. канд. екон. наук / П.А. Колпаков. – М., 2007. – 25 с.
3. Коробчинський О.Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства / О.Л. Коробчинський // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 41-45.
4. Лянной Г. Система экономической безопасности предприятия / Г.Лянной // ВOS – журнал о личной и коммерческой безопасности. – 2006. – №7. – С. 16-19.
5. Чібісова І.В. Механізм забезпечення фінансової безпеки підприємства / І.В. Чібісова, Є.М. Івашина // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/ppei/2011\\_31/Chibis.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2011_31/Chibis.pdf)
6. Шемаєва Л.Г. Економічна безпека підприємств у стратегічній взаємодії з суб'єктами зовнішнього середовища: автореф. дис. д-ра. екон. наук / Л.Г. Шемаєва. – К., 2010. – 39 с.
7. Шевченко І. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. Шевченко // Наука молода. – 2010. – №10. – С. 178-181.
8. Швиданенко Г. О., Кузьомко В. М., Норіцина Н. І. Економічна безпека бізнес. — К.: КНЕУ, 2011. – 511с.

УДК 330.46

**Фартушний І.Д.**

канд. фіз.-мат. наук, доцент

**Колбасюк Ю.О.**

Національний технічний університет України «КПІ»

## ПОРІВНЯННЯ МОДЕЛЕЙ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

## СРАВНЕНИЕ МОДЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

## COMPARISON OF THE MODELS ASSESSMENT OF THE FINANCIAL CONDITION OF THE COMPANY

*В статті представлені теоретичне узагальнення та практична реалізація наукової задачі, що виявляється у побудові математичної моделі оцінювання фінансового стану підприємства з використанням інструментаріїв нечітких множин та дослідженні динамічної моделі оцінки фінансового стану підприємства. Порівняння даних моделей оцінки фінансового стану підприємства було здійснено на основі підприємства ВАТ «Будматеріали». Було складено та проаналізовано множинну вхідних та вихідних параметрів для оцінки фінансового стану підприємства, які враховують широкий спектр чинників, вони задовольняють критерії дієвості, повноти та мінімальності.*

*Результати проведеного аналізу підтверджують доцільність використання розробленого методологічного підходу до проведення комплексної оцінки фінансового стану підприємства із застосуван-*

ням інструментарію нечіткої логіки. Розрахунки за моделями показали, що дане підприємство знаходиться в кризовому стані та потребує деяких заходів для покращення свого фінансового стану.

**Ключові слова:** підприємство, фінансовий стан підприємства, оцінка, модель, нечітка оцінка, нечіткі множини, лінгвістична змінна, невизначеність.

*В статье представлены теоретическое обобщение и практическая реализация научной задачи, которая проявляется в построении математической модели оценки финансового состояния предприятия с использованием инструментариев нечетких множеств и исследовании динамической модели оценки финансового состояния предприятия. Сравнение данных моделей оценки финансового состояния предприятия было осуществлено на основе предприятия ОАО «Стройматериалы». Было составлено и проанализировано множество входных и выходных параметров для оценки финансового состояния предприятия, учитывающие широкий спектр факторов, они удовлетворяют критерии действенности, полноты и минимальности.*

*Результаты проведенного анализа подтверждают целесообразность использования разработанного методологического подхода к проведению комплексной оценки финансового состояния предприятия с применением инструментария нечеткой логики. Расчеты по моделям показали, что данное предприятие находится в кризисном состоянии и требует некоторых мер для улучшения своего финансового состояния.*

**Ключевые слова:** предприятие, финансовое состояние предприятия, оценка, модель, нечеткая оценка, нечеткие множества, лингвистическая переменная, неопределенность.

*In the article are presented a theoretical synthesis and practical implementation of scientific problems, manifested in the construction of a mathematical model of evaluation of the financial condition of the company using toolkits fuzzy sets and study of a dynamic model of evaluation of the financial condition of the company. Comparison of data models for assessing the financial condition of the company was made on the basis of the company JSC "Materials". It was compiled and analysed a set of input and output parameters to assess the financial condition of the company, taking into account a wide range of factors that they meet the criteria of effectiveness, completeness and minimality.*

*The results of the analysis justify the practicability of the methodological approach for the comprehensive assessment of the financial condition of the company using the tools of fuzzy logic. Calculations that are based on the model showed that this company is in crisis and needs some steps to improve their financial situation.*

**Keywords:** business, financial condition, estimate, model, fuzzy evaluation, fuzzy sets, linguistic variables, uncertainty.

**Вступ.** Глобальна економічна криза зумовлює зростання залежності підприємств від зовнішньоекономічних явищ, які впливають на функціонування підприємств. Це породжує необхідність до раціональної оцінювання фінансового стану підприємства саме як домінуючого важеля виявлення його слабких та сильних позицій. Саме комплексний підхід до дослідження головних аспектів фінансової діяльності дозволяє та зменшити негативний вплив зовнішніх та внутрішніх факторів та збільшити ефективність управління суб'єктами господарювання в цілому.

Оцінка фінансового стану повинна бути, перш за все, аргументованою і об'єктивною, так як помилки в інтерпретації висновків можуть призвести або до недоотримання бажаного рівня прибутку, або до погіршення стану підприємства.

Необхідність застосування різноманітних економіко-математичних методів та моделей пояснюється різноманітністю фінансових процесів та множиною показників фінансового стану підприємства. Вони дозволяють розв'язати задачу оцінки фінансового стану підприємства з мінімальними затратами часу та коштів [2].

**Постановка завдання.** Незважаючи на важливість оцінки стану та результатів діяльності підприємства, далеко не всі питання щодо оцінки стану підприємства можна вважати вирішеними, оскільки більшість підходів до оцінки базується на ретроспективній інформації, до того ж виключно фінансового характеру, й тому є недостатньою для потреб управління підприємством.

Метою даної роботи є підвищення якості оцінювання фінансового стану підприємства із використанням методології та інструментарію математичного моделювання. Зазначена мета зумовила постановку та розв'язання таких завдань:

- розробити метод та відповідний алгоритм оцінювання фінансового стану підприємства на базі математичних апаратів нечітких множин;

- довести адекватність розроблених математичних моделей та методів і дослідити їх на прикладі суб'єкта господарювання.

**Методологія.** Для отримання результатів досліджень була використана нечітко-множинна теорія та методи економіко-статичного аналізу, що дозволило сформулювати відповідні висновки щодо прийняття управлінських рішень. Обчислення проводились за допомогою таких програмних продуктів, як MathCAD.

**Результати дослідження.** Проаналізуємо модель оцінки фінансового стану підприємства на основі нечіткої логіки. Для перевірки даної моделі на адекватність була обрана динамічна модель. Вхідними даними для обох моделей слугують показники фінансової звітності, на яких базуються вхідні параметри для розрахунку, які налічують 20 показників [4].

Особливість моделей полягає у тому, що вони враховують множину початкових вхідних параметрів  $K = (k_c)(c = \overline{1, C})$ , що визначаються за допомогою відповідної звітності підприємства та експертної інформації; множину оцінювальних параметрів  $Y = (y_i)(i = \overline{1, n})$  фінансового стану.

Отже, найбільш широко та повно оцінюють ФСП (фінансовий стан підприємства) 4 групи складних параметрів: фінансова стійкість  $Y_1 = f(y_1 \dots y_5)$ , ліквідність та платоспроможність  $Y_2 = f(y_6 \dots y_{10})$ , ділова активність  $Y_3 = f(y_{11} \dots y_{16})$ , рентабельність  $Y_4 = f(y_{17} \dots y_{20})$ .

Ці оцінювальні параметри обчислюються на основі вхідних, що визначаються за допомогою початкової фінансової звітності підприємства (зокрема форми №1 «Баланс» та форми №2 «Звіт про фінансові результати») [4].

Множину рішень  $Z_j, j = \overline{1, 5}$  можна отримати з множини вихідних параметрів  $Z = (Z_1 \dots Z_j)$  - множину рішень:  $Z_1$  - відмінний стан ФСП;  $Z_2$  - нормальний стан ФСП;  $Z_3$  - задовільний стан ФСП;  $Z_4$  - критичний стан ФСП;  $Z_5$  - незадовільний (кризовий) ФСП [3].

Модель оцінки ФСП на основі нечітких множин полягає у послідовності виконання таких етапів: 1- формування набору показників; 2 – визначення множини лінгвістичних термів, що являють собою сукупність значень лінгвістичних змінних; 3 – побудова функцій належності; 4 – формування матриці знань для оцінки груп параметрів та сукупностей логічних рівнянь, що пов'язують функції належності; 5 - висновок про ФСП і про рівень ризику вкладання коштів.

На першому етапі формується набір показників, було відібрано 4 результуючі показники, які в свою чергу залежать від статистичної інформації, яка надається в річній фінансовій звітності підприємства.

На другому етапі визначимо множину термів  $T$  оцінювальних лінгвістичних термів, що являє собою сукупність значень лінгвістичних змінних. У багатьох задачах фінансового аналізу для оцінки рівня ФСП достатньо трьох – Н (низький), С (середній), В (високий) ( $T=3$ ) або п'яти термів Н (низький), НС (нижче середнього), С (середній), ВС (вище середнього), В (високий) ( $T=5$ ).

На третьому етапі будемо графіки функції належності  $\mu^{Z_j}, j = \overline{1, J}$  значень параметрів  $(Y_1, \dots, Y_{20})$  лінгвістичним термам в загальному вигляді.

Для кожного терму задано функцію належності, специфіка параметрів функцій належності полягає в тому, що в певному проміжку значення функції не змінюється, а за межами цього проміжку існує нелінійна залежність. Для деяких показників доцільно використовувати три нечіткі терми, оскільки їхні діапазони значень невеликі (від 0 до 1). Для показників діапазони яких ширші, використовуємо п'ять нечітких термів. Отримаємо функції належності трьох нечітких термів для параметрів  $X_1, X_3, \dots, X_6, X_{10}, X_{17}, \dots, X_{20}$  і п'яти термів для параметрів  $X_2, X_7, \dots, X_9, X_{11}, \dots, X_{16}$  [5].

Маємо такі формули, що описують функції належності  $\mu^{Z_j}$  до низького та високого терму [3]:

$$\mu^H = \begin{cases} 1, y \in [a, a_1] \\ \left(\frac{k_1 - y}{k_1 - a_1}\right)^{0.8}, y \in [a_1, k_1] \end{cases}$$

$$\mu^B = \begin{cases} \left(\frac{y - a}{k - a}\right)^{1.2}, x \in [a, k] \\ 1, y \in [k, k_1] \end{cases}$$

Степеневі коефіцієнти 0,8 та 1,2 обрані експертами, що наближають дані функції до реальних залежностей.

На четвертому етапі використовуючи інформацію, надану експертами, складемо матриці знань для оцінки груп  $Y_1 \dots Y_4$  параметрів ФСП, також остаточної оцінки  $Z_j$ . На даному етапі формується нечітка база знань, яка є сукупністю нечітких експертно-лінгвістичних правил, в результаті дозволяє отримати нечіткий логічний висновок.

Результуючу оцінку визначимо як найбільше із значень функції належності, які описують матриці логічними рівняннями, тобто

$$\mu^{Z_j} = \max \{ \mu^{Z_1}, \mu^{Z_2}, \mu^{Z_3}, \mu^{Z_4}, \mu^{Z_5} \}$$

Для передчасної ідентифікації можливої ймовірності банкрутства скористаємось динамічною моделлю оцінки ФСП, яка побудована на основі лінійної регресії та ґрунтується на характері змін показників, які аналізуються в ретроспективній динаміці [1].

Для початку припустимо, що підприємство може розвиватися за двома сценаріями впродовж 10 років свого існування:

1) підприємство, яке перші роки існування мало низьку ймовірність банкрутства, потім спостерігалось покращення, але в останній роки спостереження стан ФСП значно погіршився і прямує до незадовільного;

2) підприємства ФСП яких був незадовільним протягом останніх 10 років.

Якщо банкрутство розвивається за першим сценарієм, то маємо:

$$P_{j+1} = \frac{1}{1 + \exp^{-(P_j + \omega \frac{P_j}{P_{j-1}})}}$$

де  $P_j$  – ймовірність банкрутства підприємства в  $j$  рік;  $P_{j+1}$  – ймовірність банкрутства підприємства в  $j + 1$  рік;  $P_{j-1}$  – ймовірність банкрутства підприємства в  $j-1$  рік;  $\omega$  - відношення ймовірностей банкрутства в  $j + 1$  і  $j$  роках.

Для другого сценарію розвитку підприємства характерна наступна залежність:

$$P_{j+1} = \frac{1}{1 + \exp^{-(P_j + \omega \frac{P_j}{P_{j-2}})}}$$

де  $P_j$  – ймовірність банкрутства підприємства в  $j$  рік;  $P_{j+1}$  – ймовірність банкрутства підприємства в  $j + 1$  рік;  $P_{j-2}$  – ймовірність банкрутства підприємства в  $j-2$  рік;  $\omega$  - відношення ймовірностей банкрутства в  $j + 1$  і  $j - 2$  роках.

Отже, після аналізу ФСП за даною моделлю, отримаємо ймовірність банкрутства підприємства, ґрунтуючись на ретроспективній інформації.

Інтерпретація отриманих результатів за двома розглянутими вище методами оцінки ФСП неможлива без приведення даних, отриманих за моделями, до одного вигляду. Тобто, мається на увазі, отримані функції належності перетворити в ймовірність банкрутства або навпаки.

При побудові функції належності основним є поняття відносної переваги одного режиму роботи системи (в даному випадку стану ФСП) перед іншим.

Функція  $\mu_Z(x)$  приналежності рішення до підмножини  $Z$  повинна бути узгоджена з відношенням переваги, тобто,  $\mu_Z(x_1) \leq \mu_Z(x_2)$ , тоді і лише тоді, коли  $x_1 < x_2$ .

Умову переваги можна записати в наступній формі:

$$x_1 > x_2 \Leftrightarrow [1 - P(x < x_1)] \geq [1 - P(x < x_2)]$$

Тоді буде достовірним наступний запис:

$$\mu_Z(x_a) = [1 - P(x < x_a)]$$

Візьмемо для прикладу розрахунки за 2010-2012 рік показників ВАТ «Будматеріали».

З заданих термів належності ФСП до певного категорії стану ОПР надає перевагу більш привабливішому стану для підприємства, тобто для ОПР з двох станів підприємства  $Z_3$  (критичний) та

$Z_4$  (незадовільний стан), тобто  $Z_4 < Z_3$ .

Маємо для 2012 року:

$$Z_3 > Z_4 \Leftrightarrow [1 - \mu(Z_2 < Z_3)] \geq [1 - \mu(Z_2 < Z_4)] \Leftrightarrow [1 - 0,7] \geq [1 - 0,5] \Leftrightarrow 0,3 \geq 0,5 \rightarrow P = 0,5$$

Ймовірність банкрутства за нечіткою моделлю нижча (0,5), ніж за динамічною моделлю (0,79) в 2011 році. Аналогічно для 2011  $Z_3 > Z_4 \Leftrightarrow [1 - 0,16] \geq [1 - 0,30] \Leftrightarrow 0,84 \geq 0,7 \rightarrow P = 0,84$ ;

для 2010  $Z_3 > Z_4 \Leftrightarrow [1 - 0,143] \geq [1 - 0,439] \Leftrightarrow 0,857 \geq 0,56 \rightarrow P = 0,857$ .

Отже, фінансовий стан розглянутого підприємства можна вважати критичним за моделями, які було розглянуті вище.

**Висновки.** Наукова новизна даної роботи полягає у використанні нового підходу до інтерпретації результатів, отриманих після обрахунку за двома моделями.

Порівнявши результати двох запропонованих моделей, можна зробити висновок про їх адекватність, адже визначений фінансовий стан оцінений однаково за обома моделями.

Базуючись на даних результатах доцільними є подальші дослідження в цій сфері, а саме застосування динамічного підходу до оцінки фінансового стану підприємства.

