

вул. Кіото, 19, м. Київ, 02165, Україна
e-mail: grebenik.ks@gmail.com

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Гребеник Ксения Владимировна, аспирант кафедры финансов
Киевский национальный торгово-экономический университет
ул. Кіото, 19, г. Киев, 02165, Украина
e-mail: grebenik.ks@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHOR

Hrebenyk Kseniia Volodymyrivna, postgraduate student
Kyiv National University of Trade and Economics
19, Kioto street, Kyiv, 02165, Ukraine
e-mail: grebenik.ks@gmail.com

УДК 330.322:336.733

DOI: 10.5281/zenodo.1220681

ІНВЕСТИЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЛОМБАРДІВ

Левасва Л.Ю.

Предметом дослідження є розробка інвестиційної стратегії ломбардних установ.

Основною метою статті є обґрунтування методичного підходу щодо механізму формування інвестиційної стратегії ломбардних установ в умовах ринкової економіки.

Завдання статті – дослідження сутності інвестиційної стратегії ломбардної установи, принципів та етапів розробки інвестиційної стратегії ломбардів.

Методологічною основою статті стали загальнонаукові методи пізнання, концептуальні положення сучасних економічних теорій.

Результати роботи. Досліджено етапи формування інвестиційної стратегії розвитку ломбардних установ у сучасних умовах, розглянуто процес реалізації основних напрямів розвитку ломбардної установи.

Висновки: Інвестиційний процес тісно пов'язаний зі стратегією розвитку ломбарду і є його невід'ємною частиною. Концептуальна модель стратегічного плану ломбарду дає можливість визначити етапи складання стратегічного плану діяльності. Одним з можливих інструментів першого етапу стратегічного планування може служити так званий SWOT-аналіз. Основними етапами формування інвестиційної стратегії ломбарду є: визначення періоду формування інвестиційної стратегії, формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності, розробка найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності, конкретизація інвестиційної стратегії за періодами її реалізації, оцінка розробленої інвестиційної стратегії.

***Ключові слова:** ломбарди, інвестиційний процес, інвестиційна діяльність, системний аналіз, стратегія, інвестиційна привабливість.*

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЛОМБАРДОВ

Леваева Л.Ю.

Предметом исследования является разработка инвестиционной стратегии ломбардных установ.

Основной целью статьи является обоснование методического подхода относительно механизма формирования инвестиционной стратегии ломбардных учреждений в условиях рыночной экономики.

Задача статьи – исследование сущности инвестиционной стратегии ломбардных учреждений, принципов и этапов разработки инвестиционной стратегии ломбардов.

Методологической основой статьи стали общенаучные методы познания, концептуальные положения современных экономических теорий.

Результаты работы. Исследованы этапы формирования инвестиционной стратегии развития ломбардных учреждений в современных условиях, рассмотрен процесс реализации основных направлений развития ломбардных учреждений.

Выводы: Инвестиционный процесс тесно связан со стратегией развития ломбарда и является его неотъемлемой частью. Концептуальная модель стратегического плана ломбарда дает возможность определить этапы составления стратегического плана деятельности. Одним из возможных инструментов первого этапа стратегического планирования может служить так называемый SWOT-анализ. Основными этапами формирования инвестиционной стратегии ломбарда являются: определение периода формирования инвестиционной стратегии, формирование стратегических целей инвестиционной деятельности, разработка наиболее эффективных путей реализации стратегических целей инвестиционной деятельности, конкретизация инвестиционной стратегии по периодам ее реализации, оценка разработанной инвестиционной стратегии.

Ключевые слова: ломбарды, инвестиционный процесс, инвестиционная деятельность, системный анализ, стратегия, инвестиционная привлекательность.

THE INVESTMENT STRATEGY OF THE LOMBARDS DEVELOPMENT

Levaieva L.Yu.

The subject of research is the development of the investment strategy of the Lombard institutions.

The main purpose of the article is justification of the methodological approach concerning the mechanism of formation of investment strategy of the Lombard institutions in a market economy.

The objective of the article is to study the nature of the investment strategy of the Lombard institutions, principles, and stages of development of the investment strategy of the Lombards.

The methodological basis of the article is based on General scientific methods of cognition, the conceptual provisions of the modern economic theories.

The results of the work. The stages of investment strategy Lombard institutions in modern terms, consider the implementation of the main directions of Lombard facility.

Conclusions: the Investment process is closely connected with the development strategy of the pawnshop and is its integral part. A conceptual model of the strategic plan of the pawnshop gives you the ability to define steps in the development of the strategic plan activities. One of the possible tools the first stage of strategic planning may serve as a so-called SWOT-analysis. The main stages of formation of the investment strategy of the Lombard are: the definition of the period of formation of the investment strategy formation of strategic purposes of investment activity, development of the most effective ways to implement the strategic objectives of investment activities, the specification of the investment strategy for the periods of implementation of the investment strategy.

Key words: pawnshops, investment process, investment, systems analysis, strategy, investment attractiveness.

Постановка проблеми. На сучасному етапі зацікавленість ломбардами стрімко зростає, а їх послуги характеризують, як набагато доступніші для споживачів, ніж банківські. У тому, що це швидкий, зручний та вигідний інструмент кредитування, на власному досвіді переконуються дедалі більше позичальників.

Проте сьогодні в Україні ринок ломбардних послуг перебуває лише в стадії становлення, а його розвиток супроводжується численними проблемами економічного, нормативно-правового, організаційно-методологічного, інформаційно-аналітичного, кадрового і технологічного характеру. Чинне законодавство, що регламентує функціонування даного ринку, не є логічно завершеним. Бракує й необхідних методичних розробок для підвищення ефективності діяльності ломбардів.

Аналіз останніх джерел. У науковій літературі проблеми вивчення діяльності ломбардних установ приділяється незначна увага. З вітчизняних науковців її досліджують С. Балабан, Ф. Бутинець, Р. Дяків, К. Єфремова, М. Казьмирчук, А.Мазорук, О. Обушна, М. Ормоцадзе, О. Поліщук, М. Савлук, З. Сороківська, В.Ходаківська, С. Шпильовий, О. Юр'єв. Однак потребують подальшого дослідження особливості формування інвестиційної стратегії розвитку ломбардних установ в сучасних умовах, що зумовило **мету написання статті**.

Виклад основного матеріалу. Найнеобхіднішим для забезпечення подальшого розвитку діяльності ломбардів є прийняття Закону України «Про ломбарди та ломбардну діяльність». На сьогодні не існує жодного законодавчого акту, яким би комплексно врегульовувалися найважливіші питання, що виникають під час створення та діяльності ломбардів. Відсутнє навіть загальне визначення поняття «ломбард» на рівні закону. Ті визначення, які є в чинному законодавстві України та стосуються ломбардів, є спеціальними, тобто використовуються в межах одного конкретного нормативного акту. Ломбардна діяльність регулюється ЦК України [1] та Положенням «Про порядок надання фінансових послуг ломбардами» [2].

