

ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА»

БІЗНЕС-НАВІГАТОР

Науково-виробничий журнал

Випуск 2-2 (45) 2018

м. Херсон

2018

Редакційна рада:

Білоусова С.В. – доктор економічних наук, професор; **Левківський К.М.** – кандидат історичних наук, доцент; **Шапошніков К.С.** – доктор економічних наук, професор; **Ненько С.С.** – кандидат юридичних наук, доцент.

Головний редактор:

Жуйков Геннадій Євгенович – доктор економічних наук, професор.

Заступник головного редактора:

Дога Валерій Семенович – доктор економічних наук, професор.

Відповідальний секретар:

Імшеницька Ірина Георгіївна.

Редакційна колегія:

Дикий Олександр Віталійович – доктор економічних наук, професор;

Руснак Алла Валентинівна – доктор економічних наук, професор;

Сахацький Микола Павлович – доктор економічних наук, професор;

Прохорчук Світлана Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент;

Ботвіна Наталія Олександрівна – доктор економічних наук, професор;

Щаслива Ганна Петрівна – кандидат економічних наук, доцент;

Морозова Олена Сергіївна – кандидат економічних наук;

Хельмут Шрайнер – академія права і справедливості, Німеччина;

Райнер Шамбергер – доктор економіки, Німеччина;

Хрістіан Херрманн – доктор економіки, Німеччина.

У журналі опубліковано результати наукових досліджень з питань економіки та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), а також економіки природокористування та охорони навколишнього середовища. Рекомендовано для науковців, викладачів, аспіратів, студентів, фахівців у галузі економіки, управління, права державних і місцевих органів самоврядування. Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою автора або редакції. При передрукуванні посилатися на «Бізнес-навігатор». Редакція не обов'язково поділяє думку автора і не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.

Реферативні бази даних: Index Copernicus 2016: 32.82

**Видання входить до «Переліку друкованих фахових видань,
в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт
на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук»
на підставі Наказу МОН України від 21 грудня 2015 № 1328.**

**Рекомендовано до друку Вченою радою
Міжнародного університету бізнесу і права
(протокол № 7 від 07.03.18 р.)**

Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»
зареєстровано Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 15586-4058ПР від 03.09.2009 року)

© Редакційна колегія, 2018

© Автори статей, 2018

ISSN 2522-4751

© ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», 2018

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Коляденко І.І., Кавтиш О.П. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО СУТНОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ.....	7
Кораблінова І.А. ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ КОМПАНІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ХВИЛІ «ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ».....	11
Кривобок К.В. МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ДІАГНОСТИКИ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА АДАПТИВНІСТЬ.....	16
Летуновська Н.Є., Ващенко Т.В., Рудич В.О. УПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВOSTI ¹	20
Маказан Є.В. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ.....	25
Михайлюк М.О. ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕГРАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ РЕСУРСІВ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	28
Павелко В.Ю. УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ АЕРОПОРТОВОГО КОМПЛЕКСУ.....	34
Петренко М.І., Іванюта П.В., Кашпрук Ю.А. РОЛЬ ПРОЦЕСІВ БЮДЖЕТУВАННЯ В ОБЧИСЛЕННІ СОБІВАРТОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ.....	38
Розумей С.Б., Долюк А.В., Семененко К.Ю. ВІЗУАЛЬНИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ (ВІТРИНІСТИКА) ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ.....	47
Швець Ю.О., Сидоренко В.О. ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ ТА ЙОГО КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ.....	51
Скригун Н.П., Метейко В.О. АРХЕТИПИ ТА СТЕРЕОТИПИ В МАРКЕТИНГУ	55
Фокіна-Мезенцева К.В. АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МІНЛИВОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	59

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ
І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Єрешко А.І., Сотніков Ю.М. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ОНЛАЙН-ДОСЛІДЖЕНЬ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ.....	63
Ковальов Д.В., Самайчук С.І. ПРОГНОЗНІ ПАРАМЕТРИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ЗАСАДАХ.....	67

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ,
СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

Brin P.V., Nehme M.N. CORPORATE AND GOVERNMENTAL SOCIAL RESPONSIBILITY: POSSIBLE APPROACHES TO UNEMPLOYMENT REDUCTION.....	71
Лихоносова Г.С., Леснікова Ю.І. БЕЗБАР'ЄРНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОТРЕБ СОЦІАЛЬНО ВІДТОРГНУТИХ ЛЮДЕЙ.....	76
Мантур-Чубата О.С., Сергєєв А.Ю., Модіна Д.В. ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ЗАЙНЯТОСТІ УКРАЇНИ: ЇЇ СТРУКТУРА, ЗАВДАННЯ І НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ.....	79

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Галушак В.В. АВТОМАТИЗОВАНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА МИТНИЦІ – СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ.....	83
Домбровська Л.В., Баранова Ю.В. ДОХІДНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ, НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ.....	87
Іваськевич Х.І. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ.....	92
Лисенко Ж.П., Олексин А.Г. ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ БАЗИ ТА ДОХОДІВ.....	98
Мельничук Н.Ю., Мельничук І.О. ВИДАТКИ ЗВЕДЕНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	102
Радіонов Ю.Д. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ БЮДЖЕТНИХ ВИДАТКІВ.....	107
Сташук О.В. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ.....	113
Татарин Н.Б., Михалюк О.В. БЮДЖЕТНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ШЛЯХ ДО ЗМІЦНЕННЯ ФІНАНСОВОЇ САМОСТІЙНОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ.....	117
Ярема Я.Р., Кісіль В.Р. БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ.....	120

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Корпанюк Т.М., Григораш М.В. СУТНІСТЬ, ОБЛІК ТА АНАЛІЗ СТРОКОВИХ ДЕПОЗИТІВ ТА ДЕПОЗИТІВ ДО ЗАПИТАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ.....	124
Засадний Б.А. ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКИХ РИЗИКІВ В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ МСФЗ.....	128
Мичак Н.О. ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ, УТРИМУВАНИХ ДЛЯ ПРОДАЖУ.....	132
Федоришина Л.І., Цуркан А.О. ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	137

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Кафлевська С.Г., Мандро А.І. БЛОГЕРСТВО ЯК ОДИН З НАЙСУЧАСНІШИХ ВИДІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ.....	140
--	-----

CONTENTS

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

Koliadenko I.I., Kavtysh O.P. SCIENTIFIC APPROACHES TO THE ESSENCE OF CRISIS MANAGEMENT.....	7
Korablinova I.A. INFORMATION ENVIRONMENT OF THE COMPANY IN TERMS OF THE MODERN WAVE OF "DIGITAL TRANSFORMATION".....	11
Kryvobok K.V. METHODOLOGICAL APPROACH TO THE DIAGNOSTICS OF INFLUENCE OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT ON THE ADAPTABILITY.....	16
Letunovska N.Ye., Vashchenko T.V., Rudych V.O. IMPLEMENTATION OF STRATEGIC INNOVATIONS IN THE ACTIVITY OF PERFUMER-COSMETIC INDUSTRY ENTERPRISE.....	20
Makazan Y.V. EXTERNAL ECONOMIC INDICATORS OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT.....	25
Mykhailiuk M.O. INNOVATION-INTEGRATION STRATEGY FOR THE FORMATION OF DEVELOPMENT RESOURCES FOR ASSOCIATION PHARMACEUTICAL ENTERPRISES.....	28
Pavelko V.Yu. CUSTOMER LOYALTY MANAGEMENT OF AIRPORT COMPLEX SERVICES.....	34
Petrenko N.I., Ivanyuta P.V., Kashpruk Y.A. A PLACE OF BUDGETING PROCESS IN CALCULATION COSTS OF PRODUCTION GOODS.....	38
Rozumei S., Doliuk A., Semenenko K. VISUAL MERCHANDISING (SHOWCASES) AS A WAY OF PROMOTION THE GOODS.....	47
Sidorenko V., Shvets Y. PECULIARITIES OF STRATEGIC MANAGEMENT IN MACHINE-BUILDING ENTERPRISES AND IT'S KEY PROBLEMS.....	51
Skrygun N., Meteyko V. ARCHETYPES AND STEREOTYPES IN MARKETING.....	55
Fokina-Mezentseva E.V. ANALYSIS OF THE PROBLEMS OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEMS OF ENTERPRISES IN A RAPIDLY CHANGING ECONOMIC ENVIRONMENT.....	59

PRODUCTIVE POWER DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY

Yereshko A.I., Sotnikov Yu.M. PROSPECTS OF ONLINE MARKETING RESEARCH IN THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY.....	63
Kovalyov D.V., Samaichuk S.I. FORECAST INDEXES OF ECONOMIC EFFICIENCY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES OF THE KHERSON REGION ON INNOVATION-INVESTMENT BASICS.....	67

DEMOGRAPHY, LABOR ECONOMICS, SOCIAL ECONOMICS AND POLITICS

Brin P.V. Nehme M.N. CORPORATE AND GOVERNMENTAL SOCIAL RESPONSIBILITY: POSSIBLE APPROACHES TO UNEMPLOYMENT REDUCTION.....	71
Likhonosova G.S., Lesnikova Ju.I. UNBARRIER TOURISM AS THE PROVISION OF THE SOCIALLY EXCLUDED PEOPLE NEEDS.....	76
Mantur-Chubata O., Sergeev A., Modina D. STATE EMPLOYMENT SERVICE OF UKRAINE: ITS STRUCTURE, OBJECTIVES, AND AREAS OF ACTIVITIES.....	79

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Galushchak V.V.

AUTOMATED INFORMATION SYSTEM CUSTOMS IS A STRATEGIC DIRECTION
OF STATE FISCAL SERVICE ACTIVITY OF UKRAINE.....83

Dombrovs'ka L.V., Baranova Yu.V.

PROFITABILITY OF COMMERCIAL BANKS OF UKRAINE:
MODERN TRENDS, DIRECTIONS OF IMPROVEMENT.....87

Ivas'kevych Kh.I.

ANALYSIS OF THE PECULIARITIES OF FINANCIAL CONTROL OVER THE ACTIVITIES
OF BUDGETARY INSTITUTIONS IN UKRAINE.....92

Lysenko Z.P., Oleksyn A.G.

FINANCIAL SUSTAINABILITY OF LOCAL GOVERNMENT:
THE IMPACT OF THE ECONOMIC BASE AND REVENUES.....98

MELNYCHUK N.YU., MELNYCHUK I.O.

CONSOLIDATED BUDGET EXPENDITURE OF UKRAINE IN THE CONTEMPORARY ECONOMY.....102

Radionov Yu.D.

THE ECONOMIC ESSENCE OF BUDGET EXPENDITURES.....107

Stashchuk O.V.

IMPROVEMENT OF THE METHODOLOGY OF COMPLEX ANALYSIS OF FINANCIAL SAFETY
OF JOINT-STOCK COMPANIES.....113

Tataryn N.B., Myhaljuk O.V.

BUDGET DECENTRALIZATION AS WAYS TO STRENGTHEN LOCAL GOVERNMENT
FINANCIAL LOCALITY.....117

Yarema Y.R., Kisil V.R.

BUDGETARY AND TAX LEVERS OF STIMULATING THE DEVELOPMENT
OF THE ENTREPRENEURIAL SECTOR IN UKRAINE.....120

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Korpaniuk T.M., Grygorash M.V.

ESSENCE, ACCOUNTING AND ANALYSIS OF TIME DEPOSITS
AND DEMAND DEPOSITS OF INDIVIDUALS.....124

Zasadnyi B.A.

INTERNAL CONTROL OF ACCOUNTING RISKS IN THE CONDITIONS OF APPLYING IFRS.....128

Mychak N.O.

FORMING OF ACCOUNTING POLICY WITH NON-CURRENT ASSETS HELD FOR SALE.....132

Fedorishina L.I., Tsurkan A.O.

THE ORGANIZATION AND METHODS OF ECONOMIC ANALYSIS OF THE EFFICIENCY
OF THE AGRICULTURAL ENTERPRISES.....137

MATHEMATICAL METHODS, MODELS AND INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Kaflevs'ka S.G., Mandro A.I.

BLOGGING AS ONE OF THE MOST ADVANCED TYPES OF INTERNET MARKETING.....140

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.24.01

Коляденко І.І.,

магістр,

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»***Кавтиш О.П.,**

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки і підприємництва,

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

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО СУТНОСТІ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Коляденко І.І., Кавтиш О.П. Наукові підходи до сутності антикризового управління. У статті здійснено критичний аналіз визначень антикризового управління підприємства. На цій основі ідентифіковано 4 наукові підходи до трактування антикризового управління підприємством. Обґрунтовано, що кожен з підходів акцентує увагу на окремих елементах антикризового управління і не дає можливості охарактеризувати його повною мірою. Представлено, обґрунтовано авторське тлумачення цього поняття на основі застосування методології системного підходу. На підставі цього виявлено, обґрунтовано основні його риси.

Ключові слова: криза, антикризове управління, підприємство, менеджмент, кризові явища.

Коляденко И.И., Кавтыш А.П. Научные подходы к сущности антикризисного управления. В статье осуществлен критический анализ определений антикризисного управления предприятия. На этой основе идентифицированы 4 научные подходы к трактовке антикризисного управления предприятием. Обосновано, что каждый из подходов акцентирует внимание на отдельных элементах антикризисного управления и не позволяет охарактеризовать его в полной мере. Представлено, обосновано авторское толкование этого понятия на основе применения методологии системного подхода. На основе этого выявлены, обоснованы основные его черты.

Ключевые слова: кризис, антикризисное управление, предприятие, менеджмент, кризисные явления.

Koliadenko I.I., Kavtysh O.P. Scientific approaches to the essence of crisis management. The article provides a critical analysis of the definitions of crisis management of the enterprise. On this basis, 4 scientific approaches to the treatment of crisis management of the enterprise are identified. It is substantiated that each of the approaches focuses on individual elements of crisis management and does not make it possible to characterize it to the fullest extent. The author's interpretation of the definition of this concept based on the application of the systematic approach methodology is presented and substantiated. On the basis of this, the main features of it are revealed and substantiated.

Key words: crisis, crisis management, enterprise, management, crisis phenomena.

Постановка проблеми. Сьогодні підприємства в умовах ринкової економіки постійно піддаються впливу зовнішніх та внутрішніх факторів, які за сутності належного стратегічного та тактичного управління можуть призвести до кризових явищ. Вони можуть варіюватися від передкризового стану аж до глибокої кризи, що тягне за собою банкрутство. З огляду на це для запобігання вищезазначених сценаріїв розвитку актуальним є використання антикризового управління на підприємстві, яке здійснюється на основі стратегії та політики антикризового управління, відповідних механізмів їхньої реалізації. Основна мета його застосування полягає не лише в подоланні наслідків кризи, але й в недопущенні її. З урахуванням вищезазначеного антикризове управління підприємством, визначення його економічної сутності, понятійного апарату є актуальними питаннями, що потребують фундаментального дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Виявлення сутності антикризового управління є об'єктом наукового дослідження таких вчених, як, зокрема, А. Грязнова, М. Федотова, А. Маринюк, С. Рамазанов, О. Степаненко, Л. Тимашова, Л. Лігоненко, О. Терещенко, Е. Уткін, С. Беляєв, В. Кошкін, В. Пилипчук, І. Кислухіна, І. Макаренко, Л. Ситник, З. Кириченко, В. Дорофєєв, Д. Левін, К. Хамфріс, Б. Паттерсон, В. Василенко, Е. Мінаєв, В. Панагушин, І. Бланк, З. Шершньова, Н. Багацький, К. Ру-Дюфор, А. Погребняк.

Однак в науковому полі цієї сфери залишається низка питань, які не розглянуті повною мірою. Зокрема, нині в сучасній науці поняття антикризового управління перебуває на стадії розробки та вивчення, тому у вищезазначених працях відсутня однозначна думка про його тлумачення. Неоднозначне трактування цієї категорії спричиняє певні труднощі у формуванні комплексу прикладних заходів для профі-

лактики кризових явищ у діяльності підприємств та протидії ним.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є подальший розвиток понятійно-категоріального апарату теорії антикризового управління на основі критичного огляду та систематизації наукових підходів до тлумачення поняття «антикризове управління».

Виклад основного матеріалу. Антикризове управління є складною економічною категорією. Її складність полягає в тому, що це поняття хоч і не є новим, проте ще залишається дискусійним, що призводить до виникнення суперечностей та невідповідностей у визначеннях науковців.

Антикризове управління у закордонній літературі довго розглядалось як зовнішнє управління, що має здійснюватися спеціально підготовленими та запрошеними на підприємство фахівцями, а також є доцільним тільки на підприємствах, банкрутство яких має негативні суспільні наслідки. На інших підприємствах організація такого антикризового управління не має сенсу, оскільки це обтяжить їх власників додатковими витратами, продовжить неефективне використання ресурсів, що призведе до «агонії» підприємства [1, с. 86].

Загалом аналіз наукової літератури свідчить про те, що значна кількість науковців під антикризовим управлінням розуміє безпосередні дії, які спрямовані на запобігання появи та розвитку кризи підприємства. При цьому чітко простежується тенденція пов'язувати ці дії з функціями менеджменту підприємства, а не лише зі втручанням зовнішніх (незалежних) суб'єктів.

Так, А. Грязнова, М. Федотова, А. Маринюк визначають антикризове управління як систему управління підприємством, що має комплексний характер та спрямована на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного менеджменту, розроблення та реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер і дає змогу усунути тимчасові труднощі, зберегти та покращити ринкові позиції підприємства за будь-яких обставин під час використання переважно власних ресурсів. Антикризове управління підприємством передбачає прискорене та дієве реагування на істотні зміни зовнішнього та внутрішнього середовищ на основі заздалегідь розроблених антикризових заходів [6, с. 7]. Подібну концепцію підтримують С. Рамазанов, О. Степаненко, Л. Тимашова [7, с. 5].

Л. Лігоненко у своїй монографії розкриває антикризове управління як спеціальне, постійно організоване управління, націлене на оперативне виявлення ознак кризового стану та створення відповідних передумов для його своєчасного подолання з метою забезпечення відновлення життєздатності окремого підприємства, недопущення виникнення ситуації його банкрутства [8, с. 37].

О. Терещенко вважає, що антикризове управління зводиться до застосування специфічних методів та прийомів управління фінансами, які дають змогу забезпечити стабільне функціонування підприємства на основі управління зовнішніми та внутрішніми ризиками попередження та подолання фінансової кризи [9, с. 10].

Схожої думки дотримується Е. Уткін, який антикризове управління розглядає як складову загального менеджменту на підприємстві, використовує його кращі прийоми, засоби та інструменти, орієнтується на

запобігання можливим ускладненням у діяльності підприємства, забезпечення його стабільного успішного господарювання [10].

Протилежної точки зору дотримуються С. Беляєв і В. Кошкін, В. Пилипчук, І. Кислухина, І. Макаренко, які тлумачать антикризове управління з позицій управління на межі банкрутства. Недоліком цього підходу є те, що він є досить вузьким та не відображає більшість функцій антикризового фінансового менеджменту.

Зокрема, С. Беляєв і В. Кошкіна антикризове управлінням трактують як сукупність форм і методів реалізації антикризових процедур щодо конкретного підприємства-боржника [11, с. 370].

В. Пилипчук визначає цю категорію як процес впливу на об'єкт управління з метою запобігання кризі та її профілактики; виведення з кризи та усунення її наслідків; проведення процедур банкрутства (ліквідація об'єкта) [5].

І. Кислухіна вважає, що межею між звичайним та антикризовим управлінням може бути загроза настання наближення банкрутства [5].

На думку І. Макаренко, антикризове управління полягає в тому, що загроза банкрутства діагностується ще на ранніх стадіях її виникнення, що дає можливість своєчасно привести в дію відповідні фінансові механізми захисту або обґрунтувати необхідність конкретних реорганізаційних процедур [5]. На наш погляд, це визначення є найбільш вдалим в рамках вищезазначеного підходу до трактування цього поняття, адже включає елемент діагностики та прогнозування.

Обґрунтовують цю категорію в межах управління в умовах кризи такі науковці, як Л. Ситник, З. Кириченко, В. Дорофєєв, Д. Левін, К. Хамфріс, Б. Паттерсон.

На думку Л. Ситника, антикризове управління – це здатність розробляти оптимальні шляхи виходу з кризової ситуації, визначати пріоритетні цінності підприємства в умовах кризи, координувати діяльність підприємства та його працівників на передбачення кризи, добиватися ефективності їх праці в екстремальних умовах [12, с. 7].

Відповідно до наукових праць З. Кириченка це таке управління, що спрямоване виключно на подолання кризи, що наступила, на забезпечення виживання в короткостроковому аспекті [5].

Б. Паттерсон вважає, що це програма дій, які мають бути негайно реалізовані в разі настання кризової ситуації [5].

За К. Хамфрісом, антикризове управління передбачає мінімізацію збитків та негативних результатів діяльності, а також підтримку іміджу та довіри до суб'єкта господарювання з боку його контрагентів [5].

В. Дорофєєв, Д. Левін трактують антикризове управління як сукупність заходів управлінського впливу, спрямованих на ліквідацію наслідків кризи, яка настала, та створення умов для уникнення кризи в майбутньому [5].

З точки зору загальної економічної кризи антикризове управління розглядають З. Шершньова, Н. Багацький. На їхню думку, це аналіз стану мікрота макросередовища, а також вибір найбільш підходящої місії; це система заходів та засобів, спрямованих на недопущення банкрутства, забезпечення процвітання економічних агентів, що перебували у важкому фінансовому стані [5].

Найбільш обґрунтовано та комплексно до визначення поняття «антикризове управління», на нашу думку, підійшли В. Василенко, Е. Мінаєв, В. Панагушин, І. Бланк, А. Погребняк.

На думку В. Василенка, антикризове управління – це управління, яке спрямоване на передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів та усунення загроз появи кризових ситуацій, а в разі їх появи – аналіз та вжиття швидких заходів ліквідаційного характеру з найменшими втратами та негативними наслідками [13, с. 11].

Е. Мінаєв та В. Панагушин вважають, що антикризове управління – це не тільки управління, орієнтоване на виведення підприємства зі стану кризи, але й управління, яке здатне заздалегідь спрогнозувати та попередити неплатоспроможність підприємства згідно з виробленою стратегічною програмою підвищення конкурентних переваг та фінансового оздоровлення [14, с. 15].

Такої ж позиції дотримується І. Бланк, який трактує антикризове фінансове управління як систему принципів та методів розробки й реалізації спеціальних управлінських рішень, які спрямовані на попередження та подолання фінансових криз підприємства, а також мінімізацію їх негативних наслідків [15, с. 25].

Згідно з трактуваннями А. Погребняк, антикризове управління – це організований процес, що відрізняється від традиційного характером прийняття управлінських рішень, стилями, об'єктами, функціями та системою заохочень, а також спрямований на виявлення, недопущення та усунення кризових явищ на стратегічному та тактичному рівнях з метою забезпечення функціонування та розвитку підприємства [16].

Критичний аналіз авторських визначень поняття «антикризове управління» дає можливість виокремити 4 підходи до розуміння його сутності (рис. 1).

Так, одні вчені антикризове управління розглядають як управління підприємством в умовах загального кризового стану економіки, інші розділяють думку про те, що це управління підприємством, яке безпосередньо перебуває на межі банкрутства; треті визначають його як управління підприємством в умовах кризи; останні ототожнюють категорію антикризового управління із заходами щодо запобігання появи кризових явищ в діяльності суб'єкта господарювання.

На основі синтезу наявних наукових надбань у питанні визначення категорії «антикризове управління» зроблено спробу сформулювати авторський термін з метою вдосконалення та розвитку понятійного апарату цієї галузі дослідження. Під час його розроблення використовувався системний підхід, адже, на нашу думку, антикризове управління є комплексним поняттям та включає в себе прогнозування, профілактичні дії проти настання кризових явищ, своєчасну діагностику кризи, швидке реагування та

ліквідаційні заходи підприємства з метою недопущення розвитку кризи, включаючи стадію банкрутства.

Отже, під антикризовим управлінням запропоновано розуміти систему управлінських заходів та рішень, пов'язаних із забезпеченням можливості досягнення поставлених стратегічних та оперативних цілей діяльності підприємства щодо орієнтації на попередження настання кризи, своєчасну її діагностику, а за умови настання – ліквідацію негативних наслідків, недопущення банкрутства, створення передумов для фінансового оздоровлення з метою мінімізації збитків та ефективного розвитку суб'єкта господарювання за відповідних умов середовища функціонування.

Таке визначення антикризового управління дає змогу визначити його характерні риси:

- антикризовий характер управління підприємством є необхідним для забезпечення його керованості та можливості адаптації до зміни умов середовища функціонування як відкритої соціально-економічної системи;

- у процесі економічної діагностики результатів діяльності підприємства, аналізу досягнення поставлених оперативних завдань і стратегічних цілей, прогнозування умов подальшого розвитку, способів формування, акумулювання та використання економічного потенціалу закладаються підвалини для застосування інструментарію антикризового управління;

- криза як передумова використання антикризового управління може мати як зовнішній, так і внутрішній, об'єктивний та суб'єктивний характер за факторами, що її провокують, а також вона визначається факторами середовища, що чинять постійний вплив на параметри діяльності підприємства, що говорить про необхідність використання антикризового управління протягом усього життєвого циклу бізнесу;

- підприємство через об'єктивні причини та характер організації економічних відносин, асиметрії та обмеженості інформації, дії правових та інших нормативів, «правил ринкової гри», впливу інших факторів середовища, незалежних від нього, не здатне швидко змінювати умови діяльності (виробничі, організаційні, фінансові тощо), що робить об'єктивно притаманними

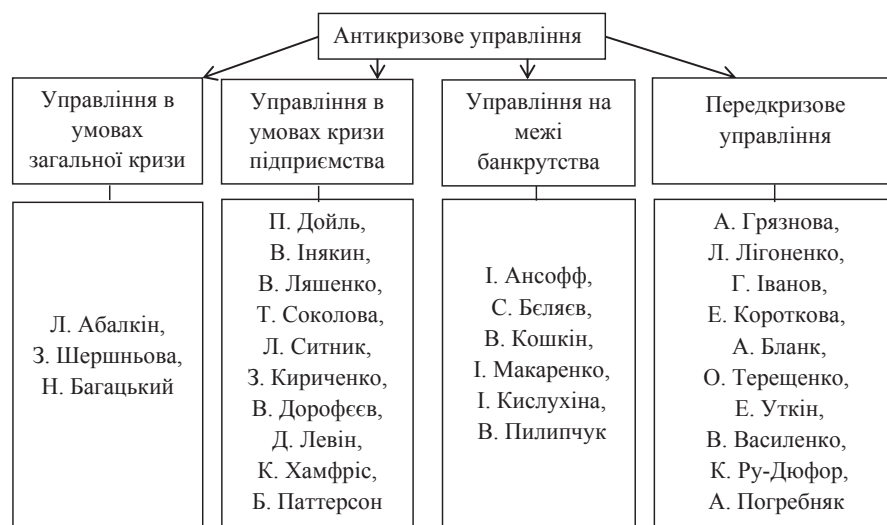


Рис. 1. Наукові підходи до трактування поняття «антикризове управління»

Джерело: узагальнено авторами на основі джерел [2–5]

йому кризові явища та визначає об'єктивну необхідність антикризового управління;

– стратегії та політика антикризових заходів, характер антикризового управління та відповідні механізми тісно залежать від характеру діагностованих кризових явищ, інтенсивності деструктивного впливу факторів середовища, з одного боку, та від стану стратегічного управління, рівня якості менеджменту, ступеня конфліктності між власниками та управлінцями, кваліфікації, ступеня бюрократизації, з іншого боку.

Висновки. Проведений аналіз наукового доробку вітчизняних та зарубіжних науковців підтвердив відсутність єдиного підходу до трактування поняття антикризового управління, що спричиняє певні труднощі у формуванні комплексу прикладних заходів для профілактики та протидії кризовим явищам в діяльності підприємства. Ідентифіковані 4 підходи до визначення цієї категорії. На основі їх узагальнення запропоноване визначення антикризового управління з точки зору

системного підходу. Його сутність полягає в тому, що антикризове управління є комплексним поняттям та включає в себе прогнозування, профілактичні дії проти настання кризових явищ, своєчасну діагностику кризи, швидке реагування та ліквідаційні заходи підприємства з метою недопущення розвитку кризи, включаючи стадію банкрутства. Антикризове управління характеризується тим, що воно є необхідним для забезпечення керованості кризових явищ, розвитку економічного потенціалу протягом усього життєвого циклу підприємства з урахуванням діагностованої кризи та особливостей суб'єкта господарювання.

Таким чином, антикризове управління є основними засобом усунення та попередження настання кризових явищ на підприємствах. Його застосування суб'єктами господарювання в перспективі дасть змогу формувати умови попередження чи послаблення кризових ситуацій, що мають місце в їх діяльності, а також швидко адаптуватись до нових умов господарювання.

Список використаних джерел:

1. Лігоненко Л. Антикризове управління підприємством: підручник. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. 824 с.
2. Глебова А., Конзерська Т. Формування системи антикризового управління на підприємстві. Молодий вчений. 2015. № 11 (2). С. 35–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_11%282%29__10.
3. Піюренко І. Основні теоретичні концепції антикризового управління підприємством. Бізнес-навігатор. 2012. № 3. С. 145–150.
4. Романяк Г. Сутність антикризового управління підприємством в умовах нестабільного ринкового середовища. Наукові записки Української академії друкарства. 2016. № 1. С. 235–239. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2016_1_31.
5. Бабіна Н. Антикризовий фінансовий контролінг як фактор забезпечення економічної безпеки підприємства. Ефективна економіка. 2014. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3018>.
6. Грязнова А., Федотова М., Маринюк А. Антикризисный менеджмент / под ред. А. Грязновой. Москва: ЭКМОС, 1999. 368 с.
7. Рамазанов С., Степаненко О., Тимашова Л. Технологии антикризового управления: монография. Луганськ: вид-во СЛУ ім. В. Даля, 2004. 192 с.
8. Лігоненко Л. Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. 580 с.
9. Терещенко О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2004. 560 с.
10. Уткин Э. Антикризисное управление. Москва: Эксмо, 1997. 400 с.
11. Базаров Г., Беляев С., Белых Л. И др. Теория и практика антикризисного управления: учебник для вузов / под ред. С. Беляева, В. Кошкина. Москва: Закон и право; ЮНИТИ, 1996. 468 с.
12. Ситник Л. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством. Донецьк: ІЕП НАН України, 2000. 504 с.
13. Василенко В. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2003. 504 с.
14. Крыжановский В. и др. Антикризисное управление: учеб. пособие / под ред. Е. Минаева, В. Панагушина. Москва: ПРИОР, 1998. 432 с.
15. Бланк И. Управление финансовой безопасностью предприятия. Киев: Эльга, Ника-центр, 2004. 784 с.
16. Погребняк А. Механізм антикризового управління на підприємствах машинобудування: автореф. дис. ... канд. економ. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». Київ, 2016. 24 с. URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/15401>.

Кораблінова І.А.,
кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри управління проектами та системного аналізу,
Одеська національна академія зв'язку імені О.С. Попова

ІНФОРМАЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ КОМПАНІЇ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ХВИЛІ «ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ»

Кораблінова І.А. Інформаційне середовище компанії в умовах сучасної хвилі «цифрової трансформації». У статті розглянуто питання загострення суперечності між можливостями розвитку ІКТ, зростання обсягів інформації та обмеженням ресурсів для її інтелектуальної обробки. В основу дослідження покладено аналіз даних у діловому сегменті соціальних мереж. Враховано результати опитувань міжнародних аналітичних компаній. Наведено основні результати контентного аналізу інформаційного потоку, який проходить через середовище сучасної інноваційно-активної компанії в умовах «цифрової трансформації». Визначено роль провідних міжнародних корпорацій та організацій у формуванні контентних елементів інформаційного середовища інших компаній.

Ключові слова: інформаційне середовище, інформаційний потік, мережа, компанія, компетенція, цифрова трансформація.

Кораблинова И.А. Информационная среда компании в условиях современной волны «цифровой трансформации». В статье рассмотрен вопрос обострения противоречий между возможностями развития ИКТ, роста объемов информации и ограничением ресурсов для ее интеллектуальной обработки. В основу исследования положен анализ данных в деловом сегменте социальных сетей. Учтены результаты опросов международных аналитических компаний. Приведены основные результаты контентного анализа информационного потока, который проходит через среду современной инновационно-активной компании в условиях «цифровой трансформации». Определена роль ведущих международных корпораций и организаций в формировании контентных элементов информационной среды других компаний.

Ключевые слова: информационная среда, информационный поток, сеть, компания, компетенция, цифровая трансформация.

Korablinova I.A. Information environment of the company in terms of the modern wave of “digital transformation”. The article brings up a problem of aggravation of contradiction between opportunities due to the development of ICTs, the growth of information volumes, and resource constraints for its intellectual processing. The research is based on data analysis in the business segment of social networks. Survey findings of international data analytics companies are taken into account. The main results of content analysis of information flow that passes through the environment of the modern innovation-active enterprise in terms of “digital transformation” are presented. The role of leading international corporations and organizations in the formation of content elements of information environment of other companies is determined.

Key words: information environment, information flow, network, company, competence, digital transformation.

Постановка проблеми. У сучасних умовах інформація і мережі як середовище для її обміну відіграють важливу роль в усіх процесах соціального, економічного, культурного життя людей. Недостовірна, неповна інформація, закритий доступ до важливої інформації або невчасне отримання необхідної на даний момент інформації – все це не тільки обертається поточними втратами, але й часто робить прямий вплив на стан та подальші перспективи розвитку підприємств, організацій, установ тощо.

Обсяг, різноманітність форматів та швидкість надходження інформації настільки значні, що традиційні інструменти вже не здатні здійснювати ефективно управління. Так, в огляді трендів від компанії “IBM” (2017 рік) [1] зазначається, що кожного дня створюються 2,5 квінтільйони байт даних. При цьому 90% даних, які є сьогодні у світі, отримані лише за попередні два роки. Передбачається, що завдяки роботі з новими пристроями, датчиками та технологіями

нового покоління темпи зростання даних будуть прискорюватись ще більше.

Водночас ця тенденція супроводжується двома протилежними моментами: з одного боку, новітні технології з обробки даних дають можливість більш ефективно приймати рішення, але з іншого боку, нескінчений потік нових даних породжує нові проблеми, вирішення яких стає неможливим без розвитку компетенцій в галузі інформаційного менеджменту. Згідно з прогнозами [2] до 2019 року близько 90% великих організацій матимуть у структурі топ-менеджменту директора з управління даними (Chief Data Officer, CDO). Такі дії обумовлені низкою причин, серед яких можна відзначити прагнення компаній сприяти кращому використанню інформаційних активів для підвищення ефективності та забезпечення конкурентних переваг.

Слід зазначити, що цей фокус особливо виділився під час активізації програм з «цифрової трансформації», які розгорнулись у діловому світі в останні

декілька років. Їх реалізація ще більше прискорює зміни в інформаційному середовищі кожної сучасної компанії, зміст яких потребує глибокого науково-теоретичного осмислення з урахуванням сучасного стану розвитку суспільства, зокрема стосовно його основних соціально-економічних проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Згадаємо, що отримання вчасно важливої інформації необхідної якості та повноти завжди є вагомим фактором у прийнятті тих чи інших рішень та їх успішної реалізації. Історії відомі численні приклади, коли від лише одного повідомлення змінювались рішення, які суттєво впливали на хід подій та обставини життя багатьох людей. Очевидно, що в економічній діяльності незалежно від тієї чи іншої моделі розвитку суспільства інформації завжди відводилась суттєва роль.

Втім, науковий погляд на сукупність інформації, яка оточує економічного суб'єкта і яку він вибирає для використання у своїй діяльності, почав оформлюватись лише у XX столітті одночасно з осмислюванням досягнень в галузі кібернетики. На етапі активної фази розвитку автоматичних обчислювальних машин та їх застосування в роботі різних організацій стало очевидним, що їх інформаційне середовище слід розглядати як об'єкт управління.