#### Література:

1. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и ее применение к принятию приближенных решений [Текст] / Л. Заде ; пер. с англ. Н. Моисеева. – М. : Мир, 1976. – 165 с.
2. Недосекин А.О. Применение теории нечетких множеств з задачам управления финансами. / Аудит и финансовый анализ. – 2002. – № 2.
3. Азарова А.О. Математичні моделі та методи оцінювання фінансового стану підприємства. Монографія / А.О. Азарова, О.В. Рузакова – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 172 с. – ISBN 978-966-641-363-8.
4. Білик М. Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємства / М. Д. Білик // Фінанси України. – 2005. - №3. – с.117-128.
5. Фартушний І.Д. Економіко-математична модель стратегії розвитку ВАТ «Укртелеком» на основі нечіткої логіки / Фартушний, Гандабура Х.В. // Економічний вісник НТУУ «КПІ» - 2012. № 71 – с.75-80.

**Чайковська М.П.,**

канд. екон. наук., доцент,

**Тулякова А.Ш.**

Одеський національний університет ім. І.І. Мечникова

## МОНІТОРИНГ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА СУЧАСНИХ ФОНДОВИХ РИНКАХ

## МОНИТОРИНГ ТРАНСФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА СОВРЕМЕННЫХ ФОНДОВЫХ РЫНКАХ

## MONITORING OF THE TRANSFORMATION PROCESSES IN MODERN STOCK MARKETS

В роботі викладаються основні принципи комплексної методики аналізу динаміки фондових ринків. Дослідження спрямовані на виявлення раніше невідомих, нетривіальних закономірностей в процесах динаміки цін активів. Найбільше теоретичне і практичне значення цієї методики складає моніторинг трансформаційних процесів на сучасних фондових біржах. Проводиться пошук індикаторів-передвісників криз. В статті обґрунтовується необхідність проведення первинної обробки вхідної інформації в формі часових рядів; скорочено викладається комплекс методів аналізу часових рядів, що застосовується для виявлення прихованих закономірностей в процесах динаміки та обчислення набору різноманітних показників, які кількісно вимірюють різні характеристики; розкривається сутність технології ковзного вікна; надаються результати практичних розрахунків для українського фондового ринку і знайдений передвісник кризових обвалів.

**Ключові слова:** динаміка фондових ринків, аналіз часових рядів, приховані закономірності, індикатори-передвісники криз.

В работе излагаются ключевые принципы комплексной методики анализа динамики фондовых рынков. Исследования направлены на выявление ранее неизвестных, нетривиальных закономерностей в процессах динамики цен активов. Наибольшее теоретическое и практическое значение имеет мониторинг трансформационных процессов на современных фондовых биржах. Проводится поиск индикаторов-предвестников кризисов. В статье обосновывается необходимость проведения первичной обработки входящей информации в форме временных рядов; кратко излагается комплекс методов анализа временных рядов, применяющийся для выявления скрытых закономерностей в процессах динамики и вычисления набора показателей, которые количественно измеряют различные характеристики; раскрывается сущность технологии скользящего окна; приводятся результаты практических расчетов для украинского фондового рынка и найденный предвестник кризисных обвалов.

**Ключевые слова:** динамика фондовых рынков, анализ временных рядов, скрытые закономерности, индикаторы-предвестники кризисов.

The paper outlines the key principles of complex methodology of stock market dynamics analysis. The research is aimed to identify previously unknown non-trivial regularities in the process of asset prices dynamics. Monitoring of the transformation processes in modern stock exchanges has the greatest theoretical and practical importance. Indicators-harbingers of crisis are being searched for. In this article it is explained: the necessity of preliminary processing of incoming information in the form of time series; a range of methods of time series analysis, being used to detect hidden regularities in the processes of dynamics and computing a set of metrics that can measure quantitatively various characteristics; the essence of sliding window technology; the practical results of the calculations for the Ukrainian stock market and found harbinger of crisis collapses.

**Keywords:** dynamics of stock markets, time series analysis, hidden regularities, indicators-harbingers of crises.

**Вступ.** Фондовий ринок представляє собою складну динамічну систему зі змінною структурою, що обумовлено наявністю нелінійних динамічних взаємозв'язків між його параметрами та ймовірнісним характером процесів.

Паралельно з розвитком наукових парадигм дослідження ринку, відбувається еволюція самого ринку, змінюються закономірності динаміки цін біржових активів. Фактори глобалізації і роботизації торгівлі, а також помітний перерозподіл значимості різних секторів економіки (зокрема підвищення значимості фінансового сектору, розвиток ринку деривативів, ринку інноваційних компаній), перехід від стратегії конкуренції до стратегії інтегрування торговельних площадок суттєво змінюють і ускладнюють природу локальних фондових ринків. Один з найважливіших аспектів підвищення складності на сучасних біржах виражається в пришвидшенні динаміки активів, що робить оцінки ризиків і прогнози, засновані на класичних теоріях, неадекватними для сучасної ситуації. Слід прийняти той факт, що ринки за структурою вже не можна сприймати як статичні або умовно статичні в межах багатьох років. Сучасні ринки постійно трансформуються, і це мають розуміти і емітенти, і трейдери, і найголовніше регулятори ринків. Трансформація структури обов'язково призводить до зміни закономірностей динаміки системи ринку.

Аналізом і моделюванням фондових ринків займалися Вовк В., Петерс Е., Такенса Ф., Шафер Г., Швагер Дж., Кашин Б.С., Пастухов С.В., Соловйов В.М., Шарапов О.Д., однак виявлення прихованих закономірностей в часових рядах реальних біржових даних проводиться в рамках більш глибокого дослідження – моніторингу трансформацій і якісних змін таких закономірностей в масштабах розглядуваного фондового ринку.

Найяскравіший приклад відмови сприймати факт швидкої глобальної трансформації структур фондових ринків, як об'єктивну реальність на сучасному етапі, - приголомшуючий обвал економік багатьох країн під час Глобальної Фінансової Кризи і неспроможність регуляторної політики стримувати лавиноподібне розповсюдження негативних настроїв на всіх фінансових ринках. Саме тому задача моніторингу трансформаційних процесів на фондовому ринку вельми актуальна.

**Постановка завдання.** Створити комплексну методичку аналізу, що виявлятиме в часових рядах певні закономірності динаміки; на реальних даних о цінах дослідити можливі зміни таких закономірностей з плином часу. Зрозуміти мотиви, якими слід керуватися для вибору найбільш вдалого представлення часового ряду для подальшого пошуку закономірностей: ряд цін, ряд перших різниць, ряд відносних прибутковостей чи ряд логарифмічних прибутковостей. Слід вибрати адекватний сучасний інструментарій для пошуку прихованих закономірностей. Необхідно визначитися за яким принципом проводити моніторинг змін закономірностей. Також необхідно провести практичні дослідження для багатьох фондових ринків, зокрема українського, виявити закономірності, знайти інтерпретації, прослідити трансформацію ринків, і провести пошук індикаторів, передвісників криз.

**Методологія.** Статистичні дані економічних показників, в тому числі і фондового ринку, поступають у формі часових рядів.

Відмітимо принципову відмінність часового ряду від сукупності спостережень, що утворюють випадкову вибірку, що полягає в наступному: члени часового ряду не обов'язково є незалежними і не обов'язково є однаково розподіленими випадковими величинами. Це означає, що властивості та правила статистичного аналізу випадкової вибірки неможна розповсюдити на часові ряди.

Застосування методів аналізу часових рядів до ряду фондового індексу  $\{P(t)\}_{t=0}^M$  та його похідних часових рядів  $\{\Delta P(t)\}_{t=1}^M$  і  $\{\Delta \ln P(t)\}_{t=1}^M$  дозволить виявити закономірності притаманні динаміці відповідного ринку в цілому.

Дослідження процесів динаміки цін активів по відповідним часовим рядам дозволяє помітити зміну закономірностей, що є наслідком таких трансформацій структури системи ринку. Необхідно розвивати методи, що дозволятимуть відстежувати такі трансформації за даними публічної інформації о динаміці цін активів.

**Результати дослідження.** Приховані нетривіальні закономірності в процесах динаміки цін реальних біржових активів відображаються у наявності закладеної в відповідний часовий ряд високоорганізованої (складної) часової структури, де має місце залежність від попередніх значень, тобто є пам'ять. Задача виявлення прихованих закономірностей в часових рядах біржових даних, не дивлячись на безліч запропонованих дослідниками практичних рекомендацій і абстрактних концепцій, залишається актуальною наразі і сьогодні, і немає спільної думки щодо найбільш вдалого шляху її вирішення. Тому в даному дослідженні першочерговим завданням був вибір адекватного сучасного інструментарію для виявлення прихованих закономірностей.

Фондова біржа продукує часові ряди цін окремих фінансових активів (акцій) та часові ряди ін-

дексів. Біржовий індекс - це інтегрований показник, що розраховується на основі біржових котирувань певної групи акцій – так званого “індексного кошика”. Найважливіший показник всього ринку - фондовий індекс обчислюється як середньозважена ціна акцій найкрупніших компаній-емітентів.

На даний час методи аналізу часових рядів дуже активно розвиваються завдяки можливості застосування комп'ютерів для обчислення складних алгоритмів. Різноманітні методи аналізу часових рядів дозволяють кількісно виміряти різні важливі характеристики динаміки системи, узагальнено за деякий певний період, шляхом побудови набору показників, кожен з яких відображає певну характеристику і його значення обчислюється за вибіркою з досліджуваного часового ряду, що відповідає досліджуваному періоду. [1,2]

Таким чином, для аналізу в своєму розпорядженні маємо часовий ряд індексу фондового ринку, який є свого роду вимірювальним інструментом, що дозволяє виносити судження про стан ринку в цілому:

$$\text{часовий ряд цін (значень індексу)} \{P(t)\}_{t=0}^M$$

Як правило, абсолютні значення індексу не важливі. Більше значення мають зміни індексу за деякий час, оскільки вони дозволяють судити про загальний напрямок руху ринку, навіть в тих випадках, коли ціни акцій всередині індексного кошику змінюються в різних напрямках. Тому для дослідження динаміки фондового ринку цікаво розглянути похідні ряди.

Розглянемо часовий ряд абсолютних змін (перших різниць) індексу за періоди часу, рівні часовій дискретизації рядів- таймфрейму:

$$\{\Delta P(t) = P(t) - P(t-1)\}_{t=1}^M$$

$\Delta P(t)$  - це зміна вартості портфелю акцій, складеного згідно пропорцій “індексного кошика” за мінімальний період. Інтерпретується як абсолютна величина доходу (або витрат) в ситуації продажу за поточною ціною  $P(t)$  вказаного портфелю, що був куплений в попередній момент часу за ціною  $P(t-1)$ . Зрозуміло, щоб обчислити дохід (прибуток) за певний період необхідно просумувати відповідні послідовні значення ряду – обчислити часткову суму ряду.

Проте, якщо в дослідженні динаміки виникає потреба порівнювати значення показників зміни ціни в віддаленні моменти часу, по ряду абсолютних змін (показників доходу) це не завжди можна зробити адекватно. Адже, одиниці вимірювання, що зазвичай вважаються незмінними (в фізиці прийнято використовувати еталони), для таких показників – грошові одиниці – з часом можуть змінюватися, що обумовлено їх специфічною економічною природою. При розгляді довготривалої динаміки вартість грошей може змінюватися, при цьому така зміна може відбуватися плавно і поступово, а може різко.

Проілюструємо такі зміни на прикладі України. На рисунку 1 представлена динаміка індексу інфляції в Україні з 2000 року до 2012 року [3], яка демонструє поступове наростання, що відповідає зниженню покупної спроможності гривні. З графіку видно, що за весь цей час підсумковий індекс інфляції склав більше 300%.

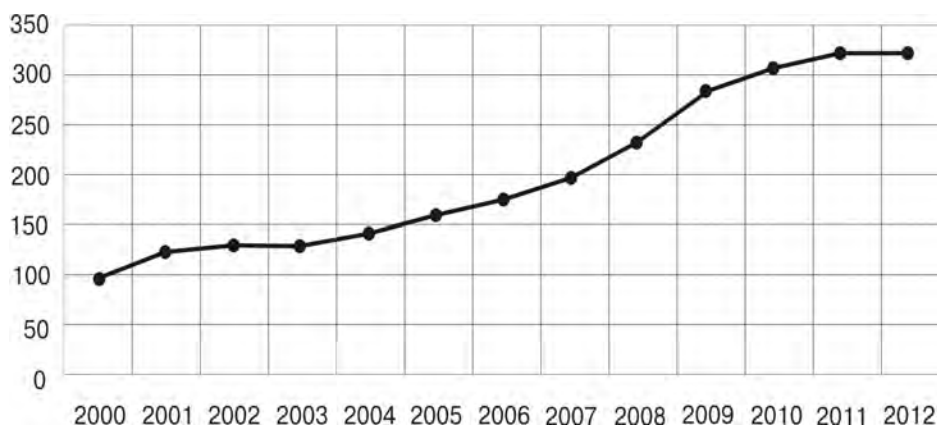


Рис. 1. Індекс інфляції

На рисунку 2 представлена динаміка офіційного валютного курсу української гривні по відношенню до долара (вартість 100\$) за період з початку 2000 року до вересня 2013 року [4]. Курс гривні



пережив складний період турбулентності 2008-2009 років, в результаті подорожчав майже в два рази.

**Національний банк України**

За період з 01.01.2000 по 01.09.2013 встановлює такі офіційні курси гривні до іноземної валюти



Рис. 2. Курс гривні до долару США

Використання “відносних змін” дозволяє позбутися впливу ефекту поступової зміни вартості грошових одиниць і дає можливість правильніше порівнювати елементи ряду навіть через великі проміжки часу. Відносні зміни – це вже безрозмірні величини і їх можна обчислити за двома формулами:

$$\left\{ \frac{P(t)}{P(t-1)} \right\}_{t=1}^M \quad \text{або} \quad \left\{ Z(t) = \frac{P(t) - P(t-1)}{P(t-1)} \right\}_{t=1}^M$$

В «першому типі» зростанню ціни відповідає значення більше 1, а зниженню – значення менше 1, в «другому типі» зростанню – додатне  $Z(t)$ , зниженню – від’ємне  $Z(t)$ , що на практиці в багатьох випадках зручніше. В економіці, в фінансах використовують саме величини  $Z(t)$ , що обчислюються як відношення абсолютної величини доходу  $\Delta P(t)$  до суми початкових вкладень  $P(t-1)$ , їх називають відносні прибутковості. Прибутковість інтерпретується як відносний показник ефективності вкладень у ті чи інші активи, фінансові інструменти - окремі акції, портфелі, тощо.

Але найчастіше для дослідження динаміки на практиці використовують часові ряди навіть не відносних прибутковостей, а так званих логарифмічних прибутковостей:

$$\left\{ X(t) = \Delta \ln P(t) = \ln P(t) - \ln P(t-1) = \ln \left( \frac{P(t)}{P(t-1)} \right) \right\}_{t=1}^M$$

Значення логарифмічних прибутковостей  $X(t)$  дуже близькі до значень відносних прибутковостей  $Z(t)$ , математично це пояснюється наступним чином. Позначимо через  $\mu = \frac{P(t)}{P(t-1)}$ , тоді

$X(t) = \ln \mu$ , а  $Z(t) = \mu - 1$ . На рисунку 3 видно, що для  $\mu$  близьких до 1 (що вірно для цін в близькі моменти часу  $t, t-1$ ) значення логарифмічної і лінійної функцій майже ідентичні

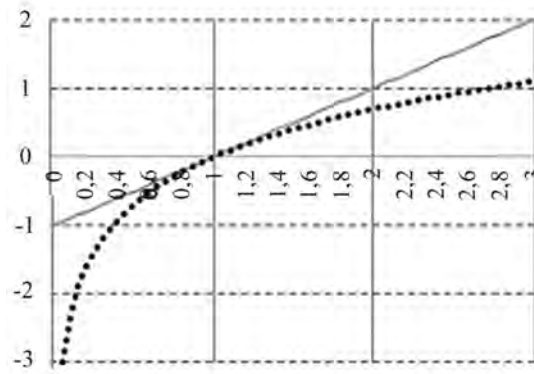


Рис.3. Графіки функцій  $f(\mu) = \ln \mu$  (пунктирна лінія) і  $g(\mu) = \mu - 1$ .