Проект Закону «Про ломбарди та ломбардну діяльність», розроблений Державною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України, покликаний регулювати здійснення ломбардної діяльності в Україні, а також офіційно закріпити за ломбардами статус фінансової установи на рівні закону. Проте слід зазначити, що цей законопроект «гуляє коридорами влади» вже понад 10 років, а тому сподіватись на його прийняття найближчим часом в світлі останньої політичної ситуації в країні не варто.

У розвинених країнах встановлені вимоги до розміру статутного фонду ломбарду. У США він становить 100 тис. дол. і повинен бути внесений виключно грошима. Згідно з розпорядженням Державної комісії з ринків фінансових послуг України, встановлюються вимоги не до статутного фонду, а до власного капіталу ломбарду, який повинен бути більше 200 тис. грн. Цієї суми на сучасному етапі розвитку ринку послуг ломбардів цілком достатньо для забезпечення їх ефективної діяльності, оскільки вони не працюють з залученими коштами та не приймають на себе особливих ризиків, як банки чи страховики.

У проекті Закону «Про ломбарди та ломбардну діяльність» [3] встановлений мінімальний розмір статутного фонду у розмірі суми, еквівалентної 30 тис. євро, а також передбачено створення згідно з законодавством резервного фонду та страхового резерву для відшкодування можливих втрат по основному боргу за кредитами. Згідно з аналітичними дослідженнями Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України, цього буде досить для забезпечення ефективної діяльності ломбардів та захисту інтересів їх клієнтів. Крім того, на сьогодні понад 70 ломбардів зі 311 зареєстрованих вже мають статутний фонд у розмірі, еквівалентному сумі 30 тис. євро та більше. Тому встановлення такого нормативу не створить серйозних проблем на ринку ломбардів, а лише сприятиме підвищенню конкуренції та ефективності їх роботи, а також забезпечить клієнтам ломбардів мінімальний захист їх інтересів.

Однією з найбільших проблем для ломбардів є залучення обігових коштів. Застава ломбардом майна до банківської установи дозволить отримати кредит щонайбільше у 10 тис. грн. Можливий варіант застави до банку майнових прав ломбарду, які виникають в останнього з його клієнтами. Але банки неохоче йдуть на таку заставу, посилаючись на Національний банк, який начебто розглядає майнові права як дуже ризикову заставу. До 1917 року ломбарди мали право залучати кошти населення. Згідно з законодавством, кредитні спілки можуть залучати кошти населення за наявності відповідної ліцензії НБУ. У ломбардах залучені кошти можуть бути захищені не менш надійно – це справа лише прозорості операцій та їх контролю.

Ще однією проблемою, яка потребує прийняття відповідних нормативно-правових актів, є відсутність чітких вимог стосовно приміщення, в якому розміщуються ломбарди, а точніше – де зберігаються заставлені в заклад речі. Протягом 2007 року понад 60% всіх кредитів, наданих ломбардами, були забезпечені виробами з дорогоцінних металів та дорогоцінним камінням. У сучасних умовах, коли серед білого дня грабують відділення банків, клієнти ломбардів не мають ніякої гарантії щодо надійності зберігання їх речей, що виступають забезпеченням за фінансовим кредитом. Згідно з типовим договором між ломбардом та клієнтом, збитки, завдані в наслідок протиправних дій третіх осіб, кваліфікуються як форс-мажорні обставини та не відшкодовуються ломбардом. Тому варто або встановити чіткі вимоги до приміщень, де зберігатимуться речі, отримані ломбардом в заклад або на зберігання, або посилити матеріальну відповідальність ломбарду перед клієнтом. Згідно з проектом Закону «Про ломбард та ломбардну діяльність» [3] передбачається обов'язкове страхування речей, що перебувають на зберіганні в ломбарді». Проте деякі політики, люблячи власні інтереси, виступають проти цієї норми.

Варто зазначити, що ломбарди досить часто використовуються для легалізації коштів, отриманих злочинним шляхом, зокрема в 2007 році з 147 перевірених ломбардів порушення вимог законодавства про здійснення заходів з фінансового моніторингу встановлені у 64 ломбардів, за що були накладені штрафні санкції. Тому варто здійснювати перманентний контроль за діяльністю таких установ та посилити відповідальність безпосередньо службовців ломбарду за порушення норм законодавства.

Жодна система не функціонує у вакуумі, її оточує диференційоване середовище, в якому можна виділити макросередовище – що об'єднує зовнішні фактори впливу на підприємство та мікросередовище, що об'єднує внутрішнє середовище установи і фактори найближчого оточення [4–6]. Ломбард не є виключенням.

Макросередовище ломбарду є основою для трактування поняття інвестиційного клімату, під яким в ринковій економіці слід розуміти сукупність політичних, економічних, фінансових, соціо-культурних, правових, технологічних та географічних секторів, притаманних тій чи іншій державі [7, 8].

Мікросередовище ломбардного підприємства інтерпретується нами як спектр функціональних структур (маркетингова, фінансова, інвестиційна і т.і.), який приймає рішення щодо діяльності ломбарду в умовах впливу на нього зовнішніх факторів. Генераторами їх є клієнти, зовнішні інвестори, конкуренти. В процесі дослідження обмежимося вивченням впливу тільки мікросередовища ломбардного підприємства при прийнятті ним рішення в процесі здійснення інвестиційного процесу.

Для визначення змісту планування інвестиційного процесу важливо провести межу між поняттями інвестиційний процес та інвестиційна діяльність. У Законі «Про інвестиційну діяльність» дане визначення тільки другого поняття, а поняття «інвестиційний процес» не визначається і очевидно вважається в контексті синонімом іншого. Під інвестиційною діяльністю у відповідність з цим Законом розуміється «сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій» [9]. Процес – це сукупність дій, спрямованих на досягнення певного результату. Результат передбачає досягнення заздалегідь сформульованої мети, інакше оцінка результату стає неможливою. Тому інвестиційна діяльність є лише частиною інвестиційного процесу, який починається з постановки його мети. Нами пропонується наступне визначення. Інвестиційний процес полягає в сукупності дій з розробки інвестиційної стратегії, спрямованої на досягнення поставленої мети, прийняттю на її основі інвестиційних проектів, залучення та розміщення фінансових ресурсів, необхідних для їх реалізації, а також отримання доходу з вкладеного капіталу.

Інвестиційний процес тісно пов'язаний зі стратегією розвитку ломбарду і є його невід'ємною частиною [10–12]. Наскільки оптимально він працював, збалансований за часом виконання та джерел фінансування, залежить успіх організації в майбутньому. Разом з тим необхідно зазначити, що в умовах високої динаміки процесів перетворень економіки України, вітчизняна економічна наука ще не створила в повному обсязі необхідні теоретичні основи технології та організації інвестиційного процесу для ринкової моделі господарювання.