Сучасний стрімкий розвиток інформаційних та комунікаційних технологій у цифровому форматі, з одного боку, спростив організаційно-технічний бік процесу обміну інформацією, а з іншого боку, ускладнив систему відносин між людьми, які створюють та споживають інформацію.

У зв'язку з цим можна спостерігати, як в останні роки в науковому світі розпочався справжній бум обговорення нового порядку, який нині розгортається у цифрову епоху. У літературі з'явилась велика кількість праць, в яких досліджено процеси, що так чи інакше пов'язані з використанням інформації економічними суб'єктами. Зокрема, дослідники оперують такими поняттями, як «інформаційне середовище», «інформаційне поле», «інформаційний простір», «інформаційний процес», «інформаційний потік», «інформаційна сфера», «інформаційна система», «інформаційна мережа». Серед досліджень останніх років слід виділити праці вчених [3–8], які сприяли уточненню змісту та характеристик цих понять у загальному вигляді. Водночас сьогодні виникає необхідність дослідження таких конкретних предметних галузей інформаційного простору, з якого економічні суб'єкти отримують інформацію для подальших дій. Зокрема, своєчасним та актуальним завданням є осмислення змісту інформаційних потоків під час сучасної хвилі «цифрової трансформації». Незважаючи на популярність використання цього терміна, в економічній літературі це питання ще не отримало достатнього наукового обґрунтування зазначених процесів.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в тому, щоб результатами аналізу інформаційних потоків у діловій сфері виявити ключові контентні елементи, які потрапляють в інформаційне середовище сучасних компаній та впливають на їх дії.

Виклад основного матеріалу. Реальність така, що сьогодні більшість компаній та організацій шукає нові технології, які дадуть їм змогу управляти не тільки структурованими, але й неструктурованими даними. Перш за все до них відносяться такі технології, які в

професійних публікаціях в галузі ІКТ зустрічаються під загальним терміном “Big Data”. Управління великими даними разом з використанням хмарних, мобільних, соціальних та інших технологій, які спрямовані на ефективну роботу з інформацією, розглядаються сьогодні сучасними компаніями як рушійні сили їх інноваційного розвитку.

Обсяг і джерела нових даних все більше зростають. Згідно з опитуванням, проведеним “NewVantage Partners” (2017 рік) [9], 37,2% керівників компаній повідомляють, що їх організації інвестували понад 100 млн. дол. США на ініціативи Big Data протягом останніх 5 років, при цьому 6,5% інвестували понад 1 млрд. дол. США. Серед питань, на вирішення яких спрямовані ці ініціативи, слід назвати зниження витрат за рахунок операційної ефективності витрат; створення культури ефективного управління даними; створення нових шляхів інновацій; прискорення швидкості, з якою розгортаються нові можливості та послуги; запуск нових продуктів та сервісних пропозицій; монетизація великих даних за рахунок збільшення доходів та нових джерел доходів. Втім, значна частина опитаних представників компаній не задоволена результатами на даному етапі реалізації інвестиційних проєктів, оскільки застосування цих технологій передбачає кардинальні перетворення в організації, до яких більшість їх співробітників не готова. І, якщо організаційно-технічні питання інвестиції можуть вирішити у той чи інший спосіб, з культурними, соціальними та іншими аспектами діяльності організацій виникають нові проблеми.

Водночас, згідно з дослідженням [9], 52,5% опитаних менеджерів визнали, що питання управління великими даними є «критично важливим», 39,3% – «важливим» моментом у системі прийняття рішень в їх організаціях. Більшість компаній (60,7%) говорить про існування корпоративної стратегії щодо роботи з великими даними, оскільки розглядає їх як свої активи.

Відповідно до термінології до інформаційних активів відносять такі складові: «інформація, що стосується ділової функції підприємства, включаючи явні та неявні знання працівників, клієнтів або ділових партнерів; дані та інформація, що зберігаються у високо структурованих базах даних; дані та інформація, що зберігаються у текстовій формі та у менш структурованих базах даних, таких як повідомлення, електронна пошта, зміст робочого процесу та електронні таблиці; інформація, що зберігається у цифрових та паперових документах; придбаний контент; а також публічний контент з Інтернету або інших джерел» (переклад наш – К. І.) [10].

Для забезпечення необхідних умов отримання, обробки, захисту, збереження, передачі інформації сучасні компанії активно використовують сучасні інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ). Втім, темпи зростання обсягів витрат на ІКТ у світі мають тенденцію до зниження порівняно з минулими роками (табл. 1).

Окрім фінансової, економічної, політичної, соціальної нестабільності та кризових явищ, які охопили світ сьогодні, серед причин зниження темпів зростання витрат на ІКТ слід назвати також призупинення низки ініціатив щодо переходу компаній та організацій на цифрові платформи через високий рівень небезпеки, зокрема під впливом кіберзагроз, проблем з

Таблиця 1

Витрати на ІКТ у світі, 2017–2019 роки

Види витрат на ІКТ	2017 рік		2018 рік		2019 рік (прогноз)	
	Витрати, млрд. дол.	Зростання, %	Витрати, млрд. дол.	Зростання, %	Витрати, млрд. дол.	Зростання, %
Data Center Systems	181	6,3	188	3,7	190	1,1
Enterprise Software	352	8,8	391	11,1	424	8,4
Devices	663	5,1	706	6,6	715	1,3
IT Services	933	4,4	1 003	7,4	1 048	4,6
Communications Services	1 392	1,3	1 452	4,3	1 468	1,1
Усього	3 521	3,8	3 740	6,2	3 846	2,8

Джерело: Gartner (April, 2018) [11]

Таблиця 2

Кількість публікацій в інтернет-виданнях міжнародних організацій, в яких розглядаються питання цифрових перетворень

Назва організації	“Digital Technologies”	“Digital Revolution”	“Digital Transformation”	“Digital Economy”	“Digital Age”	“Digital Transactions”	“Digital Marketing”	“Digital Strategy”
WEF*	762	798	1 140	38 700	789	41	82	160
ITU*	2 390	1 810	593	2 806	698	151	34	194
McK & C*	521	254	736	185	665	21	523	453
Gartner*	30 98	214	2 097	515	647	147	2 847	1 231
Harvard Business Review	9 512	1 554	2 065	5 595	4 157	2 463	7 785	10 783
The Economist*	307	829	718	1 450	1 590	30	722	246
Financial Times	2 692	1 473	877	4 605	3 024	1 248	3 405	3 720
Business Insider*	16 439	2 224	3 368	6 227	6 080	66	25 796	8 860

* алгоритм пошуку передбачав точний набір слів

Джерело: складено автором на основі даних пошукових систем на веб-сайтах організацій (станом на 15 квітня 2018 року)

електроенергією, відсутністю фахівців з необхідними компетенціями.

Водночас інформаційне середовище будь-якої сучасної компанії, яка налаштована на інноваційну активність, наповнюється контентом, що пов'язаний з реалізацією програм «цифрової трансформації».

Слід зазначити, що словосполучення «цифрова трансформація» до 2015 року використовувалось не так часто й регулярно, як тепер. Хоча сама ідея про необхідність використовувати сучасні інформаційні та комунікаційні технології як основу для підвищення ефективності всіх процесів діяльності компаній та організацій обговорюється вже не перше десятиліття.

Особливістю сучасної хвилі підвищеної уваги до ІКТ у цифровому форматі передусім є те, що відбувається розширення діяльності економічних суб'єктів у просторі, який створено за допомогою нових цифрових систем і технологій. Тобто якщо попередня хвиля інформатизації у 2000-х роках здебільшого стосувалась активного використання ІКТ у реальній роботі компаній, організацій, установ тощо, то у 2010-х роках йдеться про роботу не тільки у реальному, але й у цифровому просторі. Останнє, на наш погляд, є ключовим моментом у розумінні процесів, які відбуваються на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства.

Аналіз публікацій на сторінках провідних міжнародних організацій, які розміщені у соціальних мере-

жах (зокрема, у “Facebook”, “LinkedIn”), показує, що з 2012 року (особливо з 2015 року) спостерігається підвищена увага до напрямку “digital” з активним використанням таких словосполучень, як, зокрема, “Digital Technologies”, “Digital Revolution”, “Digital Age”, “Digital Economy”, “Digital Transformation”, “Digital Marketing”, “Digital Strategy”.

У табл. 2 можна бачити, що в таких міжнародних організаціях, як, зокрема, Всесвітній економічний форум (WEF), Міжнародний Союз Електрозв'язку (ITU), у фокусі уваги яких є не тільки бізнес, але й макроекономічні та глобальні питання розвитку економіки та суспільства загалом, в інформаційних матеріалах часто зустрічаються “Digital revolution”, “Digital age”, “Digital economy”. Бізнес-орієнтовані видання зосереджені на питаннях “Digital transformation”, особливо “Digital marketing”, “Digital strategy”. Серед останніх напрямів також поширюються такі поняття, як, зокрема, “Digital platform”, “Digital Enterprise”, “Digital intelligence”, “Digital skills”, “Digital leader”, “Digital workplace”, “Digital education”, “Digital ecosystems”. Наприкінці 2017 року – на початку 2018 року також набирає популярності такий термін, як “Digital Transactions”, що свідчить про актуальність питання налагодження взаємовідносин у новому форматі, який з'являється у тих економічних суб'єктів, які працюють у цифровому просторі.

**Перелік основних заходів з питань цифрової трансформації,
організованих міжнародними організаціями в останні два роки**

Назва організатору	Назва заходу	Місце і дата проведення
World Economic Forum (WEF)	The Digital Transformation of Industries: Digital Enterprise	Давос, 2016 рік
The Economist	The Economist Digital Transformation	Мадрид, 4–5 листопада 2016 року
Forrester	Forrester Digital Transformation Forums	Орlando, Лондон, Мумбаї (травень – червень 2016 року), Чикаго, Мумбаї, Лондон (травень – червень 2017 року), Чикаго (8–9 травня 2018 року)
Microsoft	Digital Transformation – 2016	Москва, 17 листопада 2016 року
AAJ Technologies	Digital Transformation Forum – 2017	Форт-Лодердейл (США), 22 червня 2017 року
FA Service	FA Service Digital Transformation Forum	Київ, 23 червня, 2017 року
IBM	IBM Cloud and Digital Transformation Day	Москва, 5 вересня, 2017 року
International Data Corporation (IDC)	IDC European digital executive summit	Малага (Іспанія), 11–21 червня 2018 року
	IDC Digital Transformation Forum – 2016, 2017, 2018	Київ, 21 вересня 2016 року, Київ, 25 жовтня 2017 року, Київ, 23–24 квітня 2018 року
	IDC DX Day Roadshow 2017: На шляху до цифрової трансформації	Дніпро, 19 вересня 2017 року

Джерело: складено на основі відкритих джерел (прес-релізи міжнародних організацій та web-майданчики заходів)

За означеними напрямками у світі організовується велика кількість заходів у країнах з активною діловою спільнотою, яка зацікавлена у питаннях ІКТ. Їх незначна частина наведена в табл. 3.

Модні технологічні тренди інформаційним потоком проходять через інформаційне середовище сучасної компанії та впливають на її подальші дії. Зокрема, вони мають суттєвий вплив на вибір напрямів науково-дослідних робіт, обсягів інвестицій в ту чи іншу сферу виробництва, маркетингу, фінансових інструментів, соціальних медіа та різні інноваційні проекти. Як видно з табл. 3, основними популяризаторами програм з «цифрової трансформації» є міжнародні корпорації та організації.

Адаптовані кейси, які розглядаються на зазначених заходах, а також дискусії в діловому сегменті соціальних мереж, де спілкуються представники компаній, кластерів, асоціацій, в яких проходять процеси цифровізації, так чи інакше все більше стимулюють учасників інформаційно-мережевої взаємодії реалізовувати запропоновані програми з «цифрової трансформації». В результаті аналізу змісту цього інформаційного потоку, який спостерігається в останні декілька років, можна визначити основні контентні елементи, які найчастіше зустрічаються в інформаційному полі сучасних компаній. Фрагмент хмари ключових слів цього контенту надано на рис. 1.

Масштабність і швидкість, з якою поширюється концепція «цифрової економіки» та програми з «цифрової трансформації», говорять про незворотність суттєвих змін, які відбуватимуться у найближчі роки майже в усіх сферах суспільної діяльності. У контексті роботи слід зауважити, що подібно тому, як маркетингові служби працюють з контентом, який отримують в інформаційних та соціальних мережах для виявлення потреб споживачів, сучасна компанія має працювати над аналізом контентних елементів, які наповнюють інформаційні потоки та потрапляють в її інформаційне середовище.

Висновки. Аналіз показує, що у сучасних умовах робота з інформацією в компаніях, захист тих чи інших інформаційних активів розглядаються в контексті так званої цифрової трансформації. Саме до цього питання сьогодні прикута увага більшості представників інноваційно-активних компаній та організацій. При цьому серед актуальних проблем, що виникають перед компаніями, які інтегруються у цифровий простір, є не тільки кібербезпека, але й недостатньо розвинуті компетенції в роботі з інформацією, яка потрапляє у середовище компанії.

Неабияке зростання кількості даних, повідомлень, інформаційних матеріалів в останні роки, з одного боку, відкрили нові можливості для компаній щодо оптимізації бізнес-процесів, налагодження зв'язків з постачальниками, партнерами, клієнтами тощо, а з іншого боку, створили проблему обмежених ресурсів для інтелектуальної обробки даних. Для вирішення цієї та інших проблем, які виникають на шляху «цифрової трансформації», міжнародні корпорації в галузі ІКТ у межах своїх маркетингових програм пропонують системи, технології та сервіси для інших компаній, популяризуючи ще більше новий спосіб функціонування на основі цифрових платформ.

Таким чином, спостереження показують, що дії міжнародних корпорацій, які є організаторами реальних та цифрових мереж, істотно впливають на інформаційні потоки в діловому просторі, зокрема здійснюють вплив на формування контентних елементів інформаційного середовища інших компаній, відповідно, через інформаційно-мережеву взаємодію здійснюють вплив на їх поведінку.

Отже, сучасна компанія, як і кожний її співробітник, сьогодні повинні навчитись не тільки працювати з великим обсягом інформації, але й, що важливіше, розуміти смисли, скриті контексти, які в ній криються, вміти класифікувати інформацію тощо. Наприклад, слід розуміти, який саме набір цифрових технологій



**Рис. 1. Хмара ключових слів у контенті,
який потрапляє в інформаційне середовище сучасних компаній**

Джерело: складено автором на основі аналізу найпопулярніших публікацій у діловому сегменті соціальних мереж з 2015 року до теперішнього часу (без урахування співвідношення понять)

необхідний саме цій компанії, а не тим учасникам ділової спільноти, які зацікавлені в їх поширенні, а також там, де це можливо, вчиняти відповідно до своїх цінностей, пріоритетів, призначень у системі створення суспільних благ тощо.

Серед перспективних напрямів дослідження означеної проблеми слід назвати розгляд з фундаменталь-

них позицій соціальних та поведінкових наук природи інформаційно-мережевої взаємодії міжнародних корпорацій з іншими компаніями-учасниками цифрових екосистем як соціально-економічного явища, а у прикладному аспекті – розробки стратегій, програм розвитку компетенцій компаній з урахуванням нових вимог інформаційного суспільства.

Список використаних джерел:

1. IBM. 10 Key Marketing Trends for 2017. 2017. URL: <https://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?htmlfid=WRL12345USEN>.
2. Gartner. Keys to Success for Chief Data Officers. 2017. URL: <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/keys-to-success-for-chief-data-officers>.
3. Tsvetkov V.Ya. Information Space, Information Field, Information Environment. European Researcher. Series A. 2014. Vol. (80). № 8–1. P. 1416–1422.
4. Ожерельева Т.А. Об отношении понятий «информационное пространство», «информационное поле», «информационная среда» и «семантическое окружение». Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 10. С. 21–24.
5. Цветков В.Я. Информационное пространство как ресурс познания. Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 3–2. С. 207–212.
6. Курлов А.Б., Петров В.К. Методология информационной аналитики. Москва: Проспект, 2014. 427 с.
7. Губич Л.В., Ковалев М.Я., Петкевич Н.И. и др. Внедрение на промышленных предприятиях информационных технологий поддержки жизненного цикла продукции / науч. ред. А.В. Тузиков. Минск: Беларуская навука, 2012. 187 с.
8. Новаківський І.І. Система управління підприємства в інформаційному суспільстві: дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)»; НУ «Львівська політехніка». Львів, 2017. 494 с.
9. Big Data Executive Survey 2017 / New Vantage Partners with a Foreword by Thomas H. Davenport and Randy Bean. URL: <http://newvantage.com/wp-content/uploads/2017/01/Big-Data-Executive-Survey-2017-Executive-Summary.pdf>.
10. Gartner IT Glossary. URL: <https://www.gartner.com/it-glossary/information-knowledge-assets>.
11. Gartner Says Global IT Spending to Grow 6.2 Percent in 2018. URL: <https://www.gartner.com/newsroom/id/3871063>.

Кривобок К.В.,

старший викладач кафедри менеджменту та бізнесу,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ДІАГНОСТИКИ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА АДАПТИВНІСТЬ

Кривобок К.В. Методичний підхід до діагностики впливу зовнішнього середовища на адаптивність. У статті розглянуто особливості методичного підходу до діагностики впливу зовнішнього середовища на адаптивність підприємства. Уточнено, обґрунтовано етапи діагностики промислових підприємств в умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища. Сформовано перелік рекомендацій для керівників підприємств щодо процедури діагностики середовища організації та його впливу на адаптивність.

Ключові слова: адаптивність, зовнішнє середовище, діагностика середовища, управління процесом адаптації.

Кривобок Е.В. Методический подход к диагностике влияния внешней среды на адаптивность. В статье рассмотрены особенности методического подхода к диагностике влияния внешней среды на адаптивность предприятия. Уточнены, обоснованы этапы диагностики промышленных предприятий в условиях неопределенности и изменчивости внешней среды. Сформирован перечень рекомендаций для руководителей предприятий по процедуре диагностики среды организации и его влиянию на адаптивность.

Ключевые слова: адаптивность, внешняя среда, диагностика среды, управление процессом адаптации.

Kryvobok K.V. Methodological approach to the diagnostics of influence of the external environment on the adaptability. The paper considers the features of the methodical approach used in diagnosing the influence of the external environment on the adaptability of the enterprise. The stages of the diagnostics of industrial enterprises in the conditions of uncertainty and variability of the external environment were specified and substantiated. The list of recommendations for the managers of the enterprises concerning the procedure of diagnostics of the organization's environment and its influence on the adaptability has been formed.

Key words: adaptability, external environment, environment diagnostics, management of adaptation process.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання адаптивність підприємства до мінливості ринку набуває вирішального значення, що потребує наявності відповідних методів до управління цим процесом. Інтуїтивність керівництва не дає можливості своєчасно вирішувати виникаючі проблеми, тому що підприємства машинобудування за розміром частіше за все відносяться до середніх або великих, що унеможливорює процес їхньої адаптації в ручному режимі (різноманітний асортимент товарів та послуг, велика кількість співробітників, функціонування на різних сегментах ринку та країнах або континентах світу, використання у своїх розрахунках валюти різних країн тощо). Тому для ефективної власної адаптації провідні підприємства світу використовують різні інструменти аналізу, результати якого стають основою для своєчасних та ефективних управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд літератури доводить, що питанням аналізу господарської діяльності підприємств багато уваги приділяється в роботах зарубіжних та вітчизняних вчених. Процеси адаптації економічних систем вивчали І. Афонін [2], Х. Бінер [3], П. Друкер [4], Є. Пастухова [10], М. Портер [11], Л. Шемаєва [13] та інші науковці. Так, на думку І. Ансоффа [1], підприємства застосовують дві моделі стратегічної поведінки, а саме пасивну адаптацію до коливань у зовнішньому середовищі; активну з метою створення найбільш привабливих умов для власного розвитку. К. Орлова [9] зазначає, що мінливість зовніш-

нього середовища потребує застосування різних моделей адаптації підприємства, зокрема структурно-ситуаційної, інноваційної, селекційної, конфліктної, залежно від тенденцій. Л. Мельник [8] пропонує адаптацію підприємства або його біфуркацію проводити відповідно до змін зовнішнього середовища згідно з розробленими раніше сценаріями, що передбачає реалізацію заздалегідь розробленої скоординованої програми дій для всіх його підрозділів з урахуванням наявності власних ресурсів. А. Коляда [6] для адаптації в умовах мінливості пропонує застосовувати сучасні інструменти стратегічного менеджменту, які використовують стратегію, тактику, лідерство, корпоративну культуру та систему мотивації персоналу, а позитивний результат значною мірою залежить від активності керівників усіх рівнів. С. Кравченко [7] стверджує, що для позитивної адаптації підприємства необхідно застосовувати такий підхід до управління, в результаті якого реалізуються найбільш ефективні сценарії його функціонування та розвитку. Р. Дункан у своїй роботі [14] пропонує механізм оцінювання характеристик оточення підприємства.

Але, незважаючи на велику кількість робіт учених, управління процесом адаптації підприємств, посилення впливу світових процесів на соціально-економічну систему України, пов'язаних з глобалізацією, потребують наукових досліджень та вивчення світового досвіду задля вдосконалення наявних підходів та методів у цій сфері.

Формулювання цілей статті. Метою статті є уточнення та обґрунтування етапів діагностики промисло-

вих підприємств в умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу. Процес аналізування середовища підприємства передбачає вивчення трьох складових [3; 4; 7; 10; 11; 13], а саме зовнішнього середовища (макрооточення), зовнішнього середовища безпосереднього оточення (мікрооточення) та внутрішнього середовища (мікросередовище). Аналіз макрооточення є процесом, результати якого використовуються для контролю впливу зовнішніх факторів на функціонування та розвиток підприємства на основі визначення можливостей і загроз. Мікрооточення пропонується аналізувати за такими напрямками, як покупці, постачальники, конкуренти, ринок робочої сили. Мікросередовище доцільно обробляти за такими основними блоками, як організаційний, ресурсний, функціональний, управлінський та технологічний. Такий підхід забезпечить керівництво підприємств обґрунтованими результатами аналізу.

С. Кравченко [7] вважає, що інструменти управління процесом адаптації підприємства в умовах невизначеності повинні забезпечити гнучкість системи цілей та системи управління ресурсами, оптимальне співвідношення між ризиковістю та прибутковістю проєктів, узгодження корпоративних та суспільних інтересів, застосування економіко-математичних моделей у процесі аналізу управлінських рішень та діагностики реалізації процесів адаптації тощо.

Для оцінювання характеристик оточення підприємства пропонується застосовувати механізм Р. Дункан [14], який адаптований відповідно до цілей дослідження. В його основі лежить перцептивний індикатор. Складність зовнішнього середовища оцінюється за кількістю факторів та компонентів (динамічність середовища оцінюється за шкалою від 1 до 5; невизначеність – за шкалою від 0 до 1). З огляду на той факт, що рівень нестабільності середовища є похідною функцією від трьох характеристик (складність, динамічність та невизначеність), вимірювання складності зовнішнього середовища пропонується здійснювати за єдиною десятибальною шкалою (табл. 1) за наведеного у роботі Є. Орлової [9] підходу, що забезпечить можливість їх порівняння.

За наведеного підходу (табл. 1) експерти мають оцінити кожну з трьох характеристик (складність, динамічність та невизначеність) за 10-бальною шкалою, а потім розрахувати середньоарифметичний показник нестабільності середовища загалом.

Також заслуговує на увагу підхід А. Коляди [6], за якого вчений пропонує розглядати підприємство як систему, кожний структурний підрозділ якої є елементом, що конкурує із зовнішніми виробниками товарів та послуг. Тобто кожний структурний підрозділ підприємства розглядається як окреме підприємство, що надає відповідні послуги або забезпечує виробництво товарів.

Такий підхід ґрунтується на тому, що керівник має проводити аналіз діяльності кожного структурного підрозділу підприємства та порівнювати собівартість із якістю товарів/послуг, вироблених/наданих власним підрозділом, з можливістю отримати ці товари/послуги на основі аутсорсингу. Наприклад, порівняти собівартість утримання власної бухгалтерії, юридичного відділу, підрозділів маркетингу, транспортного відділу тощо з вартістю таких послуг за умов аутсорсингу.

На наш погляд, аутсорсинг має стати одним з елементів механізму швидкої адаптації підприємства до впливу зовнішніх факторів, якщо такий підхід є економічно доцільним. Водночас необхідно дослідити власний потенціал та перспективу його використання. Зокрема, це стосується розширення власної діяльності за рахунок надання своїх послуг або виробництва товарів на замовлення інших підприємств за умов аутсорсингу.

Важливою складовою механізму адаптації підприємства є система звітності та контролю, яка повинна бути досить мобільною та характеризуватися часом реакції на зміну зовнішніх факторів, тобто скільки потребується часу підприємству для того, щоб на основі результатів своєї внутрішньої системи звітності передбачити зміни зовнішнього середовища та відреагувати на них; наскільки точні були прогнози тенденцій на ринках, де підприємство реалізовує свої товари та послуги. На основі дослідження робіт [1; 6–9; 10; 13] нами визначено основні проблеми, що виникають під час внутрішньої звітності на підприємстві:

- недостовірність інформації (спотворена за власною ініціативою, технічна помилка, непрофесійність), що вводить в оману керівництво й може потягнути за собою прийняття неправильного управлінського рішення;
- тривалий час проходження інформації від нижньої ланки до керівника підприємства;
- тривалий час («тягучка») реакції на отриману інформацію (звітність) з боку керівництва (низька оперативність прийняття управлінських рішень, несвоєчасність розробки та вжиття відповідних заходів тощо);
- технічна/технологічна (апаратна та програмна) недосконалість корпоративної мережі та обмеженість комунікації між співробітниками підприємства; невідповідність архітектури корпоративної мережі вимогам підприємства (корпоративна мережа не забезпечує повною мірою потреби підприємства та не спроможна обробляти всі запити; це стосується доставки інформації, її зберігання та обробки); застарілі інформаційно-комунікаційні технології, що використовуються для комунікацій на підприємстві.

Таблиця 1

Шкала рівня складності оточення підприємства

Рівень складності	Кількість балів	Характеристика
Перший	0–2,0	Стабільне середовище з гомогенними прогнозованими факторами.
Другий	2,1–4,0	Відносна стабільність середовища, але присутні окремі фактори, які не прогнозовані.
Третій	4,1–6,0	Середній рівень складності, динамічності та невизначеності.
Четвертий	6,1–8,0	Невизначене динамічне середовище з великою кількістю факторів впливу на підприємство.
П'ятий	8,1–10,0	Високий рівень складності, динамічності та невизначеності.

Джерело: складено на основі джерела [9, с. 112]

Визначальним для швидкої адаптації підприємства до впливу зовнішніх факторів є креативний підхід керівників структурних підрозділів підприємства до виконання власних функціональних обов'язків. Кожен з них має бути фахівцем високого рівня. Під час управління підпорядкованим відділом керівник має ставитися до виконання своїх функціональних обов'язків як директор підприємства, тобто володіти інформацією на ринку тих товарів/послуг, якими забезпечує його підрозділ підприємства. Такий підхід дає можливість використовувати нові технології в роботі свого відділу. Підрозділ підтримує свою конкурентоздатність, що забезпечує підприємству мобільність, оптимальну собівартість товарів/послуг та високу адаптивність до зовнішніх факторів.

Також слід зазначити, що в постійному дефіциті управління знаходяться три основні види ресурсів, а саме людські, часу та фінансові [1; 6; 8]. Якщо є надлишок хоча б одного з наведених вище видів ресурсів, то керівник недостатньо ефективно використовує потенціал свого підприємства для інноваційного розвитку.

Для підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання та протистояння зовнішнім небезпекам проводиться його діагностика, під час якої встановлюють та вимірюють основні ознаки, характеристики, які відображають реальний стан підприємства, що дає можливість передбачати відхилення та своєчасно вживати заходів для запобігання порушень його стабільної роботи. Діяльність щодо діагностики внутрішніх проблем ще називають управлінським обстеженням, яке рекомендується проводити, зокрема, за такими напрямками [2–6; 12]: маркетинг (поточна маркетингова ситуація, планування асортименту, реалізація концепції, контроль результатів тощо), фінанси (фінансова стійкість, платоспроможність, оборотність активів, рентабельність тощо), виробничо-господарський аспект (технічний рівень виробництва, використання основних засобів, матеріальних ресурсів, трудових ресурсів тощо), управління інтелектуальною власністю (патентна діяльність, захист комерційної таємниці, НДДКР тощо), організаційно-управлінський аспект (організаційна структура управління, система цілей та стратегія їх досягнення підприємством, процеси управління тощо), інформаційно-комунікаційні технології (накопичені знання та досвід, структура інформації, локальна мережа, комунікації між співробітниками тощо), кадри (робота з персоналом, мотивація праці, система підвищення кваліфікації, передавання досвіду тощо), організаційна культура (тип культури, система цінностей, делегування повноважень, фокусування на виконанні функціональних обов'язків, стиль управління менеджерів, критерії успіху, стиль лідерства, інноваційна сприятливість, дисципліна тощо), імідж (загальний зовнішній та внутрішній імідж підприємства, керівного складу, персоналу, товару тощо).

Фахівці Лабораторії дослідження операцій і прийняття рішень систем, інституту комп'ютерів та автоматизації Академії наук Угорщини (Laboratory of Operations Research and Decision Systems, Computer and Automation Institute, Hungarian Academy of Sciences) [15] пропонують застосовувати Decision Making Matrix (DMM) для визначення та відбору альтернативних рішень на основі значень показників та наявних переваг.

Таким чином, адекватне реагування (позитивна адаптація) підприємства на тенденції змін у конкурент-

ному оточенні є можливим за наявності достовірних результатів комплексного аналізу зовнішнього середовища та оцінки його поточного положення. Основні етапи процесу діагностики наведено на рис. 1.

Перший етап передбачає формування робочої групи із залученням своїх фахівців-експертів та зовнішніх спеціалістів. Здійснюється підготовка технічного завдання, узгоджуються етапи та терміни їх виконання та вартість, призначаються відповідальні особи, визначаються джерела інформації тощо.

На другому етапі визначається оптимальний набір інструментів, зокрема методичне та апаратне забезпечення (методи, програмне забезпечення, обчислювальна техніка тощо), що є необхідним для здійснення якісного дослідження, вбереже підприємство від зайвих витрат і скоротить час діагностики.

Збір та обробка інформації про об'єкт дослідження здійснюється на третьому етапі згідно з визначеними чіткими критеріями щодо первинного відбору та оцінки. Це необхідне для забезпечення об'єктивності, достовірності, повноти, актуальності, цінності, зрозумілості та релевантності інформації цілям.

Для спрощення процедури дослідження моделювання на четвертому етапі здійснюється з використанням автоматизованої інформаційної системи (AIC), а планування – із застосуванням корпоративної інформаційної системи (KIC).

На п'ятому етапі проводиться діагностичне обстеження. Порівнюється фактична модель підприємства з імітаційною моделлю згідно з визначеними групами показників, що дає змогу виявляти проблеми й визначати основні їх ознаки, передбачати складні ситуації та зробити висновок щодо стану об'єкта дослідження. Проводиться аналіз причин наявного становища на підприємстві.

Шостий етап передбачає верифікацію отриманих результатів щодо діагнозу промислового підприємства на основі використання основних чотирьох методів, а саме прямої верифікації; опосередкованої; верифікації опонентом та верифікації обліком врахування регулярних помилок.

На сьомому етапі розробляються рекомендації для вирішення проблемних ситуацій методом підбору необхідного сценарію з розроблених заздалегідь.

Підготовка звіту робиться на восьмому етапі.

Ухвалення рішень передбачає вибір з наявних альтернатив варіанта, який найбільшою мірою відповідає визначеним цілям, завданням, концепції, наявним бажанням, цінностям тощо. Остаточний вибір сценарію адаптивності під час управління здійснюється з урахуванням заздалегідь сформованого інформаційного образу підприємства.

Висновки. Соціально-економічні системи для адаптації до зовнішнього середовища мають набір інструментів, що трансформуються в процесі функціонування підприємства. Частіше за все в результаті природного відбору керівники вітчизняних підприємств використовують вже перевірені інструменти адаптації, в результаті чого простежується інертність управлінських рішень. Ці обставини стримують застосування нових підходів та уповільнюють впровадження сучасних методів та технологій, що засноване на застосуванні адаптивного підходу до управління підприємством, що гарантує йому реалізацію найбільш ефективних сценаріїв щодо його функціонування та розвитку.

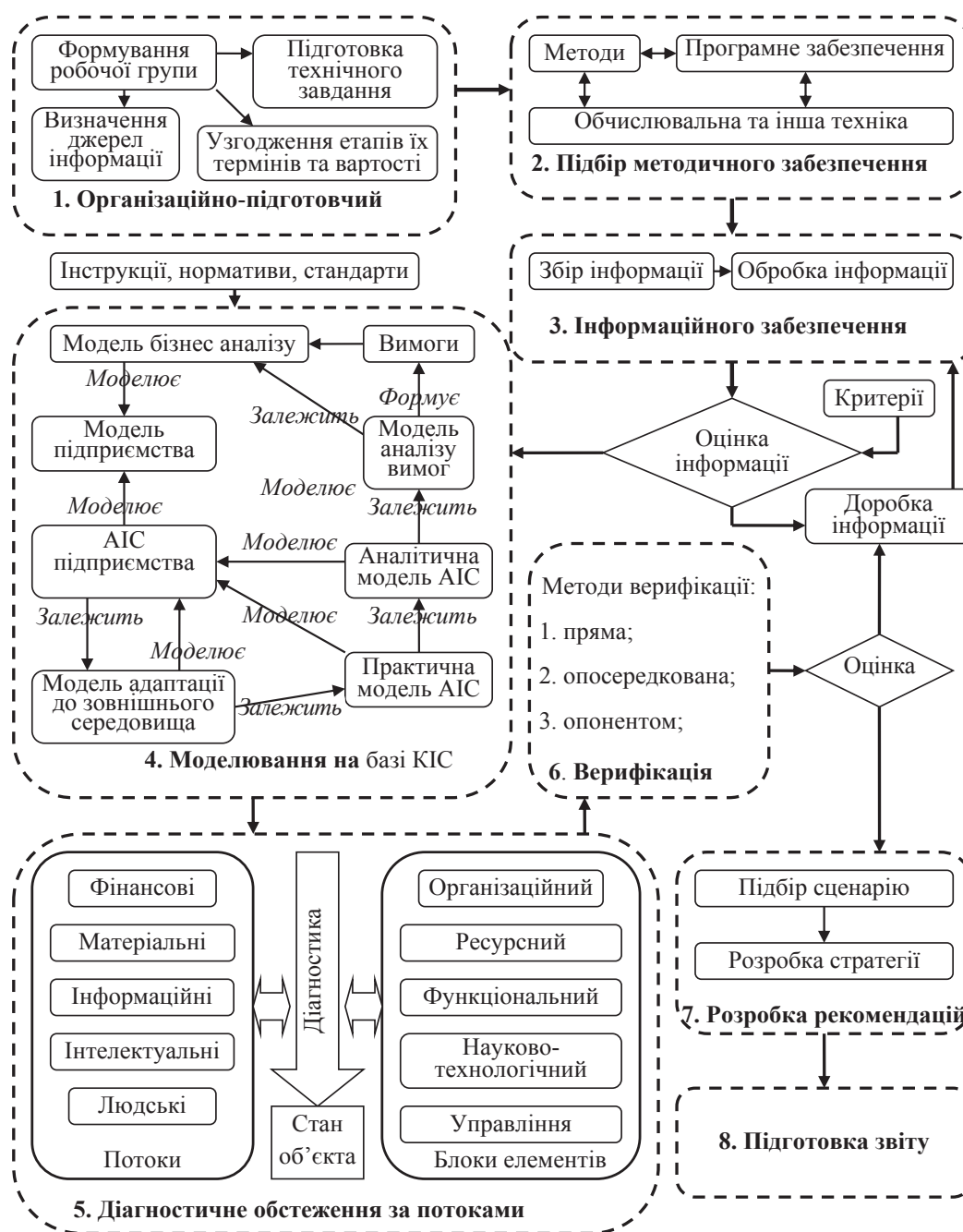


Рис. 1. Етапи діагностики промислового підприємства

Джерело: складено на основі джерел [2–5; 12–15]

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / сокр. пер. с англ.; науч. ред., авт. предисл. Л. Евенко. Москва: Экономика, 1989. 519 с.
2. Афонин И. Инновационный менеджмент и экономическая оценка реальных инвестиций: учебное пособие. Москва: Гардарики, 2006. 301 с.
3. Биннер Х. Управление организациями и производством: от функционального менеджмента к процессному / пер. с нем. Москва: Альпина Паблишерз, 2010. 282 с.
4. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / пер. с англ. Москва: издательский дом «Вильямс», 2004. 272 с.
5. Койн К., Субраманьям С. Как упорядочить процесс выработки стратегии. URL: <http://www.management.com.ua/strategy/str016.html>.
6. Коляда А. Эффективные инструменты стратегического анализа. Как принять верное решение о стратегии развития предприятия. Нижний Новгород: издательство бизнес-школы «EMAS», 2014. URL: <https://books.google.com.ua/book?id=H100BAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=ru#v=onepage&q&f=false>.
7. Кравченко С. Адаптація економічного механізму функціонування сільськогосподарських підприємств до умов ринку: автореф. дис. ... докт. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Київ, 2007. 41 с.