Переважне використання логарифмічних прибутковостей  $X(t)$  замість відносних  $Z(t)$  пояснюється тим, що ними зручніше оперувати; щоб знайти прибутковість активу за певний період часу  $k$ , можна просто просумувати значення  $X(t)$  за цей період, та взяти від них експоненту.

$$\frac{P(t+k)}{P(t)} = \exp\left(\sum_{i=1}^k X(t+i)\right)$$

Проаналізовано великий клас сучасних методів інтелектуального аналізу даних, що поступають у формі часових рядів [1]. В результаті сформовано багатоетапний алгоритм (алгоритм спеціальної обробки вхідного часового ряду і розрахунку набору показників), що відображає комплексну методичку виявлення найважливіших характеристик, специфічних для динаміки саме фондових ринків.

Комплексна методика аналізу включає:

1. Побудову функції розподілу значень та ідентифікацію типу розподілу.
2. Кореляційний аналіз [1,2].
3. Спектральний аналіз Фур'є. [1,2]
4. Фрактальний аналіз [1,2,5]. Мультифрактальний аналіз [5].
5. Аналіз складних мереж, побудованих на основі часового ряду [6].
6. Хаос-динамічний аналіз [2,6].
7. Факторний аналіз.

В рамках теоретичного обґрунтування адекватності і ефективності комплексного застосування вищевказаних методів аналізу, проаналізовано теоретичні основи всіх цих методів, проведено порівняльний аналіз, виявлено їх переваги та істотні обмеження. Розробляються специфічні для фондового ринку економічні інтерпретації результатів такого аналізу часових рядів.

Ефективним вирішенням задачі виявлення прихованих закономірностей в процесах динаміки фондового ринку вважаємо застосування комплексу інтелектуальних методів для дослідження динаміки індексів, адже ці методи взаємодоповнюють інформацію про природу системи - для одного часового ряду можна отримати сукупність показників, що характеризують досліджуваний об'єкт з точки зору впливу зовнішніх подій на систему, яка описується цим рядом.

Сучасні мультифрактальний, мережний і хаос-динамічний аналіз взагалі дають якісно нову - більш глибоку інформацію, динаміка цих показників суттєво розширює наше розуміння про динамічну складність системи.

Для моніторингу трансформаційних процесів використовується підхід, ключовою ідеєю якого є застосування "технології ковзного вікна", що означає розрахунок будь-яких показників для вікна фіксованої ширини  $N$  (певного часового періоду такої тривалості, це і буде вибіркою), що нібито "ковзає" по часовому ряду з фіксованим кроком  $S$ . На виході отримуємо часові ряди різноманітних показників, що характеризують певні закономірності приховані в вхідному часовому ряду. Одна точка такого часового ряду показника відповідає окремому вікну. Довжина таких рядів  $W$  (дорівнює кількості вікон) виражається через довжину вхідного ряду  $M$ , ширину вікна  $N$  і крок  $S$  формулою  $W = [(M - N)/S] + 1$ , де квадратні дужки означають цілу частину від числа.

Таким чином за алгоритмом аналізу послідовно для кожного окремого вікна розраховуються комплекс показників.

Якщо значення показника суттєво не змінюється при ковзанні вікна по часовому ряду, тоді можна вважати, що його значення відповідає стійкій якійсь властивості динаміки, певній фундаментальній закономірності досліджуваного процесу, що не змінюється з плином часу.

Якщо значення змінюється, то це означає зміну властивостей динаміки, можливо навіть якісні переходи до іншого типу динаміки, спостерігається трансформація закономірностей процесу динаміки цін. Необхідно шукати причини такої трансформації.

Отже, вивчення динаміки різноманітних показників дозволяє відстежувати трансформації в структурній організації досліджуваних (вхідних) часових рядів, відповідно виносити судження про еволюцію динаміки системи, що продукує ці часові послідовності. Таким чином технологія ковзного вікна, проста за своєю суттю та легко реалізована в алгоритмі, дає надзвичайно корисну інформацію для аналізу.

Особливо важливим є візуальний аналіз накладених графіків динаміки ряду індексу (інтегральної характеристики ринку) і динаміки побудованих рядів показників, обчислюваних для вікон. Для цього ряд індексу необхідно попередньо перетворити, зі зрозумілих причин обрізати попереду  $N - 1$  точку з першого вікна, і потім прорідити, взявши тільки кожну  $S$ -у точку ряду.

При такому візуальному аналізі слід звертати увагу на характерні особливості поведінки досліджуваної характеристики, стежачи за динамікою показника, з урахуванням ситуацій, що складаються на ринку, які видно з динаміки індексу. Наприклад, можна помітити реакції показника на кризи або підйоми, причому ці реакції можуть бути не тільки з деякою затримкою у часі або своєчасними, а й випереджаючими. Якщо реакція показника підтвердилася в переважній більшості випадків, то можна розглядати його як індикатор відповідної ситуації на ринку, а в разі випереджаючої реакції як передвісник. Дивись, наприклад, рисунок 4 (б).

Виявлена закономірність поведінки показника для деяких ринків, дає можливість сформулювати гіпотезу про універсальний характер такої закономірності. При перевірці гіпотези для інших ринків, слід враховувати можливу необхідність коригування вхідних параметрів для розрахунку показників, в тому числі параметрів ширини вікна і кроку, адже ринки різного рівня розвитку демонструють "різний плин часу". Теж саме слід відзначити і для перевірки гіпотези на більш ранніх етапах існування розглянутого ринку.

Найменшу ширину вікна  $N$  необхідно визначати з урахуванням технічних обмежень конкретного алгоритму на мінімальну кількість точок, яку він використовує для правильного обчислення показника. З іншого боку, показники динаміки системи "узагальнені" за дуже довгий період, тобто обчисленні для вікон занадто великої ширини, втрачають свою інформативність, так як враховують застарілі дані, і це нібито розмиває його сенс. Тому найбільша ширина вікна повинна визначатися і з урахуванням "довжини пам'яті системи" про свою структуру. За необхідності розрахунку проводяться для вікон різної ширини.

Крок  $S$  ні в якому разі не може перевищувати ширину вікна  $N$ , це в багато разів менше число, зрозуміло, що чим воно менше, тим частіше дискретизовані часові ряди показника отримуємо, а значить більш деталізовану інформацію про його динаміку. Тому крок  $S$  обираємо, як можна менший, але з урахуванням обчислювальних можливостей процесору, що використовує дослідник. Під час пробних розрахунків використовуємо великі кроки, потім при необхідності уточнюємо розрахунки з маленьким кроком.

Зазвичай, параметри вікна визначаються до початку розрахунків, виходячи з різних внутрішніх міркувань дослідника, з урахуванням його особистих цілей аналізу і попереднього досвіду. Взагалі, вибір параметрів ковзного вікна має дуже важливе значення для правильної інтерпретації результатів.

Проведено практичні дослідження фондових ринків різних країн, зокрема України на основі аналізу «склеєного» індексу UХ та PFTS. Індекс PFTS розраховується з 1997 року щодня за результатами торгів на фондовій біржі «Перша Фондова Торгова Система», на їх сайті [7] опубліковані значення з 10.10.2001р. Індекс UХ розраховується "Українською біржею" [8] і більш адекватно відображає динаміку Українського ринку акцій, однак це молодий індекс, опубліковані значення розраховані з 08.01.2008р.

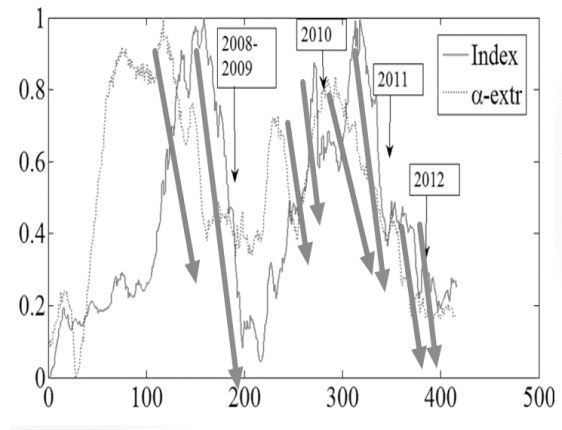
Тому вважаємо за доцільне використовувати часовий ряд UХ\*, побудований на підставі даних двох цих індексів наступним чином. У період з 08.01.2008р. по 29.12.2013 р. беруться щоденні значення індексу UХ на момент закриття торгового дня (1466 торгові дні), попередній період з 10.10.2001р. до 28.12.2007р. формують «приведені» значення індексу PFTS, тобто помножені на відповідний коефіцієнт (1535 торгових днів). На рисунку 4 (а) на графіку денної динаміки індексу очевидні різні етапи розвитку фондового ринку України.

Світова фінансова криза позначилася на нашому ринку найбільш потужним і довготривалим обвалом 2008-2009 рр., після першої хвилі почалося відновлення, друга хвиля обвалу відбулася стрімким обвалом в 2010 р., потім спостерігалось відновлення до майже докризових значень індексу, і вже в 2011 р. знову почалося довготривале падіння ринку, можна зокрема в ньому відокремити обвал 2012 р. На рисунках (в) і (г) можна порівняти динаміку абсолютних і відносних змін індексу.

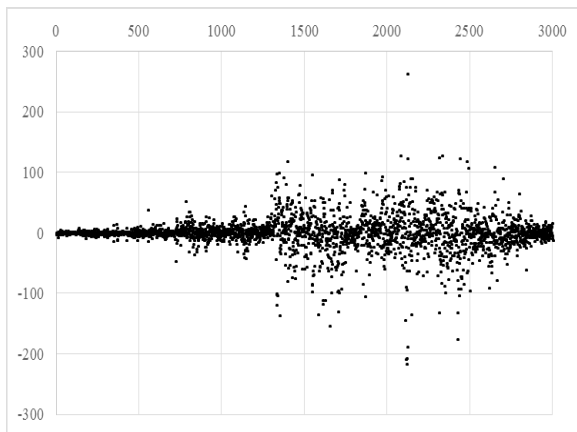
Спостереження динаміки комплексу показників розрахованих в ковзному вікні з накладенням динаміки індексу дозволило виявити характерні особливості поведінки напередодні та під час криз на фондових ринках. Зокрема, для українського індексу UX\* перед усіма обвалами (позначені стрілками) відбувається випереджаюче зміщення екстремуму мультфрактального спектру  $\alpha_{EXTR}$  до нуля, як показує рисунок 4 (б). Приведені розрахунки для вікна шириною  $N = 750$  і з кроком  $s = 5$ . Це специфічна особливість саме Українського фондового ринку, адже для більшості інших індексів такі самі стійкі випереджаючі реакції підтвердити не вдалось. Отже, цей показник  $\alpha_{EXTR}$  може бути передвісником криз для нашого ринку.



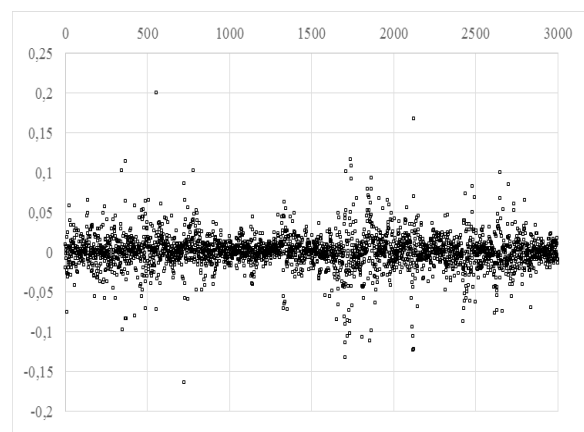
(а) Динаміка індексу по дням  $\{P(t)\}_{t=0}^{3000}$ .



(б) Накладання індексу і показника.



(в) Графік часового ряду  $\{\Delta P(t)\}_{t=1}^{3000}$ .



(г) Графік часового ряду  $\{\Delta \ln P(t)\}_{t=1}^{3000}$ .

Рис. 4. Візуалізації для українського індексу UX\* («склеєного»).  
По осі абсцис для (а, в, г) зверху - номера точок ряду, для (б) – номера вікон.

**Висновки.** Розгляд динаміки показників, розрахованих для ковзного вікна, показав, що показники для різних періодів змінюються, і це означає, що динаміка ринків змінюється, можливо навіть виявити якісні переходи. Отже, вважаємо, що показники обов'язково потрібно досліджувати в динаміці і проводити постійний моніторинг трансформацій динаміки ринку.

В статті приводиться новий результат, що має теоретичне і практичне значення для передбачення кризових обвалів на українському фондовому ринку. Надалі планується публікація знайдених передвісників обвалів та підйомів ринку та індикаторів передкризових явищ. Розробка рекомендацій

для автоматизації прийняття рішень щодо вибору параметрів вікна  $(N, S)$  для конкретних цілей аналізу конкретного ринку виявилася дуже актуальною технічною проблемою, яка потребує подальшого вивчення.

Всебічний аналіз і побудова на його основі математичних моделей, що дозволяють краще зрозуміти еволюцію структури і динаміки фондового ринку, є головними складовими сучасних досліджень в цій області. Зокрема найбільш гостро стоїть задача побудови індикаторів-передвісників кризисних явищ на фондових ринках.

#### Література:

1. Андриенко В.М., Тулякова А.Ш. «Фондовый рынок. Интеллектуальный анализ и моделирование.» Монография. LAP «Lambert Academic Publishing» 2013. – 164 с.
2. Андриенко В.М., Тулякова А.Ш. «Анализ и моделирование динамики Украинского фондового рынка». // Аспект – Донецк – 2012 – с.32-36 Электронный научный журнал «Аспект» // Интернет-ресурс. – Режим доступа <http://www.asconf.com/>
3. Державна служба статистики України // Интернет-ресурс. – Режим доступа <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Національний банк України // Интернет-ресурс. – Режим доступа <http://www.bank.gov.ua/>
5. Тулякова А.Ш., Чайковская М.П. «Мультифрактальное моделирование фондовых рынков» Сборник научных трудов КГУ. Инновационное развитие: национальные задачи и мировые тенденции. – Молдова-Комрат: КГУ, 2013.
6. Соловйов В.М., Тулякова А.Ш. «Методологія дослідження динамічної складності фондових ринків з використанням рекурентних мереж». Монографія «Проблеми моніторингу, моделювання та менеджменту емерджентної економіки.», Черкаси 2013 – с. 91-111
7. ПФТС. Фондова біржа. » Индексы » Индексы акций // Интернет-ресурс. – Режим доступа <http://www.pfts.com/uk/shares-indexes/>
8. Українська біржа. Історія значень Індексу по днях // Интернет-ресурс. – Режим доступа <http://www.ux.ua/ua/index/stat/dailyhistory.aspx?code=UX>

Чайковська М.П.

канд. екон. наук., доцент,

Одеській національний університет імені І.І.Мечникова, ІМЕМ

## КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД МОДЕЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ІТ-ПРОЕКТАМИ

## КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД МОДЕЛИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ИТ-ПРОЕКТАМИ

## COMPREHENSIVE APPROACH TO MODELING IN IT- PROJECT MANAGEMENT

У статті розглядаються особливості управління сучасними ІТ-проектами, ризики реалізації ІТ-проектів і їх причини, питання використання сучасних методологій і програмних інструментів моделювання для забезпечення якості реалізації ІТ-проектів. Досліджуються перспективи застосування системно-динамічного моделювання на базі програмного інструментарію iThink для вироблення ефективної управлінської політики. Проведено аналіз діяльності ІТ-підприємств сегменту 1С-Франчайзі, виділені основні і критичні бізнес-процеси, виявлено можливості процесного моделювання на базі програмного інструментарію 1С:Підприємство 8.2 (механізм карт маршрутів) і продукту 1С:ПрофКейс для оптимізації та регламентування бізнес-процесів. Обґрунтовано доцільність використання комбінованої методології моделювання на базі процесного і агентно-динамічного підходів у розрізі фаз життєвого циклу і агентів команди ІТ-проекту для зниження інтегральних ризиків.

**Ключові слова:** ІТ-проект, процесне моделювання, агентно-динамічний підхід.

В статье рассматриваются особенности управления современными ИТ-проектами, риски реализации ИТ-проектов и их причины, вопросы использования современных методологий и программных инструментов моделирования для обеспечения качества реализации ИТ-проектов. Исследуются перспективы применения системно-динамического моделирования на базе программного инструментария iThink для выработки эффективной управленческой политики. Проведен анализ деятельности ИТ-предприятий сегмента 1С-Франчайзи, выделены основные и критичные бизнес-процессы, выявлены возможности процессного моделирования на базе программного инструментария 1С:Предприятие 8.2 (механизм карт маршрутов) и продукта 1С:ПрофКейс для оптимизации и регламентирования бизнес-процессов. Обоснована целесообразность использования комбинированной методологии моделирования на базе процессного и агентно-динамического подходов в разрезе фаз жизненного цикла и агентов команды ИТ-проекта для снижения интегральных рисков.