У вітчизняній економічній літературі досить інтенсивно розроблялася теорія розвитку і прийняття рішень в економічних системах в межах системного аналізу, який з практичної точки зору є системою методів дослідження або проектування складних систем, планування і реалізацію змін, призначених для ліквідації проблем. На базі системного аналізу деякої методичної оболонки, досить успішно розвивалися такі методи формалізованого уявлення систем (для прийняття кількісних рішень на основі отриманої цільової функції і багатокритеріальної оптимізації) як: динамічне імітаційне моделювання; економічна кібернетика, теорія ігор тощо. Вони досліджували проблеми оптимальності, збалансованості і стійкості розвитку економічних об'єктів, а також абстрактні аспекти теорії вибору та прийняття рішень. У цій частині роботи вітчизняних економістів мали світове значення [13, 14].

Економічну систему з позицій системного аналізу слід розуміти як цілеспрямовану систему, що розвивається з активними елементами, здатну до самоорганізації. У роботах вітчизняних вчених не

можна було знайти термін «стратегія розвитку на рівні підприємства», який замінювався поняттями, побічно характеризують функціонування і розвиток систем як «поведінка», «стійкість» і т.п. Це, в кінцевому рахунку, дало можливість будувати теоретичні моделі економічних об'єктів будь-якої складності, не використовуючи небажаний термін, а при завданні ймовірного характеру зовнішнього середовища наближало їх до умов моделювання поведінки підприємств в умовах ринкової економіки. Перехід від стадії моделювання до стадії експериментування і перевірки отриманих результатів на практиці був неможливий в силу відсутності необхідних соціально-економічних умов, що збіднювало прикладне значення досліджень.

Лише в 90-ті роки з'явилися дослідження, в яких ідеї системного аналізу використовувалися вже на рівні підприємств. У цьому зв'язку слід зазначити роботи російських вчених С.В. Валуєва [15] «Системный анализ в экономике и организации производства» (1991 р.), В.С. Йозайтіса та Ю.А. Дубова [16] (1991 р.) «Экономико-математическое моделирование производственных систем», «Экономическая стратегия фирмы» під редакцією А.П. Градова (1999 р.) [17], в яких розглянуті приклади методик та їх конкретних додатків при стратегічному плануванні та розробці основних напрямів розвитку підприємства.

Основна цінність системного аналізу, на нашу думку, полягає в тому, що у ньому були структуровані етапи прийняття рішень з будь-якої проблеми, в тому числі і вибору стратегії розвитку підприємства. До цих етапів можна віднести наступні: визначення проблеми, виявлення цілей; формування критеріїв; генерування альтернатив; побудова і використання моделей; дослідження ресурсних можливостей; декомпозиція; агрегування; дослідження інформаційних потоків; оптимізація; вибір; впровадження результатів аналізу. Наведений перелік є укрупненим і може бути розширений і мати іншу послідовність операцій, залежно від поставлених завдань і мети дослідження.

Складність проблеми вибору стратегій розвитку будь-якого підприємства залежить від наявності великої кількості альтернатив та їх оцінки по одному або декількох змістовних або формалізованих критеріях: режиму вибору – одноразовому чи ітеративному, характерному для самоорганізуючих систем, які мають численні зворотні зв'язки, що підвищують їх стійкість до впливу макро- та мікросередовища; ступеня узгодженості мети з урахуванням балансу інтересів сторін, що особливо важливо в умовах залучення різних інвесторів при фінансуванні інвестиційних проектів; наслідків вибору, які бувають трьох видів – результат відомий, носить ймовірний характер, якщо відомі ймовірності наслідків, і неоднозначний результат, що виникає в умовах невизначеності. Різні варіанти поєднань перерахованих елементів процесу вибору призводять до різноманітності задач вибору або прийняття рішень [18]. У цьому зв'язку особливу важливість і актуальність набувають проблема розроблення науково обґрунтованих стратегій розвитку підприємства та створення дієвої методики їх оцінки та аналізу. Дана методика не може бути створена на основі традиційного інструментарію оцінки ефективності інвестицій, оскільки вона не оперує найважливішими для обґрунтування альтернативних стратегій категоріями: невизначеності та пов'язаного з нею ризику, безліччю цілей і багатокритеріальності оцінок, ітеративності процедур формування та оцінки варіантів, ресурсної обмеженості [6, 18–22].

Розглянемо процес реалізації основних напрямів розвитку ломбардної установи і найважливішу функцію управління – систему стратегічного планування ломбарду.

Сучасне трактування терміну «стратегія» в загальному вигляді запозичена з теорії ігор, де вона визначається як план дій у конкретній ситуації, залежній від вчинків опонента. А. Чандлер розуміє стратегію як визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства, прийняття курсу дій і розподіл ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей [23]. Визначення стратегії А. Чандлера, іноді доповнюється вимогами економічності для виконуваних дій, яка визначається шляхом зіставлення можливостей і ресурсів корпорації з урахуванням допустимого рівня ризику [24].

Визначення стратегії А. Чандлера можна доповнити вимогою економічності та врахування ризику при прийнятті рішень, тому стратегічну альтернативу ломбарду визначимо шляхом зіставлення його можливостей і ресурсів з урахуванням допустимого рівня ризику. В кінцевому рахунку, формування стратегії має відповісти на три основних питання:

- які напрями діяльності ломбарду треба розвивати;
- які потреби в капіталовкладеннях і готівкових ресурсах;
- яка можлива віддача за обраними напрямками.

На відміну від А. Чандлера, що розглядав стратегію перш за все як процес, деякі зарубіжні теоретики у своїх дослідженнях звертались до нормативних аспектів стратегії. Наприклад, К. Ендрюс, розуміє під стратегією формулювання цілей, завдань та намірів фірми, а також основних планів і політики по їх досягненню, підкреслював, що цілі і завдання повинні визначати ті сфери господарської діяльності, в яких компанія вже функціонує або збирається раз-повернути операції, вони ж повинні давати загальну характеристику компанії і новий стан, в який вона має намір перейти [23, 25].

В подальшому поняття «стратегія» увійшло в економічну теорію та господарську практику, як відповідь на умови функціонування підприємства, зростання значущості факторів зовнішнього середовища для життєдіяльності підприємства [26, с.19].

Інший найбільший дослідник в галузі стратегічного менеджменту І. Ансофф проводить чітку межу між процесом формулювання стратегії і стратегією як результатом цього процесу. Стратегія, на думку І. Ансоффа,

показує в якій галузі господарської діяльності діє компанія і в якій сфері вона планує діяти в майбутньому, виокремлює відмінні особливості стратегії [27]:

1. Процес вироблення стратегії не завершується негайною дією, а закінчується встановленням загальних напрямків, просування по яких забезпечує зростання і зміцнення позицій фірми.

2. В ході формулювання стратегії не можна передбачити всі можливості, які відкриваються при складанні проектів конкретних заходів. Тому доводиться користуватися узагальненнями, неповною та неточною інформацією про можливі альтернативи.

3. При появі більш точної інформації може бути поставлена під сумнів обґрунтованість первісної стратегії, тому необхідний зворотній зв'язок, що дозволяє забезпечити своєчасне переформулювання цієї стратегії.