8. Мельник Л. Экономика развития: монография. Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. 662 с.
9. Орлова К. Механізм адаптації підприємств добувної промисловості до зовнішнього середовища: дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Київ, 2016. 262 с.
10. Пастухова Е. Адаптация экономической системы к изменениям внешней среды. Современные наукоемкие технологии. URL: <https://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=22812>.
11. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. 3-е изд. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007. 453 с.
12. Шатілова О. Стратегічне управління підприємством у нестабільному ринковому середовищі. Стратегія економічного розвитку України. 2015. № 36. С. 138–146. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/seru_2015_36_17.
13. Шемаєва Л. Управління стратегічною взаємодією підприємства із зовнішнім середовищем. Харків: вид-во ХНЕУ, 2007. 280 с.
14. Duncan R.B. Characteristics of organizational environments and perceived environmental uncertainty. Administrative Science Quarterly. 1972. № 17. P. 313–327.
15. Fülöp J. Introduction to Decision Making Methods. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/e0d8/d4fd210c4aeae40560c7332711c7cc8dc5df.pdf>.

УДК 005.21:005.342:338.43:687.5

Летуновська Н.Є.,
кандидат економічних наук,
асистент кафедри
маркетингу та управління інноваційною діяльністю,
Сумський державний університет
Ващенко Т.В.,
кандидат економічних наук,
асистент кафедри
маркетингу та управління інноваційною діяльністю,
Сумський державний університет
Рудич В.О.,
студент навчально-наукового інституту
фінансів, економіки та менеджменту імені Олега Балацького,
Сумський державний університет

УПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ІННОВАЦІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПАРФУМЕРНО-КОСМЕТИЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ¹

Летуновська Н.Є., Ващенко Т.В., Рудич В.О. Упровадження стратегічних інновацій у діяльність підприємства парфумерно-косметичної промисловості. У статті досліджено сутність стратегічних інновацій. Розглянуто приклади інновацій стратегічного спрямування, зокрема підприємств парфумерно-косметичної промисловості із зазначенням їх принципових особливостей упровадження. Здійснено аналіз вітчизняного ринку парфумерно-косметичної продукції. Досліджено особливості поведінки споживачів під час ухвалення рішень про купівлю інноваційних товарів на цьому ринку. Запропоновано загальні підходи до розробки товарної інновації на ринку парфумерно-косметичної продукції.

Ключові слова: стратегічні інновації, підприємство парфумерно-косметичної промисловості, підривна інновація, товарна інновація, морфологічна карта.

Летуновская Н.Е., Ващенко Т.В., Рудич В.А. Внедрение стратегических инноваций в деятельность предприятия парфюмерно-косметической промышленности. В статье исследована сущность стратегических инноваций. Рассмотрены примеры инноваций стратегического направления, в частности парфюмерно-косметической промышленности с указанием их принципиальных особенностей внедрения. Осуществлен анализ отечественного рынка парфюмерно-косметической продукции. Исследованы особенности поведения потребителей при принятии решений о покупке инновационных товаров на этом рынке. Предложены общие подходы к разработке товарной инновации на рынке парфюмерно-косметической продукции.

Ключевые слова: стратегические инновации, предприятие парфюмерно-косметической промышленности, подрывная инновация, товарная инновация, морфологическая карта.

¹ Робота виконана за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної теми «Механізм управління формуванням стратегій випереджаючого інноваційного розвитку промислових підприємств» (№ ДР 0117U003928)

Letunovska N.Ye., Vashchenko T.V., Rudych V.O. Implementation of strategic innovations in the activity of perfumer-cosmetic industry enterprise. The article explores the essence of strategic innovations. Examples of innovations of strategic direction, in particular, of the enterprises of the perfume and cosmetic industry, with indication of their principal features of the implementation are considered. The analysis of domestic market of perfumery and cosmetic products is carried out. The peculiarities of consumer behavior in decision making on the purchase of innovative products in this market are explored. The general approaches to the development of commodity innovations in the market of perfumery and cosmetic products are offered.

Key words: strategic innovations, perfumery and cosmetics industry, subversive innovation, commodity innovation, morphological map.

Постановка проблеми. Основним завданням будь-якої компанії є перетворення її продукції на товар масового споживання, що дає можливість збільшити обсяги реалізації та максимізувати прибуток. Необхідною складовою товарної політики суб'єктів господарювання є підтримка оптимального асортименту продукції, що виробляється та реалізується на ринку. Інновації в системі управління товарним асортиментом повинні вдало враховувати поточні та майбутні потреби потенційних споживачів компанії, без чого неможливо бути успішним на ринку. Нині індустрія краси дуже розвинена. Повсякчас у цій галузі з'являються товарні інновації, про які швидко інформується споживач через розвинену мережу збуту такої продукції. Через значну пропозицію на ринку споживачі мають з чого вибирати, тому тільки справді якісна продукція зі вдало продуманою ціною стратегію та інструментами просування на ринку має шанси стати популярною серед споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження особливостей стратегічних інновацій у діяльності підприємств різних галузей здійснений такими вітчизняними вченими, як, зокрема, В.А. Вергун, О.І. Ступницький [1], Р.П. Громика [2], О.Є. Гудзь [3], Д.Ф. Крисанов, Л.Д. Водянка [4], В.М. Орлова [5]. Необхідно зазначити, що в сучасних дослідженнях вітчизняних науковців стратегічні інновації вивчені мало, більшою мірою увага приділяється стратегіям інноваційного розвитку.

Формулювання цілей статті. Метою статті є вдосконалення розуміння сутності стратегічних інновацій у діяльності операторів парфумерно-косметичного ринку, систематизація сучасних підходів до визначення стратегічних напрямів розвитку на рівні парфумерно-косметичної галузі та дослідження можливостей впровадження стратегічних інновацій на прикладі підприємства цієї галузі.

Виклад основного матеріалу. Доцільно почати з того, що існують три основні види стратегічних інновацій, а саме підривні, ті, що переносяться, та інновації універсалізації. Ми не говоримо тут про підтримуючі інновації, які не відносяться самі по собі до категорії стратегічних. Підривна інновація є продуктом (технологією), що є дешевшою, простішою у використанні, ніж аналоги. Такий виріб може зацікавити споживачів, які недостатньо компетентні у використанні наявних продуктів або яким вони недоступні через високу ціну. Поступово підривна інновація покращується, з часом вона вже може конкурувати з лідерами на ринку або навіть витіснити їх і стати новим стандартним товаром. Яскравим прикладом може слугувати історія підривних інновацій у сталеливарній промисловості. Це галузь з низькою швидкістю модернізацій, але і з такою

швидкістю є можливість впровадження підривних інновацій. Так, до 70-х років XX ст. уся сталь вироблялась на величезних заводах, інтегрованих у сталеливарні холдинги. Будівництво таких заводів коштувало мільярди доларів. Такі підприємства виробляли всі види сталі (від низькоякісної дешевої арматури до листового заліза). Раптово на ринку з'явилися "mini mills", тобто маленькі заводи, витрати на будівництво яких були значно нижчими порівняно з величезними заводами. Спочатку технології, що використовувалися ними, давали можливість виробляти тільки арматуру з металообробки, але її ціна на виході була значно нижчою від ціни арматури, яку виробляли на великих заводах. Лідери ринку поступилися маленьким заводам нішею, пояснивши аукціонерам, що виробництво арматури було для них скоріше обов'язком, було обтяжливим та майже не приносило прибутків (маржа від арматури у великих заводів була 4%, а у невеликих "mini mills" – 7%). Проїшов деякий час, і технології "mini mills" покращилися. На початку 80-х років XX ст. вони стали виробляти не лише арматуру, але й кутове залізо. Великі заводи й тут їм поступилися, оскільки віддавали перевагу концентрації на випуску високоякісної сталі. Проте через кілька років технологія дала можливість виготовляти невеликим заводам структурну сталь за низькими цінами. Холдинги ж продовжували самовпевнено свою діяльність на ринку листового заліза. Проїшло ще кілька років, і "mini mills" почали виробляти й листове залізо та випускали його за цінами на 20–30% нижчими цін великих компаній.

Є й другий тип підривних інновацій, а саме коли на ринок виходить принципово новий продукт, який не має аналогів. Прикладом інновацій цього типу є виробництво комп'ютерних дисків. Модернізація носіїв інформації здійснювалася дуже швидко: за 20 років сталися три «підривні» події. У 70-х роках XX ст. вироблялися 14-дюймові диски для ЕОМ. Інших дисків на ринку не існувало. Наприкінці 70-х років XX ст. з'явилося кілька компаній, які виробляли 8-дюймові диски з обсягом пам'яті у 10–20 Мб. Виробників ЕОМ цікавив обсяг пам'яті до 400 Мб, тому вони залишилися байдужими до новачків. В результаті 8-дюймові диски вийшли на ринок, де раніше диски зовсім не використовувалися, а саме ринок міні-комп'ютерів. Проїшло менше 5 років, і історія знову повторилася: з'явилися 5,25-дюймові диски з розміром пам'яті у 5–10 Мб. Вони вийшли на ринок персональних комп'ютерів. Проте через кілька років удосконалені 5,25-дюймові диски захопили й ринок міні-комп'ютерів. У 90-х роках XX ст. той же сюжет повторився з дискетами на 3,5 дюймів. Їх виробники почали з ринку портативних комп'ютерів, а потім захопили ринок персональних комп'ютерів [6; 7].

Якщо комерціалізація інновацій у рамках вищевказаної концепції починається з низьких цінкових категорій, то існують випадки, коли все складається навпаки. Це трапляється в разі інновацій, що переносяться. Інновації, що переносяться, – це продукти, які першочергово використовувалися в одній галузі, але потім зниження собівартості дає можливість «перенести» їх у використання в інших галузях. Ціна на продукт може бути знижена через економію на масштабах або інкрементальні інновації в самому продукті (частіше за все інкрементальні інновації породжуються ідеями маркетологів, які, дослідивши запити цільової аудиторії, замовляють технологам нові функціональні можливості для майбутнього виробу) [8]. Прикладом такого типу інновацій є абсорбенти вологості. Спочатку вони використовувалися в предметах особистої гігієни, потім були «перенесені» у квітникарство та сільське господарство. Третій тип інновацій пов'язаний з універсалізацією продукту. Такі інновації створюються, коли продукт, крім своєї основної функції, може виконувати низку інших за відповідної якості. Така інновація може бути запущена в різних цінкових сегментах та має потенціал для того, щоб стати новим стандартом на ринку. Такий тип інновацій розглянемо на прикладі продукції на ринку парфумерно-косметичних виробів. Для того щоб точніше сформулювати ідейне наповнення інноваційного продукту та його подальше позиціонування на ринку, розглянемо кілька аспектів, характерних для ринку парфумерно-косметичних виробів.

Для вітчизняного ринку косметичних засобів характерною є висока активність компаній, які реалізують різноманітну продукцію. Цей ринок є дуже перспективним. Темпи зростання світового ринку косметики такі, що, згідно з даними американської аналітичної компанії “Research and Markets”, до 2020 року його рентабельність зросте до 675 млрд. дол. [9]. На українському ринку сьогодні представлено більше 300 парфумерно-косметичних виробників [10]. Підприємства регулярно випускають нові торговельні марки та освоюють різні моделі ведення бізнесу. Лідерами ринку залишаються транснаціональні компанії, такі як “Oriflame”, “Avon”, “L’Oréal”, “Unilever”, “Procter & Gamble”, “Kalina Concern”, “Henkel”, “Faberlic”, “MaryKay” і “Beiersdorf”. Найбільшими вітчизняними гравцями є «СВРОПАРФУМ», «Ефект», «ГАЛТЕРРА», «Авалон», «Супермаш» тощо. При цьому останніми роками в Україні зросла також кількість локальних брендів та косметики так званого сегменту *no name* [9].

Рівень витрат українців на косметичні засоби в два рази нижче, ніж, наприклад, жителів Західної Європи. Якщо в розвинених країнах попит на косметику преміум-класу високий (майже 30%), то тільки 10% ринку України є товарами преміального класу. Останніми роками кількість локальних брендів та косметики *“no name”* в Україні збільшилася в рази [11]. Згідно з інформацією “Euromonitor International” частка косметичних засобів вітчизняного виробництва та місцевих брендів збільшилася до рекордних 40–45% у 2016 році. І хоча ця цифра включає велике масове виробництво (наприклад, перенесення своїх потужностей в Україну транснаціональною компанією “Unilever”), внесок підприємців у розвиток цього ринку теж досить вагомий [12].

Ринок краси вдосконалюється, рецептури косметичних засобів ускладнюються з року в рік, маркетингові заходи тільки підсилюють ефект престижності, щоби споживачі дедалі більше купували продукт. Класифікація сучасної косметики з відповідним комплексом маркетингу для кожного класу наведена в табл. 1.

Косметична продукція задовольняє низку потреб споживачів, які згруповані у три основні групи (рис. 1).

Якщо говорити про сегментацію ринку косметичних засобів за віком споживачів, то, як показало статистичне дослідження, нині основними покупцями засобів по догляду за обличчям та тілом є жінки віком від 50 років. Представниці прекрасної статі старше 45 років під дією реклами забезпечують до 60% обсягу реалізації косметичної продукції. Віковий пік, у який жінки більше дбають про свою зовнішність, зараз сягає 49 років [14].

Цікавим є те, що з відповідей респондентів стає зрозумілим, що впала популярність покупки косметики на подарунок (хоча продажі залишаються високими напередодні великих свят). Споживачі здійснюють купівлю косметики тільки в тому разі, якщо точно впевнені у смаках людини, якій її дарують. Такі лідери ринку, як “Watsons”, “Eva”, “Prostor”, мають на меті збільшення кількості своїх магазинів у регіонах та активно шукають партнерів для франчайзингу. Наприклад, з початку 2017 року найбільша в Україні мережа магазинів drogerie “Eva” відкрила більше 100 нових торговельних точок [15]. Також анонсують вихід на косметичний ринок України впливові гравці, наприклад бренд “MINA”, товарні інновації яких, згідно з їх власними твердженнями, випускаються кожного дня [16].

Як бачимо, вітчизняний ринок косметичних засобів України є висококонкурентним. Він представлений великою кількістю виробників (як вітчизняних, так і зарубіжних) та торговельних мереж, що реалізують косметику. Для тривалого утримання конкурентних позицій на ринку, а тим паче досягнення лідируючих позицій компаніям необхідно дуже ретельно продумувати всі стратегічні аспекти управління асортиментом власної продукції та її просуванням. Часто помилка, провал одного продукту може істотно знизити позиції компанії в очах навіть постійних споживачів. Споживач дуже прискіпливий, значною мірою на його рішення на ринку косметичних засобів стосовно придбання товару впливає рівень цін. Якщо товар конкурентів виявиться дешевшим, то цілком можливим є те, що покупець придбає конкурентний товар.

Аналіз ринку краси показав, що відповідність продукції косметичних брендів запитам споживачів є ключовим моментом під час вибору покупцями тієї чи іншої продукції, тому компаніям цієї галузі необхідно ретельно продумувати стратегію виведення на ринок інновацій, без яких неможливе успішне функціонування на ринку, адже споживачі ринку косметичних засобів схильні до покупки новинок.

Можливість упровадження товарної стратегічної інновації розглянемо на прикладі компанії «Ейвон Косметікс Юкрейн». Продуктовою інновацією є товар з асортиментної лінії декоративної косметики в підгрупі «2 в 1», а саме інноваційна лінійка помади-туші 2 в 1 “Due in uno” (з іт. «два в одному»). Характеристика товару загалом здійснена за допомогою методу морфологічних карт. Визначимо основні складові

Таблиця 1

4Р для косметики різних класів

Вид косметики	Характеристика товару	Місце продажу	Ціна	Просування
<i>Масова косметика</i>				
Люкс (елітна, селективна)	Косметичні засоби торговельних марок, що належать провідним будинкам моди або компаніям з власними науковими інститутами та лабораторіями.	Спеціалізовані відділи косметики великих магазинів, які мають власних консультантів.	Дуже висока (покупець платить як за якість продукції, так і за її бренд, що становить приблизно 30% повної вартості товару).	Велике значення мають вдале пакування продукції, стимулювання великих мереж до продажу продукції, багатобюджетна реклама тощо.
Аптечна	Продукція, що має лікувальні властивості.	Мережі аптек офлайн- та онлайн-типів.	Висока (до 25% націнки аптечних мереж).	Стимулювання аптечних мереж до продажу встановленої кількості товару.
Мас-маркет	Масова продукція. Косметика, що призначена для щоденного догляду, але яка не вирішує серйозних проблем.	Вільний продаж у різних торговельних точках.	Вартість диференційована залежно від категорії товару.	Реклама, орієнтована на масового споживача.
Мідл-маркет	Проміжний клас між мас-маркетом та селективною косметикою. Порівнюючи її із селективною косметикою, недосвідчений покупець може не знайти різниці.	Вільний продаж у різних торговельних точках.	Доступна ціна.	Реклама малобюджетна, упаковка продукції максимально проста.
<i>Професійна косметика</i>				
Парафармацевтична	Продукція, що використовуються для курсів лікувальної корекції різноманітних естетичних недоліків.	Косметичні кабінети.	Висока ціна.	Реклама, спрямована на посередників, а саме косметичні кабінети, які продають свою продукцію кінцевому споживачу, тобто клієнту.
Засоби домашнього догляду	Продукція, яку можливо використовувати самостійно у домашніх умовах. Може слугувати доповненням до сеансів з парафармацевтичною продукцією.	Широкий загал салонів краси, спеціалізовані магазини.	Середня та доступна ціна.	Реклама, спрямована на масового споживача.
<i>Нетрадиційна косметика</i>				
Органічна	Продукція, що, як правило, має спеціальну сертифікацію, виготовляється за унікальними рецептурами, часто запатентованими.	Спеціалізовані торговельні мережі, часто аптечні мережі, інтернет-магазини, поштова торгівля.	Дорога з огляду на її властивості.	Прямий продаж, всебічні консультації клієнтів, інтернет-реклама.
Hand-made	Має специфічні особливості, можливе виготовлення на замовлення, індивідуальний дизайн, складові тощо	Продаж через б'юті-спеціалістів, інтернет-продажі, прямий продаж.	Середній ціновий сегмент.	Сарафанне радіо, соціальні мережі, блоги.

Джерело: сформовано з використанням джерела [13]

(вони можуть визначатися як за результатами наукових досліджень, так і суто інтуїтивно) так: фактура помади, текстура помади, тип помади, вид туші, пензлик, упаковка, вага.

Побудуємо морфологічну карту, на якій відобразимо можливі варіанти рішень, тобто засобів реалізації

кожної складової (табл. 2). Вибираємо по одному прийнятному рішенню для кожної функції.

Перевагами пропонованої товарної інновації є такі: використання матової фактури є найбільш популярним на даний момент в індустрії краси; живильна текстура ефективно захищає шкіру від пошкоджень і тріщин, а

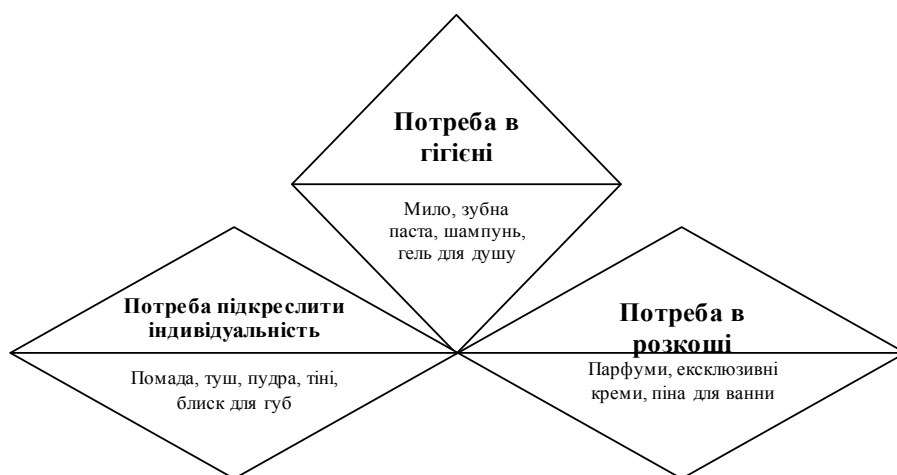


Рис. 1. Тріо-групування потреб на ринку косметичних засобів

особливо у зимовий період; стійка помада здатна триматися до 24 годин, не осідаючи в мікротріщинах, не залишаючи ніяких слідів на посуду, не втрачаючи свого первісного кольору; звичайна туш легко змивається та ідеально підходить для щоденного використання; наявність натуральних складників, що пом'якшують вії, зміцнюють їх біля основи, відновлюють нормальний рівень вологості, забезпечують надійний захисний шар; упаковка має зручну конструкцію та підлягає подальшій переробці; відсутність аналогів серед товарів конкурентів; наявна технологічна база для виробництва.

Отже, ідея нового товару може бути вираженою такими чином: виготовлення косметичного виробу, який буде зачіпати такі мотиви.

Раціональні мотиви. Робиться акцент на тому, що помаду-туш буде зручно брати із собою, оскільки вона економить місце у дамській сумочці та дає змогу власниці завжди мати під рукою туш та помаду водночас.

Емоційні мотиви. Цей товар буде орієнтуватися на самореалізацію, оскільки ідеально підходить для активних жінок, які перебувають у швидкому ритмі життя та потребують максимальних зручностей і простих рішень. Головний акцент буде спрямований на зручність, компактність і комфорт, що дасть змогу відчувати себе більш впевненою та щасливою.

Опишемо товар більш детально.

Задум товару.

1) *Товар за задумом.* Розширення асортименту товарів компанії, а саме розширення ширини номенклатури, як результат виведення нової товарної групи помада-туш 2 в 1 «Due in uno».

2) *Товар у реальному виконанні.* Косметичний виріб – продукт від компанії «Ейвон», матова, живильна, стійка помада з кількома видами відтінків («Соковитий рожевий», «Рубіновий поцілунок», «Насичена малина», «Стигла вишня») вагою в 3 г та чорна рідка туш об'ємом у 7 мл з довгою силіконовою щіточкою у прозоро-кольоровому комбінованому футлярі-гібриді зі скла з ультралегкою вагою (колір помади споживач може розгледіти через прозору кришку помадної частини футляра). Товар знаходиться у маленькій практичній упаковці.

3) *Товар з підкріпленням.* Гарантійний термін експлуатації становить 6 місяців з моменту виготовлення. Висока якість (для боротьби з можливими підробками передбачається розроблення спеціального додатку для сканування QR-коду продукції камерою телефону з можливістю перевірки його достовірності через спеціально створену базу), насичений стійкий колір, зручність нанесення, виготовлення за всіма нормами.

Попереднє дослідження цільового ринку показує, що готові придбати таку новинку близько 37% респондентів (жінки у віці від 18 до 50 років), проте у дослідженні не враховано ціновий аспект, який потребує уточнення та подальшої конкретизації висновків щодо можливого розміру охоплюваного сегменту споживачів.

Висновки. Таким чином, у статті розглянуто приклади стратегічних інновацій у діяльності підприємств, зокрема парфумерно-косметичної галузі. Проаналізовано переваги товарних інновацій у рамках концепції стратегічних інновацій під час виведення та просування їх на ринку. Перспективою подальших досліджень є дослідження ефективності впровадження стратегічних інновацій у різних сегментах ринку залежно від різних вихідних параметрів.

Таблиця 2

Морфологічна карта для розроблення товарної інновації помади-туші «Due in uno»

Основні параметри	Проміжні рішення				
	1	2	3	4	5
Фактура помади	матова	перламутрова	блиск	інші	
Текстура помади	гігієнічна	зволожувальна	живильна	інші	
Тип помади	олівець-помада	кремоподібна	стійка	рідка	суха
Вид туші (за хімічним складом)	звичайна	водостійка	інші		
Вид туші (форма випуску)	рідка	тверда	лікувальна	живильна	інші
Пензлик	велика щіточка з частим ворсом	довга силіконова щіточка	вигнута щіточка	коротка силіконова щіточка	конусна щіточка
Упаковка	баночка	футляр	флаконт	туба	інші
Об'єм туші, мл	7	8	10	12	інші
Вага помади, г	1,8	3	3,6	4	інші

Список використаних джерел:

1. Вергун В.А., Ступницький О.І. Сучасні інноваційні стратегії ТНК і синергетичний ефект «технологізації». URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/viewFile/2310/2030.
2. Громика Р.П. Інновації та стратегічні зміни підприємства. Бізнес-Інформ. 2014. № 9. С. 98–102.
3. Гудзь О.Є. Стратегії інноваційного розвитку підприємства. URL: http://www.dut.edu.ua/uploads/n_1118_38603645.pdf.
4. Крисанов Д.Ф., Водянка Л.Д. Стратегії нарощування інноваційного потенціалу підприємствами харчової промисловості. Економіка і прогнозування. 2015. № 1. С. 89–104.
5. Орлова В.М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. Економічний нобелівський вісник. 2015. № 1 (8). С. 79–85.
6. Грибов С.В. Незаметные, но опасные. Как защитить свой бизнес от конкуренции со стороны принципиально новых товаров. URL: <http://www.forbes.ru/karera/management/46307-tihii-zahvat-rynka>.
7. Жмудь Т.А. Классификация стратегических инноваций. URL: <https://nauchforum.ru/conf/economy/viii/24886>.
8. Савина Н.М. Как будем меняться, или четыре типа инноваций. URL: <http://blog.abbyy.ru/2014/11/four-types-of-innovations>.
9. Мостовая Ю.И. Косметика и гигиена: чего хочет рынок. URL: https://trademaster.ua/ryinki_nonfood/312460.
10. Лебединець В.О., Казакова І.С. Актуальні тенденції розвитку ринку косметичної продукції в Україні. URL: <http://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/11742/1/125-128.pdf>.
11. Гроші за красу: хто і як виробляє косметичні засоби. URL: <https://hromadske.ua/posts/virobnictvo-kosmetichnih-zasobiv>.
12. Ринок. Ефект помади. Ринок вітчизняної косметики. URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=26342>.
13. Собецька С.Г., Кіщенко Н.П. Люкс, проф, мас-маркет. Сучасна класифікація косметики. URL: <https://bhub.com.ua/ua/news/kosmeticheskaya-himiya/mezhdu-lyuks-i-mass-market-sovremennaya-klasifikatsiya-kosmetiki>.
14. Косметику чаще всего покупают женщины старше 50 лет. URL: <https://wek.ru/kosmetiku-chashhe-vsego-pokupayut-zhenshhiny-starshe-50-let>.
15. EVA укрепляет позиции в Центральной Украине. URL: <https://rau.ua/news/eva-v-tsentralnoj-ukraine>.
16. В 2017 году в Украине появится бренд косметики MINA. URL: <http://www.dorchester.com.ua/blog/mina-is-coming-to-ukraine-2017>.

УДК 331.5:339.9:330.55

Маказан Є.В.,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-адміністрування
і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
Запорізький національний університет

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Маказан Є.В. Зовнішньоекономічні показники розвитку людського капіталу. У зовнішньоекономічній діяльності є багато показників, згідно з якими можна оцінити рівень розвитку тієї чи іншої країни (ВВП, ВРП, прибуток, рівень життя, бідність, безробіття тощо). При цьому внесок людського капіталу у створення валового внутрішнього продукту вимірюється поки не досить точно. Наприклад, не досить повно демонструється цінність праці і знань найманих працівників, частка людського капіталу в національному багатстві країни. Найважливіший ресурс – працівник – часто випадає зі сфери вимірювань у процесі управління економікою.

Ключові слова: ЗЕД, зовнішньоекономічна діяльність, підприємство, показники, людський капітал.

Маказан Е.В. Внешнеэкономические показатели развития человеческого капитала. Во внешнеэкономической деятельности есть много показателей, согласно которым можно оценить уровень развития той или иной страны (ВВП, ВРП, прибыль, уровень жизни, бедность, безработица и т. д.). При этом вклад человеческого капитала при создании валового внутреннего продукта измеряется пока недостаточно точно. Например, недостаточно полно демонстрируется ценность труда и знаний наемных работников, доля человеческого капитала в национальном богатстве страны. Важнейший ресурс – работник – часто выпадает из сферы измерений в процессе управления экономикой.

Ключевые слова: ВЭД, внешнеэкономическая деятельность, предприятие, показатели, человеческий капитал.

Makazan Y.V. External economic indicators of human capital development. In foreign economic activity, there are many indicators according to which one can assess the level of development of a country (gdp, grp, profit, living standards, poverty, unemployment, etc.). At the same time, the contribution of human capital in the creation of gross domestic product is measured while not accurately. For example, the value of labor and knowledge of hired workers, the share of human capital in the national wealth of the country is not fully demonstrated. The most important resource – employee – often falls out of the scope of measurement in the management of the economy.

Key words: foreign trade activity, foreign economic activity, enterprise, indicators, human capital.

Постановка проблеми. У зовнішньоекономічній діяльності є багато показників, згідно з якими можна оцінити рівень розвитку тієї чи іншої країни (ВВП, ВРП, прибуток, рівень життя, бідність, безробіття тощо).

При цьому внесок людського капіталу у створення валового внутрішнього продукту вимірюється поки недостатньо точно. Наприклад, не досить повно демонструється цінність праці і знань найманих працівників, частка людського капіталу в національному багатстві країни.

Найважливіший ресурс – працівник – часто випадає зі сфери вимірювань в процесі управління економікою.

Огляд останніх досліджень і публікацій. Концептуальні засади вирішення міжнародних спорів були відображені в роботах низки вітчизняних і зарубіжних економістів, таких як Г.В. Барабашіна і С.М. Качан, Ф.В. Зіновієва, В.О. Дергачова, Я. Жаліло, І.В. Новікова, І.А. Филькевич, С.Ф. Сутирін та ін. Ці дослідження сприяли цілям найбільш повного теоретичного осмислення проблематики включення України в міжнародні економічні процеси, її сталого та інноваційного розвитку в умовах глобалізації.

Методикою дослідження є спостереження та системний аналіз

Мета статті. Основною метою статті є прагнення звернути увагу українських суб'єктів господарювання, що здійснюють свою діяльність у сфері ЗЕД, на окремі проблемні питання, з якими вони можуть зіткнутися.

Виклад основного матеріалу. Людина займає центральне місце в сучасних концепціях розвитку світу. Світова спільнота досягла компромісу в тому, що людський капітал є основним фактором процвітання як держав загалом, так і окремих підприємств. Під час дослідження проблем управління в постіндустріальному суспільстві необхідно робити акцент насамперед не на матеріальному процесі і матеріально-технічних факторах, а на людині та її характеристиках, що підтверджується дослідженнями зарубіжних і вітчизняних учених. Р. Кроуфорд в своїй книзі «В епоху людського капіталу» не просто досліджує людський капітал, а намагається довести, що в кінці XX століття настає особлива ера людського капіталу. Відповідно до цього підходу головним фактором економічного зростання визнаний людський капітал.

Зараз світ вступає в нову для себе епоху постіндустріального розвитку, і роль людського капіталу зростає багаторазово. Сьогодні, коли відбуваються істотні зміни в самих різних галузях і сферах діяльності, виникає новий тип суспільства, званий постіндустріальним, або інформаційним. На думку класика менеджменту П. Друкера, це суспільство не буде ні капіталістичним, ні соціалістичним. Це буде суспільство знань, які вже є ключовим ресурсом, основною продуктивною силою. П. Друкер доходить висновку, що в сучасну епоху традиційні ресурси, фактори виробництва (капітал, праця, земля) стають другорядними, а на перший план виходять знання. Як наслідок, в останні десятиліття лідирують галузі, пов'язані з виробництвом і розподілом нематеріальної продукції – знань та інформації. Саме в цій сфері накопичуються основні багатства світу [1].

У новій економіці, тісно пов'язаній з інформаційною революцією, відбувається різка зміна співвідношення між фізичним і людським капіталом. Вирішальним фактором розвитку підприємств і організацій,

підвищення їх конкурентоспроможності на ринку стає людський капітал, його здатність перетворювати інформацію в знання.

Зовнішньоекономічна діяльність порівняно з господарською діяльністю в межах країни перебування підприємства є більш прибутковою, але одночасно і найбільш проблемною діяльністю для українського підприємства.

Вихід українського підприємства на міжнародні ринки товарів і послуг відкриває перед ним нові горизонти для власного розвитку й отримання прибутку. Але, бажаючи всебічного розвитку економічних відносин з іншими державами на взаємовигідній основі, завжди потрібно пам'ятати про проблемні питання, які виникають під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Переваги, які, на перший погляд, може отримати український суб'єкт господарювання від зовнішньоекономічної діяльності, можуть із легкістю трансформуватися в недоліки і створити значну кількість проблем. Саме тому українському суб'єкту господарювання необхідно бути обізнаним і чітко розуміти свої дії.

Під час ведення діяльності у зовнішньоекономічній сфері українське підприємство обов'язково повинно мати справу з новими для себе обставинами ведення бізнесу, такими як територіальна віддаленість контрагента, мова, суспільний і державний устрій країни його місцезнаходження, система права держави, відповідно до якої цей контрагент зареєстрований і веде свою господарську діяльність.

Тому головними проблемами, з якими стикаються українські суб'єкти господарювання у сфері ЗЕД, є:

- відсутність загальнодоступної і достовірної інформації про свого закордонного контрагента, зокрема про його ділову репутацію;
- легковажність українських суб'єктів господарювання стосовно звичаїв ділового обороту, які зазвичай застосовуються під час ведення справ.

Вийшовши на міжнародний ринок, українські суб'єкти господарювання намагаються якомога швидше зайняти свою нішу й утриматися в умовах конкурентного ринку [2].

У зовнішньоекономічній діяльності є багато показників, згідно з якими можна оцінити рівень розвитку тієї чи іншої країни (ВВП, ВРП, прибуток, рівень життя, бідність, безробіття тощо).

При цьому внесок людського капіталу у створення валового внутрішнього продукту вимірюється поки не досить точно. Наприклад, не досить повно демонструється цінність праці і знань найманих працівників, частка людського капіталу в національному багатстві країни.