**Ключевые слова:** ИТ-проект, процессное моделирование, агентно-динамический подход

The article discusses the features of modern management of IT projects, the risks of implementing IT projects and the causes of mentioned risks, the use of modern methodologies and software modelling tools to ensure quality implementation of IT projects. We investigate the prospects of applying the system-dynamic modelling based on iThink software tool to develop an effective management policy. An analysis of IT - business segment of 1C Franchisee is conducted. The main and critical business processes are highlighted. Opportunities of process modelling based on software tools 1C: Enterprise 8.2 (mechanism of route maps) and the product 1C: ProfKeys to optimize and regulate the business processes are identified. The feasibility of using a combined modeling methodology based on the process and agent-dynamic approaches in the context of life-cycle phases and agents IT project teams to reduce integral risks is justified.

**Keywords:** IT project, process modelling, agent-dynamic modelling approach.

**Вступ.** Трансформаційні процеси переходу до економіки нового типу, формування єдиного світового інформаційного простору, розширення сфери впливу інформаційних технологій, є найважливішою глобальною особливістю сучасного соціально-економічного розвитку. Перетворення інформаційних систем (ІС) і інформаційних технологій (ІТ) з джерела конкурентних переваг в ключовий фактор формування стратегії ставить перед менеджментом українських підприємств нові пріоритетні завдання, пов'язані з необхідністю зниження витрат і зменшення ризиків використання ІС в умовах невизначеності. Актуальність теми дослідження посилюється такими характерними рисами сучасних ІТ-проектів, як підвищення динамізму вимог користувачів, низькою часткою успішних ІТ-проектів і різноманіттям проектних ризиків, а також активним розвитком методологій, методів і програмного інструментарію моделювання.

Питання управління проектами теоретично розглянуті в роботах Мазура І.І., Шапіро В.Д., Андрєєва А.А., Буркова В.М., Воропаєва В.І., Бушуєва С.Д., наборі принципів, процесів і областей знань (PMBOK - The Project Management Book of Knowledge). Так, PMBOK розглядає управління проектом крізь призму 5 ключових груп процесів (ініціювання, планування, виконання, моніторинг, завершення) і 9 областей знань (управління інтеграцією, управління змістом, управління часом, управління вартістю, управління якістю, управління ресурсами, управління комунікаціями, управління ризиками, управління закупівлями) [1, с.128]. У роботах Фатрелла Г., Дональда Ф. Шафера, Расмуссона Дж., Томсетта Р., Арчібальда Р.Д. робиться акцент на управління ІТ-проектами, проте більше з технічної, ніж з організаційної точки зору. З метою підвищення якості реалізації ІТ-проектів запропоновано типові методології управління процесами розробки програмного забезпечення: ISO9001, ISO12207, ISO15504, Projects in Controlled Environments; CMM (Capability Maturity Model); MSF (Microsoft Solution Framework) [2, с.48], RUP (Rational Unified Process), SCRUM, XP (eXtremal Programming), Crystal Clear, ASD (Adaptive Software Development), Lean Development [3]. Проте, сьогодні усі спроби формалізації і вироблення єдиної ефективної методології управління ІТ-проектами виявилися неспроможними, унікальність ІТ-проектів висуває на перший план питання вибору методів моделювання, щодо зниження проектних ризиків.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є аналіз особливостей та ризиків сучасних ІТ-проектів, систематизація методологій моделювання та інструментальних засобів щодо управління ІТ-проектами, формування елементів комплексного методології на базі процесного, системного і агентно-динамічного підходу імітаційного моделювання.

**Методологія.** Однією з особливостей сучасних ІТ-проектів є наявність змін у проекті, які можуть стосуватися не лише умов реалізації проекту, а й самої мети проекту або її якісних характеристик, що вимагає застосування методологій імітаційного моделювання, як необхідної умови ефективного управління термінами, вартістю та ризиками ІТ-проектів, підвищення керованості та прогнозованості проекту. Імітаційне моделювання доцільно використовувати для управління складним бізнес-процесом в контурі адаптивної системи керування на основі інформаційних технологій.

Для побудови імітаційної моделі може бути використана будь-яка з універсальних мов програмування проте більш ефективним є використання спеціалізованих систем (iThink), що дозволяють формувати високорівневі описи, сприяють уточненню та більш глибокому розумінню сутності функціонування складних процесів, виявленню прихованих суперечностей; імітують поведінку з метою виявлення небажаних ефектів та запобігання їх впливу в майбутньому.

Аналіз вітчизняного ринку ІС моделювання бізнес-процесів [4, с. 168] дозволив зробити висновок про доцільність для вітчизняних ІТ-фірм використання продуктів на базі 1С:Підприємство 8.2 (механізм карт маршрутів, 1С:ПрофКейс) як засобу формалізації в прикладному рішенні схем бізнес-процесів, їх маршрутизації, для формування завдань, що виконуються в кожній точці маршруту, для управління бізнес-процесом та організації його зв'язків з іншими функціями.

Даний механізм можна віднести до різновиду діаграми дій мови UML. Вибір даного інструменту обумовлений тим, що він дозволяє інтегрувати без трудовитрат на налаштування обміну даними схеми з існуючою на підприємстві автоматизованою системою, також відноситься до продуктів фірми 1С. Крім того, оскільки робота з продуктами 1С є профільною діяльністю фірм 1С-Франчайзі, можливе залучення фахівців з використання даного програмного продукту з мінімальними витратами.

Результати дослідження. Сьогодні для українських підприємств гостро актуальною є проблема ефективного управління ІТ- проектами ( проектами створення, впровадження і розвитку ІТ) на базі використання інструментів і методологій моделювання. Аналіз компетенцій управління проектами продемонстрував, що технічні складності не є першочерговими, поступаючись людському чиннику [4, с.125]. При впровадженні ІТ-проекту формуються три функціонально важливі групи: група розробників, група впровадження, група користувачів. Успіх проекту визначається насамперед

обраною методологією взаємодії, кваліфікацією команди розробників і інструментарієм, яким вони користуються.

Серед ризиків ІТ-проектів на рівні розробки в компетенції контролю якості першорядною є приналежність до Initial Level [5], що підсилюється наступними чинниками, характерними для вітчизняних проектів: відсутність дисципліни і зацікавленості учасників проекту в кінцевому результаті (пов'язано з погано поставленою мотивацією учасників проект; відсутність обліку специфічної шкали цінностей вітчизняних розробників, що не дозволяє застосовувати безпосередньо західні стандарти); слабка документованість розробки (що є зворотною стороною застосування спіральної моделі життєвого циклу інформаційної системи); непродумана процедура розробки (пов'язано з потребою виконання складних проектів в стислі терміни); неправильні методи організації комунікацій; нестабільність команд; проблеми на стадії тестування (на відміну від прийнятого в західних стандартах співвідношення 1:2 розробник-тестувальник, в українських проектах ситуація зворотна 2:1, що істотно знижує якість продукту) [6, с.127].

Для зниження рівня ризиків даної групи доцільно використовувати як процесний підхід, так і системно-динамічний підхід імітаційного моделювання, контролювати процес управління вимогами, створювати UML моделі варіантів використання і залучення замовників для обговорення отриманих моделей, чітко визначати межі проекту, формулювати критерії якості проекту [7, с.512].

На рис. 1. наведено фрагмент дискретно-імітаційної моделі ІТ-підприємства, що побудована за системно-динамічним принципом в iThink. Вона є системою підтримки прийняття рішень, тому що дозволяє об'єднати кілька функціональних просторів організації в одне ціле і забезпечити організаційний і кількісний базис для вироблення більш ефективної управлінської політики.

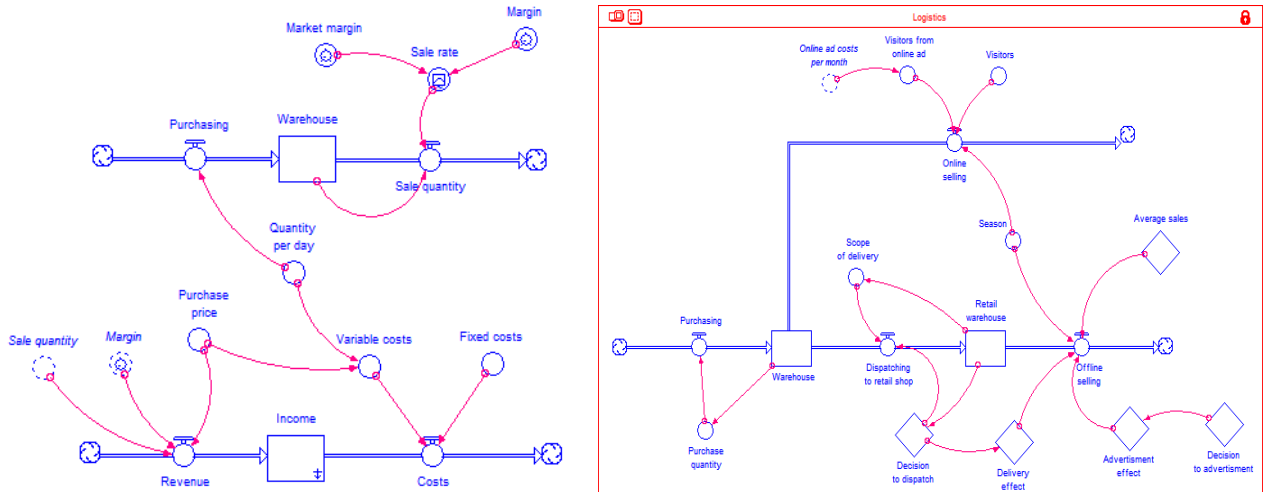


Рис. 1. Модель фінансового та виробничого блоків ІТ-підприємства

Результати експериментів з моделлю наведено на рис. 2.

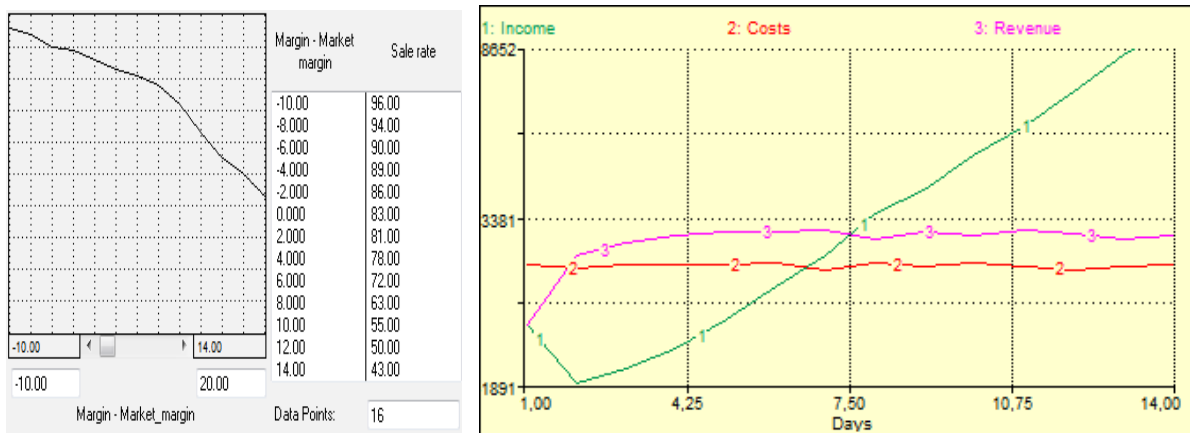


Рис. 2. Динаміка зміни параметрів моделі



Імітаційні експерименти з моделлю при рівномірному і експоненційному законі розподілу потоку замовлень дозволили зробити наступні висновки:

- про напрямки оптимізації завантаження фахівців ІТ-проекту
- про оптимізацію виробничого циклу (при збільшенні потоку замовлень на 20% збільшується виробничий цикл);
- про фактори рентабельності ІТ-проекту (рівень потоку замовлень, доходів і витрат, прибуток, рівень оплати праці).

Дискретно-імітаційна модель ІТ-підприємства, що побудована за системно-динамічним принципом в iThink, є системою підтримки прийняття рішень та дозволяє об'єднати кілька функціональних просторів організації в одне ціле і забезпечити організаційний і кількісний базис для вироблення більш ефективної управлінської політики.

Світова фінансова криза, первинне насичення ІТ-ринку і посилення конкуренції на ньому, підвищення вимог споживачів ІТ-послуг до якості, дотримання рамок бюджетів і термінів ІТ-проектів виводять на перший план питання ефективного моделювання та оптимізації внутрішніх бізнес-процесів ІТ-підприємства з метою забезпечення якості ІТ-послуг, підвищення ефективності процесу інформатизації підприємств і оптимізації ІТ-бюджетів, здійснення прогнозування і мінімізації ризиків ІТ-проектів, розробки ефективної конкурентної бізнес-стратегії.

Для вирішення проблеми автором обґрунтовано доцільність використання процесного підходу, заснованого на виділенні та аналізі бізнес-процесів, що становлять діяльність компанії.

За допомогою процесного підходу детально описується модель бізнес - процесів компанії, яка включає:

- Склад бізнес-процесів, їх особливості, для підтримки в ІС;
- Перелік інформаційних об'єктів;
- Набір звітів, які повинні формуватися в ІС;
- Перелік алгоритмів і методик, які повинні підтримуватися ІС.

Процесний підхід дозволяє: перейти до повного формалізованого візуального представлення діяльності; змінити вектор управління компанією з "вертикального" ("на керівника") на "горизонтальний" ("на замовника"), причому в ролі замовника може виступати і співробітник компанії [8, с.50].

Механізм бізнес-процесів (work-flow) дозволяє розробнику організувати спільну роботу користувачів при виконанні типових послідовностей ділових операцій. В багатьох існуючих інформаційних системах для вирішення завдань work-flow використовуються спеціалізовані продукти, які доводиться інтегрувати з додатками, що вирішують економічні завдання. У платформі "1С:Підприємство 8" механізм бізнес-процесів повністю інтегрований в систему і включає засоби для опису в прикладному рішенні схем бізнес-процесів, їх маршрутизації, для формування завдань, що виконуються в кожній точці маршруту, для управління бізнес-процесом та організації його зв'язків з іншими функціями прикладного рішення і включає наступні етапи:

- визначення власника процесу;
- опис меж та інтерфейсів процесу;
- опис самого процесу за допомогою програмного інструментарію;
- установка точок контролю за процесом;
- зміна показників процесу в точках контролю;
- аналіз отриманої інформації та пропозиції щодо вдосконалення.

Метод візуального представлення бізнес-процесів як послідовності дій з використанням механізму бізнес-процесів фірми "1С" дозволяє змоделювати послідовність дій у процесі (модель "як є"), виявити недоліки і змоделювати бізнес-процес "як буде", усуваючи ці недоліки або радикально перебудовуючи цей процес. Останнє називається реінжинірингом бізнес-процесу [8, с.31].

Аналіз діяльності ІТ-підприємств сегменту 1С-Франчайзі дозволив виділити основні бізнес-процеси, такі як: закупівля програмних продуктів, укладення договорів, обробка замовлення покупців, підбір клієнтового необхідного продукту, інсталяція, впровадження, надання консультацій (у рамках лінії консультацій, в рамках абонентського обслуговування), супровід (інформаційне, адаптаційне, коригуюче, повне), управління персоналом, питання інформаційного піару і просування фірми. Були виявлені критичні бізнес-процеси, що підлягають оптимізації та їх негативні ефекти в бізнес-результати (надмірні витрати часу на отримання даних про клієнта, складна процедура введення даних про звернення для подальшого виставлення рахунків при перевищенні ліміту часу на консультацію, інформаційні перевантаження офіс-менеджера, слабка періодичність піар-публікацій). На базі методологічних рекомендацій 1С: Профкейс, що представляє структуровану інформаційну базу і програмні засоби для надання системної методичної підтримки компаніям мережі 1С: Франчайзинг та 1С: Консалтинг була проведена їх оптимізація [9, с.118].

На рис. 3, 4 наведено модель “Як є”, та “Як буде” бізнес-процесу Виконання завдання.