Вищевикладені формулювання, на наш погляд, дозволяють виокремити основні особливості стратегічного планування ломбардної установи як системи: вплив зовнішнього середовища, вибір альтернатив, ціленаправлення, принцип врахування ризику та невизначеності, принцип зворотного зв'язку. Підхід стратегічного планування практично збігається з методикою системного аналізу і в цій частині теоретичні розробки зарубіжних вчених викликають інтерес.

Концептуальна модель стратегічного плану ломбарду дає можливість визначити наступні етапи складання стратегічного плану діяльності.

1. Аналіз навколишнього середовища ломбардної установи:

- зовнішній;
- внутрішніх можливостей.

2. Визначення політики ломбарду (ціленаправлення).

3. Формулювання стратегії і вибір альтернатив ломбардної установи:

- визначення базової стратегії;
- вибір стратегічних альтернатив.

4. Формулювання функціональних стратегій ломбарду:

- маркетингової;
- фінансової;
- інвестиційної;
- виробничої;
- кадрової;
- організаційної.

Відсутність досвіду стратегічного планування у вітчизняних ломбардах, а тим більше його теоретичного узагальнення, викликають особливий інтерес до підходів, розроблених і апробованих іноземними фахівцями [23–25]. Одним з можливих інструментів першого етапу стратегічного планування може служити так званий SWOT-аналіз. В ході цього аналізу особа, яка приймає рішення (під яким ми розуміємо керівника, що має мету, яка служить мотивом постановки завдання і пошуку її вирішення), визначає стан своєї організації з урахуванням таких чинників:

- міцність (по відношенню до зовнішнього середовища);
- слабкість (по відношенню до зовнішнього середовища);
- можливості (що виникають із зовнішнього середовища);
- загрози (що виникають із зовнішнього середовища).

Потім особа, що приймає рішення окреслює завдання, складає план нарощування потужності та ліквідації слабких сторін з метою використання можливостей і запобігання виникаючих загроз.

Методику обмеженого аналізу, на наш погляд, якраз і доцільно використовувати в умовах відносно стабільного функціонування економіки для середніх і великих ломбардів на попередній стадії аналізу можливостей установи.

Зараз планування ціленаправленості є прерогативою керівництва ломбардної установи. З точки зору якісних характеристик процес визначення мети здійснюється за трьома основними напрямками.

1. Враховуються інтереси всіх суб'єктів, що мають відношення до діяльності ломбарду, ієрархія їх потреб і значення, а також першочерговість задоволення цих потреб. Особливо це важливо враховувати при оцінці інвестиційної привабливості ломбардної установи, коли необхідно визначити цілі учасників інвестиційної діяльності та їх суперечливість.

2. Вивчається стан економічної діяльності, оскільки в момент розробки стратегічного плану ломбард може знаходитись в одному з трьох положень: позиції для зростання, вибору стабілізації, необхідності виживання. Кожне з цих положень відображається в ціленаправленості.

3. Виявляється наявність ресурсів та можливість їх зміни при виборі певної економічної поведінки. Назвемо це стратегічним потенціалом ломбардної установи, до якої ми включаємо такі базові види ресурсів як технічні, технологічні, фінансові, кадрові, інформаційні. Сюди ж можна віднести ресурси організаційної структури системи управління (її гнучкість, швидкість проходження управлінських впливів); просторові ресурси (характер виробничих приміщень, території); тимчасові ресурси, що визначають горизонт планування.

Концепція стратегічного потенціалу дуже важлива в розумінні відмінностей між зростанням і розвитком. Недолік ресурсів може стримування зростання, але не розвиток. Розвиток пов'язаний не тільки з готівковими ресурсами, скільки з умінням їх раціонально використовувати в конкретних випадках. Тому формування

ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ ТА КРЕДИТ

стратегічного потенціалу, максимально пристосованого до прогнозованого зовнішнього середовища, можна вважати найважливішою метою стратегії розвитку ломбарду.

Врахування у своїй діяльності сформульованих напрямів аналізу цілей дозволить точніше визначити локальні цілі функціональних стратегій, що стоять перед ломбардом, які повинні відповідати його базовій стратегії розвитку.

При формулюванні власне базової стратегії ломбардної установи можна виділити, на нашу думку, два підходи: об'єктивний і суб'єктивний.

Перший підхід заснований на тому припущенні, що теоретично в залежності від фінансово-господарського стану підприємства і здатності стратегічного потенціалу гнучко адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища, ломбард може виявитися в трьох можливих станах: зростання, стабілізації і виживання. У відповідність з цим особа, що приймає рішення вибирає одну з наступних базових стратегій:

а) стратегію зростання – основну стратегію ломбарду, що виражає прагнення до зростання обсягів виданих кредитів і продажу, прибутку, капіталу;

б) стратегію стабілізації – спрямовану на досягнення стабілізації доходу та створення на базі цього передумов для подальшого зростання прибутковості;

в) стратегію виживання – суто оборонну стратегію, що застосовується в умовах глибокої кризи економічної діяльності ломбарду.

Інший різновид об'єктивного підходу заснований на теорії конкурентних стратегій – напрями маркетингових досліджень, які швидко розвиваються. Лідером тут, є Гарвардська школа, представлена роботами М. Портера і А. Чандлера. Найбільш відомим представником швейцарської школи є Х. Фрізенвінкель. В Австрії курс теорії конкуренції викладається в Інсбурзькому університеті, а професор Х. Хінтерхубер виробив на її базі концепцію стратегічного планування, яка використовується багатьма фірмами країни [23]. В рамках цієї теорії існує як мінімум чотири основних типи конкурентної стратегії: силова, пристосувальна, піонерська, комутантна. Але всі види цих стратегій не можливо застосовувати ломбардам через специфіку послуг, що надаються населенню.

Другий (суб'єктивний) підхід ґрунтується на недостатньо розробленому напрямку, що вивчає економічну поведінку, – економічної психології, яка базується на суб'єктивних особливостях людини, в даному випадку особи, що приймає рішення. Теорія ринку досконалої конкуренції А. Сміта, заснована на концепції «економічної людини», як абсолютно вільного суб'єкта, єдиною характеристикою якого є прагнення до економічної вигоди, в даний час витіснена теорією підприємництва, розробленої Й. Шумпетером, що в більшій мірі відповідає реаліям ринку недосконалої конкуренції. Ідея Й. Шумпетера полягає в тому, що головною рушійною силою розвитку є підприємець з притаманними йому мотивами: прагненням до влади і успіху, задоволенню від своєї діяльності і зміни свого статусу, що дозволяють сформулювати суб'єктивний підхід, який пояснює появу різних стратегій розвитку підприємства [23].

В рамках цієї концепції можна виділити наступних підприємців:

1. Вид ініціативних підприємців, який поділяється на:

- підприємця – піонера, що створює нові ринки;

- підприємця – що спонтанно імітує – заповнює ринкову нішу, знайдену підприємцем-піонером.