Найважливіший ресурс – працівник – часто випадає зі сфери вимірювань у процесі управління економікою.

Людський капітал є частиною однієї великої системи, що розвивається, тому його розвиток – це закономірний процес. Безумовно, сама людина повинна усвідомлювати корисність власного розвитку в професійній, духовній та інших сферах свого життя. Без прагнення домогтися чого-небудь, бажання пізнати себе і навколишній світ неможлива сама ідея розвитку. Важливу роль в цьому процесі відіграє мотивація й умови, створювані для цього розвитку. Багато фірм розглядають інвестиції в людський капітал поряд зі вкладеннями у високоприбуткові активи [3].

Головним чином маються на увазі інвестиції в освіту і здоров'я своїх працівників. Тобто повинні бути створені умови безперервного навчання нової техніки, прийомів, можливості отримання вищої професійної освіти. Крім цього, заходи з підтримки та турботи про здоров'я працівника сприяють збільшенню застосування його корисних знань і умінь, що знову ж таки підвищує його людський капітал.

Тому ООН рекомендувала всім країнам світу вести розрахунок індексу розвитку людського потенціалу (ІРЛП) в межах основних умов і можливостей людини – довго жити, отримувати знання та мати гідний рівень життя. Варто сказати, для відображення і вимірювання цих аспектів були відібрані три показники: очікувана тривалість життя, рівень освіти і дохід [4].

Для вимірювання «зношеності» людського ресурсу пропонується застосовувати норми ООН, згідно з якими людина, як і основні фонди, протягом свого життя зношується. Моральний та природно-фізіологічний знос людини залежить від умов життєдіяльності, які зобов'язана створити для населенню держава. При цьому постійні стреси і труднощі життя знижують тривалість життя людини [5].

Необхідно також враховувати ступінь зносу людського потенціалу, який можна визначати щорічно за темпами приросту вартості людського капіталу та рівня споживання цього капіталу (або амортизації). Ці кошти необхідні для оздоровлення, освіти, створення умов праці та життя, безпеки тощо.

В Україні наукові дослідження з пошуку достовірних методів відображення людського потенціалу в реальній дійсності ведуть статистики та економісти, фізіологи і психологи, менеджери і фахівці з управління колективами [6].

Фізіологи вимірюють, скільки і чого людина виділяє під час роботи, як змінюється при цьому температура її тіла тощо. Психологи розробляють різні тести, намагаючись відбити особистісні якості людини і придатність її до тієї чи іншої діяльності.

Кадровики і фахівці з управління персоналом створюють посадові інструкції, тести на знання функціональних обов'язків і сумісність кадрів, системи мотивації і відповідальності. Менеджери і керівники до нескінченності формалізують бізнес-процеси для оптимізації праці та інтенсивності виробництва [7].

Все це робиться з однією метою – підвищити ефективність праці і зростання людського потенціалу. Варто сказати, для чого організовуються науково обгрунтовані спостереження і вимірювання всіх ресурсів, створюються різні системи показників, що характеризують ті чи інші сторони людського капіталу домашнього господарства і підприємств [8].

Система показників, що характеризує людський капітал, повинна включати в себе такі відомості.

Якість життя населення та умови життєдіяльності:

- фізіологія людини: довголіття, здоров'я, захворюваність, інвалідність, травматизм;
- інтелект: освіта, кваліфікація, знання і професійний досвід;
- організаторські здібності: менеджмент, зв'язки, відносини тощо.

Можливості населення:

- володіння фінансовим капіталом: готівкові гроші і валюта, інвестиції, цінні папери, позики, акції та інші активи;

- володіння нефінансовим капіталом: земля, основний капітал, нематеріальні ресурси (патенти, ім'я, гудвіл) і запаси тощо;

- витрати на інвестиції та вартість минулих витрат у людський капітал;

- ефективність використання людського, фінансового та нефінансового потенціалів;

- інтенсивність використання людського, фінансового та нефінансового капіталів [9].

Пропонована система показників сприяє підвищенню ефективності роботи з кадрами та управління економікою. Варто зауважити, що вона повинна бути повністю переведена на єдину методологію системи національних рахунків, що потребують створення автоматизованих баз даних, відповідних міжнародним нормам і стандартам.

Для цього необхідна модернізація статистики та менеджменту як основ управлінської діяльності в удосконаленні та розширенні спостережень і методів вимірювання не тільки ресурсів і витрат, а й людського капіталу, точніше працівника. Повинна з'явитися система показників, яка відображає його фізіологічну і соціально-економічну сутність, порівнянню з оцінкою фінансового та нефінансового капіталів [10].

Проблематика формування та розвитку людського потенціалу виявляється, таким чином, тісно пов'язаною з проблематикою економічних та інших можливостей різних соціальних верств і груп, тобто з економічною і соціальною диференціацією суспільства. Це підводить до питання про нові механізми соціальної солідарності, які дали би змогу пом'якшити несприятливі наслідки нерівності і водночас не означали би повернення до зрівняльного державного патерналізму радянського часу.

Він дійсно обмежував диференціацію, але це досягалося на вкрай низькому загальному рівні добробуту і знижувало стимулюючу дію залежності між трудовим внеском і економічним результатом. Позбавлена зворотних зв'язків економіка не могла бути ефективною. Щоб уникнути повторення цієї тупикової схеми, треба переформулювати саме завдання соціального захисту: прагнути не до того, щоб облагодіяти з державної або громадської казни якомога більше число людей, а до того, щоб якомога більша кількість людей не потребувала державного або громадського благодіяння. Це й означало би підвищення самостійного економічного потенціалу індивіда і сім'ї [11].

Висновки. Конкурентоспроможність держави обчислюється як частка від ділення потужності людських ресурсів на суму всіх інших ресурсів країни. Якщо людський капітал менший, ніж сума всіх інших ресурсів країни, то коефіцієнт конкурентоспроможності країни стає меншим за одиницю. У цьому разі країна програє в конкурентній боротьбі своїм світовим конкурентам, які освоюють її природні ресурси на вигідних для себе умовах і не вигідних для країни – власника цих ресурсів [12].

Якщо економічне зростання забезпечується більше ніж на 60% за рахунок людського капіталу, то формування самого людського капіталу на 2/3 залежить від професійної освіти, фінансових вкладень в освіту і науку. Фінансові вкладення України в освіту, хоча і ростуть в останні роки, ще відстають від подібних вкладень на одну людину в розвинених країнах [13].

Список використаних джерел:

1. Барабашина Г.В. і Качан С.М. Зовнішньоекономічна політика Української держави. URL: <[http://www.ea.donntu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/8716/1/Зовнішньоекономічна політика української держави Барабашина Г.В., Качан С.М.pdf](http://www.ea.donntu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/8716/1/Зовнішньоекономічна_політика_української_держави_Барабашина_Г.В.,_Качан_С.М.pdf)>
2. Дергачов В.А. Міжнародні економічні відносини. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. 368 с
3. Зінов'єв Ф.В. Транснаціональні корпорації. Монографія. / Під ред. проф. Зінов'єва Ф.В. і Рутовий В.Е. Сімферополь: Таврія, 2007. 220 с.
4. Новикова І.В. Глобалізація і ринок: пошуки стратегії екон. розвитку в XXI столітті.// Мінськ: Акад. управління при Президентові Респ. Білорусь, 2001. 246 с.
5. Шелєпов Ю.В. Транснаціоналізація міжнародної економіки та пошук шляхів інноваційної співпраці // Збірник матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції молодих науковців 15 квітня 2008 року. – К.: УДУФМТ, 2008. 360 с.
6. Качалов Г.В. Поняття ефективності в економічній теорії // Економіка і підприємництво. № 1 (54). 2015.
7. Сухарев О.С. Теорія ефективності економіки: Монографія. 2-е изд., Исправ. М.: КУРС: ИНФРА-М, 2014. 368 с. (Наука). URL: <http://www.setbook.ru/books/2077642.html?PHPSESSID=4cchgo9353n5vg4qb4spf2vm e5>.
8. Айвазян С.А. Оцінка економічної ефективності заходів банку щодо рекламування кредитних продуктів / С.А. Айвазян, М.Ю. Афанасьєв, А.М. Афанасьєв // Прикладна економетрика. 2009. № 4. С. 46–59. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=13050609>.
9. Adkins L.C., Moomaw R.L., Savvides A. Institutions, freedom and technical efficiency // Southern Economic Journal. 2002. Vol. 69. № 1 (July). pp. 92–108. [https://campus.fsu.eduU/bbcswebdav/orgs/econ_office_org/Institutions_Reading_List/02_Institutional_Quality_and_Growth/Adkins, _L._Cv_R._L._Moomaw, _and_A._Sawide s-_Institutions, _Freedom_and_Technical_Efficiency](https://campus.fsu.eduU/bbcswebdav/orgs/econ_office_org/Institutions_Reading_List/02_Institutional_Quality_and_Growth/Adkins,_L._Cv_R._L._Moomaw,_and_A._Sawide s-_Institutions,_Freedom_and_Technical_Efficiency).
10. Maudos J., Pastor J. M., Serrano L. Human capital in OECD countries: technical change, efficiency and productivity // International review of applied economics. 2003. № 17: 4. pp. 419–435. URL: <http://www.uv.es/maudosj7publicaciones/ec98-19%20.pdf>.
11. Некипелов А., Ивантер В., Глазєв С. Політика переходу до ефективної економіки // Економіст. № 1. 2014. URL: http://www.glazev.ru/econom_polit/353/.
12. Кудрін А.Л., Гурвич Е.Т. Нова модель зростання для російської економіки // Питання економіки. 2014. № 12. С. 4–36. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22619835>
13. Веренікін А.О., Качалов Г.В. Механізм капіталізації людських активів компанії // Вісник Московського Університету. Серія № 6 «Економіка». 2014. № 4. С. 82–103. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22027773>.

УДК 658.5:[005.412:005.21]:615.1

Михайлюк М.О.,

аспірант кафедри економіки підприємств,
*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

ІННОВАЦІЙНО-ІНТЕГРАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ РЕСУРСІВ РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Михайлюк М.О. Інноваційно-інтеграційна стратегія формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств. Українська фармацевтична промисловість має широкі перспективи розвитку, але стикається з низкою проблем, однією з яких є надзвичайно висока вартість досліджень, а відповідно – і висока вартість сировини. На сучасному етапі свого функціонування фармацевтичні компанії не готові проводити масштабні та тривалі дослідження на умовах самофінансування. У зв'язку з цим запропоновано об'єднати ресурси фармацевтичних компаній, а також визначені переваги та недоліки такого об'єднання. Результатом дослідження стала інноваційно-інтеграційна стратегія формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств.

Ключові слова: стратегія, ресурси розвитку, об'єднання, інноваційно-інтеграційна стратегія формування ресурсів розвитку об'єднання підприємств.

Михайлюк М.О. Инновационно-интеграционная стратегия формирования ресурсов развития объединения фармацевтических предприятий. Украинская фармацевтическая промышленность имеет широкие перспективы развития, но встречается с рядом проблем, одной из которых является чрезвычайно высокая стоимость исследований, а соответственно – высокая стоимость сырья. На современном этапе своего функционирования фармацевтические компании не готовы проводить масштабные и длительные исследования на условиях самофинансирования. В связи с этим предложено объединить ресурсы фармацевтических компаний, а также определены преимущества и недостатки такого объединения. Результатом исследования стала инновационно-интеграционная стратегия формирования ресурсов развития объединения фармацевтических предприятий.

Ключевые слова: стратегия, ресурсы развития, объединение, инновационно-интеграционная стратегия формирования ресурсов развития объединения предприятий.

Mykhailiuk M.O. Innovation-integration strategy for the formation of development resources for association pharmaceutical enterprises. The Ukrainian pharmaceutical industry has broad prospects for development, but meets a number of problems, one of which is the extremely high cost of research, and therefore the high cost of raw materials. At the present stage of their operation, pharmaceutical companies are not ready to conduct large-scale and long-term studies on the conditions of self-financing. In this regard, it is proposed to pool the resources of pharmaceutical companies, as well as its advantages and disadvantages. The research resulted in the innovative and integration strategy of forming the resources for the development of the association of pharmaceutical enterprises.

Key words: strategy, resources of development, association, innovation-integration strategy for the formation of development resources for association enterprises.

Постановка проблеми. Сьогодні важливим питанням для здійснення інноваційної діяльності фармацевтичними підприємствами є ефективне забезпечення та управління ресурсами. Також для досягнення успіхів у мінливому зовнішньому середовищі необхідна детально обґрунтована стратегія [1]. Українська фармацевтична промисловість має широкі перспективи розвитку, але стикається з низкою проблем, однією з яких є надзвичайно висока вартість досліджень, а відповідно – і висока вартість сировини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі С.П. Дунда, Ю.С. Погореловий, О.Л. Дивінець, О.П. Пашенко, Л.Г. Мельник та інші досліджують сутність розвитку системи та підприємства. О.Г. Алексєєв досліджує сутність термінів «фармацевтична галузь» та «фармацевтична сфера».

Мета статті – на основі аналізу наукової літератури та фінансових ресурсів фармацевтичних підприємств запропонувати інноваційно-інтеграційну стратегію формування ресурсів розвитку об'єднання компаній.

Теоретико-методологічною основою статті є наукові праці вітчизняних і зарубіжних економістів із проблем управління ресурсами. Також у процесі дослідження використано такі методи: аналізу та синтезу, порівняння, системний та узагальнення.

Виклад основного матеріалу. Фармацевтична промисловість посідає значне місце в економіці України, вона відрізняється великою науковістю та розвинутою кооперацією. Обсяг виробництва фармацевтичних продуктів на ринку України має стабільну тенденцію до зростання (рис. 1), хоча підприємства в основному виготовляють лікарські засоби з імпорту, а 5% – із власних напівфабрикатів [8; 9].

За даними дослідження Британського наукового інституту Office of Health Economics, вартість дослідження та виробництва нового препарату – близько 1,5 млрд дол., що пов'язано з довгою тривалістю проекту розроблення нових ліків; високим ризиком, пов'язаним із проектом; появою грошових потоків від нового препарату як мінімум через 10–15 років після



Рис. 1. Обсяг виробництва фармацевтичних продуктів, млн грн

Джерело: Розроблено автором на основі [7]

початку проекту. Українські фармацевтичні компанії не готові проводити масштабні та тривалі дослідження на умовах самофінансування (табл. 1).

Власних фінансових ресурсів фармацевтичних підприємств недостатньо для проведення досліджень, тому пропонуємо розглянути стратегію тимчасового об'єднання ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», ПАТ «Фармак» у межах інвестиційного проекту «Розроблення та виробництво нового препарату від респіраторного захворювання». Ключовими складниками стратегії є:

- 1) інновація – дослідження і випуск ліків;
- 2) інтеграція – об'єднання зусиль суб'єктів господарювання;
- 3) ресурси розвитку – ресурси, спрямовані на створення нового продукту.

У науковій літературі сутність поняття «ресурси розвитку» визначено фрагментарно, в основному через призму понять «розвиток системи» та «розвиток підприємства» (рис. 2).

Виходячи з вищезазначеного, запропонуємо інноваційно-інтеграційну стратегію формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств. Попередньо окреслимо її складники на рис. 3.

У процесі об'єднання фармацевтичні компанії зіштовхнуться з низкою труднощів (рис. 4).

З метою запобігання виникненню можливих проблем під час об'єднання вважаємо необхідним:

Таблиця 1

Фінансові ресурси фармацевтичних підприємств за 2016 р., млн грн

Стаття прибутку	ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод»	ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»	ПАТ «Фармак»
Чистий прибуток	110,5	341,1	677,2
Нерозподілений прибуток	593,2	784,6	2521,5
Довгострокові кредити	50,5	8,3	372,9
Сума	754,2	1134,0	3571,6

Джерело: Складено автором за матеріалами підприємств

РОЗВИТОК СИСТЕМИ	Абсолютна або відносна зміна показників, що характеризують стан певної системи в часі впродовж певного періоду (О.П. Пащенко [5]).	Якісна зміна складу зв'язків і функціонування системи (Л.Г. Мельник [6]).	Сукупність змін різної економічної природи, цілеспрямованості, інтенсивності, які об'єктивно протікають у соціально-економічній системі характеристик під впливом зовнішніх і внутрішніх факторів і приводять до переходу системи до більш високого якісного та кількісного рівня (авторське визначення).
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА	Сукупність спрямованих, інтенсивних та якісних змін економічної природи, що відбуваються на підприємстві внаслідок протиріч у внутрішньому середовищі та впливів факторів зовнішнього середовища (С.П. Дунда [2, с. 74]).		Цілеспрямована зміна, діяльність для переходу на більш високий якісний рівень виконуваних функцій, структури організації, на випуск нової продукції (Ю.С. Погорєловий [3]).
	Важлива передумова ефективності функціонування вітчизняних підприємств, суттєва перевага у конкурентній боротьбі та запорука успіху, а ринкове середовище його функціонування є відображенням стану та динаміки економічних і соціальних процесів (О.Л. Дивінець [4]).		Сукупність змін економічної природи, що відбуваються на підприємстві під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, внаслідок використання ресурсів розвитку та приводять до переходу компанії на вищий якісний та кількісний рівень (авторське визначення).
РЕСУРСИ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ – сукупність елементів, зумовлених природними умовами або штучно створених людиною, здатних бути унікально поєднаними та раціонально використаними для ефективного виробництва товарів і послуг із попередньо наданим їм невідтворюваним або складно відтворюваним функціональним арсеналом, необхідних для максимального задоволення потреб суспільства з мінімально можливою шкодою для нього та навколишнього середовища (авторське визначення).			

Рис. 2. Сутність понять «розвиток системи», «розвиток підприємства» та «ресурси розвитку компанії»

Джерело: систематизовано автором

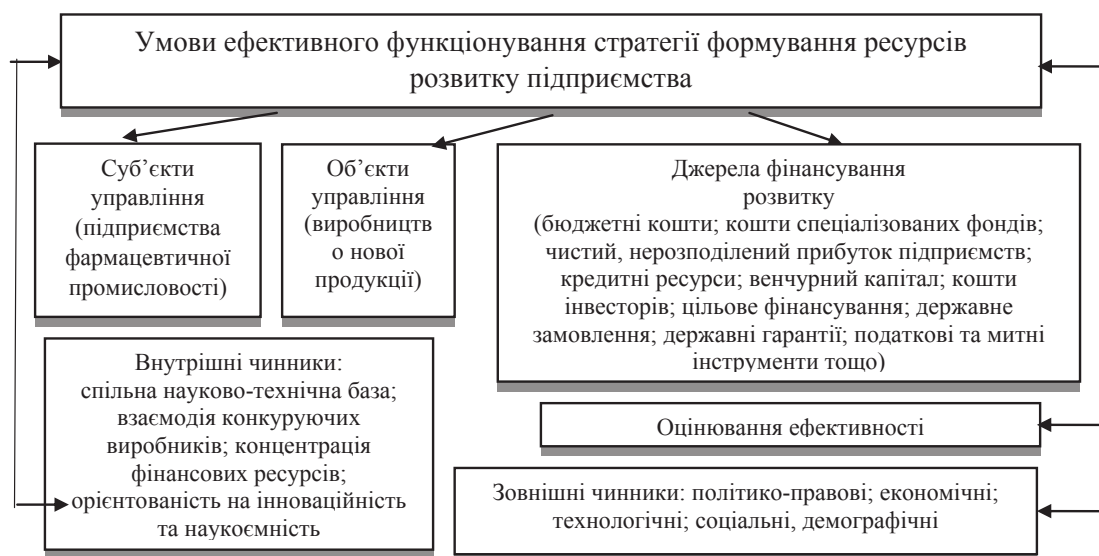


Рис. 3. Складники інноваційно-інтеграційної стратегії формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств

Джерело: розроблено автором

– створення єдиного органу управління та підписання відповідної договірної документації із зазначенням розподілу прав, обов'язків і відповідальності фірм;

– рівномірний розподіл інвестицій кожної компанії у загальному капіталі об'єднання, а відповідно – рівну частку вкладу.

Виходячи з рис. 4 і можливих шляхів уникнення труднощів, об'єднання підприємств має як переваги, так і недоліки, але ми вважаємо, що впровадження інноваційно-інтеграційної стратегії є доцільним, тому що:

– дослідження та створення нового препарату проти респіраторного захворювання покращить

здоров'я жителів не тільки України, а й інших країн, що з економічного погляду розширює ринки збуту;

– дасть змогу отримати прибуток у перспективі;

– дасть змогу об'єднати найкращі інтелектуальні ресурси компанії для реалізації спільної мети.

З огляду на вищесказане окреслимо інноваційно-інтеграційну стратегію формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств (рис. 5). Для її реалізації необхідні фінансові ресурси, які варто розподілити відповідно до вищезазначених шляхів уникнення можливих труднощів з об'єднанням (табл. 2).

Як свідчать дані табл. 2, для реалізації інноваційно-інтеграційної стратегії формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств необхідно 42 500 млн грн. Базуючись на даних фінансової звітності, за 1 рік ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод», ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця», ПАТ «Фармак» здатні генерувати по 500 млн грн фінансових ресурсів розвитку, що в перспективі за 16 років становить 24 000 млн грн. Потреба у фінансових ресурсах становить 42 500 млн грн, що на 18 500 млн грн більше від теоретично можливої суми. Відповідно, виникає потреба у кредитних коштах. Припустимо, що ставка кредиту становитиме 20%, тоді загальна сума повернених коштів через 16 років становитиме 48 239 млн грн. У разі успішної реалізації інноваційно-інтеграційна стратегія формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств приносить дохід не раніше, ніж через 16 р. Для щомісячного погашення кредиту підприємства мають генерувати додаткові кошти (табл. 3).

Першого місяця сума погашення становитиме 405 млн грн. Відповідно, кожному підприємству необхідно мати по 135 млн грн для погашення кредиту



Рис. 4. Переваги та недоліки об'єднання для фармацевтичних підприємств

Джерело: розроблено автором на основі [10]

щомісяця. Табл. 3 показує, що навіть у разі об'єднання компаній коштів для створення препарату проти респіраторного захворювання недостатньо, адже суб'єкти господарювання не здатні покрити кредитні ресурси.

Виходячи з вищезазначеного, в сучасних економічних умовах досить складно буде привести в дію інноваційно-інтеграційну стратегію формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств. Для її реалізації необхідно:

1) збільшення розміру фінансових ресурсів розвитку та вільних коштів для погашення кредиту;

2) пільгові умови кредитування (зменшення розміру кредитної ставки, відстрочення суми погашення, фінансування уряду тощо).

Інноваційно-інтеграційна стратегія формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств може бути реалізована в перспективі за іншої політико-економічної ситуації.

Висновки. Фармацевтична промисловість посідає значне місце в економіці України, вона вирізняється

Таблиця 2

Орієнтовні фінансові ресурси та потреба коштів для реалізації інноваційно-інтеграційної стратегії формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств за 16 р.

Підприємство	Фінансові ресурси за 2016 р., млн грн	Фінансові ресурси розвитку за 1 р., млн грн	Майбутні фінансові ресурси розвитку за 16 р., млн грн	Потреба у фінансових ресурсах, млн грн	Частка у капіталі об'єднання, %
ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод»	754,2	500	8000	14 166,66	33,33
ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»	1134,0	500	8000	14 166,66	33,33
ПАТ «Фармак»	3571,6	500	8000	14 166,66	33,33
Сума	5459,8	1500	24000	42500	100

Джерело: Розраховано автором

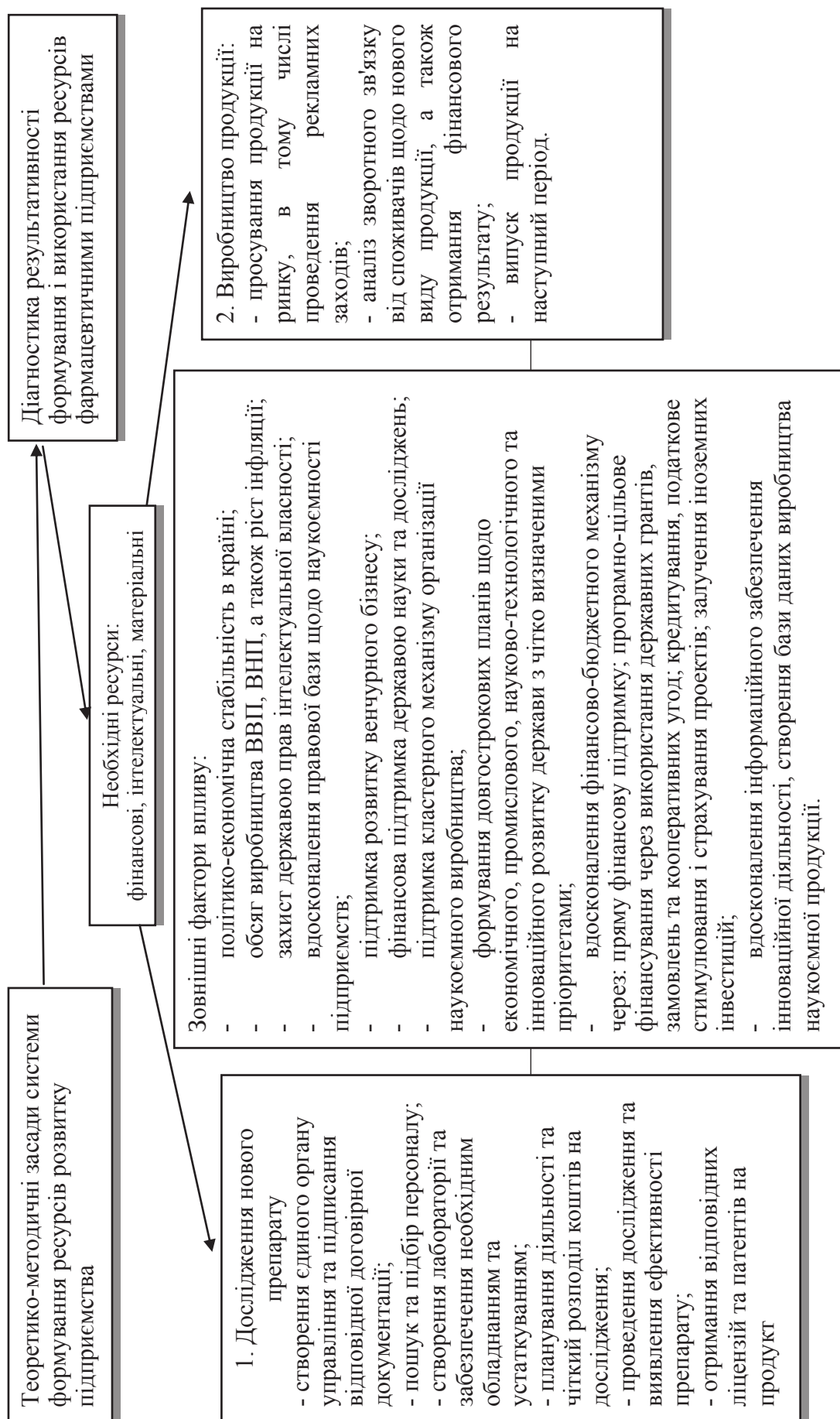


Рис. 5. Інноваційно-інтеграційна стратегія формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств

Джерело: розроблено автором

Таблиця 3

Залишок фінансових ресурсів фармацевтичних підприємств для погашення кредиту, млн грн

Підприємство	Фінансові ресурси за 2016 р.	Фінансові ресурси розвитку за 1 р.	Фінансові ресурси за винятком ресурсів розвитку	Фінансові ресурси за винятком ресурсів розвитку за 1 місяць	Необхідні кошти для погашення кредиту
ПАТ «Науково-виробничий центр «Борщагівський хіміко-фармацевтичний завод»	754,2	500	254,2	21,18	135
ПрАТ «Фармацевтична фірма «Дарниця»	1134	500	634	52,83	135
ПАТ «Фармак»	3571,6	500	3071,6	255,97	135
Сума	5459,8	1500	3959,8	329,98	405

Джерело: розраховано автором

великою науковістю та розвиненою кооперацією. Фармацевтичні компанії мають широкі перспективи розвитку, але стикаються з низкою проблем, однією з яких є надзвичайно висока вартість досліджень, а відповідно – і висока вартість сировини. Для створення нового продукту необхідно близько 1,5 млрд дол. Вільних коштів досліджуваних суб'єктів господарювання

недостатньо, тому запропоновано об'єднати зусилля фармацевтичних компаній для створення інноваційно-інтеграційної стратегії формування ресурсів розвитку об'єднання фармацевтичних підприємств. Визначено, що за сучасних економічних умов фармацевтичні підприємства України не готові проводити тривалі та вартісні дослідження через брак фінансових ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Строкович Ганна Віталіївна Стратегія підприємства: навч. посіб. для вищих навч. закладів Г. В. Строкович, Нар. укр. акад. [каф. економіки підприємства]. Х. : Вид-во НУА, 2011. 180 с.
2. Дунда С.П. Теоретичні підходи до визначення поняття «розвиток підприємства» / С.П. Дунда // Проблеми підвищення інфраструктури. 2011. Вип. 32. С. 70–75.
3. Погорелов Ю.С. Категорія розвитку та її експлейнарний базис / Ю.С. Погорелов // Теоретичні та прикладні питання економіки. 2012. Вип. 27, т. 1. С. 30–34.
4. Дивінець О.Л. Стратегія соціально-економічного розвитку міських електротранспортних підприємств: Дис. канд. наук: 08.00.04, 2015.
5. Пащенко О.П. Стратегічне управління розвитком підприємства / О.П. Пащенко // Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 2, Т. 2. С. 99–103. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_2_2/099-103.pdf
6. Мельник Л.Г. Экономика развития: Монография. Суми: ИТД «Университетская книга», 2006. 662 с.
7. Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
8. Алексеев О. Г. Анализ та співвідношення термінів «фармацевтична галузь» та «фармацевтична сфера» як об'єктів адміністративно-правової охорони / О. Г. Алексеев // Адвокат. 2010. № 8. С. 39–42.
9. Фармація України – 2016: минуле, сучасність, перспективи. За матеріалами VIII Національного з'їзду фармацевтів України. URL: <http://www.apteka.ua/article/385701>
10. Господарський кодекс України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page5>

Павелко В.Ю.,
кандидат економічних наук,
Генеральний директор,
*ТОВ «Запорізька хендлінгова компанія»,
Міжнародний аеропорт «Запоріжжя»*

УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ АЕРОПОРТОВОГО КОМПЛЕКСУ

Павелко В.Ю. Управление лояльностью потребителей услуг аэропортового комплекса. У статті автором розглянуті особливості управління прихильністю споживачів послуг аеропортового комплексу з огляду на специфіку аеропортової діяльності з урахуванням сегментації споживачів, а також шляхи її покращення. Автором доведено, що управління лояльністю споживачів послуг у діяльності аеропортів України підвищить ефективність аеропортових комплексів, сприятиме залученню авіакомпаній до виконання авіарейсів з аеропортів України, приведе до покращення якості обслуговування пасажирів та авіакомпаній та вдосконалення аеропортової інфраструктури.

Ключові слова: управління лояльністю, прихильність споживачів, сегментація споживачів, аеропорт, послуга.

Павелко В.Ю. Управление приверженностью потребителей услуг аэропортового комплекса. В статье автором рассмотрены особенности управления приверженностью потребителей услуг аэропортового комплекса, которое учитывает специфику аэропортовой деятельности с учетом сегментации потребителей, и пути ее улучшения. Автором обосновано, что управление приверженностью потребителей услуг в деятельности аэропортов Украины повысит эффективность аэропортовых комплексов, будет содействовать привлечению авиакомпаний к выполнению авиарейсов из аэропортов Украины, улучшению качества обслуживания и усовершенствованию инфраструктуры аэропортов.

Ключевые слова: управление лояльностью, приверженность покупателей, сегментация потребителей, аэропорт, услуга.

Pavelko V.Yu. Customer loyalty management of airport complex services. In the article the author reviews the peculiarities of customers' loyalty management of the airport services, taking into account the specific features of the airport activity, considering the segmentation of customers and the ways of its improvement. The author has proved that the management of services' users loyalty in Ukraine airports' activity will increase the efficiency of airport complexes, will promote attract the airlines to execute flights from the airports of Ukraine, will improve the quality of provided services to passengers and airlines and improve the airport infrastructure as well.

Key words: loyalty management, customer priority, customer segmentation, airport, service.

Постановка проблеми. У практичній діяльності будь-якого підприємства управління лояльністю споживачів є інструментом управління. Визначення та аналіз складників впливу на прихильність дає змогу прийняти виважені управлінські рішення та забезпечити гарантовану довготермінову роботу підприємства, покращити економічний стан та конкурентоспроможність. Незважаючи на монопольний характер послуг аеропортового комплексу, управління прихильністю його споживачів сприятиме зростанню як прибутку аеропорту, так і рівня якості послуг, що надаються.

Однак, незважаючи на світовий досвід, у аеропортах України управління прихильністю споживачів не набуло розповсюдження, що стримує розвиток аеропортів та потребує подальшого розроблення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання дослідження та управління лояльністю споживачів розглянуто та висвітлено у роботах іноземних та вітчизняних учених, таких як Д. Аакер, А.А. Бояршинова, Л.І. Браун, І.В. Котлер, Ф.Ф. Райхельд, М.І. Семенова, П.Н. Філіп та ін.

В економічній літературі, присвяченій проблемам удосконалення управління аеропортовими підприємствами, більшість досліджень стосується взаємодії управління аеропорту, аеродрому та авіакомпаній [1], обґрунтування використання певної моделі управління, розгляду принципів управління [2] тощо.

Незважаючи на велику кількість досліджень із питань управління лояльністю, управління та розвитку аеропортів, проблема дослідження та управління лояльністю споживачів послуг в аеропортах України розглянута недостатньо та потребує подальшого вивчення.

Метою статті є дослідження сучасного стану систем управління прихильністю споживачів та розроблення рекомендацій щодо управління лояльністю споживачів в аеропортах України.

Виклад основного матеріалу. Одним із головних чинників, що формують конкурентні переваги будь-якого підприємства, є лояльність споживачів. Прихильність споживачів досягається якісним обслуговуванням, грамотною маркетинговою політикою, турботою про споживачів та конкурентоспроможними

цінами. Саме постійне забезпечення якісного обслуговування, всебічний облік та задоволення потреб та запитів споживачів є умовою для зростання прихильності споживачів.

Сучасний аеропорт являє собою головний центр авіаційної транспортної мережі, в якому виконуються технологічні процеси з прийому, обслуговування та відправлення повітряних суден та обслуговування пасажирів, вантажів і багажу. Таким чином, основним видом діяльності аеропортів є авіаційна діяльність. Однак кошти, що отримує аеропорт від встановлених аеропортових зборів, не відшкодовують витрат. А отже, виникає необхідність пошуку нових джерел доходів, що пов'язані переважно з розвитком аеропортового бізнесу та вимагають нового погляду на діяльність аеропортів.

Розвитку саме неавіаційної діяльності приділяється особлива увага і в Керівництві з економіки аеропортів Міжнародної організації цивільної авіації [3]. Відповідно до цього Керівництва основні статті доходів аеропортів становлять надходження від авіаперевезень та наземного обслуговування, а також доходи від неавіаційних (за термінологією ІКАО – «неаеронавігаційних») видів діяльності.

Доходи від неавіаційної діяльності в середньому у світі становить 46% від загальних доходів аеропортів. У великих аеропортах Заходу частка комерційних доходів може становити до 70%: аеропорт Інчон (Сеул) – 70%, аеропорт Чангі (Сінгапур) – 55% [4]. Саме співвідношення різних видів доходів є ключовим показником ефективності менеджменту. Найкращі європейські та азіатські аеропорти пропонують пасажирам в середньому 200–250 видів додаткових послуг, російські аеропорти – 15–20. В середньому таку ж

кількість неавіаційних послуг надають пасажиром і найбільші вітчизняні аеропорти.