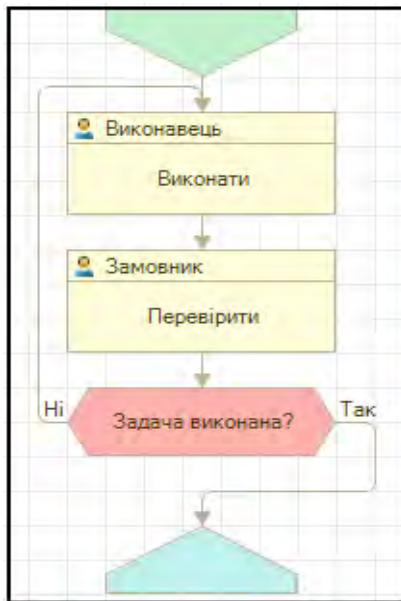


Рис. 3. Модель “Як є”

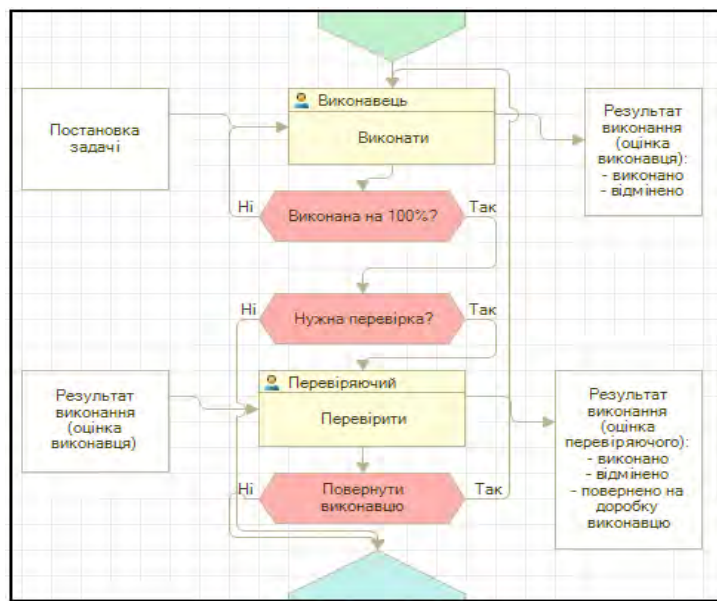


Рис. 4. Модель “Як буде”

Модель “як буде” дозволяє запрограмувати контур завдань в автоматизованій системі “1С: Підприємство”. Результатом моделювання є новий регламентований і поставлений на потік бізнес-процес, який дозволяє співробітникам ефективно планувати свій час і обмінюватися інформацією про стан робіт.

Використання процесно-орієнтованого підходу в управлінні ІТ- підприємством і реалізація його на базі реінжинірингу є резервом для підвищення конкурентоспроможності ІТ-компанії (оцінка економічного ефекту 20-25%); регулятором якості ІТ- сервісів; засобом реалізації клієнторієнтованої стратегії, проведення оптимізації бізнес-процесів, з точки зору їхньої організації, синхронізації, взаємоузгодженості, ресурсоемності. Проведення моделювання бізнес-процесів з використанням інструментарію 1С:Підприємство 8.2 (механізм карт маршрутів) і продукту 1С:ПрофКейс є основою для прийняття рішень щодо їх вдосконалення, дозволяє дати оцінку поточної діяльності по відношенню до вимог щодо функціонування, управління, ефективності, кінцевими результатами; наочно виявити надлишкові операції, можливості для розпаралелювання процесів, “вузькі місця”, на яких процес може давати збій, можливості їх автоматизації.

Перспективним підходом до моделювання організаційних відносин та бізнес-процесів зокрема є агентно-динамічне моделювання (АДМ), що розглядає систему як суму дій агентів, зі своїми різними і змінюваними в часі теоріями [10, с.147].

На рис.5. наведено фрагмент процесної агентно-динамічної моделі управління ІТ-проектом, що передбачає імітацію ІТ-проекту по етапах життєвого циклу проекту (Процес Ініціація).

АДМ є більш універсальним підходом до бізнес-моделювання, який дозволяє врахувати структуру і поведінку систем будь-якої складності, з великою кількістю активних об’єктів, з чітко вираженою індивідуальною поведінкою, що відповідає специфіці ІТ-проектів. Інша важлива перевага агентного моделювання – це можливість розробки моделей навіть за відсутності апріорної інформації про глобальні залежності на базі індивідуальної логіки поведінки учасників процесу. Також агентно-динамічна модель дозволить програвати різні варіанти розвитку проекту, змінювати головні обмеження проекту, важелі впливу і побачити, як це відіб’ється на результатах проекту.

**Висновки.** У сучасних турбулентних умовах функціонування вітчизняних підприємств посткризового періоду, підвищення вимог динамізму та обґрунтованості прийнятих управлінських рішень, істотного скорочення часу виконання внутрішніх бізнес-процесів критичною проблемою менеджменту стає оптимізація бізнес-процесів, узгодження їх з бізнес-стратегією підприємства, що обумовлює необхідність використання інструментів моделювання, які дозволяють гнучко адаптуватися до змін для реалізації бізнес-стратегії завдяки побудові прогнозних розрахунків, імітаційних експериментів, бізнес-моделювання і реінжинірингу бізнес-процесів.

Домінуючою тенденцією сьогодні є взаємопроникнення усіх видів моделювання, симбіоз різних інформаційних технологій в області моделювання. Імітаційні системи мають доступ до

процедурних мов, що дозволяє легко виконувати обчислення, пов'язані з плануванням факторних експериментів, автоматизованої оптимізацією та ін.

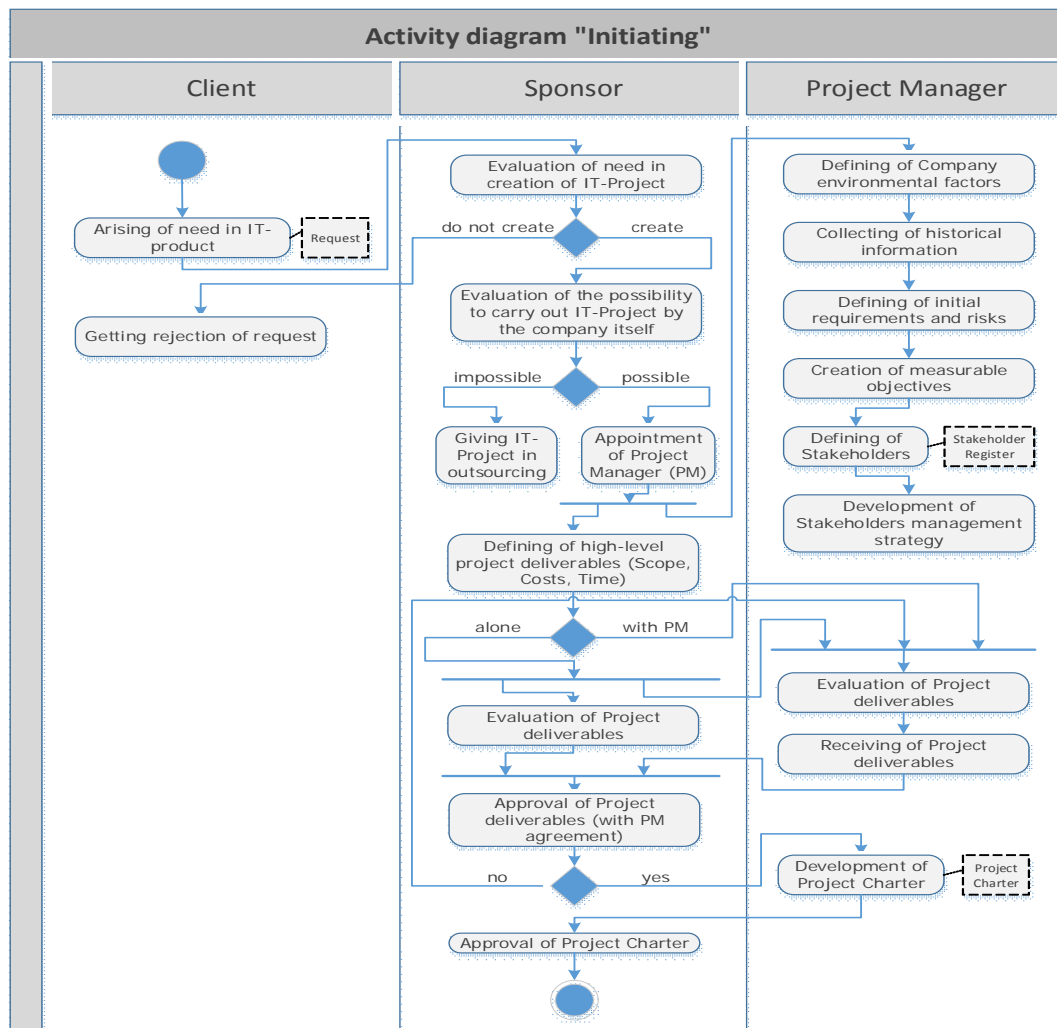


Рис. 5. Блок агентно-динамічної моделі процесу "Ініціація ІТ-проєкту".

Необхідною умовою для якісного виконання ІТ-проєктів в рамках сучасних моделей є використання ефективного інструментарію моделювання на всіх етапах ІТ-проєкту: визначення, формалізації і узгодження вимог, проектування, розробки концепції, реалізації, впровадження, завершення.

Оптимізація бізнес-процесів – один із способів усунення неефективних дій компанії, розкриття нових можливостей розвитку та підвищення конкурентоспроможності на вітчизняному динамічному ІТ-ринку.

Наукова новизна запропонованого підходу полягає в симбіозі процесного і агентно-динамічного напрямків моделювання, що дозволяє відобразити в створюваній моделі взаємовідносини між агентами і їх взаємозв'язки. Дозволяє розглядати взаємодії команди ІТ-проєкту із зовнішніми агентами через призму фаз життєвого циклу проєкту, що дозволяє не тільки відобразити відносини агентів в розрізі етапів, але й сприяє підвищенню рівня розуміння когнітивної сутності ІТ-проєкту, принципів взаємодії елементів в комплексі.

Наведені результати можуть бути використанні на всіх етапах ІТ-проєктів, що дозволяє реалізувати взаємопов'язаний ланцюжок: розробка моделі управління - формування проєктних документів - доведення до виконавця - узгодження з замовником - актуалізація, що дає можливість детально визначити функціональні вимоги ІС, істотно скоротити терміни проєктного циклу і знизити ризики і реалізувати заходи, що сприяють підвищенню якості ІТ –проєкту

Таким чином, для зниження інтегральних ризиків, пов'язаних з реалізацією проєкту і забезпечення якості його виконання, поряд з досвідом розробки та достатніми ресурсами, необхідна наявність моделі на базі методологій імітаційного та процесного моделювання, які забезпечують

прогнозований результат, прозорість процесу розробки, сприяють залученню замовника у процес розробки, дозволяють досягти гнучкості при виконанні проекту; підвищити контрольованість ризиків проекту за категоріями; і в результаті – підвищити ефективність впровадження ІТ-проекту.

#### Література:

1. Руководство к своду знаний по управлению проектами (PMBOK). Четвертое издание. – Project Management Institute, Inc. – 2008. – 459 p.
2. Гибкое управление IT-проектами/Джонатан Расмуссон.- СПб.: Питер, 2012 - 272 с.
3. Schwalbe K. Information Technology Project Management. Revised Sixth Edition. Course Technology. Cengage Learning. – Boston, USA. – 2011.
4. Чайковская М.П. Информационные системы в менеджменте // Учебное пособие (Гриф Рекомендовано Министерством образования и науки Украины) - Одесса: Астропринт, 2010.- 256.
5. MacCormack A. Product-Development Practices That Work - MIT: Sloan Management Rev., Vol.42, no.2, 2013.
6. Чайковская М.П. Управление качеством реализации ИТ-проектов // Концептуальные основы менеджмента на пороге XXI века / Сборник научных трудов.- Киев: МАУП, 2010.- С.124-130.
7. Хемди А. Таха Имитационное моделирование // Введение в исследование операций 7-е изд. - М.: Вильямс, 2007. – 917 с.
8. Хаммер М., Чампи и Д. Реинжиниринг корпорации. Манифест революции в бизнесе. - М.: Ман, 2011.- 560 с.
9. Чайковская М.П. Оптимизация бизнес-процессов ИТ-компании на базе инструментария информационных технологий // Восточно-Европейский журнал передовых технологий - Интегрированное стратегическое управление, управление проектами и программами развития предприятий и территорий. - № 1/10 (61) 2013. Часть 2.- С.116-119.
10. Чайковская П., Жарова А.В. Перспективы применения агентного моделирования в управлении ИТ-проектами // Теоретико-методологические основы исследования процессов формирования стратегии устойчивого развития социально-экономической системы в условиях интеграции и глобализации.- Монография /Под. ред. И.Ю.Швец. - Симферополь: ДИАЙПИ. - 2013. - 296 с. - С.246-257.

Скловська Є.Г.

канд. техн. наук, доцент

Національний технічний університет України «КПІ»

## **ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ МАТЕМАТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ ДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗПОДІЛУ НАВАНТАЖЕНЬ МІЖ ПАРАЛЕЛЬНО ПРАЦЮЮЧИМИ АГРЕГАТАМИ ТЕПЛОВИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ**

## **ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ МАТЕМАТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ К ЭКОНОМИЧЕСКОМУ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАГРУЗОК МЕЖДУ ПАРАЛЛЕЛЬНО РАБОТАЮЩИХ АГРЕГАТОВ ТЕПЛОВЫХ ЭЛЕКТРОСТАНЦИЙ**

## **APPLICATION OF METHODS OF THE MATHEMATICAL PRO- GRAMMING FOR THE ECONOMIC DISTRIBUTING OF LOAD- INGS BETWEEN THE PARALLELL WORKINGS AGGREGATES OF THERMAL POWER-STATIONS**

У даній статті розглянуто застосування методів математичного програмування для розв'язання задач економічного розподілу навантажень між паралельно працюючими агрегатами теплових електростанцій (ТЕС). Розглянуто випадки, коли застосування звичайних методів розподілу навантажень (рівності відносних приростів, приращених цін тощо) неможливо через нелінійність або дискретність енергетичних характеристик обладнання, необхідності одночасного розподілу як електричних, так і теплових навантажень на теплоелектроцентралях (ТЕЦ), необхідності при розподілі навантажень визначати кількість одночасно працюючих агрегатів і вид палива для них. Наведені алгоритми побудови лінійної моделі ТЕС для розподілу теплових та електричних навантажень методом лінійного програмування, розподілу навантажень методом динамічного програмування та алгоритм вибору складу працюючих агрегатів та розподілу навантажень між ними методом цілочислового програмування (метод "гілок та меж").

**Ключові слова:** економічний розподіл навантажень, математична модель, математичне програмування, лінійне програмування, динамічне програмування, цільова функція, обмеження

В данной статье рассмотрено применение методов математического программирования для решения задач распределения нагрузок между параллельно работающими агрегатами тепловых электростанций (ТЭС). Рассмотрены случаи, когда применение обычных методов распределения нагрузок (равенства относительных приростов, приращенных цен и т.п.) невозможно из-за нелинейности или дискретности энергетических характеристик оборудования, необходимости одновременного распределения как электрических, так и тепловых нагрузок на теплоэлектроцентралях (ТЭЦ), необходимости при распределении нагрузок определять количество одновременно работающих агрегатов и вид топлива для них. Приведены алгоритмы построения линейной модели ТЭС для распределения тепловых и электрических нагрузок, распределения нагрузок методом динамического программирования и алгоритм выбора состава работающих агрегатов и распределения нагрузок между ними методом целочисленного программирования (метод "ветвей и границ").

**Ключевые слова:** экономическое распределение нагрузок, математическая модель, математическое программирование, линейное программирование, динамическое программирование, целевая функция, ограничения.