2. Вид консервативного підприємця, в якому розрізняють:

- підприємця – який реагує під тиском, пристосовуючись до обставин, а не активно формує їх;

- немобільний – життєздатний тільки в стаціонарних умовах, прагне уникати змін.

Такий поділ найбільш характерний для вітчизняних підприємств, у тому числі ломбардів, де чітко виражений феномен «першої особи». В умовах сучасного етапу розвитку України досить чітко проявляється диференціація підприємців на представлені нами вище види підприємців, з наслідуючими з цього формами економічної поведінки. Цей підхід, на наш погляд, найбільш підходить для ломбардної установи, як підприємства сфери послуг.

Узагальнення вищевикладеного дозволяє нам сформулювати поняття стратегії розвитку ломбарду як забезпечення життєздатності (фінансово-господарської стійкості) ломбардної установи шляхом розвитку стратегічного потенціалу під впливом потреб і мотивації виникнення нових, а також балансу інтересів всіх суб'єктів, що мають відношення до ломбарду. Іншими словами, стратегія розвитку – це забезпечення економічного зростання ломбарду за рахунок ефективного розвитку стратегічного потенціалу, який полягає у здатності ломбардної установи забезпечити внутрішню гнучкість ломбарду як системи по відношенню до зовнішнього середовища.

В рамках вибраної базової стратегії розвитку можливі декілька варіантів дій, які називаються стратегічними альтернативами. Наявність безлічі альтернативних стратегій, на нашу думку, пояснюється тим, що конкретна реалізація базової стратегії залежить від різних поєднань функціональних стратегій, які мають власні (локальні) цілі.

Широта спектра розроблюваних альтернативних стратегій знаходиться в прямій залежності від можливостей (стану) ломбарду. Усі функціональні стратегії ми умовно поділяємо на три групи: системоутворююча – маркетингова стратегія; забезпечуючі стратегії – фінансова та інвестиційна; підтримуючі стратегії – організаційна, кадрова. Усі функціональні стратегії впливають на вироблення інвестиційної стратегії, але найбільш тісно пов'язані з нею щодо участі в інвестиційних розрахунках і при прийнятті рішень

– маркетингова і фінансова стратегії. Обмежуючись рамками дослідження, виділимо лише ті аспекти цих стратегій, котрі мають принципове значення для вироблення інвестиційної стратегії ломбарду.

Маркетингова стратегія є системоутворюючою при формуванні інвестиційної стратегії, накладаючи на неї ряд важливих обмежень. Інший тип обмежень виробляє фінансова стратегія.

На нашу думку, головна мета фінансової стратегії, з позицій інвестиційного процесу, полягає у формуванні такої структури залучених, позикових і власних коштів, яка дозволить максимізувати прибуток ломбарду.

З точки зору формалізованого підходу для того, щоб будь-яка подія відбулася, в наявності мають бути необхідні умови для її здійснення. Таким чином, (при наявності зовнішніх інвесторів) інвестиційна привабливість ломбарду є необхідною умовою і розглядається потенційним інвестор в першу чергу, а привабливість самого інвестиційного проекту є достатньою умовою для його здійснення. Відповідно різні критерії, за якими оцінюються ці поняття.

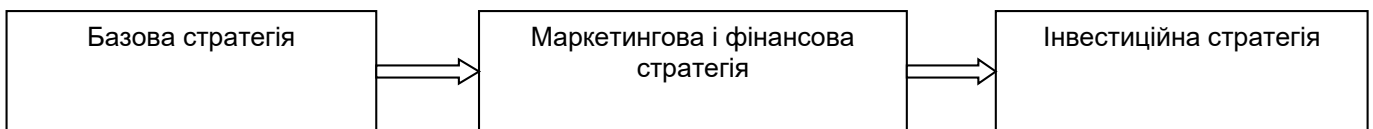
1. Інвестиційну привабливість ломбарду визначаємо як образ підприємства, який складається у потенційних учасників інвестиційної діяльності на основі аналізу фінансово-господарського стану та стратегічного потенціалу, в поєднанні з інвестиційним кліматом в цілому.

2. Інвестиційна привабливість проекту – це уявлення про проект, що формується на підставі формалізованих економічних, фінансових, а також додаткових змістових критеріях, що визначаються в процесі його оцінки.

Наприклад, стратегії економічного зростання кореспондують показники ефективності виробництва, стратегії стабілізації – показники фінансової стійкості, платоспроможності, кредитоспроможності. У стратегії виживання важливі показники ліквідності, так як у відповідності із Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» [28] саме ці комплексні показники лежать в основі прийняття рішення про визнання підприємства банкрутом [29]. Таким чином, існує певна залежність між стратегією розвитку, інтересами інвесторів і станом ломбарду. Разом з цим ми маємо і перевагу в задоволенні інтересів інвесторів: в першу чергу задовольняти претензії кредиторів, потім власників ломбарду. Подібні залежності можуть виявитися корисними при проведенні експертних оцінок при виробленні стратегії розвитку ломбардної установи з врахуванням фінансово-господарського стану і складу потенційних інвесторів.

Зв'язок економічних інтересів різних інвесторів з відповідними показниками фінансово-господарського стану ломбарду може виявитися корисною при виробленні концепції балансу інтересів учасників інвестиційної діяльності. Якщо прийняти ідею, що теоретично ломбард може опинитися в одному з трьох раніше розглянутих станів: зростання, стабілізації або виживання, то відповідно до цього і розробляється однойменна базова стратегія. Слід зазначити, що кожній із названих стратегій відповідає певний набір показників, що характеризують його стан. З одного боку, будучи однією з функціональних стратегій, інвестиційна стратегія, залежить від обраної базової стратегії. З іншого – інвестиційна стратегія дозволяє реалізувати основні напрямки маркетингової і фінансової стратегій [8, 19]. Інвестиційна стратегія є їх похідною та ніби інтегрує їх зміст з метою підвищення ефективності виробництва і поліпшення економічних показників діяльності ломбарду.

Необхідними умовами формування інвестиційної стратегії ломбарду є наступні етапи її створення (рисунок).



Порядок формування інвестиційної стратегії ломбарду

До чіткого визначення інвестиційної стратегії нас привели наступні логічні ланки міркувань. З теорії систем [15, 16] відомо, що незалежно від характеру і специфіки досліджуваного об'єкта його мета завжди відноситься до двох категорій: розвитку і стабілізації. Цілі розвитку спрямовані на досягнення нових, бажаних станів або характеристик об'єкта і відповідають функції управління – планування. Для ломбарду – це підвищення його конкурентного статусу, обумовленого в короткостроковому періоді його поточним фінансово-господарським станом, а в довгостроковій перспективі можливостями наданими стратегічним потенціалом. Цілі стабілізації спрямовані на збереження або підтримання в певному стані характеристик об'єкта і відповідають фазі управління – регулювання. Досягнення цілей стабілізації забезпечується наявністю зворотних зв'язків у системі.