Таким чином, метою діяльності будь-якого аеропорту є надання якісних та своєчасних послуг як авіаційного, так і неавіаційного характеру. Реалізація цієї мети забезпечується безперервним функціонуванням взаємодіючих елементів аеропортового комплексу. При цьому, незважаючи на монопольний характер надання послуг, підприємства аеропортового комплексу повинні приділяти значну увагу лояльності споживачів та проводити дослідження їхньої прихильності.

Класифікація клієнтів на певні групи за критерієм «споживач послуг» дає змогу визначити напрями підвищення якості послуг та розробити грамотну як тарифну, так і маркетингову політику залежно від цільової аудиторії, що стане передумовою зростання лояльності споживачів.

Відповідно до сучасної теорії сегментування споживачів класифікацію необхідно здійснювати на основі виділення двох основних сегментів: B2B та B2C [5].

B2B (business to business, або бізнес для бізнесу) – це сектор ринку, в якому клієнтами організації є інші організації, на відміну від B2C-ринку, що передбачає взаємодію організації і кінцевих споживачів. Кожен із сегментів має свої особливості (табл. 1). При цьому є пряма залежність між зазначеними сегментами, вплив одного сегмента на інший.

Ключовими групами споживачів послуг аеропортового комплексу, як відзначалося вище, є два сегменти: B2B, сформований в основному авіакомпаніями, які приносять значну частку доходів від авіаційної діяльності, та сегмент B2C, представлений в основному пасажиром, які є основним джерелом доходу від неавіаційної діяльності.

Таблиця 1

Особливості послуг у сфері аеропортового обслуговування в сегментах B2B та B2C

Ознака	Сегмент B2B	Сегмент B2C
Споживач	Авіаперевізники (авіакомпанії), експлуатанти, вантажовласники, вантажовідправники, вантажоотримувачі	Авіапасажири, відвідувачі аеропорту; особи, що здійснюють відправлення вантажу та багажу
Стосунки зі споживачами	Довгострокові	Короткострокові
Якість обслуговування	Зумовлена вимогами авіаційної безпеки (зниження якості неприпустиме)	Індивідуальні вимоги. Оперативне втручання
Лояльність (прихильність) споживачів	Забезпечується монопольним характером послуг аеропортової структури, однак потребує особливої уваги	
Критерії сегментування ринку	За галузевою приналежністю, за типами авіакомпаній, що обслуговуються, та видами вантажів	За різними критеріями сегментування споживачів залежно від інтенсивності попиту
Номенклатура послуг	Широка номенклатура, що зумовлено складністю технологічного процесу та наявністю значної кількості нестандартизованих послуг	Відносно невеликий перелік послуг, що надаються пасажиром
Інформаційна забезпеченість	Авіаперевізники, експлуатанти та вантажні компанії володіють інформацією про кон'юнктуру ринку послуг	Не має суттєвого значення
Ступінь стандартизації послуг, що надаються	Стандартизовані послуги з обслуговування повітряних суден, екіпажів авіакомпаній, з обробки вантажів. Велика роль допоміжних послуг	Нестандартизовані
Вид конкуренції	Нецінова	Цінова
Ціноутворення (тарифоутворення)	На певні послуги держава встановлює граничні ставки тарифів та зборів	Конкурентне

Основні критерії якості послуги аеропортового комплексу, що впливають на її вибір авіакомпаніями та пасажирями і формування прихильності, структуровані в табл. 2.

Обслуговування пасажирів в аеропорту, особливо у період пікового навантаження, пов'язане з такими обставинами, як:

- змішання різних національностей та мов;
- наявність пасажирів що відлітають, багато із яких збуджені та налякані майбутнім польотом;
- наявність пасажирів що прибувають, які втомлені від польоту або від зміни часових поясів;
- наявність транзитних пасажирів, у яких можливі затримки рейсів, які можуть бути роздратовані або страждати від нудьги;
- наявність натовпу осіб, що зустрічають або проводжають.

Поведінка багатьох із них непередбачувана, може залежати навіть від погоди, не кажучи вже про аварійні ситуації або зниження якості обслуговування в аеропорту.

З огляду на вищезазначене, з метою управління прихильністю споживачів у сегментах B2B та B2C аеропорт повинен досліджувати якість своїх послуг та вживати управлінських заходів щодо її покращення.

З метою дослідження якості послуг аеропортового комплексу доцільно провести анкетування споживачів у розрізі сегментів та напрямів діяльності. Головне завдання анкетування полягає у визначенні рівня задоволеності споживачів послуг аеропортового комплексу на кожній стадії процесу надання послуги та виявленні вузьких місць, визначенні ключових напрямів удосконалення аеропортового обслуговування та відповідному прийнятті управлінських рішень.

За результатами опитування найбільш значущими критеріями вибору аеропортових комплексів споживачами є [6]:

- для авіакомпаній – доступність слотів у певні часові інтервали (10,4% відповідей);
- для пасажирів – зручність розкладу (10,3% від загальної кількості відповідей).

Результати опитування респондентів дали змогу дослідити рівень задоволеності якістю пасажирських послуг аеропортового комплексу і виявити сфери

обслуговування, які, на думку споживачів, потребують поліпшення (рис. 1).

Особливу незадоволеність у пасажирів викликають занадто довгі черги під час надання послуг із реєстрації квитків і оформлення багажу (28%); понад 18% пасажирів стикалися із затримками під час видачі багажу та 3,5% опитаних вказали на несправності під час транспортування багажу. Отже, найвужчим місцем є послуги з обробки багажу (49,5%).

Крім цього, значна частка опитаних незадоволена якістю послуг із передпольотного огляду і контролю безпеки (20%).

Також досліджено ступінь задоволеності споживачів рівнем якості наземного обслуговування об'єктами аеропортового комплексу в розрізі авіаційних і неавіаційних послуг (рис. 2, табл. 3).

Найбільшу незадоволеність викликають у пасажирів низька оперативність наземного обслуговування (49%) і низька культура обслуговуючого персоналу аеропорту (43%). Пасажирами були відзначені ще й такі негативні фактори, як неповнота інформаційного забезпечення – 3,0%, обмаль стендів інформації – 2,5%; 1,0% вказали на необхідність збільшення кількості кас для продажу квитків.

Під час оцінювання неавіаційних послуг високі ціни на послуги громадського харчування відзначили 82,0% респондентів, 15,5% були незадоволені відсутністю багажних візків; на вузький асортимент комерційних об'єктів вказали 1,3% споживачів, 0,2% опитаних незадоволені кількістю точок доступу в Інтернет.

Слід зазначити, що звичайні програми збільшення лояльності споживачів (дисконтні, дисконтно-накопичувальні, бонусні та бонусні каталожні), враховуючи специфіку діяльності, не можуть бути використані підприємствами аеропортового комплексу повною мірою, що вимагає розроблення особливих методик.

На жаль, аеропорти України не завжди приділяють досить уваги аналізу факторів, які приводять до зростання прихильності з боку споживачів. Проте у разі правильного використання програм лояльності це приведе до зменшення плинності споживачів у середньому на 30%, збільшення оборотів на 10%, що з часом збільшить прибуток на 25–80% [7].

Таблиця 2

Критерії вибору аеропортових комплексів споживачами

Авіакомпанії	Пасажири
Сумісність з мережею маршрутів авіакомпанії	Час наземного обслуговування / Якість наземного обслуговування
Наявність та доступність центрів технічного обслуговування повітряних суден	Вартість паркінгу автомобілів в аеропорту
Розмір ставок та зборів	Вартість транспортування в аеропорт
Ступінь модернізації основних об'єктів інфраструктури аеропорту	Кількість та якість сервісу для неавіаційних послуг
«Ширина», «глибина» та потенціал цільового ринку перевезень під час виконання рейсів з аеропорту	Зручність розкладу Зручність трансферу через аеропорт
Доступність слотів у певні часові інтервали	Ціна перевезень
Наявність конкурентів	Кількість маршрутів
Забезпечення трансферних стиковок	Ступінь доступності аеропорту з міста
Маркетингова підтримка	Надійність авіакомпанії-перевізника
Рейтинги оцінювання аеропортової структури	Імідж та транспортна безпека аеропорту
Рівень безпеки в аеропорту	Наявність програм для часто літаючих пасажирів



Рис. 1. Результати опитування респондентів щодо задоволеності якістю послуг аеропортового комплексу (% від загальної кількості відповідей)

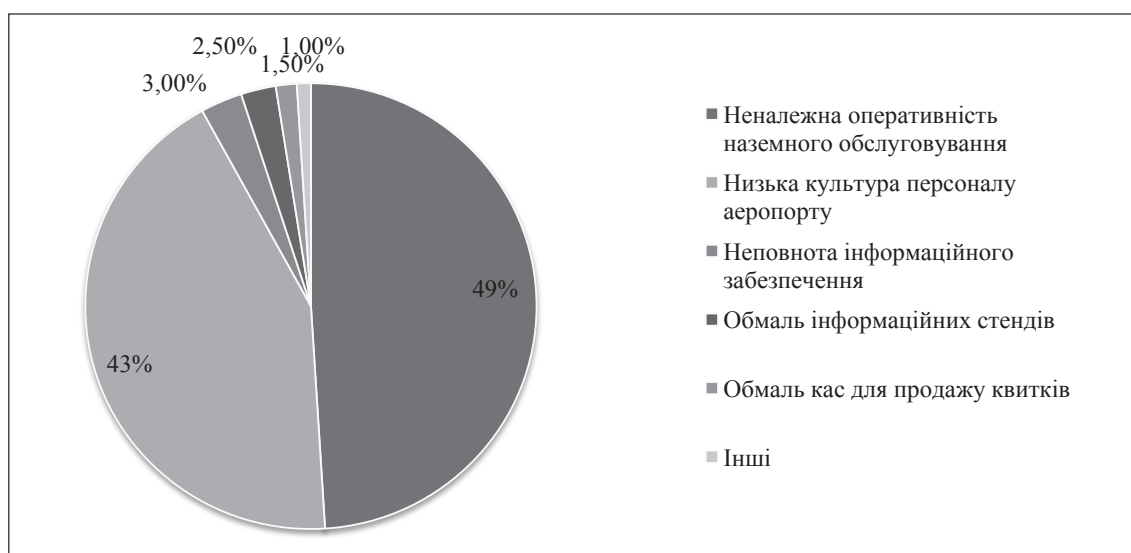


Рис. 2. Результати опитування респондентів щодо задоволеності якістю авіаційних послуг аеропортового комплексу (% від загальної кількості відповідей)

Результати опитування респондентів щодо задоволеності якістю неавіаційних послуг аеропортового комплексу

Недоліки	% від загальної кількості відповідей
Високі ціни в точках громадського харчування	82,0%
Відсутність багажних візків	15,5%
Вузький асортимент комерційних об'єктів	1,3%
Нестача точок інтернет-доступу	0,2%
Відсутність пунктів обміну валюти	0,1%
Інше	1,0%

Таким чином, незважаючи на монопольний характер надання послуг, підприємства аеропортового комплексу повинні приділяти значну увагу лояльності споживачів, оскільки вона є умовою формування стійкого та довготермінового клієнтського активу, надає конкурентні переваги та гарантію фінансового зростання.

Висновки з проведеного дослідження. У практичній діяльності будь-якого підприємства управління лояльністю споживачів є інструментом управління. Визначення та аналіз складників впливу на прихильність дає змогу прийняти виважені управлінські рішення та забезпечити гарантовану довготермінову роботу підприємства, покращити економічний стан та конкурентоспроможність.

Ключовими групами споживачів послуг аеропортового комплексу є два сегменти: B2B, сформований в основному авіакомпаніями, які приносять значну частку

доходів від авіаційної діяльності, та В2С, представлений в основному пасажирями, які є основним джерелом доходу від неавіаційної діяльності. З метою управління прихильністю споживачів (як у сегменті В2В, так і у В2С) аеропорт повинен досліджувати якість своїх послуг та вживати управлінських рішень щодо її покращення.

Незважаючи на монопольний характер надання послуг, підприємства аеропортового комплексу повинні приділяти значну увагу лояльності споживачів, оскільки вона є умовою формування стійкого та довготермінового клієнтського активу, надає конкурентні переваги та гарантію фінансового зростання.

Список використаних джерел:

1. Никулин Андрей. Взаимозависимость развития авиакомпании и аэропорта / Андрей Никулин // Авиатранспортное обозрение. 2014, май. С. 162–166.
2. Корогодова О.О. Концептуальні засади управління ефективністю підприємств сфери послуг. / О.О. Корогодова. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2012_8/16KZU.pdf.
3. Руководство по экономике аэропортов. URL http://www.icao.int/publications/Documents/9562_ru.pdf.
4. Высокая сфера услуг. URL: <http://www.konkurent.ru/list.php?id=2987>.
5. В2В и В2С – 2 «жанра» продаж. URL: <http://www.vasilevsky.net/b2b-i-b2c-2-zhanra-prodazh>.
6. Павелко В.Ю. Забезпечення підвищення ефективності управління аеропортовим комплексом на основі концепції якості : монографія/ В.Ю. Павелко. Запоріжжя: ЗНТУ, 2014. 320 с.
7. Марченко М.В. Эффективное управление лояльностью клиента. URL: http://www.rusnauka.com/5_NMIV_2009/Economics/41028.doc.htm

УДК 657:330.341.1

Петренко М.І.,

доктор економічних наук, професор,
Вінницький кооперативний інститут

Іванюта П.В.,

доктор наук з державного управління, доцент,
Вінницький кооперативний інститут

Кашпрук Ю.А.,

кандидат економічних наук,
Вінницький кооперативний інститут

РОЛЬ ПРОЦЕСІВ БЮДЖЕТУВАННЯ В ОБЧИСЛЕННІ СОБІВАРТОСТІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

Петренко М.І., Іванюта П.В., Кашпрук Ю.А. Роль процесів бюджетування в обчисленні собівартості виробництва продукції. У статті обґрунтована необхідність процесів бюджетування для розрахунку собівартості продукції, досягнення оптимізації методів управління фінансовими та матеріальними ресурсами шляхом складання планів витрат і надходжень грошових коштів, а також методів калькулювання «директ-костинг» та «абзорпшен-костинг». Практичною цінністю статті є схематичне відображення процесу формування основного бюджету підприємства, концепція розрахунку собівартості та кількості еквівалентних виробів у попроцесній системі бюджетування, зіставлення результатів та розрахунки частки накладних витрат на одиницю продукції за різних обсягів її виробництва і реалізації.

Ключові слова: процес бюджетування, бюджет підприємства, собівартість продукції, еквівалентні витрати, план накладних витрат.

Петренко Н.И., Иванюта П.В., Кашпрук Ю.А. Роль процессов бюджетирования в вычислении себестоимости производства продукции. В статье обоснована необходимость процессов бюджетирования для расчета себестоимости продукции, достижения оптимизации методов управления финансовыми и материальными ресурсами путем составления планов расходов и поступлений денежных средств, а также методов калькулирования «директ-костинг» и «абзорпшен-костинг». Практической ценностью статьи является схематическое отображение процесса формирования основного бюджета предприятия, концепция расчета себестоимости и количества эквивалентных изделий в попроцессной системе бюджетирования, сопоставление результатов и расчеты доли накладных расходов на единицу продукции при разных объемах ее производства и реализации.

Ключевые слова: процесс бюджетирования, бюджет предприятия, себестоимость продукции, эквивалентные изделия, план накладных расходов.

Petrenko N.I., Ivanyuta P.V., Kashpruk Y.A. A Place of budgeting process in calculation costs of production goods. In the article is substantiated necessity of budgeting process for calculation costs of goods, achievement of methods management financial and material recourse to optimization by ways composition plans costs and revenues money mains and also methods calculation "direct-costing" and "absorption-costing". The practical value by these article is schematic reflection a process formatting of basis budget enterprises, a conception of calculation costs and quantities equivalent in non-process system budgeting, to comparison of results and calculation part overhead costs on unit goods at different amount her production and realization.

Key words: budgeting process, budget of enterprises, costs of goods, equivalent products, overhead plan.

Постановка проблеми. Ефективне управління фінансами підприємства можливе лише за планування всіх фінансових потоків, процесів і взаємозв'язків господарюючого суб'єкта. Технології бюджетування в нашій країні ще не сформувалися у вигляді стійкої і поширеної методології.

Аналізуючи опубліковані праці та наявну практику формування собівартості продукції з використанням даних фінансового аналізу, можна стверджувати, що в них недостатньо простежуються специфічні моменти, зумовлені галузевими особливостями функціонування підприємств. Крім того, наявна натеper методика формування собівартості й розподілу непрямих витрат орієнтується в основному на ручні методи обробки інформації, тоді як ринкова економіка вимагає швидкого і своєчасного управління витратами. Ці недоліки у формуванні повної собівартості продукції на практиці приводять до прийняття недосконалих управлінських рішень, що негативно впливає на фінансові результати діяльності суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичне обґрунтування щодо проблем планування собівартості та бюджетування на підприємствах розкривають учені-економісти: Дж. Антос, Д. Бримсон, М.М. Винниченко, В.Є. Хруцький, В.П. Савчук та ін. У їхніх працях запропоновано різні підходи до класифікації бюджетів господарюючих суб'єктів, основних проблем впровадження та отримані позитивні результати.

Але сьогодні у фінансовому менеджменті бюджетування практично використовується українськими господарюючими суб'єктами рідко. Це пояснюється нестабільністю економіки, наростанням інфляційних процесів, недосконалістю податкового законодавства, високим ступенем невизначеності на українському ринку та іншими обмежувачими факторами, а також небажанням багатьох власників та керівників вкладати кошти в малоефективний, на їхню думку, процес. На недостатньо належному рівні проводяться також науково-практичні дослідження щодо застосування процесу бюджетування під час розрахунку собівартості продукції.

Формулювання цілей статті. Мета статті – надати теоретичне та методичне обґрунтування процесу бюджетування для розрахунку собівартості продукції, досягнення оптимізації методів управління фінансовими та матеріальними ресурсами.

Виклад основного матеріалу. Основне завдання і зміст поточного бюджетування полягає в тому, щоб заздалегідь спланувати (передбачити) поведінку функції поточної потреби у фінансуванні та адекватним чином відреагувати: вчасно і дешевше знайти потрібні фінансові ресурси (тобто отримати кредит) або найефективніше використовувати тимчасово вільні фінансові кошти (вигідно їх вкласти) [3; 5].

Керівникам господарюючого суб'єкта необхідно сформулювати первинний перелік вимог до системи бюджетування, навіть якщо він і не буде повним. На наш погляд, до основних завдань бюджетування можна віднести:

- управління грошовими коштами господарюючого суб'єкта;
- обґрунтування його витрат;
- забезпечення позитивного грошового потоку;
- забезпечення координації, кооперації і комунікації підрозділів господарюючого суб'єкта;
- мотивацію співробітників [5, 7].

Нині більшість підприємств у практичній діяльності під час впровадження системи бюджетування мають методичні й організаційні проблеми.

Досвід господарюючих суб'єктів, які впровадили бюджетування, показує, що, як правило, найважче в бюджетуванні – етап його впровадження.

А приватизовані підприємства отримали в спадок величезний досвід укладання не потрібних у ринковій економіці документів. Тому принципово важливим є рішення менеджменту про впровадження процесу бюджетування в новому реальному масштабі цінностей. І з цього моменту розпочинається робота, основні етапи якої відображені на блок-схемі (рис. 1).

Як показано на схемі, етап розроблення системи бюджетування є найбільш комплексним і трудомістким.

На думку фахівців [3, 4, 5], методи бюджетного управління досі недооцінюються суб'єктами господарювання саме тому, що застосовуються частинами: в бюджетному плануванні або фінансовій звітності (часто і зовсім не застосовуються). На наш погляд, система фінансового планування передбачає, щоб і планування, і звітність були елементами єдиної системи бюджетного управління. Тільки в цьому разі бюджетне управління стає управлінням, менеджментом.

Ось чому необхідно створювати єдиний ланцюжок: ставити цілі, перетворювати їх у фінансові плани, потім забезпечувати систему реалізації цих планів.

На наш погляд, основні принципи та підходи у впровадженні системи бюджетування повинні полягати у розробленні системи комплексу бюджетів, починаючи з формування основного бюджету.

Основний бюджет – це фінансове, кількісно визначене вираження маркетингових і виробничих планів, необхідних для досягнення визначених цілей.

Для чого потрібен основний бюджет? За оцінками спеціалістів [3, 4, 5], через те, що підприємства не формують річних та квартальних бюджетів, вони втрачають за рік до 20% своїх доходів (прибутку).

Щоб уникнути цих втрат, потрібно постійно порівнювати бюджет із фактичними даними, аналізувати відхилення, підсилювати сприятливі і зменшувати несприятливі тенденції, вдосконалювати методологію планування.

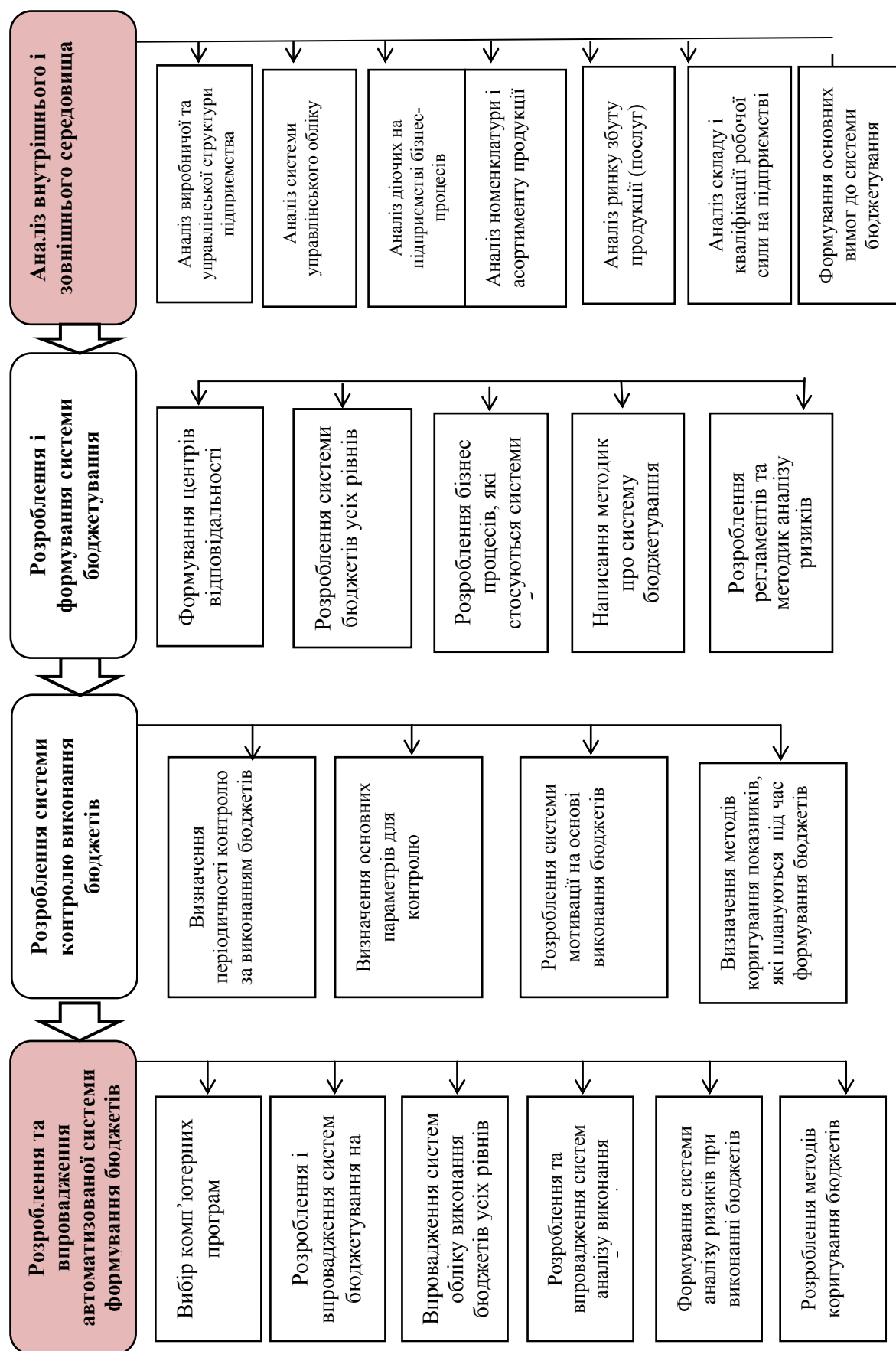


Рис. 1. Послідовність процесу бюджетування на підприємстві

Наші дослідження показали, що, наприклад, ПАТ «Теплий дім» під час упровадження системи бюджетування досягло збільшення річного грошового потоку на 9,0 млн. грн. і знизило дебіторську заборгованість більш ніж на 2,5 млн. грн.

На ПрАТ «Володарка» основний бюджет дав змогу керівництву побачити, що реальна потреба у фінансуванні за рахунок кредитів банків на 6,4 млн. грн. нижча, ніж планувалося фінансовим відділом, крім того:

- припинилися затримки із виплатою заробітної плати;
- збільшилося завантаження обладнання з 68% до 91%;

- припинилися перебої постачання матеріалів;
- припинено зростання кредиторської заборгованості;
- збільшився потік грошових коштів більш ніж на 5,0 млн. грн.

Основний або загальний бюджет включає три обов'язкових фінансових документи:

- прогноз прибутків та збитків;
- прогноз про рух грошових засобів;
- прогноз балансового звіту.

Процес бюджетування, на наш погляд, умовно можна розділити на дві складові частини:

- формування операційного бюджету;
- формування фінансового бюджету.

Найбільш обґрунтовано розглянули технологію підготовки операційного бюджету такі науковці, як М. Винниченко, В. Савчук, В. Кондратьєв [2, 3, 4, 5].

Ми погоджуємося з необхідністю розроблення операційних, фінансових та допоміжних бюджетів, які необхідно розробляти для кожного центру відповідальності (ЦВ) та підприємства загалом.

На наш погляд, операційний бюджет повинен включати такі бюджети, як складники:

- продажу;
- виробництва;
- виробничих запасів;
- прямих затрат на матеріали;
- виробничих накладних витрат;
- прямих затрат на оплату праці;
- комерційних витрат;
- управлінських витрат.

Одночасно розробляють фінансові бюджети, а саме:

- руху грошових коштів (БРГК);
- прогнозний баланс (ПБ);
- прогнозний звіт про прибутки, або бюджет доходів та видатків (ПБДВ);

– податкові бюджети (ПДВ, податок на прибуток, податки у складі собівартості продукції, штрафні санкції, пені);

- інвестиційний бюджет (ІБ).

Розроблення допоміжних бюджетів необхідна для планування невиробничих витрат (наприклад, витрати на утримання соціальної сфери).

Запропонована нами методика підготовки основного бюджету відображена схемами (рис. 1 і 2), де відображені типові операційні бюджети, які містять вартісні та натуральні показники.

У системі фінансового менеджменту для великих господарюючих суб'єктів необхідно розробляти всі основні бюджети (БРГК, ПБ, ПБДВ, ІБ) для консолідації усіх центрів фінансової відповідальності (ЦФВ).

Наприклад, в процесі бюджетування для розрахунку собівартості продукції доцільно використовувати

таку класифікацію, яку запропонували науковці [1, 2, 3, 4, 5]:

– систему розрахунків собівартості виробленої продукції;

– систему розрахунків собівартості проданої продукції;

– систему управління витратами за відхиленнями.

Для розроблення бюджету собівартості продукції необхідно визначити, наскільки економічно обґрунтовано здійснено розподіл постійної частини накладних витрат. Суттєву роль при цьому відіграє тип виробництва: одиничний (замовна система) або опосереднений (попроцесна система: серійне та масове виробництво) [4, с. 252].

Доцільно розглядати більш детально кожен систему розрахунку собівартості продукції.

1. *Замовна система розрахунку собівартості* має такі характерні ознаки:

– продукція виробляється на замовлення (одиничне виробництво);

– витрати на виробництво виробу переходять в окремі одиниці товарно-матеріальних засобів;

– облік витрат повинен бути локалізованим для кожного виду замовлення продукції або робіт.

Замовна система розрахунку собівартості, як правило, відповідає одиничному типу виробництва. Основою розрахунку собівартості є калькуляція, у якій відображаються витрати на матеріали, заробітну плату і накладні витрати, які мають безпосередньо відношення до виконання конкретного виду замовлення. Калькуляція є основою розрахунку собівартості одиниці продукції і формування ціни. Конкретному виробу або групі виробів присвоюється конкретний номер, на якому акумулюються всі витрати, пов'язані з виконанням цього замовлення. Завдання аналізу полягає у виявленні відповідності кожної статті витрат технологічній документації, технологічним процесам і оптимальному розрахунку загальної суми накладних витрат, які повинні відноситися до конкретного замовлення. У разі невідповідності планової і фактичної суми накладних витрат під час виконання замовлення необхідно проаналізувати, з яких причин виникли відхилення. Крім того, необхідно виявити, наскільки вони обґрунтовані [12; 15].

2. *Попроцесна система розрахунку собівартості* має такі характеристики:

– використовується для виробництва невеликих партій;

– витрати не можуть бути прямо локалізовані за окремими видами продукції;

– витрати повинні рівномірно розподілятися за окремими видами продукції (сума сумарних витрат розподіляється на кількість одиниць виробів).

Попроцесна система потребує точного визначення виробничої програми з урахуванням виробничих потужностей. Такий підхід дає змогу більш достовірно розрахувати необхідні ресурси: прямі матеріальні та пряму заробітну плату. Планування накладних витрат у попроцесній системі здійснюється відповідно до припустимого споживання допоміжних ресурсів: матеріалів, заробітної плати та інших витрат виробничими цехами.

Певні труднощі під час формування собівартості та ціни на окремі вироби має незавершене виробництво, бажано використовувати так зване поняття «еквівалентні вироби» [8; 15].

Тому ключова концепція розрахунку собівартості у попроцесній системі є еквівалентною одиниці продукції, яка враховує такі положення:

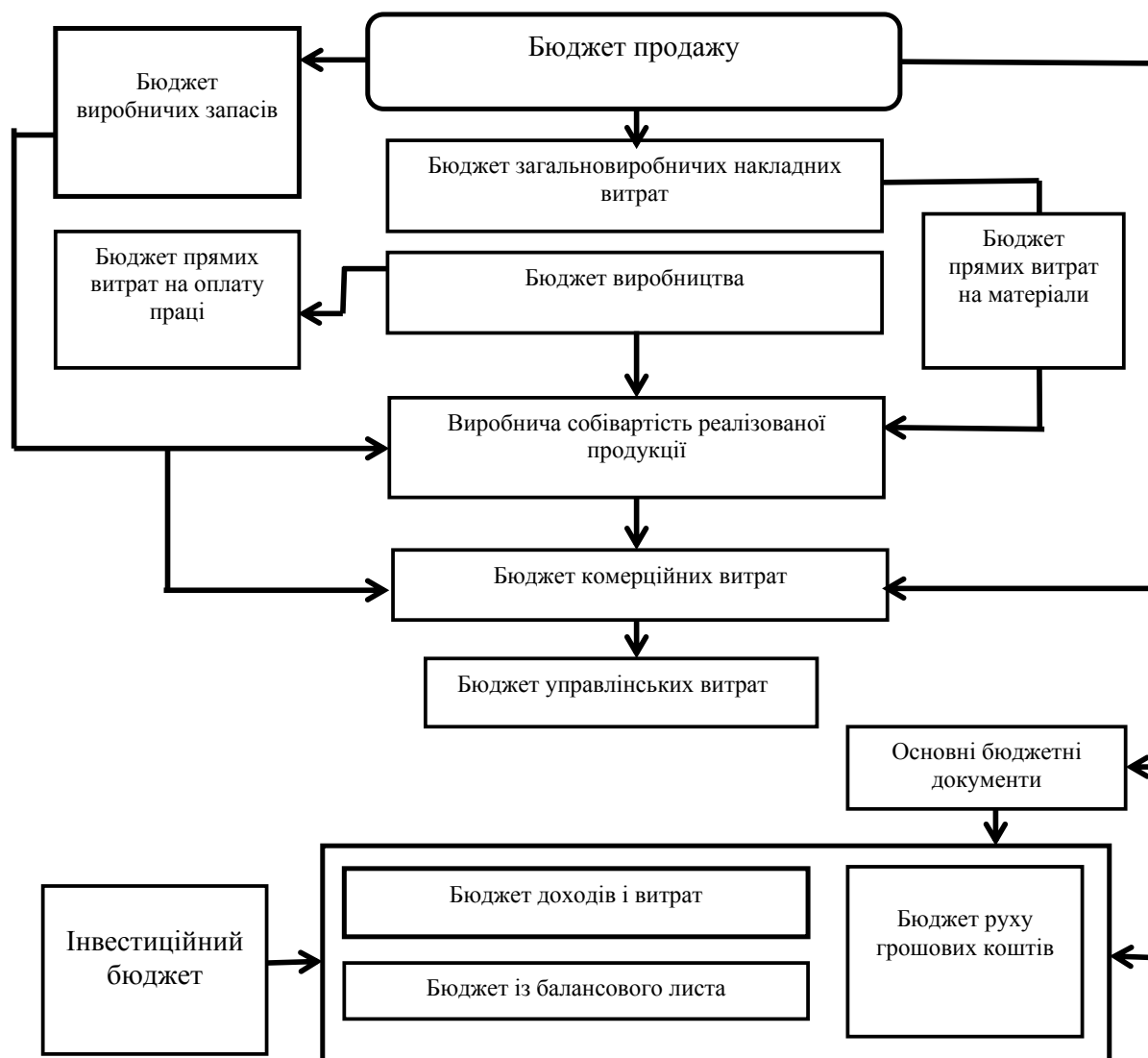


Рис. 2. Блок-схема формування основного бюджету підприємства

Примітка. На запропонованій блок-схемі відображена лише логічна послідовність процесу бюджетування і не відображені всі можливі зв'язки між системою бюджетів.

– використовують поняття товарно-матеріальних запасів незавершеного виробництва, яке формує витрати певного періоду;

– товарно-матеріальні запаси незавершеного виробництва на початок і кінець періоду визначаються як завершені;

– вводиться поняття еквівалентних одиниць продукції.

Останнє положення зводиться до того, що дві напівзавершені одиниці продукції еквівалентні окремій одиниці готової продукції. Наприклад, 6000 одиниць, які завершені на 80%, еквівалентні 488 одиницям готових виробів.

У цьому разі, на наш погляд, бажано ввести таке поняття, як «конверсійні витрати» – сума прямої заробітної плати і виробничих накладних витрат.

Розглянемо на прикладі розрахунок кількості еквівалентних виробів (таблиця 1) з використанням методу FIFO («перший прийшов – перший пішов»). Цей метод враховує всі елементи і передбачає, що спочатку будуть виготовлені вироби, які є незавершеними та які мало підприємство на початок періоду, а тільки потім інші [3; 4].

Нами був використаний такий метод на ПрАТ «Маяк» для розрахунку собівартості протягом 2014–2016 років. А один із підрозділів підприємства, що виготовляє корпуси інкубаторів «Квочка» згідно з повним технологічним циклом, де основою є термічна обробка (пресування) й електроліз, розраховує собівартість процесу виробництва таким чином (табл. 2).

У таблицях 3 і 4 відображаються розрахунки собівартості одиниці продукції першого і другого технологічного процесів виробництва інкубаторів «Квочка».

Розрахунок собівартості після другого технологічного процесу містить додатковий елемент – собівартість першого технологічного процесу.

У процесі фінансового аналізу необхідно виявити достовірність формування витрат із кожного технологічного процесу, а також загальну суму витрат [3; 5].

Порівняння формування собівартості за методами «Директ-костинг» і «Абзорпшен-костинг» у системі бюджетування [2; 3].