*In this article application of the mathematical programming methods is considered for the decision of tasks of distributing loadings between the parallel workings aggregates of thermal power-stations. Cases are considered, when application of ordinary methods of distribution of loading (equalities of relative increases, increasing prices etc.) is impossible from non-linearity or discreteness of power descriptions of equipment, necessity of simultaneous distribution of electric and thermal loading, to the necessity at distribution of loading to determine the amount of simultaneously working aggregates and type of fuel for them. The algorithms are showed: for construction linear model of heat central station for distributing thermal and electric loadings by means of linear programming, algorithm distributing of loadings by the method of the dynamic programming and algorithm of choice the composition of workings aggregates and distributing of loadings between them by the method of the integer programming (method of "branches-and-bound").*

**Keywords:** economic distributing of loadings, mathematical model, mathematical programming, linear programming, dynamic programming, function of aim, limitations.

**Вступ.** Одна із важливіших задач електроенергетики – забезпечення надійної й економічної роботи енергогенеруючого обладнання електростанцій. Умовою економічної роботи обладнання теплових електростанцій (ТЕС) є мінімальна вартість палива при виконанні заданого графіка електричних і теплових навантажень. Для розв'язання цієї задачі використовується принцип рівності відносних приростів палива (або підведеного тепла до турбін ТЕЦ) [1], а в умовах Оптового ринку електроенергії – метод відносних приростів вартості палива (так званих прирощених цін). Але задача розподілу навантажень між енергоагрегатами на основі їх енергетичних характеристик ускладнюється нелінійністю цих характеристик (розривами, скачками тощо), необхідністю одночасного розподілу теплових і електричних навантажень на теплоелектроцентралях (ТЕЦ), необхідністю вибору складу агрегатів, які використовують різне паливо.

Для знаходження оптимального режиму роботи енергоагрегатів із складними тепловими схемами, коли неможливо застосовувати аналітичні методи (принцип рівності відносних приростів, прирощених цін тощо), широко застосовуються методи математичного програмування, такі як лінійне програмування, динамічне програмування, метод "гілок та меж" тощо.

**Постановка завдання.** Необхідно розробити алгоритми і програми розв'язання задач розподілу навантажень у таких випадках: нелінійні енергетичні характеристики енергоагрегатів або енергоблоків задані у вигляді таблиць, необхідно одночасно розподіляти як електричні, так і теплові навантаження, необхідно одночасно з розподілом навантажень вибирати склад працюючих агрегатів або вид палива для них.

**Методологія.** У розробці алгоритмів і програм використовувалися методи лінійного програмування, динамічного програмування та цілочислового програмування (метод "гілок та меж").

**Результати дослідження.** Однією з найпоширеніших задач оптимізації режимів є задача розподілу теплових та електричних навантажень між теплофікаційними турбінами теплоелектроцентралей (ТЕЦ). Ця задача ускладнюється тим, що зазвичай ті турбіни, які мають більший питомий

виробіток електроенергії на тепловому споживанні ( $\bar{w}_{тф}$ ), також більш економічні й у конденсаційному режимі, тобто якщо збільшити їх завантаження по теплу, то робота менш економічних турбін у конденсаційному режимі призведе до перевитрат тепла через те, що вони мають більш високий відносний приріст тепла у конденсаційному режимі. Отже, розподіл окремо теплових і окремо електричних навантажень на ТЕЦ не дозволяє знайти оптимальний режим їх роботи.

Враховуючи те, що на практиці енергетичні характеристики теплофікаційних турбін описуються ламаними лініями, для розв'язання цієї задачі можна застосувати метод лінійного програмування (симплекс-метод) [2,3], який дає можливість проаналізувати варіанти розподілу навантажень між турбінами різних типів і вибрати з них оптимальний.

**Математична постановка задачі:** На ТЕС встановлено  $k$  турбін різних типів:  $K$  – конденсаційні турбіни (без регульованих відборів пари на теплостачання),  $T$  – з опалювальними відборами,  $ПТ$  – з виробничими та опалювальними відборами,  $P$  – з протитиском,  $ПР$  – з виробничим відбором і протитиском. Енергетичні характеристики цих турбін  $Q_w = f(N)$  являють собою залежність витрати тепла, що йде на виробіток електроенергії, від корисного електричного навантаження турбіни й описується ламаною лінією із точкою зламу при  $N_{тф}$  – потужності турбіни, яка виробляється парою, що йде у регульовані відбори для відпуску тепла споживачам. Інша частина потужності  $N_k = N - N_{тф}$  виробляється парою, що йде у конденсатор турбіни. Позначимо змінні, які треба визначити: електричне навантаження кожної турбіни  $N_i$ , теплове навантаження у парі опалювального відбору

–  $Q_i^{оп}$ , виробничого відбору –  $Q_i^{вир}$ . Сумарні навантаження, які слід розподілити:  $N_{\Sigma}, Q_{\Sigma}^{оп}, Q_{\Sigma}^{вир}$ . Оскільки енергетичні характеристики турбін – лінійні, задача може бути розв’язана методом лінійного програмування (симплекс-методом).

Цільова функція (сумарна витрата тепла на виробіток електроенергії):

$$Q_w = \sum_{i=1}^k Q_{wi} \rightarrow \min.$$

Обмеження:

I. Умова покриття заданих навантажень:

$$\text{електричного: } \sum_{i=1}^k N_i = N_{\Sigma};$$

$$\text{у парі виробничих відборів: } \sum_{i=1}^k Q_i^{вир} = Q_{\Sigma}^{вир};$$

$$\text{у парі опалювальних відборів: } \sum_{i=1}^k Q_i^{оп} = Q_{\Sigma}^{оп}.$$

II. Обмеження по максимальній потужності:

$$N_i \leq N_i^{max};$$

$$Q_i^{вир} \leq Q_{вир}^{max};$$

$$Q_i^{оп} \leq Q_{оп}^{max};$$

III. Навантаження турбіни повинно бути не меншим за її теплофікаційну потужність (обмеження  $N_i$  по мінімуму):  $N_i \geq N_{тфi}$ .

Математичну модель ТЕС із конкретним складом обладнання зазвичай складають вручну. При зміні складу або введенні нового обладнання, зміні параметрів пари, що відбирається, модель необхідно складати заново, для чого необхідно знати основи лінійного програмування. На практиці ж персонал ТЕС не завжди в змозі скласти таку модель, тому доречно використати спеціальну програму, яка дозволить автоматично складати математичні моделі ТЕС для будь-якого заданого складу обладнання, при цьому математичні моделі конкретних ТЕЦ (конденсаційних, теплоелектроцентралей тощо) будуть частковими випадками загальної математичної моделі.

Розглянемо порядок складання такої моделі. Загальний вигляд енергетичної характеристики турбоустановки:

$$Q_w = Q_{xx} + q'_k N - (q'_k - q'_{тф}) N_{тф}, \text{ де } N_{тф} = \bar{w}_{тф}^{вир} Q_{вир} + \bar{w}_{тф}^{оп} Q_{оп} - \Delta N,$$

де  $Q_w$  – витрата тепла на виробіток електроенергії,  $Q_{xx}$  витрата холостого ходу,  $q'_k$  і  $q'_{тф}$  – відносні прирости відповідно у конденсаційному та у теплофікаційному режимах,  $N$  і  $N_{тф}$  – загальна електрична потужність і теплофікаційна потужність турбіни (яка виробляється паром, що йде у відбори),  $\bar{w}_{тф}^{вир}$  і  $\bar{w}_{тф}^{оп}$  – питомі виробітки електроенергії паром відповідно виробничого та опалювального відборів,  $Q_{вир}$  і  $Q_{оп}$  – навантаження виробничого та опалювального відборів,  $\Delta N$  – поправка до теплофікаційної потужності турбіни (на вентиляційний пропуск пари через частину низького тиску).

Підставивши  $N_{тф}$  у рівняння для  $Q_w$ , отримуємо:

$$Q_w = Q_{xx} + q'_k N - q'_k \bar{w}_{тф}^{вир} Q_{вир} - q'_k \bar{w}_{тф}^{оп} Q_{оп} + q'_{тф} \bar{w}_{тф}^{вир} Q_{вир} + q'_{тф} \bar{w}_{тф}^{оп} Q_{оп} + (q'_k - q'_{тф}) \Delta N$$

Таким чином, енергетичні характеристики наведених вище типів турбін будуть мати такий вигляд:

$$\text{T: } Q_w = Q_{xx} + q'_k N - q'_k \bar{w}_{тф}^{оп} Q_{оп} + q'_{тф} \bar{w}_{тф}^{оп} Q_{оп} + (q'_k - q'_{тф}) \Delta N;$$

$$\text{ПТ: } Q_w = Q_{xx} + q'_k N - q'_k \bar{w}_{тф}^{вир} Q_{вир} - q'_k \bar{w}_{тф}^{оп} Q_{оп} + q'_{тф} \bar{w}_{тф}^{вир} Q_{вир} + q'_{тф} \bar{w}_{тф}^{оп} Q_{оп} - (q'_k - q'_{тф}) \Delta N;$$

$$\text{Р: } Q_w = Q_{xx} + q'_{тф} \bar{w}_{тф}^{вир} Q_{вир} - q'_{тф} \Delta N;$$

$$\text{ПР: } Q_w = Q_{xx} + q'_{тф} \bar{w}_{тф}^{вир} Q_{вир} + q'_{тф} \bar{w}_{тф}^{оп} Q_{оп} - q'_{тф} \Delta N;$$

$$\text{К: } Q_w = Q_{xx} + q'_k N.$$

Цю інформацію зводимо у таблицю.

Масив вихідних даних для складання математичної моделі ТЕС

Номери стовпців	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Тип турбіни	Шифр типу								
К	1	$q'_k$	0	0	0	0	$N_{\max}$	0	0
Т	2	$q'_k$	$q'_{тф}$	0	$\overline{w}_{тф}^{оп}$	$\Delta N$	$N_{\max}$	0	$Q_{оп}^{max}$
ПТ	3	$q'_k$	$q'_{тф}$	$\overline{w}_{тф}^{вир}$	$\overline{w}_{тф}^{оп}$	$\Delta N$	$N_{\max}$	$Q_{вир}^{max}$	$Q_{оп}^{max}$
Р	4	0	$q'_{тф}$	$\overline{w}_{тф}^{вир}$	0	$\Delta N$	0	$Q_{вир}^{max}$	0
ПР	5	0	$q'_{тф}$	$\overline{w}_{тф}^{вир}$	$\overline{w}_{тф}^{оп}$	$\Delta N$	$N_{\max}$	$Q_{вир}^{max}$	$Q_{оп}^{max}$

Наведений на рис. 1 алгоритм для будь-якої кількості турбін указаних типів дозволяє автоматично отримати лінійну модель ТЕС для розподілу електричних і теплових навантажень.

Пояснимо деякі пункти алгоритму:

Кількість незалежних змінних: для турбін К (тип 1) – 1 ( $N_i$ ), для турбін Т (тип 2) – 2 ( $N_i$  та  $Q_{оп}$ ), для ПТ (тип 3) – 3 ( $N_i$ ,  $Q_{вир}$  та  $Q_{оп}$ ), для Р – 1 ( $Q_{вир}$ ), для ПР – 2 ( $Q_{вир}$  та  $Q_{оп}$ ).

Кількість обмежень: для турбін К – 1 (по  $N_i^{max}$ ), для Т – 3 (по  $N_i^{max}$ ,  $Q_{оп}^{max}$ ,  $N_i \geq N_{тф}$ ), для ПТ – 4 (по  $N_i^{max}$ ,  $Q_{вир}^{max}$ ,  $Q_{оп}^{max}$ ,  $N_i \geq N_{тф}$ ), для Р – 1 (по  $Q_{вир}^{max}$ ), для ПР – 3 (по  $Q_{вир}^{max}$ ,  $Q_{оп}^{max}$ ,  $N_i \geq N_{тф}$ ).

Ці величини у вигляді масивів констант  $n1(5) = 1, 2, 3, 1, 2$  та  $m1(5) = 1, 3, 4, 1, 3$  записані у програмі. Тоді розміри матриці обмежень визначаються так:

Кількість змінних:  $n = \sum_{i=1}^k n1(t(i))$ ;

Кількість обмежень:  $m = \sum_{i=1}^k m1(t(i)) + 6$ ;

де  $t(i)$  – стовпчик № 1 у таблиці 1, що визначає тип  $i$ -тої турбіни ( $i$  – порядковий номер її на ТЕС), 6 – кількість обмежень, що відповідають умовам покриття заданих навантажень (по 2 на кожний вид енергії).



Рис. 1. Блок-схема алгоритму побудови лінійної математичної моделі ТЕС і розподілу навантажень між турбінами (розробка автора)



Присвоєння номерів змінним: змінні з номерами від 1 до  $k1$  відповідають електричній потужності турбін типу К, Т і ПТ; змінні з номерами від  $k1+1$  до  $l$  – опалювальним відборам турбін Т, ПТ і ПР, а змінні з номерами від  $l+1$  до  $n$  – виробничим відборам у турбін ПТ, Р і ПР. Після цього виводиться таблиця присвоєння номерів змінним.

Формування цільової функції  $C_j$ :

$$C_j = q'_{k_j} \quad (j = 1, 2, \dots, k1);$$

$$C_j = - \quad (j = k1+1, \dots, l);$$

$$C_j = - (q'_{k_j} - q'_{\text{тф}_j}) \overline{w}_{\text{тф}_j}^{\text{вир}} \quad (j = l+1, \dots, n).$$

Формування матриці обмежень:

Спочатку приймається, що всі величини  $A_{ij} = 0$  (при  $i=1,2, \dots, m; j=1,2, \dots, n+1$ ).

Перший рядок матриці  $A_{ij}$  відповідає умові покриття електричної потужності ( $\sum_{i=1}^k N_i = N^\Sigma$ ) і записується так:  $A_{1j} = 1; A_{1,n+1} = N^\Sigma$  ( $j = 1, 2, \dots, k1$ ).

Для турбін типу Р і ПР (тип 4 і 5)  $A_{1j} = \overline{w}_{\text{тф}_j}^{\text{вир}} \quad (j = l+1, \dots, n)$  і для турбін ПР (тип 5)  $A_{1j} = \overline{w}_{\text{тф}_j}^{\text{оп}} \quad (j = k1+1, \dots, l)$ .

Якщо  $t(i) \geq 4$  (турбіни Р і ПР), то до  $A_{1,n+1} = N^\Sigma$  додається  $\Delta N_i$ .

Третій рядок матриці відповідає умові покриття опалювального навантаження:  $A_{3j} = 1; A_{1,n+1} = Q_\Sigma^{\text{оп}} \quad (j=k1+1, \dots, l)$ , а п'ятий – умові покриття виробничого навантаження:  $A_{5j} = 1; A_{5,n+1} = Q_\Sigma^{\text{вир}} \quad (j = l+1, \dots, n)$ . Рядки, 2, 4, 6 використовуються для забезпечення суворої рівності для кожного з видів енергії, тобто у цих рядках знак коефіцієнтів змінюється на протилежний:  $A_{ii} = -A_{i-1,i} \quad (i=2,4,6; j=1, 2, \dots, n+1)$ , тобто, наприклад,  $\sum_{i=1}^k N_i = N^\Sigma$  записується як  $\sum_{i=1}^k N_i \leq N^\Sigma$  та  $\sum_{i=1}^k N_i \geq N^\Sigma$

Умови, не перевищення максимально можливого навантаження кожної турбіни записуються так:

$$A_{i,i-6} = 1 \quad (i=7,8, \dots, n+6);$$

$$A_{i,n+1} = N_i^{\text{max}} \quad (i=7,8, \dots, k1+6) \text{ для умови, що } N_i \leq N_i^{\text{max}};$$

$$A_{i,n+1} = Q_{\text{оп}_i}^{\text{max}} \quad (i = k1+7, \dots, l+6) \text{ для умови, що } Q_{\text{оп}_i} \leq Q_{\text{оп}_i}^{\text{max}};$$

$$A_{i,n+1} = Q_{\text{вир}_i}^{\text{max}} \quad (i = l+7, \dots, n+6) \text{ для умови, що } Q_{\text{вир}_i} \leq Q_{\text{вир}_i}^{\text{max}};$$

Умови обмеження електричної потужності турбін по мінімуму (Нтф) записуються у рядках з номерами  $i1 = n+7, \dots, n+l+6$ :

Для турбін Т, ПТ і ПР:

$$A_{i1,j} = \overline{w}_{\text{тф}_i}^{\text{оп}} \quad (j = k1+1, \dots, l);$$

$$A_{i1,j} = \overline{w}_{\text{тф}_i}^{\text{вир}} \quad (j = l+1, \dots, n);$$

$$\text{Для турбін Т і ПТ: } A_{i1,j} = -1 \quad (j = 1, 2, \dots, k1); A_{i1,n+1} = \Delta N_i \quad (j = 1, 2, \dots, k1).$$

$$\text{Для турбін ПР: } A_{i1,n+1} = +\Delta N_i \quad (j = 1, 2, \dots, k1).$$

Сформовані таким чином цільова функція і матриця обмежень являють собою лінійну математичну модель ТЕС, до якої додатково вводяться значення навантажень, які необхідно розподілити, їх значення автоматично заносяться у  $n+1$  стовпець перших 6-ти обмежень і за допомогою підпрограми Simprl виконується розподіл навантажень.