Якщо розглядати як об'єкт дослідження інвестиційну стратегію, то цілі розвитку об'єкта впливають з цілей системи верхнього рівня або, принаймні, є логічно їм незаперечними. Тому коректна постановка задачі на розвиток системи обов'язково передбачає врахування цілей системи верхнього рівня. Для інвестиційної стратегії такою є базова стратегія підприємства, яка, як ми вже визначили, спрямована на досягнення конкурентного статусу ломбарду, в довгостроковій перспективі, залежить від розвитку стратегічного потенціалу.

Тому в широкому сенсі під інвестиційною стратегією розуміємо вибір методів (напрямів) підтримки матеріально-технічної бази ломбарду на рівні, що забезпечує постійне нарощування конкурентного статусу установи. У цьому випадку метою інвестиційної стратегії є формування стратегічного потенціалу ломбардної установи.

ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ ТА КРЕДИТ

Зовнішніми обмежувачими параметрами є маркетингова стратегія. Фінансова стратегія визначає можливості і форми фінансування інвестиційного об'єкту. У зв'язку зі сказаним необхідно зробити два принципових зауваження:

1. В якості критеріїв формалізуючих мету розвитку об'єкта доцільно використовувати критерії типу маса прибутку і норма прибутку.

2. З використанням критеріїв, пов'язаних за рівнями ієрархії (маса і норма прибутку), які є основою інвестиційних розрахунків, цілі стабілізації для підсистем можуть перебувати в суперечці на більш високому рівні ієрархії. Метою стабілізації для товарної стратегії є зовнішня гнучкість підприємства, яка в свою чергу суперечить внутрішній гнучкості: наскільки ломбард диверсифікує свою діяльність, настільки ж падає можливість перерозподілу її внутрішніх ресурсів.

Сформульовані нами уявлення підводять нас до розуміння сутності оптимальної інвестиційної стратегії. Оптимізація, як відомо, передбачає вибір такої єдиної альтернативи з безлічі допустимих варіантів, яка найкращим чином відповідає цілям системи, в даний момент задовольняє критеріям оптимізації мети.

Таким чином, під оптимальною інвестиційною стратегією ми розуміємо стратегію, що найкращим чином відображає цілі розвитку і стабілізації ломбарду та відповідає наступним вимогам.

1. Рентабельність обраних інвестиційних проектів у рамках розробленої інвестиційної стратегії повинна бути вища рентабельності альтернативних проектів. В межах даного критерію, що відповідає цілям розвитку, оцінка проводиться за такими показниками: дисконтованому терміну окупності, економічної рентабельності, внутрішньої норми рентабельності, чистої дисконтованої вартості.

2. Рентабельність активів ломбардного підприємства після здійснення інвестиційної стратегії збільшиться (або, буде стала) і в будь-якому випадку перевищить середню розрахункову ставку по позикових ставках.

3. Розглянута інвестиційна стратегія відповідає базовій стратегії підприємства.

Таким чином, перші дві вимоги передбачають багатокритеріальну оптимізацію, а останній критерій – багаторівневу оптимізацію.

Слід зазначити, що певна складність формування інвестиційної стратегії полягає в тому, що вона є мінливою, та вимагає періодичного коректування з урахуванням мінливих зовнішніх умов і нових можливостей зростання ломбарду.

Висновки. Основними етапами формування інвестиційної стратегії ломбарду є:

1. Визначення періоду формування інвестиційної стратегії, заснованого на наступних умовах:

- передбачуваність розвитку економіки в цілому та інвестиційного ринку ломбардів зокрема;
- тривалість періоду, прийнятого для формування базової стратегії;
- розмір ломбарду.

2. Формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності, що базується на цілях:

- забезпечення приросту капіталу;
- зростання рівня прибутковості інвестицій та суми доходу від інвестиційної діяльності;
- зміни пропорцій у формах реального і фінансового інвестування;
- зміни технологічної та відтворювальної структури інвестицій.

3. Розробка найбільш ефективних шляхів реалізації стратегічних цілей інвестиційної діяльності, передбачає два напрями:

3.1. Розробка стратегічного напрямку інвестиційної діяльності, завданням якого є визначення співвідношення різних форм інвестування на окремих етапах перспективного періоду;

3.2. Розробка стратегії формування інвестиційних ресурсів, етапами якої можуть бути:

- прогнозування потреби в загальному обсязі інвестиційних ресурсів;
- вивчення можливості формування інвестиційних ресурсів за рахунок різних джерел;
- визначення методів фінансування окремих інвестиційних програм і проектів;
- оптимізація структури джерел формування інвестиційних ресурсів.

4. Конкретизація інвестиційної стратегії за періодами її реалізації.

- зовнішня синхронізація;
- внутрішня синхронізація.

5. Оцінка розробленої інвестиційної стратегії:

- узгодженість інвестиційної стратегії ломбарду з базовою стратегією. При цьому досліджується узгодженість цілей, напрямків і етапів реалізації цих стратегій;

- внутрішня збалансованість інвестиційної стратегії. В процесі такої оцінки визначається, наскільки узгоджуються між собою окремі стратегічні цілі та напрями інвестиційної діяльності, а також послідовність їх виконання;

- узгодженість інвестиційної стратегії із зовнішнім середовищем. При цьому оцінюється, наскільки розроблена інвестиційна стратегія відповідає прогнозованим змінам економічного розвитку інвестиційного клімату країни, а також кон'юнктури інвестиційного ринку;

- реалізація інвестиційної стратегії з урахуванням наявного ресурсного потенціалу. В процесі такої оцінки в першу чергу розглядаються потенційні можливості ломбарду у формуванні фінансових ресурсів за рахунок власних джерел. Розглядається також можливість залучення до реалізації інвестиційної стратегії необхідних фінансових, технологічних та інших ресурсів;

- прийнятність рівня ризику, пов'язаного з реалізацією інвестиційної стратегії. В процесі такої оцінки розглядаються рівні основних інвестиційних ризиків та їх можливі фінансові наслідки для ломбарду;
 - результативність інвестиційної стратегії. Оцінка результативності інвестиційних програм базується, перш за все, на визначенні економічної ефективності їх реалізації. Поряд з цим оцінюються і позаекономічні результати, що досягаються в процесі реалізації інвестиційної стратегії (зростання іміджу, поліпшення умов праці співробітників і т.і.).