1. *Основні відмінності двох методів* – це порядок розподілу постійних накладних витрат між періодами,

Таблиця 1

Приклад розрахунку кількості еквівалентних виробів

	Прямі матеріальні витрати, грн.	Конверсійні витрати, грн.
Незавершене виробництво на початок періоду		
6000 одиниць (100% – 100%)		
6000 одиниць (100% – 80%)		1200
Кількість одиниць, розпочатих та завершених за звітний період	36 000	36 000
15 000 одиниць 80% завершення	12 000	
15 000 одиниць 20% завершення		3000
Кількість еквівалентних одиниць	48 000	40 200

Таблиця 2

Вихідні дані для розрахунку собівартості корпусів інкубаторів «Квочка»

	Технологічний процес 1	Технологічний процес 2
Незавершене виробництво на початок періоду, одиниць	–	–
Загальна кількість виробів, оброблених під час виконання технологічного процесу	10 000	9000
Загальна кількість виробів, оброблених під час виконання технологічних процесу, які передаються на наступний технологічний процес або на склад готової продукції	9000	8000
Ступінь завершеності незавершеного виробництва, у т.ч.	1000	1000
Матеріальні витрати	75%	100%
Конверсійні витрати	55%	75%

Таблиця 3

Розрахунок собівартості одиниці продукції з першого технологічного процесу

Складники собівартості	Загальні витрати, грн.	Готова продукція, одиниць	Незавершене виробництво, одиниць	Всього еквівалентних одиниць	Собівартість одиниці, грн.
Матеріали	2 000 000	9 000	750	9 750	205,13
Конверсійні витрати	1 400 000	9 000	550	9 550	146,60
Всього	3 400 000				351,73
<i>Собівартість незавершеного виробництва, грн.</i>					
Матеріали	187 598				
Конверсійні витрати	80 630	234 430			
Собівартість продукції		3 165 570			
Всього		3 400 000			

Таблиця 4

Розрахунок собівартості одиниці продукції з другого технологічного процесу

Складники собівартості	Загальні витрати, грн.	Готова продукція, одиниць	Незавершене виробництво, еквівалентних одиниць	Всього еквівалентних одиниць	Собівартість одиниці, грн.
Собівартість першого технологічного процесу	3 165 570	8000	1000	9000	351,73
Матеріали	1 500 000	8 000	1 000	9 000	166,67
Конверсійні витрати	2 100 000	8 000	750	8 750	240,0
Всього	6 765 570				758,40
<i>Собівартість незавершеного виробництва, грн.</i>					
Собівартість першого технологічного процесу	351 730				
Матеріали	166 670				
Конверсійні витрати	180 000	698 370			
Собівартість готової продукції		6 067 200			
Всього		6 765 570			

для яких розраховується собівартість продукції. В економічній літературі розглядаються різні погляди з питань вибору періоду для віднесення постійних виробничих накладних витрат до витрат на реалізацію, тобто період здійснення (період дійсної появи цих витрат) або період, у якому реалізується продукція (послуги).

Економісти, які дотримуються використання методу повної собівартості «абсорпшен-костинг», вважають, що загальновиробничі витрати є важливим складником витрат, які беруть участь у формуванні витрат на продукцію, яка виготовляється, тому загальновиробничі витрати у повному обсязі повинні враховуватись у собівартості виробленої продукції, у т.ч. і їх постійна частина.

Економісти, які дотримуються методу «директ-костинг», дотримуються іншого погляду: постійні виробничі витрати – це витрати, які пов'язані з підтриманням виготовлення продукції, тобто сприянням виробництву, тому їх не потрібно ув'язувати з виробництвом конкретної одиниці продукції. Постійні витрати повинні враховуватись як періодичні і відноситися відразу до реалізованої продукції без включення до її собівартості [5].

Розглянемо це на прикладі підприємства ПрАТ «Маяк», зіставлення результатів та розрахунки частки накладних витрат на одиницю продукції за різних обсягів виробництва (обсяг продажу у розрахунках до уваги не беремо) наведено у таблиці 5.

Вихідні дані: оцінка операційного прибутку, розрахованого з використанням вищезазначених двох методів. Обсяг продажу незмінний, підприємство виробляє один продукт.

1. Ціна за одиницю продукту 1500,0 грн.
2. Змінні витрати на одиницю продукту 900,0 грн.
3. Сума постійних накладних витрат щомісячна 200,0 тис. грн.
4. Оптимальна кількість виробів у одному періоді 500 одиниць.
5. Загальноекономічне накладні витрати за місяць 120,0 тис. грн.

На початок 1-го періоду на складі готової продукції запасів товарів не було, сума постійних загальновиробничих витрат за місяць становила 150,0 тис. грн., сума постійних загальноекономічних витрат у періоді – 100,0 тис. грн.

Приклад розрахунку калькулювання собівартості продукції за методом «директ-костинг» наведено у таблиці 6.

Приклад розрахунку калькулювання собівартості продукції за методом «абсорпшен-костинг» наведено у таблиці 7.

Принципові розбіжності між розрахунковими схемами очевидні.

Сума прибутку, отриманого підприємством за п'ять місяців, практично однакова і становить 283,0 тис. грн.

1. Метод калькулювання собівартості продукції «Direct-costing» незалежно від облікової політики на підприємстві, на наш погляд, є необхідним в управлінському обліку, тому що [3, 4, 5]:

- ґрунтується на обліку конкретних виробничих витрат;

- передбачається розподіл витрат на постійні та змінні і, відповідно, є можливість проводити фінансовий аналіз беззбитковості;

- вся сума постійних витрат відноситься до фінансового результату і не розподіляється за окремими видами продукції;

- дає можливість більш гнучкого ціноутворення, внаслідок чого конкурентоспроможність продукції збільшується і зменшується ймовірність затоварення продукції на складах підприємства;

- дає можливість розраховувати прибуток, який приносить продаж кожної додаткової одиниці продукції, і, відповідно, дає можливість формувати ціни та знижки на певний обсяг продажу;

- запаси готової продукції на складах підприємства оцінюються тільки за змінними витратами.

2. Метод повної собівартості «Absorption-costing»:

- найчастіше застосовується на підприємствах України;
- переважно використовується підприємством для зовнішньої звітності;

- ґрунтується на розподілі всіх витрат, які формують собівартість продукції, за видами продукції, тобто передбачає розрахунок повної собівартості продукції (послуг);

- передбачає поділ витрат на прямі та непрямі;

- запаси готової продукції на складах підприємства оцінюються за повною собівартістю;

- найчастіше використовується на підприємствах, які виробляють тільки один продукт, або декілька продуктів, але з незначним обсягом щодо основного;

- сума загальновиробничих витрат суттєво змінюється від періоду до періоду;

- за наявності довгострокових контрактів підприємства на виконання певного обсягу робіт.

Важливими умовами оптимізації та контролю за накладними витратами є його ритмічна робота, а також орієнтація на фактичні обсяги виробництва і продажу продукції. Тому правильно організована система дасть змогу забезпечити високий рівень ефективності управ-

Таблиця 5

Вихідні дані для розрахунку собівартості продукції

Показники	1-й період	2-й період	3-й період	4-й період	5-й період
Обсяг продажу	500	480	520	500	530
Обсяг виробництва	500	500	500	550	480
Розрахунок накладних витрат на одиницю продукції при різних обсягах виробництва, грн.					
Показники	1-й період	2-й період	3-й період	4-й період	5-й період
Постійні накладні витрати	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Постійні накладні витрати на одиницю продукції	200	200	200	182	208
Змінні накладні витрати на одиницю	300	300	300	273	313
Сумарні накладні витрати на одиницю	500	500	500	455	521

Таблиця 6

Метод калькулювання собівартості продукції «директ-костинг» («Direct – costing»), тис. грн.

	1-й період	2-й період	3-й період	4-й період	5-й період
Запаси готової продукції на складі на початок періоду			18,0		45,0
Виробничі змінні витрати	450,0	450,0	450,0	495,0	432,0
Запаси готової продукції на складі на кінець періоду					
Собівартість реалізованої продукції за змінними витратами	450,0	432,0	468,0	450,0	459,0
		18 ¹		45 ¹	18 ¹
Постійні загальновиробничі витрати	150,0	150,0	150,0	150,0	150,0
Сумарні виробничі витрати	600,0	582,0	618,0	600,0	609,0
Обсяг продажу	750,0	720,0	780,0	750,0	795,0
Валовий прибуток	150,0	138,0	162,0	150,0	186,0
Загальногосподарські витрати	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Чистий прибуток	50,0	38,0	62,0	50,0	86,0

¹ (Обсяг виробництва – Обсяг реалізації) х (змінні витрати на одиницю продукції)

Таблиця 7

Метод калькулювання собівартості продукції «абсорпшен-костинг» («Absorption-costing»), тис. грн.

	1-й період	2-й період	3-й період	4-й період	5-й період
Запаси готової продукції на складі на початок періоду			24,0		60,0
Виробничі витрати	600,0	600,0	600,0	660,0	576,0
Запаси готової продукції на складі на кінець періоду					
Собівартість реалізованої продукції	600,0	576,0	624,0	600,0	612,0
		24 ¹		60 ¹	24 ¹
Обсяг продажу	750,0	720,0	780,0	750,0	795,0
Валовий прибуток	150,0	144,0	156,0	150,0	183,0
Загальногосподарські витрати	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Чистий прибуток	50,0	44,0	56,0	50,0	83,0

¹ (Обсяг виробництва – Обсяг реалізації) х (повна собівартість одиниці продукції)

ління матеріальними і фінансовими ресурсами підприємства, забезпечити кардинальне підвищення фінансової стійкості підприємства, запобігти економічним та фінансовим ризикам.

Використання системи гнучкого планування накладних витрат дає змогу своєчасно виявити зміни в їхній структурі та своєчасно вносити корективи в плани підприємства, які певною мірою залежать від цих змін.

Гнучке планування накладних витрат дає підприємству можливість розраховувати певні інтервали, усередині яких може змінюватись обсяг базового показника, а також можливість розрахунку планованого обсягу накладних витрат для кожної точки цього інтервалу. На прикладі підприємства розглянемо переваги системи гнучкого планування накладних витрат загалом.

Умовний приклад. Підприємство легкої промисловості планує пошити у 2-му кв. 2017 р. 15 000 одиниць чоловічих костюмів, а у 3-му кв. – 16 000 одиниць. Обсяг накладних витрат, що планується, наведений у таблиці 8. За підсумками роботи у 2-му кв. 2017 р. підприємство забезпечило пошиття 14 500 одиниць чоловічих костюмів, а у 3-му кв. – 16 300 одиниць, а фактичні витрати відрізняються від тих, що були заплановані.

У процесі фінансового аналізу необхідно здійснити оцінку суми накладних витрат, враховуючи фактичну кількість пошиття чоловічих костюмів у кожному квар-

талі. Звичайний аналіз звіту плану підприємства наведений у таблиці 9.

У процесі фінансового аналізу необхідно зіставити дані розробленого гнучкого плану накладних витрат за перший і другий квартали з даними аналізу звичайного плану та звіту використання накладних витрат.

Дані аналізу використаних накладних витрат показують, що непрямі матеріали, запасні частини, витрати на нетехнологічні енергоносії – змінні накладні витрати – залежать від виконання обсягів пошиття чоловічих костюмів, амортизаційні відрахування – постійна частина накладних витрат.

Головною особливістю гнучкого плану накладних витрат є їх не-встановлення для різних значень обраних базових показників. У нашому прикладі гнучкий план накладних витрат і звіт про їх виконання наведено в таблиці 10.

Постійні накладні витрати тому і постійні, що їх виникнення, як і розмір, ніяк не пов'язані з виробництвом цього продукту або з певною діяльністю. Тому під час формування суми накладних витрат загалом по підприємству постійні витрати додають до змінної їх частини.

Новий варіант звіту про виконання плану підприємством у другому кварталі 2017 р. свідчить про кардинальні зміни: замість економії у сумі 7,0 тис. грн. виявилися перевитрати на 2,6 тис. грн.

Таблиця 8

Приклад звичайного плану накладних витрат підприємства станом на 31 червня і 30 вересня 2017 р., тис. грн.

	2-й квартал	3-й квартал
Запланована до пошиття кількість чоловічих костюмів, одиниць	15 000	16 000
Сума запланованих накладних витрат		
Витрати на непрямі матеріали	70,0	80,0
Запасні частини та комплектуючі до обладнання	120,0	140,0
Витрати на нетехнологічні енергоносії	100,0	80,0
Амортизаційні відрахування	2400,0	2430,0
Всього витрат	2690,0	2730,0

Таблиця 9

Звичайний звіт про виконання плану пошиття та використання накладних витрат по підприємству станом на 30.06.2017 р. та на 30.09. 2017 р., тис. грн.

Показники	2-й кв. 2017 р.			3-й кв. 2017 р.		
	План	Факт	Відхилення	План	Факт	Відхилення
Кількість пошитих чоловічих костюмів, одиниць	15 000	14 500	– 500	16 000	16 300	+300
Сума накладних витрат						
Витрати на непрямі матеріали	70,0	68,0	–2,0	75,0	77,0	+2,0
Запасні частини та комплектуючі до обладнання	120,0	118,0	–2,0	130,0	133,0	+3,0
Витрати на нетехнологічні енергоносії	100,0	97,0	–3,0	105,0	107,0	+2,0
Амортизаційні відрахування	2400,0	2400,0	0	2430,0	2430,0	0
Всього витрат	2690,0	2683,0	–7,0	2740,0	2747,0	+7,0

Таблиця 10

Гнучкий план накладних витрат підприємства станом на 31.03.2016 р., тис. грн.

Обсяг продукції, що планується до пошиття		Рівень виробництва, одиниць			
Обсяг накладних витрат, що планується підприємством	Норматив грн. за од. продукції	13 000	14 000	15 000	16 000
Витрати на непрямі матеріали	4,67	60,7	65,4	70,0	74,7
Запасні частини та комплектуючі до обладнання	8,0	104,0	112,0	120,0	128,0
Витрати на нетехнологічні енергоносії	6,67	87,9	93,4	100,0	106,7
Амортизаційні відрахування	–	2400,0	2400,0	2400,0	2400,0
Всього витрат		2652,6	2670,8	2690,0	2709,4

Гнучкий план накладних витрат дає змогу порівняти реальні результати діяльності, виходячи з реального обсягу виробництва. У разі відхилень у змінних витратах (основні матеріали, основна заробітна плата, технологічні енергоносії) необхідно у процесі фінансового аналізу виявити причини таких змін. Це можуть бути:

- зростання цін на матеріали та енергоносії;
- підвищення трудомісткості на виготовлення окремих деталей, вузлів або виробу загалом, зміни тарифів на оплату праці основних робітників.

У разі об'єктивних причин змін змінних витрат фінансовим менеджерам необхідно внести у розрахунки певні корективи.

Висновки. Запровадження системи бюджетування на підприємствах дасть змогу запобігти традиційним недолікам у системі планування, формування доходів і витрат, зокрема шляхом забезпечення достовірності визначення собівартості продукції, а також оптимального і раціонального використання фінансових, матеріальних та трудових ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Бримсон Дж., Антос Дж. Процессно – ориентированное бюджетирование. Перевод с английского. М. «Вершина». 2007. 330 с.
2. Винниченко М.М. Оцінка ризику в бюджетуванні // Фінанси України. 2009. № 7. С. 90–96.
3. Хруцкий В.Е. Внутрифирменное бюджетирование. М. Финансы и статистика. 2008 г. 464 с.
4. Савчук В.П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент. 3-е изд. К.: Companion Group, 2008. 888 с.
5. 7 NOT менеджмента. Настольная книга руководителя / Под ред. Кондратьева В.В. 7-е изд., переработ. и дополн. М.: Эксмо, 2008. 976 с.
6. Финансовый менеджмент. Carana Corporation US AID. М.: CCUR, 1997. 602 с.
7. Методы расчета себестоимости, используемые для принятия решений: современная практика учета. Люксембург: Офис официальных изданий Европейского Сообщества, 1997. 60 с.

Розумей С.Б.,
кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій

Долюк А.В.,
студент,
Національний університет харчових технологій

Семененко К.Ю.,
аспірант кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій

ВІЗУАЛЬНИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГ (ВІТРИНІСТИКА) ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТОВАРУ

Розумей С.Б., Долюк А.В., Семененко К.Ю. Візуальний мерчандайзинг (вітриністика) як засіб просування товару. У статті розкрито сутність поняття «вітрина» як інструменту візуального мерчандайзингу, що сприяє просуванню товару. Визначено основні цілі застосування вітрини у мерчандайзингу та можливості підвищення потоку споживачів за рахунок їх використання. Узагальнено основні види вітрин та визначена їх характеристика. Розглянуто чинники та правила, які застосовуються під час вибору ефективної концепції вітрини. Проведено дослідження використання різних видів вітрин у магазинах Києва.

Ключові слова: візуальний мерчандайзинг, вітриністика, потік споживачів, концепція “message”, експозиція.

Розумей С.Б., Долюк А.В., Семененко К.Ю. Визуальный мерчандайзинг (витринистика) как средство продвижения товара. В статье раскрыта сущность понятия «витрина» как инструмента визуального мерчандайзинга, что способствует продвижению товара. Определены основные цели применения витрины в мерчандайзинге и возможности увеличения потока потребителей за счет их использования. Обобщены основные виды витрин и определена их характеристика. Рассмотрены факторы и правила, применяемые при выборе эффективной концепции витрины. Проведено исследование использования различных видов витрин в магазинах Киева.

Ключевые слова: визуальный мерчандайзинг, витринистика, поток потребителей, концепция “message”, экспозиция.

Rozumei S., Doliuk A., Semenenko K. Visual merchandising (showcases) as a way of promotion the goods. The article defines the essence of the concept of “showcase” as an instrument of visual merchandising that promotes product promotion. There were defined main purposes of using of showcases in commodity research and the possibilities of increasing the flow of consumers due to their using. The main types of shop windows were generalized and their characteristics were determined. There were considered the factors and rules that apply for choosing an effective concept of a showcases. There was research of using of different types of showcases in shops of Kiev.

Key words: visual merchandising, showcases, flow of consumers, concept “message”, exposition.

Постановка проблеми. Сьогодні ринок споживача диктує жорстокі правила як для виробників, так і для постачальників. Нестабільність економічної ситуації на українському ринку відіграє суттєву роль у зміні потреб споживача. Надзвичайно велика пропозиція товарів сформувала досить перебірливого та заощадливого українського споживача, якого досить важко вразити. Саме з цієї причини маркетингологи намагаються застосовувати нові та прогресивні методи просування, а використання мерчандайзингу є невід'ємною частиною психологічного впливу на аудиторію.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні аспекти мерчандайзингу розглянуті в багатьох роботах вітчизняних та іноземних учених. Сучасні автори застосовують до визначення поняття «мерчандайзинг» декілька підходів. Зокрема, як інструмент маркетингових комунікацій мерчандайзинг був досліджений Ф. Котлером, Д. Енджелом, С. Естрелінгом,

Р. Колборном. Деякі іноземні вчені визначають мерчандайзинг як засіб стимулювання продажів у місцях продажів. Сутність мерчандайзингових технологій в організації торговельного процесу досліджено в роботах Л.Ю. Гермогенової, А. Дейян, К. і Р. Канаян, М. Леві, В.Л. Музиканта, Т.Н. Парамонової, Л. Персі, Дж. Р. Россітера, Г. Сенда та інших. Поведінковий аспект мерчандайзингу розглянутий вченими Н. Моїсєвою, І. Рамазановою та В. Снегірьовою.

Сучасна маркетингова наука розглядає мерчандайзинг як один з ефективних інструментів просування товару на етапі його комерціалізації. Одним з елементів комплексу заходів, що спрямовані на стимулювання споживачів придбати пропоновані товари, є вітриністика. Цей напрям мерчандайзингу вдало використовується на практиці, але має недостатнє наукове підґрунтя, що потребує детального вивчення зазначеного питання.

Мета статті. Виходячи з актуальності поставленої проблеми, за мету ставиться розроблення теоретичних засад застосування вітрини як елементу візуального мерчандайзингу.

Для досягнення цієї мети було розглянуто сутність поняття «вітрина» як інструменту просування; відібрано правила та критерії оформлення вітрин; узагальнено основні види вітрин за різними ознаками; проведено дослідження різних видів вітрин та проаналізовано результати.

Виклад основного матеріалу. Одним із завдань мерчандайзингу є привернення уваги споживача до торговельного закладу та товару, що ним пропонується. Виконання цієї функції бере на себе вітриністика.

Декорувати вітрини зі смаком почали ще в середині позаминулого століття французи. Незабаром цей тренд підхопили американці, які перетворили його у прибутковий бізнес. Але тільки з винаходом великого скла і виникненням універмагів вітриністика почала оформлюватися в окрему дисципліну, що поєднує маркетинг, психологію, кольористику та дизайн. Згодом, з появою на ринку світових брендів “Gucci” і “Prada”, вітрина перетворилася на подіум стилю [1].

Одним зі справжніх професіоналів оформлення вітрин став американець Гордон Селфрідж – обдарований менеджер, який відкрив у Лондоні універмаг, що донині залишається беззаперечним культом візуального мерчандайзингу світового рівня [4].

Вітрина – це яскрава обкладинка, що здатна сформувати у покупця перше враження. Концепція оформлення як внутрішнього, так і зовнішнього простору необхідна для підтримки загального бренду та відображення єдиної ідеології. У цьому контексті вітриністика є технікою, що пов’язана з цікавою презентацією товарів у магазині, враховуючи маркетингові обґрунтування організації вітрин як інструменту просування товарів. Візуальний мерчандайзинг ґрунтується на концепції “message”, яку дизайнер виражає художніми засобами [3].

Дослідження довели, що в торгових центрах, де є велика конкуренція серед брендів магазинів, єдиний спосіб заволодіти споживачем – це привабити його увагу. Це досягається за допомогою вітрини – своєрідного обличчя, що презентує бренд. Дорогі брендові магазини ніколи не шкодують коштів на фантастичні вітрини, оскільки їх атмосфера задає потрібний настрій споживача та стимулює його до купівлі. Варто зауважити, що вітрина також є місцем, звідки клієнт дізнається про рекламні акції магазину. Отже, вітрини мають синергетичний ефект, оскільки виступають потужною рекламою та інструментом комунікацій, які не дратують споживача.

Значна роль в організації експозицій у вітрині належить забезпеченню оптимальних умов для сприйняття товарів у ланцюгу «річ – експозиція – споживач». Загальнокультурні та художні тенденції певної країни впливають на ідеологію та стиль експозицій вітрин, на їх форми, види експонування окремих складників та їх комплексів, на тимчасовість і сезонність просторового розміщення, їх стилістику і художню виразність [3].

За статистикою, 80% покупців заходять в магазин з метою не знайти і придбати конкретний товар, а просто зробити якусь покупку. Вплив вітрини на збільшення потоку споживачів може досягати +300%

(визначено 2012 року після експлуатації новорічних вітрин Orchestra, Мега – 900 відвідувачів проти 300). Найявністю художньої вітрини певною мірою визначає статус магазину [2]. З погляду психології бажання зайти у конкретний магазин у підсвідомості людини виникає миттєво на підставі побаченого образу магазину завдяки оформленню вітрини. За дослідженнями Р. Колборна, понад 60% жінок хочуть придбати ту чи іншу річ за умови, коли бачать її у вітрині [3].

Вітрина – це коротке резюме, в якому прихований “message” до споживача щодо виконання рекламних і маркетингових завдань. Оскільки контакт споживачів із вітриною відбувається протягом 7 секунд, то проміжок часу, коли клієнти проходять біля неї, має бути використаний для притягування покупців і стимулювання їх відвідати крамницю.

У сучасних фахівців є загальна класифікація принципів та варіантів оформлення вітрин, що відокремлює три головні типи: закритий, відкритий і відкрито-закритий. Також вітрини розділяють на сюжетні, товарні та товарно-сюжетні. Сюжетні вітрини будують акценти не на товарах, а на втіленому дизайнером сюжеті. У таких видах стилізовані експозиції містять елементи відповідного декору, які поєднуються в один сюжет за певної участі «героя». На асоціативному рівні такі вітрини можуть легко пов’язуватися з асортиментом магазину, коли вітрина виступає рекламою бренду та єдиною ідеологією. Досить ефектними вважаються рухомі невеликі конструкції у вітринах із застосуванням гри світла під час формування комунікацій [3].

Розглянемо класифікацію вітрин за певними ознаками та їх короткі характеристики (табл. 1).

Під час опрацювання концепції вітрини враховуються такі чинники:

- величина потоку покупців (невеликий, середній, активний);
- місце розташування / локація магазину;
- клас магазину (недорогий, середній, люкс);
- бренди, торгові марки, які магазин представляє;
- групи товарів, що продаються в магазині [2].

Від доцільного застосування цього інструменту прямо пропорційно залежить результативність візуального мерчандайзингу та збільшення потоків потенційної аудиторії. Саме з цих причин є необхідним чітке розуміння головних правил декорування вітрин:

- перш ніж розпочати процес оформлення вітрини, необхідно вивчити товар, який буде розміщений у вітрині, та детально проаналізувати конструкцію вітрини за її головними параметрами: висотою, глибиною, конфігурацією тощо;
- доцільним вважається, щоб в оформленні вітрини переважали товари, а не елементи декорування;
- дизайн вітрини повинен бути сформованим з урахуванням єдиної ідеї, яка є чіткою і легко доступною у розумінні потенційних покупців. Має місце використання багаторівневої експозиції;
- вітрину необхідно облаштувати потужним освітленням та постійно підтримувати належний санітарний стан;
- доцільною є регулярна зміна оформлення вітрини, що пов’язана зі спеціалізацією, сезонністю та проведенням акцій [6].

Зокрема, візуальний мерчандайзинг передбачає поєднання деталей з області візуального сприйняття

Таблиця 1

Види вітрин та їх характеристика

№	Ознака	Вид	Характеристика
1	За протяжністю і розміщенням на фасаді	Єдина протяжна	Досить велика площа скління з можливістю свободи дії, що не обмежує фантазію та ідеї художника і розширює його можливості. Цей вид дає можливість вигідно зобразити фасад.
		Множинна вітрина	Модульна сітка дозволяє втілювати серію художніх ідей, стимулюючи глядачів поетапно оглядати їх, як картини. Можливе втілення окремих «кадрів».
		На 2 поверхах	Експозиція повинна включати найбільш ефективні елементи, що будуть привертати увагу споживача з досить великої відстані.
		На багатьох поверхах	Дозволяє застосовувати неординарні рішення в оформленні, комунікативні стратегії та привабливість інтер'єру.
		Кутова	Результативність вітрини зумовлена візуальною активністю, що охоплює пішохідні потоки з 2 кутових вулиць та велику площу для створення цікавої об'ємної композиції.
2	За ступенем відкритості	Відкрита	Через простір торгової вітрини легко відстежити торгове обладнання. Відкриті вітрини підвищують прохідність магазину на 10–15%.
		Закрита	Побудова фону задньої стінки за використанням рекламних афіш або банерів. Уся концепція повинна підтримувати фірмовий стиль магазину.
		Напіввідкрита	Простір торгового залу простежується через вітрини лише частково або присутня художня композиція зі спеціальними стінками у вітрині.
3	За художнім рішенням експозиції	Товарна	Основним елементом дизайну є викладка товарів асортиментної сітки магазину, що доповнюється манекенами, подіумами та ін.
		Сюжетна	Концептуальна ідеологічна дизайнерська робота, що націлена на увагу перехожих. Дизайнери будують складний натюрморт або цілу відповідну сцену, використовуючи у вітрині образи та ідеї.
		Товарно-сюжетна	Окрема частина асортименту крамниці виставляється цікавим та оригінальним способом, будуються неординарні натюрморти з використанням об'ємних рекламних матеріалів.
		Акційна	Вітрини, що повідомляють про сезонні знижки, акції і розпродажі.
4	За віддаленістю від покупця	Віддаленість 50 м	Вітрини розраховані на потенційних покупців, що рухаються на транспортних засобах. У декоруванні цих вітрин головну роль відіграють крупні банерні елементи.
		Віддаленість 3,5 м	Розраховані на потенційних покупців, що рухаються на вказаній відстані. Домінує використання фото великим розмірів у 2 метри та масивних елементів декору.
		Віддаленість не більше 3 м	Розраховані на покупців-пішоходів, що проходять відносно близько до вітрин. У декоруванні домінують невеликі рекламні матеріали, можливі аксесуари та зразки товарів тощо.

Джерело: узагальнено авторами на основі [2], [6]

та канонів мерчандайзингу. Професійні спеціалісти виокремлюють сім головних законів візуального мерчандайзингу: «рівня очей», «фігури і фону», «мертвої зони», «групування», «переключення уваги», «сім плюс-мінус два», «двох третин». Наприклад, сутність другого закону «фігури і фону» формується у виділенні окремого об'єкта на фоні інших за допомогою яскравих кольорів та контрасту (рис. 1).

Цей закон застосовують, коли хочуть сконцентрувати увагу на конкретному товарі [5].

Дослідження показали, що під час вибору кольорових рішень слід враховувати стать споживачів. Теплі кольори, такі як ніжно-лососевий, краще підійдуть для оформлення магазинів жіночого одягу, а в магазинах чоловічого одягу має місце застосування холодних відтінків. Жовтий колір діти починають відрізняти найпершим, саме тому більшість дитячих товарів слід оформляти у кольоровій гамі цього відтінку [7].

Варто зауважити, що кольорове оформлення представленого одягу у вітрині повинне змінюватися.

В сезон осінь-зима на манекенах має бути представлений одяг покрою цупких тканин темних відтінків, а в сезон весна-літо пішоходам і відвідувачам презентують легкі тканини світло-ніжних тонів. Така закономірність пов'язана зі зміною протяжності світлового дня протягом року [5].

Сьогодні використання візуального мерчандайзингу в Україні зростає великими темпами, а більшість українських брендів намагаються не відставати від іноземних «ікон» стилю та «супербрендів». Застосування усіх видів вітрин має місце у найпопулярніших торгових центрах Києва, таких як «Цум», «Ocean Plaza», «Lavina Mall», «Skymall» та інші. Мерчандайзери надихаються найкращими вітринами світу «Hermes» або ж намагаються створити щось абсолютно нове та креативне.

Розглянемо цілі, яких хочуть досягти маркетологи магазинів одягу під час використання вітринистики:

- залучення великої цільової аудиторії;
- стимулювання до тієї покупки, в якій зацікавлений магазин;



Рис. 1. Закон «фігури і фону»

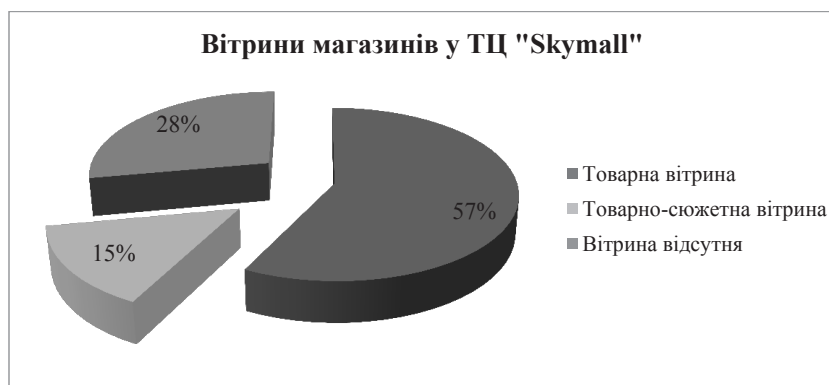


Рис. 2. Структура застосування основних видів вітрин у ТЦ «Skymall»



Рис. 3. Структура застосування основних видів вітрин на вул. Хрещатик

- формування інформаційного забезпечення покупця (базовий асортимент, новинки та варіації, розпродажі, цінове частування тощо);
- відображення філософії магазину;
- пропаганда культури одягу;
- відображення легенди створення колекції.

Проведене дослідження серед магазинів, що розміщені у ТЦ «Skymall» та на вул. Хрещатик м. Києва, дало можливість визначити відсоткове співвідношення застосування різних видів вітрин. Серед дослідже-

них 68 магазинів брендового одягу та взуття у ТЦ «Skymall» було виявлено 10 магазинів із застосуванням товарно-сюжетної концепції, 19 магазинів без головної вітрини і 39 магазинів зі звичайною товарною експозицією (рис. 2).

Застосування сюжетних вітрин серед магазинів одягу та взуття відсутнє, що спричинене неможливістю продемонструвати асортимент магазину у цьому вигляді. Значна частина магазинів, а саме 28%, не використовує вітрину для презентації товару. Це зумовлене двома причинами: відсутністю необхідної прощі під вітрину, оскільки в наявності може бути тільки місце для головного входу, чи відсутність інвестування у цей інструмент просування.

Під час оформлення вітрин застосовуються різні елементи, що сприяють атмосфері магазину та створенню «total look» – цілісного образу: манекени та їх окремі частини (ноги для демонстрування жіночих панчох у магазинах білизни), картини та фото, конструкції та меблі, каміння та дерево, штучні рослини тощо.

Серед досліджених магазинів на вул. Хрещатик, зокрема фасаду ТЦ «ЦУМ», спостерігається протилежна тенденція. Наявність сюжетно-товарних вітрин набагато більша, оскільки більшість магазинів розташовані в окремих будівлях, і споживачам необхідні додаткові зусилля, аби відвідати той чи інший магазин. У цьому разі ймовірність того, що споживач відвідає магазин, менша, аніж коли він націлено приходить у торгові центри. Відсоткове співвідношення розподілилося таким чином: 30% – товарні вітрини, 70% – товарно-сюжетні вітрини. Загальна кількість досліджених магазинів становить 30 об'єктів (рис. 3).

Серед досліджених вітрин також присутні сюжетні вітрини, але це одиничні випадки, що використовуються в одному із «кадрів» вітрин брендового магазину. Багато вітрин побудовані на принципі концептуальності та мінімалізму. Окремо необхідно виді-

лити оригінальність, за суб'єктивною оцінкою, вітрин на фасаді ТЦ «ЦУМ».

З проведеного дослідження видно, що потреба у креативних вітринах присутня, оскільки конкуренція посилюється, а виробники намагаються різними засобами просування стимулювати споживачів до відвідування магазинів. Інсталяції у вітринах мають домінуючий ефект, їхня основна місія – формування самостійного інформаційного приводу, який працює на ім'я магазину краще будь-якої реклами.

Висновки. Візуальний мерчандайзинг ґрунтується на концепції message, яку дизайнер намагається втілити різними художніми засобами: стилем, формами, емоціями, кольорами тощо. У модній індустрії вітрина – це унікальний інструмент маркетингу, який реалізує рекламу товарів та є комунікативним елементом для різних соціальних груп у жорстких умовах конкуренції. Застосування вітрин – це не просто пре-

зентація товарів, це науково обґрунтоване мистецтво, що спричиняє максимальний візуальний ефект, доносить інформацію та закликає аудиторію до дій.

Вітрини магазинів Києва змагаються у креативності, але водночас схилиються до простоти. Вони виступають як синтез моди та маркетингу, що повинен дивувати та підвищувати потік цільової аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Витринистика: Визуальный мерчандайзинг. URL: http://elpasso.com.ua/oformlenie_vitriny
2. Витринистика: Построение витрин. URL: <https://trade-help.com/torgovie-tehnologii/vitrinistika.html>
3. Лагода О.М. Візуальний мерчандайзинг (вітринистика) як форма художньої репрезентації костюма / О.М. Лагода // Теорія та практика дизайну. 2013. Вип. 4. С. 96–104.
4. Лагода О.М. Вітринистика як сучасна форма художньої репрезентації в індустрії моди: стаття / О.М. Лагода // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архитектура. 2013. № 3. С. 89–93.
5. Мурована Л.В. Візуальний мерчандайзинг – новий погляд на асортимент : стаття / Л.В. Мурована // Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 5. С. 96–98.
6. Оформлення зовнішніх вітрин магазину, його фасаду та входної групи. URL: http://pidruchniki.com/1521092061468/marketing/oformlennya_zovnishnih_vitrini_magazinu_yogo_fasadu_vhidnoyi_grupi
7. Розумей С.Б. Психологічні аспекти мерчандайзингу / С.Б. Розумей, Ю.В. Ладинська // Проблеми економіки підприємств у сучасних умовах : VI Міжнародна науково-практична конференція, 2010 р. К. : НУХТ. 2010. С. 48–49.