Цей алгоритм реалізований у програмі LINA і для розподілу навантажень за допомогою цієї програми слід ввести тільки характеристики турбін згідно із таблицею 1 (у тому порядку, в якому вони встановлені на ТЕС) та сумарні навантаження, які необхідно розподіляти. Для повторного використання програми вводяться тільки навантаження.

Іноді застосування енергетичних характеристик обладнання для розподілу навантажень ускладнюється нелінійністю енергетичних характеристик котлоагрегатів, турбін та енергоблоків, що не дозволяє користуватися методами лінійного програмування.

Водночас методи динамічного програмування дозволяють розв'язати цю задачу незалежно від форми енергетичних характеристик, оскільки вони задаються не функціональною залежністю, а у вигляді таблиці залежності витрат палива або тепла від потужності.

*Математична постановка задачі.* Задачу економічного розподілу навантажень можна сформулювати так [1]: на ТЕС встановлено  $n$  енергоблоків, кожен з яких має енергетичну характеристику:

$$B_j = f_j(N_j),$$

де  $B_j$  – витрата палива (у т/год.) енергоблоком номер  $j$  при електричному навантаженні  $N_j$ , МВт.

Мета задачі – при заданому сумарному навантаженні  $N_y$  визначити такі навантаження кожного агрегату  $N_y$  при яких сумарна витрата палива (або тепла – для турбін) буде мінімальною:

$$B_y = \sum_{j=1}^n B_j = \sum_{j=1}^n f_j(N_j) \rightarrow \min \text{ (цільова функція)}$$

При цьому значення  $N_j$  повинні лежати у межах робочих навантажень агрегату:  $N_j = 0$  (агрегат не працює) або  $N_j^{min} \leq N_j \leq N_j^{max}$ .

Алгоритм розв'язання цієї задачі такий:

Задача розбивається на  $n$  послідовних етапів, на кожному з яких складається еквівалентна характеристика  $k$  агрегатів як сумарна характеристика двох агрегатів:  $k$ -того та агрегату, еквівалентного  $k-1$  попередніх агрегатів. Таким чином, на першому етапі сумарна еквівалентна характеристика першого агрегату відповідає його характеристиці. На другому етапі складається сумарна характеристика першого і другого агрегатів, на третьому – сумарна характеристика 3-го агрегату та агрегату, еквівалентного 1 та 2-му агрегатам і так далі до агрегату  $n$ .

Побудовою еквівалентної характеристики усієї ТЕС закінчується перша частина ("прямий хід") задачі. Друга частина ("зворотний хід") полягає в оптимальному розподілі заданого навантаження  $N_y$  між агрегатами на основі еквівалентної характеристики ТЕС, по якій визначається навантаження останнього  $n$ -ого агрегату  $N_n$  та навантаження всіх інших  $n-1$  агрегатів  $N_{n-1}^{\Sigma} = N^{\Sigma} - N_n$ . Далі по характеристиці  $(n-1)$ -го еквівалентного агрегату знаходиться навантаження  $(n-1)$ -го агрегату і далі до 1-го агрегату.

На рис.2 наведена блок-схема цього алгоритму. В алгоритмі прийняті такі позначення:  $n$  – кількість агрегатів на ТЕС,  $DN$  – крок характеристики, МВт;  $m$  – кількість значень на характеристиці найпотужнішого агрегату ( $m = N_{max}/DN + 1$ );  $k1(j)$  – кількість значень на характеристиці  $j$ -того агрегату ( $k1(j) = N_{max}/DN + 1$ );  $k2(j)$  – номер точки на характеристиці, яка відповідає мінімальному навантаженню  $N_{minj}$  ( $k2(j) = N_{minj}/DN + 1$ );  $B(m+1, n)$  – енергетичні характеристики агрегатів.

Цей алгоритм реалізований у програмі *DINA* (розробка автора) і для розподілу навантажень за допомогою цієї програми слід ввести тільки характеристики турбін у вигляді масиву  $B(m+1, n)$ , координати точок з мінімальним і максимальним навантаженням  $k1(n)$ ,  $k2(n)$  та сумарні навантаження, які необхідно розподіляти. Для повторного використання програми вводяться тільки навантаження.

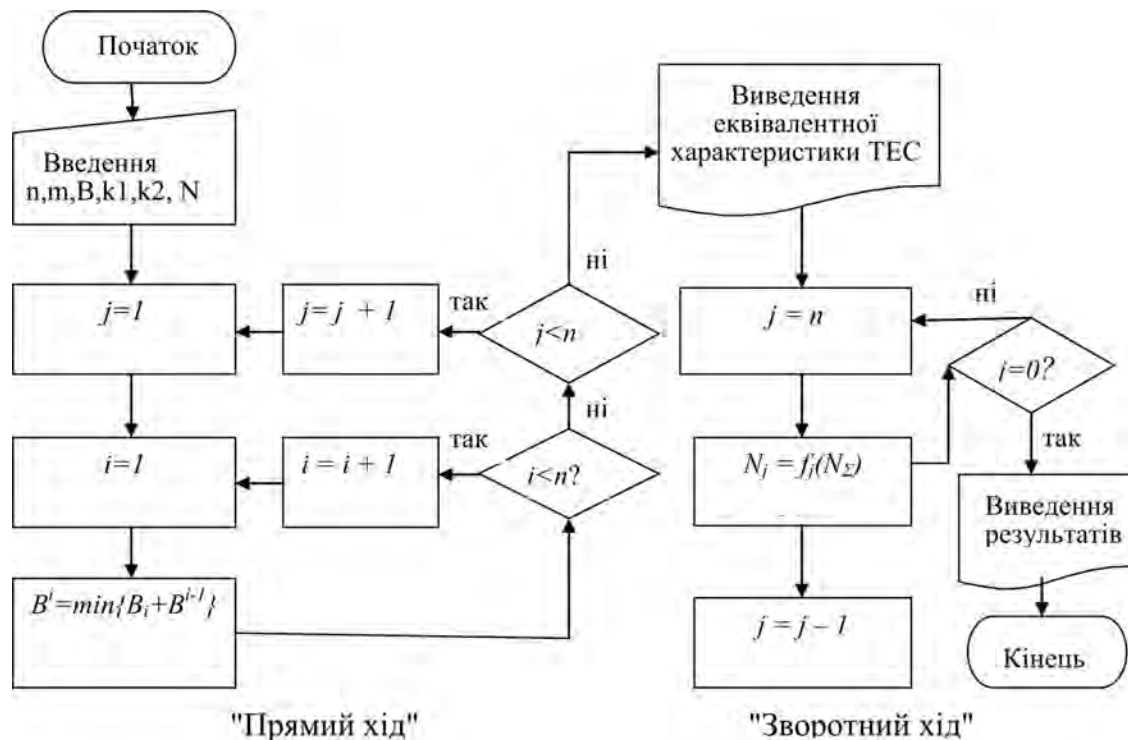


Рис. 2 Блок-схема алгоритму розподілу навантажень методом динамічного програмування ([1] і розробка автора)

На практиці часто виникають випадки, коли разом із розподілом навантажень необхідно визначити склад агрегатів, які працюють при цьому навантаженні, і вид палива для них. Таким чином, до звичайних лінійних обмежень додається вимога цілочисловості, оскільки кількість агрегатів, які працюють на тому чи іншому паливі, повинна бути цілою.

Розглянемо такий приклад (1-а черга Трипільської ТЕС):

На ТЕС встановлені 4 енергоблоки 300 МВт із двокорпусними котлами, для яких можлива робота на вугіллі і газі у таких режимах:

- один корпус котла працює на вугіллі, а другий зупинений;
- один корпус котла працює на газі, а другий зупинений;
- обидва корпуси працюють на вугіллі;
- обидва корпуси працюють на газі;
- один корпус працює на вугіллі, другий – на газі.

Характеристики енергоблоків – прямолінійні або ламані з одним зломом. Прийmemo для спрощення, що характеристики виражені прямою лінією:

$$B_j = B_{xxj} + b'_j N_j,$$

де  $B_j$  – витрата палива блоком у  $j$ -тому режимі,  $B_{xxj}$  – витрата палива блоком на холостому ході,  $b'_j$  – відносний приріст,  $N_j$  блоку в  $j$ -тому режимі.

Оскільки тут слід обирати кількість блоків, що працюють у кожному режимі, то слід враховувати витрати холостого ходу, помножені на кількість енергоблоків, що працюють у даному режимі:  $n_j B_{xxj}$ , де  $n_j$  – кількість блоків, що працюють у  $j$ -тому режимі, а це ціле число.

Тоді цільова функція матиме вигляд:

$$\sum_{j=1}^m n_j B_{xxj} + \sum_{j=1}^m b'_j N_j \rightarrow \min$$

Обмеження теж включають цілі числа  $n_j$ , наприклад:

Загальна кількість енергоблоків:  $n_1 + n_2 + n_3 + n_4 + n_5 \leq 4$ ;

Кількість блоків, у яких 1 корпус знаходиться у ремонті:  $n_1 + n_2 \geq 2$  (або 1) умова покриття навантажень:  $\sum_{j=1}^m N_j = N_y$ ;

обмеження на використання одного із видів палива (наприклад, газу):

$$n_2 B_{xx2} + n_4 B_{xx4} + n_5 B_{xx5} + b'_2 N_2 + b'_4 N_4 + b'_5 N_5 \leq B_{\text{газ}}^{\Sigma};$$

обмеження потужності енергоблоків по мінімальному і максимальному навантаженню:  $N_j \geq N_j^{\min}$  та  $N_j \leq N_j^{\max}$ .

Таким чином, маємо частково цілочислову задачу лінійного програмування, в якій 5 змінних ( $n_j$ ) є цілими, а 5 ( $N_j$ ) – можуть бути будь-якими.

Ця задача розв'язується методом "гілок і меж" таким чином [4.5]:

1. Симплексним методом розв'язується вихідна задача без вимог цілочисловості. Якщо серед перших 5 (або  $m$ ) нема дробових чисел, то цей розв'язок є оптимальним рішенням вихідної задачі.

2. Якщо в умовно-оптимальному плані є дробові значення  $n_j$  ( $j = 1, 2, \dots, m$ ), то обирають одну (найчастіше першу із дробових величин) і визначають її цілу частину  $[n_j]$  і записують два додаткові обмеження:

$$n_j \leq [n_j] \quad \text{та} \quad n_j \geq [n_j] + 1.$$

3. Кожну із отриманих нерівностей приєднують до обмежень вихідної задачі. В результаті отримуємо дві нові частково цілочислові задачі лінійного програмування.

4. Розв'язуємо симплексним методом обидві нові задачі. Якщо отримано цілочисловий розв'язок хоча б однієї з них, то це і є розв'язком задачі, якщо цілочисловий розв'язок одержано в обох задачах, то оптимальним рішенням буде те, в якому значення цільової функції є меншим. Якщо в обох задачах ще залишилися дробові значення  $n_j$ , то обирають задачу з меншим значенням цільової функції і здійснюють перехід до пункту 2. Кожен раз гілкуванню підлягає та задача із дробовими значеннями величин  $n_j$ , в якій значення цільової функції – найменше.

**Висновки.** У даній статті доведені можливості використання методів математичного програмування для розв'язання задач оптимізації режимів роботи ТЕС. Застосування цих методів доцільно при економічному розподілі навантажень між паралельно працюючими агрегатами у випадках, коли застосування звичайних методів ускладнено нелінійністю або дискретністю характеристик, необхідністю разом із розподілом навантажень визначити склад працюючого обладнання і вид палива для нього при обмеженнях на деякі види палива, а також при розподілі теплових та електричних навантажень на ТЕЦ. У таких випадках можливе застосування методів математичного програмування: лінійного, динамічного та цілочислового програмування (метод "гілок та меж"). Наведені алгоритми практичного застосування цих методів для розв'язання задач економічного розподілу навантажень. Розроблені програми автоматичної побудови лінійної моделі ТЕЦ з будь-яким

складом турбін та економічного розподілу навантажень між ними (LINA), для розподілу навантажень між агрегатами ТЕС методом динамічного програмування (DINA). Розроблені алгоритми і програми можуть бути використані на ТЕС для економічного розподілу навантажень.

#### Література:

1. Синьков В.М. Оптимизация режимов энергетических систем./В.М.Синьков, В.М.Богословский, В.Г.Григоренко, Я.А.Калиновский, А.А.Огородников, Э.А.Мозговая – К.: Вища шк. 1976. – 308 с.
2. Вагнер Г. Основы исследования операций. М.: Мир, 1972. – Т. 1, гл. 4., т.2, гл. 8 – 11.
3. Наконечний С.І. Математичне програмування: Навч. посіб./С.І.Наконечний, С.С.Савіна– К.: КНЕУ, 2004. – 452 с.
4. Ляшенко И.П. Линейное и нелинейное программирование. / И.П. Ляшенко, Е.А.Карагодова, Н.В.Черникова, Н.З.Шор – К.: Вища школа, 1975. – 372 с.
5. Общий курс высшей математики для экономистов: Учебник. / Под общ. ред. В.И.Ермакова. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 656 с.

**ЗМІСТ****ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ***Медведкін Т. С., Кінчевська Ю. Ю.*ПРОЦЕС ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ  
В АСПЕКТІ ПРОВІДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ТЕОРІЙ ..... 3*Медведкіна Є. О., Гайдей Д. О.*ЕВОЛЮЦІЯ ТЕОРІЙ ЦИКЛІЧНОСТІ РОЗВИТКУ  
ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ.....10**ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ***Прокопов О. А.*ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА МЕХАНІЗМ ПОДАЛЬШОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ  
КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ.....14*Скоробогатова Н. Є.*ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО УКРАЇНИ І ЄС В МЕЖАХ  
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ .....19*Черніченко Г. О., Єфременко А. В.*

ТЕОРІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ В КОНТЕКСТІ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО РОЗВИТКУ .....26

*Скрипченко М. О.*УЗАГАЛЬНЮЮЧА СИСТЕМА ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ  
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗА МЕТОДИКОЮ  
BALANCED SCORECARD .....32*Караєва Н. В., Березницька М. В.*ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ ПЕРЕХОДУ  
ДО НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ  
НА ОСНОВІ ЕКСПЕРТНОЇ ОЦІНКИ .....39**МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА***Корогодова О. О., Бабанина О. С.*ОЦІНКА ВПЛИВУ МІЖНАРОДНОЇ МІГРАЦІЇ  
НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....47*Войтко С. В.*КРАЇНИ ГРУПИ G20 ТА TOP-20 ЗА РІВНЕМ ЕКОНОМІКИ  
У КООРДИНАТАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ .....54*Герасимчук В.Г.*

СТРАТЕГІЧНЕ ПАРТНЕРСТВО: ПРИНЦИПИ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ, ЕФЕКТИВНІСТЬ..61

*Горянська Т. В.*«ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА» ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ  
ВІДНОСИН .....67*Гречко А. В.*ВПЛИВ ПРОЦЕСУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА СИСТЕМУ ОПОДАТКУВАННЯ  
ЯК СКЛАДОВУ ІНСТИТУЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА .....72