Список використаних джерел

1. Цивільний кодекс України: Офіційний текст / Міністерство юстиції України. – К. : Юрінком Інтер, 2003. – 464 с.
2. Положення «Про порядок надання фінансових послуг ломбардами» від 26 квітня 2005 року N 3981. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uazakon.com/document/fpart47/idx47996.htm>
3. Проект закону «Про ломбарди і ломбардну діяльність». [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://lombard.org.ua/cgi-bin/myAccount/myAccount.cgi>
4. Вершигора Е. Е. Менеджмент. / Вершигора Е. Е. – [2-е изд. перераб. и доп.] – М. : ИНФРА-М, 2001. – 283 с.
5. Виханский О. С. Менеджмент. / Виханский О. С. – [3-е изд.] – М. : Гардарики, 2001.
6. Ковалев В. В. Введение в финансовый менеджмент. / Ковалев В. В. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 768 с.
7. Воронцовский А. В. Инвестиции и финансирование. / Воронцовский А. В. – С-Пб : Санкт-Петербургский государственный институт, 1998. – 520 с.
8. Стратегическое планирование инвестиционной деятельности. / Кныш М. И., Перекаатов Б. А., Тютиков Ю. П. – С-Пб. : «Бизнес-Пресса», 1998, 315 с.
9. Закон «Про інвестиційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/1560-12>.
10. Панов А. И. Стратегический менеджмент : Учебное пособие для вузов. / Панов А. И. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 240 с.
11. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: Учебник для вузов / Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Пер. с англ. - [9-е изд.] – М. : ИНФРА-М, 2000. – 412 с.
12. Хасси Д. Стратегия и планирование: Путеводитель менеджера / Хасси Д. Пер. с англ. – С-Пб. : Питер, 2001. – 384 с.
13. Беклишев С. Д. Математико-статистические методы экспертных оценок. / Беклишев С. Д., Гурвич Ф. В. – М. : Статистика, 1980.
14. Спиринов А. А. Экономико-математические методы и модели в торговле. / Спиринов А. А., Фомин Г. П. – М. : Экономика, 1988. – 147 с.
15. Системный анализ в экономике и организации производства: Учебник / С. А. Валуев, В. Н. Волкова, А. П. Градов и др.; под общ. ред. С. А. Валуева, В. Н. Врлковой. – Л. : Политехника, 1991. – 398 с.
16. Экономико-математическое моделирование производственных систем: учеб. пособие / В. С. Иозайтис, Ю. А. Львов. – М. : Высш. шк., 1991. – 192 с.
17. Экономическая стратегия фирмы / под ред. А. П. Градова. – М. : Специальная литература, 1999. – 589 с.
18. Ковалев В. В. Методы оценки инвестиционных проектов. / Ковалев В. В. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 144 с.
19. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент. / Бланк И. А. – К. : Эльга-Н, Ника-Центр, 2001. – 448 с.
20. Богатин Ю. В. Инвестиционный анализ. / Богатин Ю. В., Швандар В. А. – М. : ЮНИТИ, 2000. – 282 с.
21. Крутик А. Б. Инвестиции и экономический рост предпринимательства. / Крутик А. Б., Никольская Е. Г. – М. : Лань, 2000. – 544 с.
22. Крушвиц Л. Финансирование и инвестиции. / Крушвиц Л. – С-Пб, М. : Харьков, Минск : 2000. – 369 с.
23. Классики менеджмента: Энциклопедия Пер. с англ. / Под ред. Уорнера М. – С-Пб. : Питер, 2001. – 1168 с.
24. Школы стратегий: Стратегическое сафари: экскурсия по джунглям стратегий менеджмента: Пер. с англ. / Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Дж. – С-Пб. : Питер, 2000. – 336 с.
25. Шелдрейк Дж. Теория менеджмента: от тейлоризма до японизации: Пер. с англ. / Шелдрейк Дж. – С-Пб. : Питер, 2001. – 352 с.
26. Стратегічний аналіз: навчальний посібник / Г. М. Давидов, В. М. Малахова, О. А. Магопєць та ін. – К. : Знання, 2011. – 389 с.
27. Ансофф И. Стратегическое управление. / Ансофф И. – М. : Экономика, 2006. – 358 с.
28. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14.05.1992 р. №2343-ХІІ. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
29. Беляцкий Н. П. Интеллектуальная техника менеджмента. / Беляцкий Н. П. – Мн. : Новое знание, 2001. – 320 с.

References

1. *Cyvil'nyj kodeks Ukraïny: Oficijnyj tekst [The civil code of Ukraine] / Ministerstvo justycii Ukraïny. – K. : Jurinkom Inter, 2003. – 464 s.*

2. Polozhennja «Pro porjadok nadannja finansovyh poslug lombardamy» vid 26 kvitnja 2005 roku N 3981. [The regulation «On the procedure of providing financial services by pawnshops» of 26 April 2005 No. 3981.] : <http://www.uazakon.com/document/fpart47/idx47996.htm>
3. Proekt zakonu «Pro lombardy i lombardnu dijial'nist'». [The draft law «On the Lombards and Lombard activity.»] : <http://lombard.org.ua/cgi-bin/myAccount/myAccount.cgi>
4. Vershigora E.E. Menedzhment. [Management] – [2-e izd. pererab. i dop.] – M. : INFRA-M, 2001. – 283 s.
5. Vikhanskiy O.S. Menedzhment. [Management] – [3-e izd.] – M. : Gardariki, 2001.
6. Kovalev V.V. Vvedenie v finansovyy menedzhment. [Introduction in financial management] – M. : Finansy i statistika, 2001. – 768 s.
7. Vorontsovskiy A.V. Investitsii i finansirovanie. [Investment and financing] – S-Pb : Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy institut, 1998. – 520 s.
8. Strategicheskoe planirovanie investitsionnoy deyatel'nosti. [Strategic planning of investment activities] / Knysh M. I., Perekatov B. A., Tyutikov Yu. P. – S-Pb. : «Biznes-Pressa», 1998, 315 s.
9. Zakon «Pro investycijnu dijial'nist'» vid 04.07.2002 № 40-IV. [The law «On investment activity» dated 04.07.2002 № 40-IV]. : <http://zakon.rada.gov.ua/go/1560-12>.
10. Panov A.I. Strategicheskij menedzhment : Uchebnoe posobie dlya vuzov. [Strategic management : textbook for universities] – M. : YuNITI-DANA, 2002. – 240 s.
11. Tompson A.A., Striklend A. Dzh. Strategicheskii menedzhment: kontseptsii i situatsii: Uchebnik dlya vuzov [Strategicheskii management: concepts and situations: Textbook for universities], Per. s angl. - [9-e izd.] – M. : INFRA-M, 2000. – 412 s.
12. Khassi D. Strategiya i planirovanie: Putevoditel' menedzhera [Strategy and planning: Guide Manager]; Per. s angl. – S-Pb. : Piter, 2001. – 384 s.
13. Beklishev S.D., Gurvich F.V. Matematiko-statisticheskie metody ekspertnykh otsenok. [Mathematical-statistical methods of expert evaluations] – M. : Statistika, 1980.
14. Spirin A.A., Fomin G.P. Ekonomiko-matematicheskie metody i modeli v trgovle. [Economic-mathematical methods and models in trade] – M. : Ekonomika, 1988. – 147 s.
15. Sistemnyy analiz v ekonomike i organizatsii proizvodstva: Uchebnik [System analysis in the economy and organization of production: Textbook] / S.A. Valuev, V.N. Volkova, A.P. Gradov i dr.; pod obshch. red. S.A. Valueva, V.N. Vrlkovoy. – L. : Politekhnika, 1991. – 398 s.
16. Ekonomiko-matematicheskoe modelirovanie proizvodstvennykh sistem: ucheb. posobie [Economic-mathematical modeling of production systems: proc. the manual] / V.S. Iozaytis, Yu.A. L'vov. – M. : Vyssh. shk., 1991. – 192 s.
17. Ekonomicheskaya strategiya firmy [The economic strategy of firms] / pod red. A.P. Gradova. – M. : Spetsial'naya literatura, 1999. – 589 s.
18. Kovalev V.V. Metody otsenki investitsionnykh proektov. [Methods of assessment of investment projects] – M.: Finansy i statistika, 2002. – 144 s.
19. Blank I.A. Investitsionnyy menedzhment. [Investment management] – K. : El'ga-N, Nika-Tsentr, 2001. – 448 s.
20. Bogatin Yu.V., Shvandar V.A. Investitsionnyy analiz. [Investment analysis] – M. : YuNITI, 2000. – 282 s.
21. Krutik A.B., Nikol'skaya E.G. Investitsii i ekonomicheskij rost predprinimatel'stva. [Investment and economic growth entrepreneurship] – M. : Lan', 2000. – 544 s.
22. Krushvits L. Finansirovanie i investitsii. [Financing and investment] – S-Pb, M. : Khar'kov, Minsk : 2000. – 369 s.
23. Klassiki menedzhmenta: Entsiklopediya Per. s angl. [Classics of management: an encyclopedia] / Pod red. Uomera M. – S-Pb. : Piter, 2001. – 1168 s.
24. Shkoly strategiy: Strategicheskoe safari: ekskursiya po debryam strategiy menedzhmenta [School strategies: Strategic Safari: a guided tour through the wilds of management strategies] : Per.s angl. / Mintsberg G., Al'stred B., Lempel Dzh. – S-Pb. : Piter, 2000. – 336 s.
25. Sheldreyk Dzh. Teoriya menedzhmenta: ot taylorizma do yaponizatsii: Per. s angl. [Management theory: from Taylorism to japanization] – S-Pb. : Piter, 2001. – 352 s.
26. Strategichnyy analiz: navchal'nyy posibnyk [Strategic analysis: textbook] / G.M. Davydov, V.M. Malahova, O.A. Magopec' ta in. – K. : Znannja, 2011. – 389 s.
27. Ansoff I. Strategicheskoe upravlenie. [Strategic management] – M. : Ekonomika, 2006. – 358s.
28. Zakon Ukrainy «Pro vidnovlennja platospromozhnosti borzhnyka abo vyznannja jogo bankrutom» vid 14.05.1992 r. №2343-III. [The law of Ukraine «On restoring debtor's solvency or declaring bankruptcy» from 14.05.1992 №2343-XII] : <http://zakon.rada.gov.ua>.
29. Belyatskiy N.P. Intel'ktual'naya tekhnika menedzhmenta. [Intelligent technique of management] – Mn. : Novoe znanie, 2001. – 320 s.