УДК 005.21:621:338.45(477)

Швец Ю.О.,

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування,
Запорізький національний університет

Сидоренко В.О.,

студентка,
Запорізький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ ТА ЙОГО КЛЮЧОВІ ПРОБЛЕМИ

Сидоренко В.О., Швец Ю.О. Особливості стратегічного управління на підприємствах машинобудування та його ключові проблеми. У статті подані результати дослідження стратегічного управління на підприємстві. Особливу увагу приділено суті стратегічного управління, його аспектам і основним питанням. Розкрито ключові проблеми стратегічного управління на підприємстві, їх джерело і наслідки. Сформульовано доцільність стратегічного управління на підприємствах машинобудування за допомогою визначення переваг та недоліків цього управління. Запропоновано варіанти вирішення проблем стратегічного управління.

Ключові слова: стратегія, стратегічне управління, прогнозування, планування, управлінське рішення, підприємство, мета підприємства, машинобудування, стратегічне управління на підприємствах машинобудування.

Сидоренко В.О., Швец Ю.В. Особенности стратегического управления на предприятиях машиностроения и его ключевые проблемы. В статье представлены результаты исследования стратегического управления на предприятии. Особое внимание уделено сущности стратегического управления, его аспектам и основным вопросам. Раскрыты ключевые проблемы стратегического управления на предприятии, их источник и последствия. Сформулирована целесообразность стратегического управления на предприятиях машиностроения с помощью определения преимуществ и недостатков этого управления. Предложены варианты решения проблем стратегического управления.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое управление, прогнозирование, планирование, управленческое решение, предприятие, цель предприятия, машиностроение, стратегическое управление на предприятиях машиностроения.

Sidorenko V., Shvets Y. Peculiarities of strategic management in machine-building enterprises and it's key problems. In this paper, the results of the research of strategic management at the enterprise are presented. Particular attention is paid to the essence of strategic management, its aspects and the main issues. The key problems of strategic management at an enterprise, their source and consequences are revealed. The expediency of strategic management at the enterprises of mechanical engineering for today is formulated with the help of determining the advantages and disadvantages of this management. The proposed solutions to the problems of strategic management.

Key words: Strategy, strategic management, forecasting, planning, management decision, enterprise, enterprise goal, mechanical engineering, strategic management at mechanical engineering.

Постановка проблеми. Ефективне стратегічне управління машинобудівним підприємством в сучасних економічних умовах є досить складним і багатоаспектним напрямом дослідження сучасної науки та видом управлінської діяльності.

Зовнішнє середовище для вітчизняних машинобудівних підприємств сьогодні відзначається значними перешкодами в стратегічному управлінні, зокрема швидкістю змін та залежністю від політичних обставин в країні.

Також значно важче застосувати стратегічне управління у зв'язку із браком коштів для впровадження інноваційних процесів, складними умовами господарювання. Проблема стратегічного управління є також через небажання менеджерів та керівників підприємств впроваджувати щось нове та виходити за межі звичної їм зони комфорту.

В умовах зазначених чинників для постійного забезпечення ефективним та постійним процесом управління потрібен адаптивний до актуальних проблем управлінський інструментарій, що спроможний буде оцінювати управлінські стратегії машинобудівного підприємства та мінімізувати ризики в діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегічне управління – це процес, який постійно перебуває у швидкому русі, і його завданням являється пошук та розроблення стратегій і управління організацією, а також покращення наявної стратегії підприємства і контролю над її виконанням. Дослідженням питання стратегічного управління підприємством займалися такі вчені, як І. Ансофф, А. Томпсон, О. Скібіцький, В. Василенко, З. Шершньова, М. Портер, В. Немцов, М. Хамель, А. Міщенко, Б. Мізюк, В. Пономаренко. Значний науковий внесок у дослідження теоретичних засад стратегічного управління зробила українська вчена Г.І. Кіндратська.

Аналіз та вивчення проблем щодо розвитку стратегічного управління на підприємствах машинобудування потребує додаткових досліджень. Необхідно розробити рекомендації щодо покращення стратегічного управління, що допоможе утримати конкурентну позицію на ринку.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розкриття сутності стратегічного управління, визначення можливості його застосування на підприємстві для забезпечення ефективного існування і розвитку в ринкових умовах. Обґрунтування необхідності впровадження стратегічного управління підприємством, дослідження наявної системи управління, визначення проблем стратегічного управління підприємств машинобудування, формування шляхів його покращення.

Виклад основного матеріалу. Основними завданнями стратегічного управління є стратегічний аналіз, реалізація, розроблення та контроль за виконанням стратегій підприємства. В умовах сучасної економіки

саме підприємство є основним об'єктом мікроекономічного дослідження. Це пов'язано з тим, що сьогодні в економіці саме підприємства являються виробниками основної маси товарів та послуг, які спроможні задовольнити потреби людини.

Характер цілей підприємства визначається станом економіки загалом, тенденціями розвитку тієї чи іншої галузі, до якої відноситься її діяльність, а також стадії життєвого циклу самого підприємства. Особливістю ринку є те, що на всіх етапах життєвого циклу підприємства виникають кризові ситуації. Тобто на якомусь етапі підприємство може не виробляти продукцію або ж створювати збитки. Названі ситуації можуть легко бути усуненими, якщо вчасно задіяти оперативні заходи.

Нині гостро відчувається необхідність у свідомому управлінні змінами на основі науково обґрунтованих процедур їх передбачення, регулювання, пристосування до цілей організації, до зовнішніх умов. Тому стратегічне управління доцільно розглядати як складник менеджменту, заснованого на теоретичній роботі вищого керівництва, спрямованого на пошук рішень, які можуть допомогти підприємству вижити в умовах динамічно змінюваного середовища та підтримувати себе на високому рівні в умовах жорсткої конкуренції.

Деякі вчені висувають свої варіанти визначення поняття «стратегічне управління» (табл. 1).

Ми вважаємо, що під стратегічним управлінням слід розглядати вміння управлінських осіб спрямовувати підприємство на високий рівень розвитку, досягати поставлених цілей, а також швидко реагувати на зміни в зовнішньому та внутрішньому конкурентному середовищі задля довгострокового функціонування.

Частіше за все поняття довгострокового та стратегічного управління розглядають однаковими. Невміння відрізнити стратегічне управління від нестратегічного часто призводить до поразки в конкурентній боротьбі.

Бюджетування є головним інструментом довгострокового управління, воно полягає в розробленні довгострокових планів управління для всіх сфер діяльності. Отже, довгострокове управління є характерним для епохи масового збуту та масового виробництва.

Сутність стратегічного управління базується на припущенні про неможливість точного довгострокового прогнозування наявних тенденцій.

Під час нестратегічного управління довгострокові плани складаються в довгостроковій перспективі, а під час стратегічного управління прогноз складається з майбутнього часу до теперішнього.

Стратегічне управління вирішує найважливіші проблеми, пов'язані з головними цілями організації; проблеми, пов'язані з будь-яким елементом організації, а також проблеми, пов'язані з неконтрольованими зовнішніми чинниками сучасності. Стратегічне управління на

Таблиця 1

Визначення поняття «стратегічне управління»

Автор	Визначення
А. Роуз	Стратегічне управління – це прийняті рішення, які об'єднують внутрішні організаційні можливості із загрозами і сприятливими можливостями, що надаються зовнішнім середовищем.
М. Портер	Стратегічне управління – процес управління з метою здійснення місії організації за допомогою управління взаємодією організації з її оточенням.
М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі	Стратегічне управління – це комплексний план, призначений для того, щоб забезпечити здійснення місії підприємства і досягнення цілей.
А. Томсон	Стратегічне управління – планування дій щодо досягнення мети та заданих показників діяльності підприємства машинобудування.
М. Хемель	Стратегічне управління – це планування та розвиток дій, які мають спосіб розвитку ключових конкурентних переваг підприємства.

Джерело: [3, с. 396; 4, с. 208; 5, с. 213-214; 7, с. 302]

кожному конкретному етапі визначає те, що має робити організація в теперішньому часі, щоб досягти своїх цілей у майбутньому, беручи до уваги те, що оточення та умови роботи організації будуть змінюватися. Ці проблеми часто виникають внаслідок впливу численних зовнішніх чинників. Для контролю за їх впливом необхідно організувати постійний моніторинг зовнішнього середовища, що є найважливішою умовою ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Стратегічне управління сьогодні фокусується на всіх виробничих заходах, це дає змогу досить чутливо реагувати на запити споживачів, а також своєчасно здійснювати зміни на підприємстві, які задовольняють виклики ринку. Все це дає підприємству можливість досягти певних конкурентних переваг, що, в свою чергу, дає можливість вижити і досягти поставлених цілей.

Виділяють три види стратегічного управління:

- управління на основі екстраполяції, тобто довгострокове планування, але в умовах невисокого ступеня нестабільності підприємства;
- управління на основі передбачуваних змін, тобто вибирається стратегічна позиція за середнього ступеня нестабільності;
- управління з гнучкими експертними рішеннями, тобто відбувається відбір стратегічних завдань та управління в умовах стратегічних несподіванок. Цей вид застосовується в умовах нестабільної економіки [1].

Щодо підходів до стратегічного управління, то розрізняють:

- одноосібний підхід. Керівник є головним стратегом, за яким закріплюється вирішальний голос під час прийняття рішень;
- делегований підхід;
- підхід, який побудований на співробітництві. Керівник використовує допомогу майбутніх ключових виконавців завдань;
- конкурентний підхід. Формування стратегій відбувається за допомогою підлеглих, які в майбутньому є виконавцями.

Завданням стратегічного управління є побудова сучасної системи управління підприємством яка дасть змогу визначити місію та цілі підприємства машинобудування, спираючись на зовнішній та внутрішній стратегічний потенціал [2, с. 272].

Ефективність стратегічного управління залежить від дотримання процесу його здійснення, що має вісім основних етапів:

1. Керівник визначає орієнтацію та напрями виробництва підприємства машинобудування і формує бачення його розвитку.

2. На другому етапі встановлюються конкретні цілі підприємства в короткостроковому та довгостроковому періодах.

3. Розробляється оцінка та аналіз зовнішнього середовища.

4. Визначаються сильні та слабкі сторони підприємства порівняно з конкурентами.

5. Визначаються стратегічні можливості виробничих потужностей та альтернативи їх розвитку.

6. Відбувається розроблення стратегічного плану для досягнення бажаних результатів

7. Реалізація та виконання обраної стратегії.

8. Аналіз рівня досягнутих поставлених цілей та розгляд нових напрямів розвитку.

Підсумовуючи вищесказане, можна узагальнити такі особливості стратегічного управління:

1. Стратегічне управління впроваджується відповідно до цілей підприємства.
2. Під час стратегічного управління велика увага приділяється конкурентному середовищу.
3. Стратегічне управління поєднує в собі основні засади бізнесу та менеджменту.
4. Стратегічне управління забезпечує взаємодію підприємства із зовнішнім середовищем.

Розвиток українського бізнесу має свої вимоги щодо використання певних принципів у розробленні та впровадженні ефективних ділових стратегій на практиці через останні тенденції розвитку глобального бізнесу. Для прискорення розвитку підприємства на зовнішньому та внутрішньому ринках необхідно вміти переоцінити застарілі стратегічні пріоритети, розробити та впровадити підходи, які підштовхнуть до нової потужної економічної системи.

Для того щоб визначити доцільність стратегічного управління, необхідно виділити основні недоліки та переваги цього управління (табл. 2).

Сьогодні ринкові умови поставлені так, що у підприємств немає можливості досягати переваг над конкурентами з приводу комерційних характеристик товару та його просування. Тому необхідно підібрати пріоритети та розробити стратегії, які більше відповідають тенденціям розвитку ситуації на ринку та найкращим чином використовувати сильні сторони підприємства. За таких умов можливим вирішенням цієї проблеми є формування та

Переваги та недоліки стратегічного управління

Переваги	Недоліки
Прийняття поточних рішень має зв'язок із майбутніми результатами. Тобто осмислюють рішення та прогнозують наслідки.	Велика втрата часу для розроблення стратегічного плану управління.
Активний пошук альтернативних варіантів, які вплинуть на досягнення цілей.	Стратегічне управління не дає чіткого та детального майбутнього.
Визначаються всі можливості і загрози підприємства, відбувається пошук сильних та слабких сторін діяльності підприємства.	Розрив між стратегічною та поточною діяльністю, сподівання, що наявність стратегії вже забезпечує її здійснення.
Свідоме обґрунтування минулого, теперішнього і майбутнього.	Перевищення очікувань.
Розподіл відповідальності між поточною та майбутньою діяльністю.	Використання застарілих методів та інструментів стратегічного управління.
Спрямованість всієї організації на досягнення цілей.	Стратегічне управління забирає багато часу та вимагає величезних зусиль.
Допомагає керівним органам більш чітко реагувати на зміни та продумувати всі можливі загрози тенденції.	Відсутність чітких часових рамок та термінів.
Об'єднання усіх керівників управління.	Для створення сильного підприємства необхідна система мотивації.

Джерело: [6, с. 60-63]

впровадження ефективної конкурентоспроможної бізнес-моделі підприємства, яка буде приваблювати інвесторів та забезпечувати зростання ринкової вартості компанії. Бізнес-модель повинна бути пристосованою до умов ринкового середовища і до діяльності підприємства.

Виходячи з цього, сьогодні стратегічне управління може розглядатися саме як розроблення, реалізація та подальше управління бізнес-моделлю підприємства [6, с. 60–63].

Стратегічне управління підприємств машинобудування має низку об'єктивних і суб'єктивних проблем, виділимо найголовніші [8; 9, с. 16–17]:

1. Нерозвинені теоретичні та методологічні засади для стратегічного управління.

2. Низькокваліфіковані керівники та персонал організації, незнання сучасних методів або ж невміння їх застосовувати.

3. Відсутність стратегічного бачення технічного розвитку.

4. Негативний досвід стратегічного управління.

5. Нестабільна та невизначена ситуація в країні створює розгублені оцінки майбутніх шансів та загроз.

6. Необхідність залучення додаткових витрат для додаткового персоналу, для організації підрозділу управління.

7. Відсутність мотивації персоналу.

8. Потужне конкурентне середовище.

9. Конфлікт між стороною, яка розробляє стратегію, та стороною, що займається її впровадженням.

Більшість підприємств стикається саме з цими проблемами, оскільки вони є більш розповсюдженими та більш небезпечними для підприємства. Для подолання цих проблем є такі шляхи їх вирішення:

1. Ознайомлення з сучасними методами стратегічного управління.

2. Залучення усіх підсистем підприємства до участі в стратегічному управлінні.

3. Аналіз і вдосконалення стратегічного управління на підприємстві.

4. Проведення семінарів та тренінгів для підвищення кваліфікації персоналу.

5. Розроблення та впровадження нових альтернативних планів.

6. Налагодження зовнішніх і внутрішніх комунікаційних зв'язків.

7. Впровадження мотиваційних заходів для сприяння кращій роботі.

8. Залучення до процесу управління менеджерів та керівників середніх та нижніх ланок.

9. Удосконалення проведення аналітики та маркетингових досліджень.

10. Встановлення часових рамок для виконання завдань.

Основною проблемою для підприємств є економічна ситуація в країні, адже важко говорити про стратегічне управління та будувати довгострокові плани розвитку за теперішньої нестабільної ситуації. Зараз дуже швидко змінюються всі фактори впливу на функціонування підприємств (податкові норми, зміни законодавства, конкурентне середовище, нестабільність валюти), зокрема машинобудівної галузі. Отже, для підприємств сьогодні стратегічне управління відіграє дуже важливу роль і займає ключову позицію в їх майбутньому на ринку [10].

Висновки та напрями подальших досліджень. У цій статті була розкрита сутність стратегічного управління та можливості його застосування на підприємствах машинобудування для забезпечення ефективного існування і розвитку в ринкових умовах. Також було обґрунтовано необхідність упровадження стратегічного управління підприємством, розглянуто наявні системи управління підприємством та виділено основні шляхи покращення стратегічного управління на підприємствах машинобудування.

Сьогодні Україна характеризується нестабільною ситуацією на ринку, великою кількістю нових політичних рішень та законодавчих актів, а також зростанням агресивності навколишнього середовища. За таких умов необхідне застосування технологій стратегічного управління на вітчизняних підприємствах. Для розвитку стратегічного управління необхідно здійснювати низку нововведень у визначених підсистемах (управ-

ління, планування, організація виробництва), таких як: упровадження прогресивної технології, модернізація основних фондів, підвищення рівня підготовки кадрів, залучення новітніх форм управління персоналу, раціоналізація виробничих витрат. На державному рівні

необхідно сприяти залученню національного капіталу в інноваційну діяльність вітчизняних підприємств та створити систему ефективного стратегічного менеджменту, що забезпечило би планомірний процес технічного розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Войченко Т. Особливості стратегічного управління в Україні. URL: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8IajAOKUTYJ:www.maritime.kiev.ua/uploads/Jurnal/2\(14\)/93.doc+&cd=11&hl=ru&ct=clnk&gl=ua](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:8IajAOKUTYJ:www.maritime.kiev.ua/uploads/Jurnal/2(14)/93.doc+&cd=11&hl=ru&ct=clnk&gl=ua) (дата звернення 30.03.2018).
2. Дикань В.Л., Зубенко В.О., Маковоз О.В., Токмакова І.В., Шраменко О.В. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2013. 272 с.
3. Василенко В.О., Ткаченко Т.І. Стратегічне управління: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2013. 396 с.
4. Забродська Л.Д. Стратегічне управління: реалізація стратегії: навч. посібн. для студ. екон. спец. Харків: Консул, 2010. 208 с.
5. Мельник Л.М. Функції і завдання системи управління операційними бізнес-процесами виробничого. Збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів «Актуальні задачі сучасних технологій» (Тернопіль, 25-26 листопада 2015 р.). Тернопіль: ТНТУ, 2015. Т. 2. С. 213–214.
6. Завальнюк В.В. Корпоративна стратегія управління підприємствами машинобудування. Реформування економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва: зб. тез наук. робіт учасників Всеукр. наук.-практ. конференції (Одеса, 22-23 липня 2016 р.). Одеса: ЦЕДР, 2016. С. 60–63.
7. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: монографія. Київ: Вид-во КНТЕУ, 2009. 302 с.
8. Перевозчикова Н.О. Особливості формування стратегії розвитку машинобудівних підприємств. Наукові праці Донецького національного технічного університету. Сер. : Економічна. 2014. № 5. С. 130–137. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdntu_ekon_2014_5_23 (дата звернення 28.03.2018).
9. Кашуба Я.М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва. Економіка та держава. 2011. № 9. С. 16–17.
10. Ліпец Ю.В. Впровадження стратегічного управління на підприємствах України як прогресивного напрямку їх розвитку. URL: <http://ipdo.kiev.ua/files/articles/but4.pdf> (дата звернення 28.03.2018).

УДК 339.138:659.1.013

Скригун Н.П.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри маркетингу,

Національний університет харчових технологій

Метейко В.О.,

студентка,

Національний університет харчових технологій

АРХЕТИПИ ТА СТЕРЕОТИПИ В МАРКЕТИНГУ

Скригун Н.П., Метейко В.О. Архетипи та стереотипи в маркетингу. У статті розглянуто сутність архетипів і стереотипів та їхню роль у маркетинговій діяльності підприємства, зокрема, під час створення брендів. Виділено роль архетипів та стереотипів бренду щодо споживачів. Узагальнено види архетипів та стереотипів задля підвищення результативності управління ними. З метою формування успішного бренду проаналізовано та показано відмінність між архетипами та стереотипами. Розглянуто практику застосування архетипів та стереотипів відомими брендами. Систематизовано основні архетипи та узагальнено їхні головні функції в житті споживачів. Встановлено вплив архетипів та стереотипів на рівень свідомості під час здійснення купівлі товарів.

Ключові слова: архетип, стереотип, брендинг, споживач, маркетинг.

Скригун Н.П., Метейко В.О. Архетипы и стереотипы в маркетинге. В статье рассмотрена сущность архетипов, стереотипов и их роль в маркетинговой деятельности предприятия, в частности, при создании брендов. Определена роль архетипов и стереотипов бренда по отношению к потребителям. Обобщены виды архетипов и стереотипов с целью повышения результативности управления ими. С целью формирования успешного бренда проанализированы и показаны различия между архетипами и стереотипами. Рассмотрена практика применения архетипов и стереотипов известными брендами. Систематизированы основные архетипы и обобщены их основные функции в жизни потребителей. Установлено влияние архетипов и стереотипов на уровень сознания при осуществлении покупки товаров.

Ключевые слова: архетип, стереотип, брендинг, потребитель, маркетинг.

Skrygun N., Meteyko V. Archetypes and stereotypes in marketing. The essence of archetypes and stereotypes, and their role in marketing activities of the enterprise, in particular, in the creation of brands is considered in the article. The role of archetypes and brand stereotypes in relation to consumers is determined. The types of archetypes and stereotypes for improving their productivity and management is generalized. In order to form a successful brand, the distinction between archetypes and stereotypes is analyzed and shown. The practice of applying archetypes and stereotypes to known brands is considered. The basic archetypes are systematized and generalized their main functions in the life of consumers. The influence of archetypes and stereotypes on the level of consciousness during the purchase of goods is established.

Key words: archetype, stereotype, branding, consumer, marketing.

Постановка проблеми. Соціально-економічні зміни в суспільстві супроводжуються певними трансформаціями базових цінностей, тому вибудовування та підтримання бренда як осередку не лише функціональних характеристик товару, а й цінностей набуває в таких умовах особливої актуальності. Аби ефективно вибудовувати бренд, управляти ним, необхідно вільно володіти візуальними та вербальними мовами архетипів та стереотипів. Розуміння архетипів та стереотипів дає можливість результативно використовувати їх під час побудови марочних комунікацій, здійснювати непомітний вплив на свідомість споживачів задля досягнення поставлених маркетингових цілей.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вже досить багато часу науковці приділяють увагу архетипам та стереотипам під час побудови бренду. Дослідження та рекомендації про архетипи та стереотипи були широко висвітлені у працях Д. Аакера, В. Даниленко, О. Донченко, С. Коптева, Л. Пашко, І. Пендикової, О. Романенко, В. Шедякова, К.Г. Юнга та інших. Однак за всієї значущості отриманих наукових результатів окремі питання потребують подальшого дослідження. Зокрема, актуальним залишається питання розроблення рекомендацій щодо визначення та реалізації ефективної стратегії для бренду на основі дослідження поведінки споживачів з урахуванням архетипів та стереотипів.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення ролі архетипів та стереотипів у маркетингу задля формування у споживачів бажання регулярної підсвідомої взаємодії з брендом.

Виклад основного матеріалу. Бренди стали частиною повсякденного життя, вони супроводжують на робочих місцях, стають орієнтирами на місцевості. Відомі бренди стають символами, позначаючи не просто корпорації, а й цілі культури. Вибір конкретного товару або марки визначається індивідуальним бажанням споживача, а пряме звернення до цього бажання в маркетингових комунікаціях – заповітна мрія маркетолога.

Традиційно вивчення загальних форм, навколо яких організовуються індивідуальні бажання і розуміння, здійснюють задля звернення до універсальних структур людської психіки, відповідно до яких визначаються всі психічні процеси: відчуття, сприйняття, увага, пам'ять, емоційні переживання, мислення тощо. Це шлях вивчення архетипів з метою практичного використання для цілей реклами, маркетингу та брендингу. На думку вченого К. Юнга, «архетипи – суспільні за своєю сутністю зразки та форми, що визначаються практично по всьому світі як складники міфів та водночас є продукцією індивідуального несвідомого

походження» [7]. Поняття архетипів було запозичене Юнгом із класичних джерел, включаючи Цицерона, Плінія та Августина. Адольф Бастіан називав їх «елементарними ідеями». На санскриті вони називаються «суб'єктивно відомими формами», а в Австралії відомі як «вічні форми Мрії» [7].

Товари притягують та утримують увагу споживачів тому, що втілюють собою архетип. Віддавна ритуали обмивання завжди означали певне фізичне очищення. Наприклад, мило ТМ “Palmolive” запозичує ідеї саме з цього джерела. “Palmolive” – це не просто про те, щоб стати чистим, це певне оновлення. “Palmolive” не просто асоціюється з чистотою, а її втілює.

Базові архетипи цілком узгоджуються з теорією «піраміди потреб» Абрахама Маслоу та основними соціальними мотивами, що їх досліджували Девід Мак-Клеллланд і Хайнц Хекхаузен. Пірсон та Марк висловили кожен напрям за допомогою трьох основних архетипів, їх відповідність рівням потреб та базовим соціальним мотивами представлено в табл. 1.

Сам Юнг стверджував, що «архетипів рівно стільки, скільки є типових життєвих ситуацій» [7]. У своїх роботах він докладно описав близько десятка архетипів. Занадто велика кількість використовуваних архетипів ускладнює можливість їх практичного застосування і, відповідно, знижує їх розрізняльну здатність та силу впливу з боку потенційних споживачів. Юнг зазначав, що «архетипи є досить повним відображенням потреби людей в певній інформації» [7]. Це дало змогу описати набір базових архетипів як поєднання видів сприйняття та психологічних установок. Тобто, вивчаючи архетипну основу успішних марок, було виділено головні архетипи, які найбільш часто використовуються в сучасній комерційній діяльності. У табл. 2 перераховано основні архетипи та узагальнено їхні головні функції в житті людей, а також наведені як приклади провідні бренди, які експлуатують відповідний образ.

1. Творець. Він бере на себе функцію новатора, винаходить нові товари, нові виробничі процеси, нові організаційні структури та підходи. Творець піклується не про те, щоб вписатися в суспільство, а про те, щоб знайти спосіб самовираження. Справжня творчість вимагає свободи та розуму. Як правило, творець нестерпно ставиться до сірих товарів масового виробництва. Творець розглядає товар як спосіб продемонструвати свій власний смак та цінності.

2. Дбайливий – альтруїст, який рухається співчуттям, ніжністю та самоствердженням, спрямованими на те, щоб допомагати іншим, хоча і схильний до мученицької поведінки. Бренди створені, аби піклуватися про свою аудиторію. Подібні компанії позиціонують себе як такі, яким можна довіряти [13].

Таблиця 1

Види архетипів

Рівень потреб по А. Маслоу	Базові соціальні мотиви за Д. Мак-Клелландом і Х. Хекхаузенем	Архетипічні бренди за К. Пірсоном і М. Марком
Самоактуалізація	-	Шукач Дитина Мудрець
Визнання	Досягнення	Герой Бунтар Маг
Належність і любов	Афіліація	Славний малий Коханець Шут
Безпека	Влада	Дбайливий Творець Правитель

Джерело: складено авторами на основі [6, 5, 7, 2, 10]

Таблиця 2

Приклади архетипів та їхніх головних функцій в житті людей

Архетипи	Функції	Бренди-приклади
Творець	Створювати щось нове	Lego
Дбайливий	Піклуватися про інших	Johnson & Johnson
Правитель	Здійснювати контроль	Mercedes
Шут	Приємно проводити час	Old Spice
Славний малий	Бути в порядку	IKEA
Коханець	Шукати і дарувати любов	Victoria's Secret
Герой	Діяти сміливо	Nike
Бунтар	Порушувати правила	Harley-Davidson
Маг	Здійснювати перетворення	Apple
Дитина	Зберігати або оновлювати віру	McDonalds
Шукач	Відстоювати незалежність	Red Bull
Мудрець	Розуміти цей світ	Google

Джерело: складено авторами на основі [6, 5, 7, 10]

3. Правитель – це лідер, який встановлює в основному тільки правила своєї гри. Він потребує підтвердження свого статусу та ексклюзивності. Бренд, який позиціонує себе навколо цього архетипу, означає те, що він пропонує своїй аудиторії купити не просто продукцію, а статус, символ, атрибут та владу. Якщо демонструвати його оточуючому, ніхто не засумнівається в лідерських якостях власника.

4. «Шут» – це той, хто не викликає негативну реакцію, кажучи навіть саму неприємну правду, адже робить це жартома. Він імпульсивний, енергійний та веселий, який виступає проти всіх правил. Це бренд, який намагається зробити життя покупця дещо простішим [10].

5. Архетип «Славний малий». Для цього архетипу важливе щастя та душевна рівновага. Він не хоче виділятися або відрізнятися. І його найбільша мотивація – бути прийнятим суспільством таким, яким він є. Такі бренди орієнтовані на аудиторію, яка віддає перевагу простоті та зрозумілим речам для повсякденного життя [3].

6. Архетип «Коханець» має сильну енергію, пристрасть та потребує глибоких відчуттів. Але цей архетип може бути ідеалістичним романтиком, який сумує за ідеальним коханням.

7. Архетип «Герой» схожий на «Шукача» та «Бунтаря», з тією лише різницею, що «Герой» насправді ніколи не хотів бути «Героєм», але несправедливість

у цьому світі змусила його знайти в собі мужність та сміливість, аби стати героєм-рятівником [13].

8. «Бунтар» – це повстанець, який порушує правила для того, щоб звільнити свою справжню сутність. «Бунтар» йде врозріз із канонами та обмеженнями, які створює суспільство [10].

9. «Маг» – розумний та інтелектуальний архетип. Його здібності іноді здаються надприродними. Він може зробити неможливе можливим. Бренди-маги вміло конвертують свої передові знання в інновації.

10. Архетип «Дитина» вбачає красу в тому, що інші навіть не помічають. Він живе в гармонії зі своєю внутрішнім світом та знаходить позитивні риси в усьому. Цей архетип із цікавістю вивчає нові товари та послуги, адже для нього це своєрідна гра, в якій головним призом є нові враження.

11. «Шукач» – найсміливіший архетип. Індивідуаліст, але любить кидати виклик самому собі, аби відшукати свою справжню сутність. Шукач орієнтований на пошуки кращого світу. Бренди-шукачі пропонують своїй аудиторії відкрити в собі дух пригод [13].

12. Архетип «Мудрець» – гуманіст, який вірить у силу людства. Представники цього архетипу схильні до пізнання, їх приваблює вивчення речей. А головна їх мотивація – робити світ кращим [3].

Отже, головною перевагою архетипу в брендингу є те, що завдяки наявності у нього певних конкретних

рис та особливостей він точно може передати головне призначення та місію бренду.

Інший бік у брендингу – стереотипи. У 20-х роках минулого століття одним із перших учених, який використовував саме слово «стереотип» щодо явища психології, став журналіст Уолтер Ліппман. Стереотип із погляду «змісту» – фрагмент картини світу, яка є у свідомості. Це певний образ-уявлення та ментальна «картинка», яка зумовлена національно-культурною специфікою уяви про предмет або ситуацію. Відмінна ознака стереотипу полягає в тому, що він починає діяти ще до того, як це зрозуміє розум [8].

Маркетинговий стереотип – це певне уявлення організації про саму себе та про своє призначення, цілі, конкуренцію та продукцію. До маркетингових стереотипів належать типові твердження, які приймаються на віру без критичного аналізу. Наприклад, прийнято вважати, що розширення асортименту приводить до «розпорошення» бренду, що посуд – це товар для домогосподарок, головний фактор конкурентоспроможності – низька ціна товару. Ці та інші стереотипи впливають на вибір маркетингових цілей. У табл. 3 подано різні види стереотипів (за У. Ліппманом).

Соціальний та індивідуальний стереотип – це певна сукупність стійких уявлень, які складаються на основі особистого досвіду та на рівні свідомості. Соціальні ще формуються за допомогою різних потоків та джерел інформації.

Стереотипи поведінки визначають комунікативну поведінку в тій чи іншій ситуації та зберігаються у свідомості у вигляді штампів, які виступають у ролі канону, диктуючи певну поведінку.

Стереотипи свідомості – ідеальний стереотип мислення, єдиний для всіх, який буде виражений сприйняттям істини як еталона всього. Свідомість не рівняє всіх людей, адже відмінністю буде саме індивідуальність, риси характеру, темперамент тощо.

Джерелом формування стереотипів є особистий досвід людини та вироблені суспільством норми [9]. Наприклад, реклама – це насамперед ідеологічний

«конструктор», що вибудовує систему життєвих цінностей: соціальних, моральних, сімейних. З їхньою допомогою і відбувається мотивація споживача, яка спрямована на придбання товару.

Досить часто використовують стереотипи для чоловіків та жінок, певні образи та моделі поведінки, а тому в рекламі споживач упізнає саме себе. Характерними особливостями для таких повідомлень є прагнення до стереотипного зображення рис аудиторії. Реклама наполегливо встановлює коди жіночності та мужності, наочно демонструючи, як повинні вести себе люди обох статей. У табл. 4 стисло представлено приклади стереотипів того, які риси для чоловіків та жінок здебільшого використовують у рекламі.

Здавалося би, що примітивні образи вже відійшли у минуле. Однак справа зовсім не в стандартному мисленні рекламистів. Рекламні ролики лише відображають настрої в суспільстві. Тому часто буває так, що сам товар мало кого цікавить. Люди купують той спосіб життя, який побачили на екрані. Руйнуючи стереотипи, рекламодавець може зробити свою маркетингову політику більш ефективною, та найскладніше при цьому – виявити стереотип, поставити під сумнів традиційний погляд на речі. Стереотип повинен бути зрозумілим та вивченим. Переосмисленню стереотипів завжди передують велика аналітична робота та елементи творчості, водночас для забезпечення ефективної маркетингової діяльності фахівцям необхідні певні знання психології. Початкову ідею повинна подавати, а в подальшому і розвивати особа, яка є найбільш близькою до конкретного архетипу, що його планують використати під час створення рекламного звернення.

Висновки з проведеного дослідження. Основна відмінність стереотипу від архетипу полягає в тому, що стереотип – звичне, стандартизоване та загальноприйняте поняття та образ, який встановився вже багато років тому. Більшість споживачів не хочуть постійно вибирати. Споживач хоче один раз здійснити вибір, а потім слідувати своїй звичці, поки з якихось причин не розчарується в товарі. Покупець

Таблиця 3

Види стереотипів

Автор	Види стереотипів	Характеристика стереотипу
Уолтер Ліппман	Індивідуальність	Сформовані в результаті власного досвіду
	Соціальність	Висловлюють уявлення про цілу групу людей
	Поведінка	Регулярно повторювана поведінка
	Свідомість	Фіксовані ідеальним уявленням ціннісно-нормативної системи

Джерело: складено на основі [8,9]

Таблиця 4

Стереотипні риси характеру жінок та чоловіків у рекламі

	Риси	Бренд	Опис
Жінки	Хазяйновитість	Містер Пропер	Швидке прибирання
	Сексуальність	Schwarzkopf	Підкорити чоловіків
	Незнання	Фейрі	Допоможе тільки один товар
	Рішучість	Danone	Досягти цілі
Чоловіки	Бізнесмен	Audi	Представлення вищого класу
	Спортсмен	МКЦ	Відмінна фізична форма
	Спокусник	Paco Rabbane	В оточенні жінок
	Пияка	Чернігівське	Як весело провести час

Джерело: складено авторами на основі [7, 9, 8, 1]

дає навколишньому світу оцінки, формує стереотипи, а потім користується ними. Аби стереотип сформувався, потрібно, щоб із брендом була пов'язана тільки одна ідея. Якщо кожного разу бренд асоціюється та пов'язується з різними ідеями, то вплив вже потрібно здійснювати саме на архетип. Архетипи – універсальні та закладені в соціальній свідомості речі, які спонукають кожного споживача ставитися до ситуації своїм чином. Архетипи можуть себе взагалі не

проявляти або ж висловлювати себе тільки за певних умов. Архетипи являють собою образ та модель мислення певної людини, а стереотипи в основному нав'язуються суспільством.