<i>Липов В. В.</i> ГЕТЕРОГЕНІЗАЦІЯ СЕС І КОНЦЕПЦІЯ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ КОМПЛЕМЕНТАРНОСТІ .....	79
<i>Макогон Ю. В., Музиченко Г. Г.</i> МІСЦЕ МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ У СУЧАСНІЙ ГЛОБАЛІЗОВАНІЙ СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ .....	85
<i>Мілай А. О.</i> ОСОБЛИВОСТІ ТА НАСЛІДКИ ПРОВЕДЕННЯ ГРОШОВО - КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ ФРС США В УМОВАХ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ.....	91
<i>Мунтіян В.І.,</i> .....	96
ПЕРСПЕКТИВИ СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ З РОСІЄЮ В РАМКАХ СТВОРЕННЯ МИТНОГО СОЮЗУ .....	96
<i>Радзієвська С. О.</i> ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗВ'ЯЗКИ УКРАЇНИ З КРАЇНАМИ ШАНХАЙСЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СПІВРОБІТНИЦТВА .....	105
<i>Сирочук Н. А.</i> МІЖНАРОДНА ТРУДОВА МІГРАЦІЯ УКРАЇНЦІВ ДО КРАЇН ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ: ФАКТОРИ ВПЛИВУ .....	110
<i>Шевчук О. А.</i> ДИНАМІКА СТАНУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ .....	118
<b>ГАЛУЗЕВА ЕКОНОМІКА</b>	
<i>Барановська А. А., Базь М. О.</i> РИНОК СОНЯЧНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ УКРАЇНИ: ДИНАМІКА ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ.....	127
<i>Дергачова В. В., Бедик О. В.</i> СТАНОВЛЕННЯ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ.....	133
<i>Климчук С. А.</i> ТАКСОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ.....	138
<i>Кологривов Я. І.</i> СТРАТЕГІЧНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИКИ: ЦИКЛІЧНІСТЬ РОЗВИТКУ ТА ЖИТТЄВИЙ ЦИКЛ .....	146
<i>Коломієць А. С.</i> ІННОВАЦІЙНЕ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	151
<i>Копішинська К.О.</i> .....	158
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ СИСТЕМ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ .....	158

<i>Кузнєцова К. О.</i> ПЕРІОДИ СТАНОВЛЕННЯ ЕНЕРГЕТИКИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	166
<i>Сокотенюк С. М.</i> ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ГАЗОРОЗПОДІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	171
<i>Чукурна О. П.</i> НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В КОНТЕКСТІ НЕОІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ .....	177

## **ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА**

<i>Петровська І. П.</i> ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ЯК ЧИННИК АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ .....	185
<i>Ткаченко Т. П.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....	192
<i>Дадалко С. В., Козловская З. Н.</i> ВПЛИВ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ НА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМПАНІЇ (ПІДПРИЄМСТВА) .....	197
<i>Іваницька О. В.</i> ТРАНСАКЦІЇ ЯК ВИТРАТИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ .....	203
<i>Клименко О. В.</i> МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НЕГАТИВНОМУ ВПЛИВУ ІНФЛЯЦІЇ .....	209
<i>Рощина Н. В.</i> .....	216
УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В СИСТЕМІ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	216
<b>МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ .....</b>	<b>222</b>

<i>Дергачова В. В., Біличенко І. Б.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ УПРАВЛІННЯ ПІСЛЯРЕАЛІЗАЦІЙНИМ СУПРОВОДОМ НА ВИРОБНИЧОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....	222
<i>Кожемяченко О. О.</i> ВПЛИВ ПРОФСПІЛОК НА СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ .....	226
<i>Круш П. В., Сімчера О. І.</i> ТРУДОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА СТРУКТУРА .....	233
<i>Погребняк А. Ю.</i> НАПРЯМИ ОБГРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	237
<i>Радчук А. П., Куган С. Ф.</i> УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ЗАПАСАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В БУДІВНИЦТВІ .....	244

<i>Акулова Ю. О.</i> ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ І ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	249
<i>Герасимчук В. И.,</i> .....	255
УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ: ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД .....	255
<i>Дідух В. В.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ РЕІНЖІНІРИНГУ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ОСНОВІ ОЦІНКИ БІЗНЕС-ПОТЕНЦІАЛУ ВИРОБНИЧОЇ СИСТЕМИ .....	262
<i>Дунська А. Р., Тенетко І. І.</i> ІННОВАЦІЙНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА .....	271
<i>Косматов Э. М., Савосин Г. Ф.</i> МОДЕЛІ ПРОЦЕСІВ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	276
<i>Окороков В. Р., Евсеева С. А.</i> СТРАТЕГІЯ АДАПТАЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ДО ПЛИННОГО СЕРЕДОВИЩА .....	281
<i>Павленко Т.В., Ключнікова М. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ В НАУКОЄМНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ..	286
<i>Ситник Н. І.</i> МОТИВАЦІЯ КРЕАТИВНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕРСОНАЛУ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ.....	293
<i>Тупкало С. В., Тупкало В. М.</i> КАТЕГОРІАЛЬНИЙ АПАРАТ ТЕОРІЇ ПРОЦЕСНОГО УПРАВЛІННЯ .....	299
<i>Тюленєва Ю. В., Антошко Т. Р.</i> ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ .....	305
<i>Шелехов К. В.</i> КОРПОРАТИВНЕ СТРАХУВАННЯ ЗДОРОВ'Я ПЕРСОНАЛУ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ІНВЕСТУВАННЯ У ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ .....	312
<i>Дрінь О. Я.</i> ПЕРЕДБАЧУВАНІСТЬ ЗМІН СЕРЕДОВИЩА ЯК ПЕРЕДУМОВА ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ МЕТОДОЛОГІЇ І ФОРМИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА .....	322
<i>Стеченко Д. М., Омельченко О. С.</i> СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО КЛАСИФІКАЦІЇ ВИДІВ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ І СТВОРЕННЯ МЕХАНІЗМУ ЇЇ ПЛАНУВАННЯ ТА ЗДІЙСНЕННЯ ....	330
<b>МАРКЕТИНГ</b>	
<i>Бажеріна К. В., Комяков О. О., Стадніченко В. В.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ДИЛЕРСЬКИМИ МЕРЕЖАМИ НА РИНКУ ПОБУТОВИХ КОТЛІВ .....	339



<i>Діброва Т. Г.</i> ПРОЦЕДУРА ПЛАНУВАННЯ БЮДЖЕТУ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ: КОМБІНОВАНИЙ ПІДХІД .....	349
<i>Кубишина Н. С., Цапук О. Ю.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РОЗРОБОК.....	356
<i>Лылык И. В.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ .....	363
<i>Mariana Lylyk</i> АНАЛІЗ РЕАЛІЗАЦІЇ РЕКОМЕНДАЦІЇ СМ/REC (2007)14 КОМІТЕТУ МІНІСТРІВ ДЛЯ КРАЇН – ЧЛЕНІВ ЄС ЩОДО ПРАВОВОГО СТАТУСУ НЕУРЯДОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В ДЕЯКИХ ОКРЕМИХ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ.....	374
<i>Майорова І. М.</i> СУЧАСНА МАРКЕТИНГОВО- ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	382
<i>Гнідіна О. Ю., Зозульов О. В.</i> РЕБРЕНДИНГ ТОРГОВОЇ МАРКИ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ .....	390
<i>Гребньов Г. М.</i> ФОРМУВАННЯ НАПРЯМКІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	395
<i>Лебеденко М.С.</i> .....	401
ВЕБОМЕТРИЧНИЙ РАНГ ЯК ПОКАЗНИК ЕФЕКТИВНОСТІ ЕЛЕКТРОННОГО РЕСУРСУ ПІДПРИЄМСТВА .....	401
<i>Зозульов О. В., Мартинова К. Л.</i> ОСОБЛИВОСТІ РИНКОВОГО РЕПОЗИЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПРЕМІУМ СЕГМЕНТІ .....	409
<i>Окунєва О.В.</i> .....	414
КОНЦЕПЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО МАРКЕТИНГУ В ТЕОРІЇ МАРКЕТИНГУ .....	414
<i>Полторак К. А., Зозульов О. В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ КРАУД-ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	422
<i>Стельмах О. А., Смикова М. О.</i> ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНУ.....	430
<i>Телєтов О. С.</i> МАРКЕТИНГОВА ОСВІТА В УМОВАХ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ.....	435
<b>ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ</b>	
<i>Чупріна М. О.</i> ФОРМАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ .....	440

<i>Весельська К. А.</i> ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СПІЛЬНИХ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	445
<i>Гавриш О. А., Черняк Г. М.</i> ..... ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	451
<i>Докієнко Л. М.</i> ФІНАНСОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	456
<i>Єрешко Ю. О.</i> МОНОПОЛІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ПРИЧИНА ЗАНЕПАДУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ В УКРАЇНІ .....	465
<i>Круш Н.П.</i> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ КОРПОРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	470
<i>Лободзинська Т. П.</i> НАПРЯМКИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВИРОБНИЦТВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	476
<i>Макогон Ю. В., Иванкова Д. Р.</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ГЛОБАЛЬНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	481
<i>Окороков В. Р., Кальченко О. А.</i> ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ .....	487
<i>Охріменко О. О., Яресько Р. С.</i> ІДЕНТИФІКАЦІЯ РИЗИКІВ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	495
<i>Тульчинська С. О.</i> НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ВЕКТОРА РОЗВИТКУ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА .....	501
<i>Хаджинов І. В., Шульженко Д. Ю.</i> ІННОВАЦІЙНІ КОМПАНІЇ СВІТУ: АНАЛІТИЧНИЙ ВИМІР ИННОВАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ В МИРЕ: АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ.....	507
<i>Єрешко Ю. О., Яловий Г. К.</i> ..... СТОХАСТИЧНІ ІНВЕСТИЦІЇ ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	512
<b>ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ .....</b>	<b>522</b>
<i>Коротченкова Ю. О., Серебренніков Б. С.</i> ЦІНОУТВОРЕННЯ СОНЯЧНИХ ЕЛЕМЕНТІВ З НАНОТЕХНОЛОГІЧНОЮ СКЛАДОВОЮ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	522

*Царьова Т. О.*  
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ РИНКОВОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ  
ТЕХНОЛОГІЇ ПІД ЧАС ПРОВЕДЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОГО АУДИТУ НА  
ПІДПРИЄМСТВІ ..... 530

*О. А. Гавриш, С. В. Нараєвський*  
АПРОБАЦІЯ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ  
ТЕХНОЛОГІЙ ОТРИМАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ..... 542

### **ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСОВИХ ПРОЦЕСІВ**

*Дрозд А. О., Капустян В. О.*  
КЕРУВАННЯ КРЕДИТНОЮ ТА ДЕПОЗИТНОЮ СТАВКАМИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ  
З КАПІТАЛОМ ДОСТАТНІМ ДЛЯ ЗАДОВОЛЕННЯ ПОПИТУ НА КРЕДИТИ..... 548

*Дунська А. Р., Поліщук А. С.*  
НЕЧІТКА ЛОГІКА В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ  
ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 563

*Пічугіна М. А., Матвійчук О. В.*  
СТВОРЕННЯ ДИНАМІЧНОЇ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ  
БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ..... 571

*Фартушний І. Д., Колбасюк Ю. О.*  
ПОРІВНЯННЯ МОДЕЛЕЙ ОЦІНЮВАННЯ  
ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА..... 577

*Чайковська М. П., Тулякова А. Ш.*  
МОНІТОРИНГ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ  
НА СУЧАСНИХ ФОНДОВИХ РИНКАХ ..... 582

*Чайковська М. П.*  
КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД МОДЕЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ІТ-ПРОЕКТАМИ ..... 590

*Скловська Є. Г.*  
ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ МАТЕМАТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ  
ДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗПОДІЛУ НАВАНТАЖЕНЬ МІЖ ПАРАЛЕЛЬНО  
ПРАЦЮЮЧИМИ АГРЕГАТАМИ ТЕПЛОВИХ ЕЛЕКТРОСТАНЦІЙ ..... 597

## ВИМОГИ ДО СТАТЕЙ, ЩО ПОДАЮТЬСЯ ДО ЗБІРНИКА НАУКОВИХ ПРАЦЬ „ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК НТУУ „КПІ”

- Статті приймаються українською, російською і англійською мовами.
- Статті виконуються відповідно до вимог МОН України (додаток 2).
- Обсяг статті обмежується – не менше 0,25 др. арк. (без анотацій) і не більше 0,5 др. арк. (10 - 20 тис. друкованих знаків). Правила оформлення статті приводяться нижче. Усі зазначені підпункти в статті повинні мають бути присутні та виділені жирним шрифтом.
- Статті подаються у друкованому вигляді за адресою:  
**Редакція «Економічного вісника НТУУ «КПІ»»  
НТУУ «КПІ», ФММ  
корпус 1, к. 237,  
проспект Перемоги, 37,  
Київ 03056**

та на CD чи електронною поштою на адресу [fmf@kpi.ua](mailto:fmf@kpi.ua), [o.zozulyov@kpi.ua](mailto:o.zozulyov@kpi.ua).

- Разом з роздрукованим текстом статті надсилаються: **відомості про автора (авторів /не більше трьох співавторів/), для статей аспірантів – рецензія наукового керівника. Статті студентів приймаються виключно у співавторстві з науковим керівниками.**
- Статті набираються у тестовому редакторі Microsoft Word. Файл може мати розширення \*.doc чи \*.rtf. Шрифт тексту статті Times New Roman Cyr 14. Таблиці виконувати 12 шрифтом. Поля дзеркальні; верхнє і внутрішнє – 2,5 см., зовнішнє – 1,8 см., нижнє – 3,5 см. Інтервал одинарний. Графіки та рисунки виконувати вмонтованими засобами Word, посилання у тексті обов’язкове.
- Паперовий варіант статті **підписується автором (авторами)** на першій сторінці біля прізвища.
- **Назва файлу** з електронною версією статті повинна збігатися з прізвищем першого автора. Бажано мати декілька ідентичних копій файлу статті на диску.
- **Структура:** УДК, автор (автори), науковий ступінь, вчене звання, місце роботи, назва статті, анотація, ключеві слова, вступ (постановка проблеми, її зв’язок з останніми дослідженнями та публікаціями, науковими та практичними завданнями, обґрунтування актуальності дослідження), постановка завдання (сформовані цілі дослідження), методологія (короткий перелік і обґрунтування методологічної бази дослідження, використаних методів, математичного апарата, алгоритмів і програмного забезпечення), основні результати дослідження (наукова новизна, практичне значення), висновки (наукова новизна, теоретичне та практичне значення результатів дослідження, перспективи подальших наукових розробок за даним напрямом, рекомендація щодо використання).
- Окремо додається файл с даними про автора (додаток 3). **Назва файлу із даними про авторів** має мати такий вид: data\_ (прізвище першого автора).
- Веб-сайт збірника наукових праць: <http://economy.kpi.ua>

Просимо дотримуватися встановлених вимог і термінів подання статей. Відбір матеріалів проводиться редакційною колегією наукового збірника.

**Розміщуючи матеріали у збірнику наукових праць автори погоджуються з правом редакції збірника розміщувати матеріали збірника в електронному вигляді на офіційному сайті збірника та інших електронних ресурсах відповідно до законодавства України.**

Редакційна колегія

## ПОРЯДОК ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ

УДК 123.456:789

**Петренко А.Б.**

*канд. економ. наук, доцент*

*Національний технічний університет України «КПІ»*

### НАЗВА СТАТТІ

(українською, російською та англійською мовами)

#### **Анотація**

Українською, російською і англійською мовами

(по 1000 знаків кожна)

#### **Ключові слова**

(3-7 слів)

Українською, російською і англійською мовами

#### **Вступ**

(постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття)

#### **Постановка завдання**

(формулювання цілей дослідження)

#### **Методологія**

(перелік і обґрунтування методологічної бази дослідження, використаних методів, математичного апарата, алгоритмів і програмного забезпечення)

#### **Результати дослідження**

(викладення основного матеріалу з обґрунтуванням наукових результатів)

#### **Висновки**

(наукова новизна, теоретичне та практичне значення результатів дослідження, перспективи подальших наукових розробок за даним напрямом, рекомендація щодо використання)

#### **Література:**

(5 -10 джерел, оформлених відповідно до вимог ДСТУ:2006)

### ДАНІ ПРО АВТОРІВ

**Прізвище, ім'я, по батькові** \_\_\_\_\_

**Науковий ступінь** \_\_\_\_\_

**Вчене звання** \_\_\_\_\_

**Посада** \_\_\_\_\_

**Місце роботи** \_\_\_\_\_

**Назва статті** \_\_\_\_\_

**Розділ** \_\_\_\_\_

**Адреса для листування** \_\_\_\_\_

**Контактні телефони** \_\_\_\_\_

**Адреса електронної пошти** \_\_\_\_\_