ДАНИ ПРО АВТОРА

Левасва Людмила Юріївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки, ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький ДПУ імені Григорія Сковороди» вул. Сухомлинського 30, м. Переяслав-Хмельницький, 08401, Україна

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Леваева Людмила Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий ГПУ имени Григория Сковороды» ул. Сухомлинского, 30, г. Переяслав-Хмельницкий, 08401, Украина

DATA ABOUT THE AUTHOR

Levaieva Ludmila Yuriivna, PhD, associate professor of Economics Department Pereiaslav-Khmelnytskyi Hryhorii Skovoroda State Pedagogical University Sukhomlynsky Str., 30, Pereyaslav-Khmelnytsky, Kyiv region, 08401, Ukraine

УДК 336.5

DOI: 10.5281/zenodo.1220691

МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ПРОГРАМ В УКРАЇНІ

**Лисяк Л.В.,
Зюзін В.О.**

Предметом дослідження є теоретичні та практичні питання механізму фінансового забезпечення соціальних програм в Україні.

Мета дослідження: узагальнення теоретичних засад механізму фінансового забезпечення соціальних програм та оцінка результатів їх практичної реалізації.

Методи дослідження. У роботі застосовано сукупність наукових методів і підходів, у тому числі аналізу, системний, порівняльний, статистичний, графічний.

Результати роботи. У статті проведено аналіз стратегічних документів, які визначають пріоритети держави у фінансуванні соціальних програм. Визначено сутність фінансового забезпечення соціальних програм. Розглянуто методологію реалізації програмно-цільового бюджетування. Окреслено механізм фінансового забезпечення соціальних програм на прикладі державних та регіональних цільових програм.

Галузь застосування результатів: система державного фінансового регулювання

Висновки. Отже, в Україні механізм фінансового забезпечення соціальних програм є недосконалим, про що свідчить невиконання їх кількісних та фінансових показників. Крім того, потребують перегляду якісні показники ефективності програм, визначення актуальності проведених заходів. Основними стратегічними документами загальнонаціонального рівня, які визначають фінансові пріоритети забезпечення соціальних програм є Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020», Програма діяльності Уряду, Прогноз економічного та соціального розвитку України. Ці стратегічні документи визначають соціальні пріоритети, які конкретизуються в державних цільових програмах, регіональних програмах, бюджетних програмах, але значний дефіцит бюджету не дозволяє в повній мірі реалізувати поставлені у програмах завдання. Саме тому важливим є пошук альтернативних джерел фінансування соціальних програм.

Фінансування соціальних програм потребує формування фінансових ресурсів з подальшим використанням на чітко визначні цілі. Аналіз здійснення видатків державного та місцевих бюджетів на соціальні програми та підтримку молоді в Україні на прикладі Державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2016 – 2020 рр. та регіональної цільової соціальної програми «Молодь Дніпропетровщини» на 2012 – 2021 рр. свідчить про необхідність дотримання основних принципів програмно-цільового бюджетування соціальних програм: обґрунтованості, строковості, гнучкості, прозорості. Пріоритетними напрямками фінансування заходів програми «Молодь Дніпропетровщини» визначено освітньо-виховні та культурологічні. Основними методами залучення нових джерел фінансування соціальних програм з боку держави є стимулювання та підтримка діяльності неприбуткових організацій, співпраця держави та бізнесу, залучення громадян до ініціювання заходів реалізації соціальних програм.

Ключові слова: фінансове забезпечення, соціальні програми, державні цільові програми, регіональні цільові програми.

MECHANISM OF SOCIAL PROGRAMS FINANCIAL SUPPLY IN UKRAINE

**Lysiak L.V.,
Ziuzin V.O.**

The subject of research are theoretical and practical questions of the mechanism of financial support of social programs in Ukraine.

The study purpose. The article purpose is to study the theoretical foundations of the mechanism of financial support of social programs and to evaluate the results of their practical implementation.

Research methods. It is used a set of scientific methods and approaches in the study, including analysis, systematic, comparative, and statistical and graphic.