Деякі з архетипів мають важливе значення, за рахунок чого формується ставлення індивіда до життя. Саме більш докладне вивчення людської психології даватиме маркетологам змогу привертати увагу цільової аудиторії до рекламованих товарів.

Список використаних джерел:

1. Аакер Д.А. Создание сильных брендов / Д.Аакер. М.: Издательский дом Гребенникова, 2007. 340 с.
2. Даниленко В. Стереотип, монотип, архетип у культурних моделях / В. Даниленко // Слово і Час. 1994. № 1. С. 55–59.
3. Донченко О. Архетипи соціального життя і політика (Глибинні регулятиви психополітичного повсякдення) [монографія] / Олена Донченко, Юрій Романенко. К.: Либідь, 2001. 334 с.
4. Человечный маркетинг/ С.А. Коптев, Н. Кларк и др. М.: Медиадом, 2008. 184 с.
5. Пашко Л.А. До проблеми усвідомлення сучасної сутності управлінської культури / Л.А. Пашко // Менеджер. Вісник Донецького державного університету управління. 2009. № 2(40). Донецьк. С. 122–129.
6. Пендикова И.Г. Архетип и символ в рекламе: учеб. пособие / И.Г. Пендикова, Л.С. Ракитина; под ред. Л.М. Дмитриевой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 303 с.
7. Юнг К. Душа и миф. Шесть архетипов / К. Юнг. М.: Харвест, 2004. 496 с.
8. Архетипы брендов сегментация бизнеса. URL: <http://art-pobeda.com/arhetipyi-brendov-segmentatsiya-biznesa>
9. Використання стереотипів та архетипів в рекламі. URL: <https://www.psycho.ru/library/3837>
10. Гендерные стереотипы в брендинге. URL: <http://punk-you.ru/blog/newsletter/gendernye-stereotypy-v-brendinge/>
11. Примеры стереотипов в рекламе. URL: http://www.eso-online.ru/kollekciya_reklamy/udachnye_primery_reklamy_skoro/stereotypy_reklamy/
12. Психологічна сигментація: сила архетипів в маркетингу. URL: <https://b-hub.club/psychografichna-sygmentatsiya-syla-arhetypiv-v-marketyngu/>
13. Функції міфів у державному управлінні. URL: [http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/\(13\)/83c9b001-8b64-451c-967d-bf6b6c22c647.pdf](http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/(13)/83c9b001-8b64-451c-967d-bf6b6c22c647.pdf)

УДК 658:336

Фокіна-Мезенцева К.В.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри бізнес-економіки,
Київський національний університет технологій та дизайну

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ МІНЛИВОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Фокіна-Мезенцева К.В. Аналіз проблем оцінки ефективності систем менеджменту якості підприємств в умовах мінливого економічного середовища. У статті розглянута проблематика оцінки ефективності систем менеджменту якості на сучасних підприємствах.

Ключові слова: менеджмент якості, операційна ефективність, системна ефективність, види аудиту, системи рейтингів якості, опції систем менеджменту, відповідальність керівництва, системний аналіз.

Фокина-Мезенцева Е.В. Анализ проблем оценки эффективности систем менеджмента качества предприятий в условиях быстро меняющейся экономической среды. В статье рассмотрена проблематика оценки эффективности систем менеджмента качества на современных предприятиях.

Ключевые слова: менеджмент качества, операционная эффективность, системная эффективность, виды аудита, системы рейтингов качества, функции систем менеджмента, ответственность руководства, системный анализ.

Fokina-Mezentseva E.V. Analysis of the problems of assessing the effectiveness of the quality management systems of enterprises in a rapidly changing economic environment. The article considers the problems of assessing the effectiveness of quality management systems in modern enterprises.

Key words: quality management, operating efficiency, system efficiency, types of audit system quality ratings, functions, management systems, management responsibility, system analysis.

Постановка проблеми: Аналіз проблеми оцінки ефективності СМЯ підприємств дає змогу стверджувати, що в науковому обігу відсутній уніфікований підхід до вирішення питання результативності й ефективності не тільки менеджменту, але і СМЯ компаній. У полі зору актуальності цієї проблеми знаходиться і відсутність регламентації порядку і змісту оцінки результативності й ефективності СМЯ, у науковій літературі відбувається жвава дискусія з питань розроблення практичних методів оцінки ефективності функціонування СМЯ. При цьому дослідники переважно вказують на необхідність активної участі вищого керівництва в процесі оцінювання, а також акцентують увагу на пріоритетності ролі керівництва компанії в досягненні цілей з якості та реалізації стратегії якості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці становлення менеджменту якості присвячені праці А. Адлера, Е. Джакуса, П. Друкера, В. Кунде, М. Армстронга, Р. Акоффа, Т. Діла, А. Кеннеді, В. Оучі, В. Сате, Д. Елдріджа, А. Кромбі, Е. Шейна, Г. Моргана, Е. Брауна, С. Мішона, П. Штерна, Н. Леметра та інших.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виявлення специфічних характерних ознак сучасних корпоративних культур підприємств України. Додатково здійснено дослідження з метою огляду створених типологій культур організацій.

Виклад основного матеріалу. В економіці ефективність – це відношення між наслідком і причиною, результатом і витратами, тобто ефектом і необхідними для його досягнення витратами. Згідно з тлумачним словником, термін «ефективність» має три значення. По-перше, ефективність – це грамотне і компетентне виконання власних обов'язків; по-друге – відношення отриманого ефекту до витрат у грошовому, часовому і іншому вираженні; по-третє – відношення енергетичних витрат до отриманої сили впливу.

С. Роббінз і М. Коултер під показником ефективності розуміють співвідношення між обсягами виробництва і введеними ресурсами, тобто здатність досягати максимального виходу продукту за мінімальних витрат введених ресурсів.

У роботі П.Е. Горінова автор оперує такими поняттями ефективності, як:

- managerial effectiveness – «системна» ефективність;
- management efficiency – «операційна» ефективність.

Системна ефективність залежить від того, наскільки раціонально організовано управління – від складу і кількості ланок, їх підпорядкованості, розподілу функцій.

Операційна ефективність – співвідношення між результатами управлінської діяльності і витраченими зусиллями, насамперед визначається діловими якостями менеджерів і тим, наскільки раціонально використовується їх потенціал.

Згідно з «Економічним словником», ефективність – це відносний ефект, результативність процесу, операції, проекту, що визначається як відношення ефекту, результату до витрат, що зумовили забезпечення його отримання.

«Вікіпедія» також розглядає поняття «економічна і бюджетна ефективність».

Економічна ефективність – результативність економічної системи, що виражається у відношенні корисних кінцевих результатів її функціонування до витрачених ресурсів.

Бюджетна ефективність – це відносний показник ефекту для бюджету в результаті здійснення державної функції, реалізації програми, інвестиційного проекту, що визначається як відношення отриманого бюджетом результату до витрат, що зумовили забезпечення його отримання.

В.В. Томілов вказує, що ефективність є порівняльною оцінкою результату діяльності, що відображає не тільки її можливість до забезпечення економічного зростання, але і здатність стимулювати прогресивні структурно-якісні зміни.

В.Я. Белобрагін виділяє такі основні групи концепцій ефективності, як:

- перша – ототожнення ефективності виробництва і виробничої суспільної праці;
- друга ефективність суспільного виробництва як категорія відображає результативність виробництва і вимірюється відношенням результату до витрат;
- третя ефективність – це результативність певної суспільно-економічної форми господарювання, якість господарювання кожної формації;
- четверта ефективність – ступінь реалізації можливостей економіки.

В.Я. Белобрагін пропонує розглядати ефективність із позиції політекономічного підходу як якість господарювання, властивого кожній економічній формації, і з позиції конкретно-економічного підходу – як співвідношення результатів і витрат.

Згідно зі стандартом ISO 9000 ефективність – це зв'язок між досягнутим результатом і використаними ресурсами.

Розвиток ідей менеджменту якості дає змогу по-новому поглянути на проблему результативності та ефективності не лише менеджменту підприємств, але і системи менеджменту якості – системи менеджменту для керівництва та управління організацією стосовно якості.

Слід зазначити, що сьогодні не розроблено загальної методики оцінки ефективності СМЯ, як наслідок, кожне підприємство індивідуально вирішує цю проблему. Оцінка ефективності СМЯ описана в стандартах ISO 9000 у вигляді зовнішнього і внутрішнього аудиту, вимог вимірювання, аналізу, самооцінки, коригувальних і попереджуючих дій, зворотного зв'язку із споживачами, безперервного поліпшення діяльності, яке передбачає оцінку залученості в ці процеси керівництва підприємства, що значно ускладнює цю проблему.

Проведені на підприємстві внутрішні перевірки якості підтверджують відповідність або виявляють невідповідність процесів, процедур, організаційної структури і ресурсів вимогам системи якості підприємства. Однак вони лише малою мірою можуть оцінити ефективність їхнього функціонування або використання, оскільки внутрішні перевірки якості проводяться періодично, вибірково за окремим елементом системи якості та підрозділу. Як наслідок, вони не можуть забезпечити постійної, системної оцінки ефективності функціонування елементів системи якості та системи загалом.

Таким чином, оцінка ефективності СМЯ підприємств є системною, організаційною проблемою, що має значне народногосподарське значення для забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств і включає вивчення підходів до оцінки ефек-

тивності менеджменту підприємств і ефективності системи якості компанії.

Залежно від цілей можна виділити такі основні способи (форми) оцінки СМЯ українськими підприємствами:

1) Аудити СМЯ

Аудити застосовуються для оцінки результативності СМЯ і визначення можливостей їх покращення, ступеня виконання вимог до СМЯ, виявлення невідповідностей у системі та пошуку всіх причин виявлених невідповідностей з наступним проведенням коригувальних заходів.

При цьому розрізняють внутрішні аудити та зовнішні аудити. Нормативною основою для аудиту є стандарти ISO на СМЯ та відповідна документація організації.

Зовнішній аудит включає в себе перевірки, зазвичай названі «аудитом другою стороною», які проводяться зацікавленими в діяльності організації сторонами, наприклад, споживачами або іншими особами від їх імені. До зовнішнього аудиту відноситься й «аудит третьою стороною», який проводиться органом, що визнається незалежним від першої і другої сторін у розглянутому процесі.

Внутрішній аудит (аудит, який проводиться першою стороною) проводиться зазвичай самою організацією для внутрішніх цілей. Незалежність внутрішнього аудиту може бути продемонстрована звільненням від відповідальності за довірену діяльність. Внутрішній аудит як постійна діяльність у СМЯ складається з конкретних аудитів, здійснюються в межах визначених завдань.

2) Аналіз із боку керівництва

Одне із завдань вищого керівництва – проведення регулярного систематичного оцінювання придатності, адекватності, ефективності і результативності СМЯ з урахуванням політики і цілей у сфері якості. Цей аналіз може включати в себе розгляд необхідності адаптування політики та цілей у сфері якості у відповідь на зміну потреб і очікувань зацікавлених сторін.

Оцінювання зрілості СМЯ може здійснюватися за допомогою:

- самооцінки;
- на основі міжнародних систем рейтингів якості;
- збалансованої системи показників;
- стандартів з оцінки систем менеджменту, запропонованих японськими фахівцями;
- діагностичної самооцінки.

2.1 Самооцінка – це всебічне оцінювання, результатом якого є думка чи судження про результативність і ефективність організації. Мета самооцінки полягає в наданні рекомендацій організації, які засновані на фактах, що стосуються областей застосування ресурсів для поліпшення її діяльності. Самооцінка може бути корисною під час вимірювання досягнень порівняно з цілями, а також для повторної оцінки постійної відповідності цим цілям. Зараз є багато моделей самооцінки організацій за критеріями СМЯ. Найбільш широко визнаними та застосовуваними моделями є моделі національних і регіональних премій із якості, що вважаються також моделями досконалості організацій.

Метод самооцінки забезпечує простий і легкий у застосуванні спосіб дослідження рівня розвитку (зрі-

лості) СМЯ організації та визначення основних напрямів для поліпшення.

Самооцінка може проводитися на відповідність стандарту ISO 9004. Конкретні особливості методу самооцінки за ISO 9004 такі:

- він може застосовуватися до всієї СМЯ або її частини, або до будь-якого процесу;
- застосовуватися до організації загалом або її частини;
- без особливих труднощів використовуватися багатопрофільною групою або одним працівником організації за підтримки вищого керівництва;
- сформувати вхідні дані для всебічного процесу самооцінки системи менеджменту;
- визначити і полегшити розстановку пріоритетів і можливостей для покращення;
- сприяти розвитку СМЯ і досягненню рівня світового класу.

ISO 9004 передбачено, що під час проведення самооцінки рівня розвитку (зрілості) СМЯ загалом її частин і процесів може бути встановлено таке:

- систематичний підхід відсутній, немає результатів, результати слабкі або непередбачувані (оцінка – 1 бал);
- систематичний підхід має реактивний характер, тобто спрямований на виправлення, корекцію, ліквідацію, а не на попередження та профілактику (оцінка – 2 бали).

2.2 Міжнародні системи рейтингів якості:

- рейтингова система Det Norske Veritas (DNV);
- міжнародна система рейтингу якості (International Quality Rating System – IQRS).

За результатами цих оцінок підприємство-клієнт відносять до одного з п'яти можливих рівнів зрілості систем менеджменту. Далі вступає в силу система певних пільг під час проведення аудиту – збільшення міжнаглядового періоду, скорочення обсягу нагляду тощо. На жаль, ця система недостатньо поширена в Україні, хоча є позитивні відгуки деяких міжнародних компаній, що застосовують цю рейтингову систему на практиці. До її плюсів можна віднести те, що вона містить елементи оцінки внутрішньої та зовнішньої ситуації, базується на концепції TQM. До мінусів – обмеженість оцінки, в основному вимог, що ставляться до систем менеджменту в стандартах ISO серії 9000.

2.3 Збалансована система показників (Balanced ScoreCard).

Переваги цієї системи полягають у тому, що вона є системою оцінки поточної діяльності і охоплює основні напрями діяльності компаній; до недоліків можна віднести її поширення не на всю систему внутрішньо-фірмового менеджменту. Наприклад, вона не охоплює процесу відносин із суспільством, постачальниками, конкурентами, відсутній в явному вигляді елемент зовнішньої оцінки ситуації.

2.4 Стандарти за оцінкою систем менеджменту, запропоновані японськими фахівцями. TR Q 0005 «Системи менеджменту якості. Керівні вказівки щодо сталого розвитку» і TR Q 0006 «Системи менеджменту якості. Керівні вказівки для самооцінки».

2.5 Діагностична самооцінка. Оцінка спрямована на поліпшення діяльності підприємства. Мета – виявлення недоліків організації та їх причин. Це основний інструмент для вдосконалення, невід'ємна частина

циклу PDCA. Він є широко поширеним методом безперервного покращення якості, який має і другу назву – «цикл Демінга». Для отримання точних діагностичних характеристик самооцінка повинна:

- спиратися на модель, яка найкращим чином характеризує організацію: хоча вимір рівня ділової досконалості для порівняння вимагає «стандартної» моделі, для діагностики потрібна модель більш «індивідуальна»;
- використовувати методику, яка відштовхується від результатів, щоб потім у процесах і системних факторах організації шукати причину слабкості (а також відзначати сильні сторони), що впливають з результатів – розрив у показниках. Діагноз завжди йде від ознак до причин, від результатів – до організаційних причин цих результатів.

У МС ISO серії 9000 провідна роль вищого керівництва в менеджменті якості розглядається насамперед як лідерство і відповідальність керівника. Він забезпечує єдність мети та напрямів діяльності організації, створює і підтримує внутрішнє середовище, в якому персонал буде повністю залучений в виробничу діяльність організації. Як правило, на підприємствах, де забезпечується необхідна якість управління, вище керівництво займає лідируюче місце, володіє знаннями і методами «вітчизняного менеджменту».

З урахуванням цієї обставини слід вказати на такі підходи до оцінки якості менеджменту, що впливає на ефективність СМЯ підприємства:

- функціональна модель оцінки менеджменту для вдосконалення системи управління (Д. Маслов, П. Ватсон, Н. Чилеце);
- методика оцінки управлінської доданої вартості (корпоративна методика «Соні»);
- комплексна рейтингова оцінка якості системи управління підприємством (А. Свірін);
- позиційна діагностика систем управління (В. Машкін);
- система оцінки якості менеджменту промислового підприємства (В. Степанова);
- методика самооцінки рівня управління на промислових підприємствах (Р. Акмаєва).

Слід зазначити, що під час формування показників оцінки результативності та ефективності СМЯ конкретної організації необхідно попередньо відповісти на запитання:

- які цілі були поставлені під час розроблення СМЯ;

- які проблеми вирішуються за допомогою діючої системи якості.

У ISO 9004 цілі організації в узагальненому типовому вигляді сформульовані таким чином:

- визначення та задоволення потреб і очікувань споживачів та інших зацікавлених сторін (працівників організації, постачальників, власників, суспільства), забезпечення переваг у конкурентній боротьбі та здійснення цього результативно та ефективно;
- досягнення, підтримання і підвищення ефективності та можливостей організації загалом.

Спираючись на вищезазначене, на основі праць із проблем оцінки результативності та ефективності СМЯ підприємств можна дійти таких висновків.

Висновки.

1) Процеси оцінки результативності та ефективності СМЯ підприємств є сферою відповідальності керівництва компанії, оскільки залежать від використання політики і цілей у сфер якості; результатів аудитів; аналізу даних; коригувальних і попереджуючих дій; аналізу з боку керівництва.

2) Підвищення результативності СМЯ означає планову діяльність із забезпечення того, щоб СМЯ продовжувала залишатися результативною під час постановки більш високих цілей у сфері якості, що ініціює виділення такого процесу групи «Відповідальність керівництва» СМЯ підприємства, як «Планування СМЯ».

3) Підвищення результативності СМЯ підприємства пов'язане з вирішенням питання низького ступеня вимірності результативності процесів менеджменту СМЯ.

4) Під час вдосконалення методології оцінки результативності СМЯ слід враховувати взаємозалежність підвищення результативності СМЯ і конкурентоздатності підприємства. Актуальність проблеми підтверджується тим, що реалізація на підприємствах «філософії якості» висуває нові вимоги до керівництва підприємств, до його компетентності і відповідальності за питання якості.

Таким чином, очевидним і актуальним для вирішення досліджуваного питання стає системний аналіз наявних підходів до оцінки ефективності менеджменту підприємств та ефективності СМЯ з метою усунення характерної для більшості українських підприємств, які сертифікували СМЯ за стандартами ISO 9000, проблеми інтеграції СМЯ і системи менеджменту, а також підвищення відповідальності керівництва за розвиток СМЯ.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю – Основні положення та словник. URL: <http://omul.org/info/dstu/file/gost2905.html>
2. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю – Вимоги. URL: <http://omul.org/info/dstu/file/gost2908.html>
3. ДСТУ ISO 9004-2001. Системи управління якістю – Настанови щодо поліпшення діяльності. URL: <http://omul.org/info/dstu/file/gost2909.html>
4. Багаутдинова Н.К. Формирование системы менеджмента качества / Н.К. Багаутдинова // Проблемы теории и практики управления. 2006. № 1. С. 17–21.
5. Ольдерогге Н. Менеджмент четвертого поколения: современная концепция менеджмента / Н. Ольдерогге // Менеджмент. 2008. № 11–12. С. 62–65.
6. Пономарьова О.С. Шляхи гармонізації вітчизняної практики управління якістю з міжнародними стандартами / О.С. Пономарьова // Економіка, фінанси, право. 2008. № 5. С. 14–16.
7. Ребрин Ю.И. Управление качеством / Ю.И. Ребрин. Т. : Изд-во ТРТУ, 2004. 142 с.
8. Сіменко І.В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика : монографія / І.В. Сіменко. Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. 393 с.

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 339.138

Єрешко А.І.,
аспірант кафедри маркетингу,
Одеський національний економічний університет
Сотніков Ю.М.,
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Одеський національний економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ОНЛАЙН-ДОСЛІДЖЕНЬ В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНУ

Єрешко А.І., Сотніков Ю.М. Перспективи використання маркетингових онлайн-досліджень в інноваційному розвитку економіки регіону. У статті розглянуто особливості використання маркетингових онлайн-досліджень в діяльності вітчизняних підприємств. Визначено інформаційно-комунікаційні технології, використання яких на практиці дасть змогу здійснювати аналітичне дослідження регіональних ринків, оцінювати їх маркетингову привабливість на ринку України. Обґрунтовано доцільність застосування маркетингових онлайн-досліджень в маркетинговій діяльності. Продемонстровано особливості використання маркетингових онлайн-досліджень як інструментів інноваційного розвитку економіки регіону.

Ключові слова: маркетингові онлайн-дослідження, інформаційно-комунікаційні технології, інноваційний розвиток, регіональний ринок.

Єрешко А.И., Сотников Ю.Н. Перспективы использования маркетинговых онлайн-исследований в инновационном развитии экономики региона. В статье рассмотрены особенности использования маркетинговых онлайн-исследований в деятельности отечественных предприятий. Определены информационно-коммуникационные технологии, использование которых на практике позволит осуществлять аналитическое исследование региональных рынков, оценивать их маркетинговую привлекательность на рынке Украины. Обоснована целесообразность применения маркетинговых онлайн-исследований в маркетинговой деятельности. Продемонстрированы особенности использования маркетинговых онлайн-исследований как инструментов в инновационном развитии экономики региона.

Ключевые слова: маркетинговые онлайн-исследования, информационно-коммуникационные технологии, инновационное развитие, региональный рынок.

Yereshko A.I., Sotnikov Yu.M. Prospects of online marketing research in the innovative development of the regional economy. In the article features of use of marketing online researches in activity of the domestic enterprises are considered. Information and communication technologies are determined, the use of which in practice will allow carrying out analytical research of regional markets, to evaluate their marketing attractiveness in the Ukrainian market. The expediency of application of marketing online researches in marketing activity is grounded. The features of the use of online marketing research as tools in the innovative development of the region's economy are demonstrated.

Key words: online marketing research, information and communication technologies, innovative development, regional market.

Постановка проблеми. Складність і нестабільність маркетингового середовища вітчизняних підприємств, мінливість кон'юнктури ринку змушують підприємців шукати нові сфери та перспективні напрями розвитку діяльності на ринку. Нині посилюється значущість маркетингових онлайн-досліджень під час реалізації перспективних проєктів за рахунок активізації та раціоналізації діяльності підприємств на регіональних ринках. Активізація діяльності підприємств на регіональних ринках потребує проведення систематичних маркетингових онлайн-досліджень для визначення

потенційних можливостей створення стійких конкурентних переваг для подальшого інноваційного розвитку економіки регіону.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість сучасних публікацій присвячена оперативному рівню використання маркетингових досліджень. Проблемою маркетингових досліджень займалися Г. Картер, Ф. Котлер, Н. Малхотра, С. Міллер, Р. Морріс, А.Л. Кістерський, А.І. Кредісов, М.М. Мазурина, В.Ф. Онищенко, В.Н. Парсяк, А.І. Рогач, К. Рогов, Е. Ромат, В.Р. Сіденко та інші вчені.

Нині проблема інноваційного розвитку економіки регіону потребує активізації діяльності підприємств, отже, спонукає до інформаційно-аналітичної підтримки вітчизняних підприємств під час здійснення аналізу процесів на регіональних ринках. Вищезазначені умови посилюють необхідність використання маркетингових онлайн-досліджень в діяльності підприємств.

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у виявленні можливостей використання маркетингових онлайн-досліджень як рухомої сили інноваційного розвитку економіки регіону.

Виклад основного матеріалу. На етапі формування ринкової економіки механізм управління економікою регіону формувалася стихійно, переважно емпіричним шляхом та без належного теоретичного обґрунтування. Мало місце запізнювання у зміні структур регіонального управління по відношенню до мінливих об'єктів управління, здебільшого відсутній системний підхід, змінювалися лише окремі складові в системах управління, тоді як системна трансформація об'єкта управління передбачає трансформацію інших елементів системи.

Аналіз та об'єктивна оцінка результатів управління регіоном, співвіднесення їх з потребами, інтересами та цілями дають змогу виявити ступінь задоволення цих потреб, доцільність і ефективність управління, актуальність розроблених рішень і раціональність діяльності. Отже, механізм формування та реалізації управління може бути виражений через взаємозв'язок таких суспільних явищ, як потреби, інтереси, цілі, рішення, дії, результати. [4, с. 17; 7, с. 132].

Центральне місце в системі методів впливу на процес регіонального розвитку належить економічним методам. Обумовлене це тим, що самі відносини управління визначаються перш за все економічними відносинами та лежать в їх основі, спираючись на потреби людини.

Щоби задовольнити потребу та інтерес людини, яка буде виконувати роль споживача, разом з іншими споживачами реалізовувати свою купівельну можливість, роблячи свій внесок в економічну стабільність регіону, його подальший розвиток, потрібно використовувати маркетингові дослідження.

Без проведення маркетингових досліджень будь-яке рішення з просування товарів та послуг компанії, що здійснює свою діяльність на території певного регіону, стає недоцільним. Маркетингові дослідження здатні допомогти і на етапі створення компанії, і в разі виведення на ринок нового товару або під час формування ціни на послугу або товар. Без них не обійтися і під час аналізування активності компанії або конкурентів регіону, а також зміни ринкового середовища.

Ключовим видом досліджень, що дає змогу визначити весь комплекс факторів, якими споживачі керуються під час вибору товару, є дослідження споживачів. Об'єктами дослідження можуть виступати як індивідуальні споживачі, сім'ї, домашні господарства (B2C), так і організації (B2B). В ході дослідження аналізуються мотивація поведінки споживача, забезпеченість товарами, процеси та умови задоволення споживчих запитів. Метою дослідження ринку споживачів є сегментування споживачів, можливість формування пропозиції для кожного сегменту, максимальне задоволення споживача, що

в результаті не може не позначитися на зростанні обсягу продажів [6, с. 82].

Світовий ринок маркетингових досліджень бурхливо зростає. Згідно з даними European Society of Marketing Research Professionals (ESOMAR) тільки за останні 20 років минулого століття він збільшився майже в 150 разів. Дослідники невтомно розповідають замовникам про переваги онлайн-методів. На руку їм грає і криза, що вибухнула, коли «питання ціни» набуває першорядної важливості. Але поки що частка онлайн-методів в Україні значно поступається світовим лідерам. Компанії, що пропонують проведення маркетингових онлайн-досліджень на ринку України, активно прагнуть скоротити відставання та відповідати «світовим стандартам», використовуючи для цього різні бізнес-моделі.

Серед наявних компаній, що здійснюють маркетингові онлайн-дослідження на території України, значну частку займають “GfK Ukraine”, “AS Nilsen”, “TNS Ukraine”. Детальніше розглянемо напрями діяльності цих компаній, проблеми, які вони вирішують, інструментарій, який вони використовують, щоби підтвердити або спростувати ефективність використання запропонованих ними послуг для інноваційного розвитку економіки регіону.

Компанія “GfK Ukraine” спеціалізується на проведенні маркетингових досліджень всією територією України, а також в Білорусі та Молдові. Співробітники компанії об'єднані в чотири дослідні відділи: Custom Research (Дослідження «на замовлення»), Consumer Scan (Панель домашніх господарств), Retail and Technology (Панель товарів тривалого користування), Media (Панель вимірювання ТВ-аудиторії). “GfK Ukraine” має 25 регіональних представництв. Власна незалежна мережа інтерв'юєрів та супервайзерів включає більше 600 співробітників по всій Україні. У компанії накопичений досвід маркетингових досліджень в таких напрямках:

- оцінка споживання та ставлення до продукту;
- інформація про звички та поведінку споживачів по відношенню до продукту/групи продуктів;
- тестування/виведення на ринок продукту, концепту, упаковки та ціни;
- вибір кращого продукту/поліпшення вже наявного;
- маркетингові стратегії;
- безперервне спостереження за конкретним сегментом ринку, тенденціями та змінами на ринку;
- регулярний контроль над ефективністю реклами тощо.

Всі дослідження, згідно з інформацією компанії, виконуються відповідно до міжнародних норм проведення маркетингових та соціологічних досліджень ICC/ESOMAR. Київський та Львівський офіси повністю обладнані для проведення якісних досліджень (включаючи приміщення з одностороннім дзеркалом). Спостереження за фокус-групами, які проводяться в інших містах, здійснюється за допомогою відеоапаратури.

“GfK Ukraine” входить в “GfK Group”, тобто одну з найбільших міжнародних компаній, що пропонують послуги в галузі маркетингових досліджень. Її центральний офіс розташований в Нюрнберзі (Німеччина). GfK розшифровується як Gesellschaft für Konsumforschung (Товариство з вивчення споживача).

Спеціальний відділ GFK в тісній співпраці з університетом міста Ерлґен постійно працює над створенням нових інструментів для дослідження товарів та послуг протягом їх життєвого циклу.

Річний оборот “GFK Group” перевищує 1 млрд. євро. У більш ніж 130 компаніях в 63 країнах світу працює більше 7 тис. фахівців. У всіх компаніях групи робота ведеться в п’яти основних напрямках: Custom Research (Ad Hoc), Consumer Scan, Retail&Technology Audit (Non-Food Tracking), Healthcare і Media&Internet Research [1].

Так, в рамках Ad Hoc клієнтам пропонуються ексклюзивні дослідження, що поєднують кількісні та якісні методи, а також використовують брендові розробки компанії. Єдина координація дає змогу проводити в усіх країнах дослідження, що спираються на однакові підходи та уніфікований інструментарій.

Retail&Technology Audit є панеллю роздрібних торгових точок електротоварів, інформація з яких збирається та обробляється в спеціальному пакеті програм. Цей підхід є комплексним, патент на нього належить “GFK”.

Consumer Scan – панель домашніх господарств, які щодня надають відомості про своїх покупки. Дані дають змогу робити висновки про обсяги споживання та про динаміку споживчої поведінки, яку неможливо відстежити в панелях іншого типу.

Media Research у своєму розпорядженні має устаткування для вимірювання телевізійної аудиторії в 7 країнах (більше 16 000 домогосподарств), а саме Швейцарії, Німеччині, Австрії, Нідерландах, Бельгії, Франції та Україні.

Більш масштабною є компанія “AS Nielsen”, що надає дані та маркетингову інформацію, зі штаб-квартирою у США. У 2016 році Американська асоціація маркетингу присудила “AS Nielsen” перше місце в списку топ-50 маркетингових компаній США.

“AS Nielsen” – провідна незалежна глобальна компанія, яка проводить маркетингові вимірювання в індустрії товарів повсякденного попиту та дослідження споживачів. Присутня більш ніж у 100 країнах світу, в яких проживають 90% населення Землі і які виробляють 90% глобального ВВП. “AS Nielsen” надає клієнтам повноцінне бачення того, «що споживачі дивляться» (контент, рекламні ролики) і «що споживачі купують» (категорії, бренди, продукти), а також допомагає їм виявити, як одне впливає на інше.

У деяких країнах світу, наприклад США, “AS Nielsen” відома перш за все своїми ТВ-рейтингами, однак цей напрям складає приблизно одну чверть бізнесу компанії. Звітність компанії структурується за двома напрямками бізнесу: «що споживачі дивляться» (медіавимірний та аналітика) і «що споживачі купують» (вимір обсягів роздрібних продажів та аналітика).

Зрештою, компанія “AS Nielsen” надає клієнтам дані та інструменти вимірювання й поліпшення бізнес-результатів.

Ключовим напрямом роботи компанії в Україні є вимір продажів продуктів харчування та товарів повсякденного попиту (рітейл-аудит). В рамках практик «Інновації», «Ефективність маркетингу», «Мобільний сайт» компанія надає консультаційні послуги в галузі успішного запуску нових продуктів, оцінки результативності повного циклу маркетингу та про-

дажів, включаючи вимір ефективності реклами, маркетинг-міксу, асортименту, простору in-store, цінових стратегій, програм лояльності рітейлерів тощо [2].

“TNS Ukraine” – мережева маркетингова агенція, що входить до складу провідної світової групи компаній “TNS” зі штаб-квартирою в Лондоні.

Україна – одна із 70 країн, де діють компанії групи “TNS”. За розміром річного обігу “TNS” посідає перше місце в Європі і друге у світі серед дослідницьких компаній. Представництва групи вважаються лідерами ринку маркетингових досліджень в таких країнах, як Великобританія, Франція, Нідерланди, Іспанія, Фінляндія, Норвегія, Данія.

“TNS Ukraine” надає повний комплекс маркетингових послуг шляхом збору, аналізу й обробки інформації з використанням сучасних технологій. Серед завдань, що вирішуються “TNS Ukraine”, слід назвати моделювання ринку, дослідження задоволеності споживачів, розробку нової марки, тестування продукту, назви, упаковки та реклами, дослідження іміджу та корпоративного клімату.

Серед сфер, охоплених дослідженнями “TNS Ukraine”, слід назвати автомобільну та харчову промисловість, охорону здоров’я, фармакологію, інформаційні технології, телекомунікації, промислове виробництво, роздрібну торгівлю, медіа, Інтернет, фінансову й банківську діяльність. Крім проєктів, які виконуються на замовлення клієнтів, “TNS Ukraine” проводить постійні дослідження за власною ініціативою за власні кошти. Серед них слід назвати «Омнібус» (щомісячні опитування міського та сільського населення України на найрізноманітніші теми; вибір теми клієнт може зробити сам); “Marketing&Media Index” (дослідження споживчих переваг, медіа-переваг, стилю життя, психографія міських жителів України), “Radio Diary” (безперервне вивчення аудиторій київських радіостанцій), “CATI Mobile Index” (вивчення ринку мобільного зв’язку).

У своїй діяльності “TNS Ukraine” дотримується головних міжнародних маркетингових стандартів, а саме “ESOMAR” і “Gallup International Association”, а також стандартів якості маркетингових досліджень Української асоціації маркетингу.

Компанія “TNS Ukraine” створена у 2002 році шляхом об’єднання двох українських маркетингових агентств, а саме “SOCIS” і “MMI Ukraine”. Компанія “SOCIS” увійшла до складу групи компаній “TNS” у 1999 році, а “MMI Ukraine” – у 2001 році [3].

Усі вищезазвані компанії мають за мету дослідження поведінки споживачів певного сегменту ринку або ринку загалом шляхом видалення підозрілих інтерв’ю або таких, що не пройшли контроль, перекодування очевидно помилкових відповідей, зважування масиву респондентів до заданих пропорцій вибірки та виправлення помилок програмування за допомогою галузевих стандартів серії ISO, а також створення та представлення стандартизованих даних для подальшого прийняття потрібних маркетингових рішень.

Як можна побачити, маркетингові онлайн-дослідження відкривають перед підприємством можливість ефективно організувати зворотний зв’язок зі споживачем та оперативно вивчити поточний попит, а також гнучко змінювати власні маркетингові плани та рекламні проєкти відповідно до безперервно змінюва-

ної економічної ситуації. Крім того, саме вони є незамінним інструментом для видобутку великої кількості свіжої інформації, багаторазово перевершуючи інші традиційні засоби, що притаманно Четвертій промисловій революції, де потрібна саме швидко оброблювана інформація та передана безпосередньо до ПК, які одразу реагують на поведінку споживача, задовольняючи його попит.

Саме через те, що Інтернет стає основним каналом комунікації зі споживачем, а онлайн-дослідження – основним інструментом розвитку регіонального ринку для зміни управлінської спрямованості, пріоритетів та підприємницької поведінки суб'єктів ринку, виникає необхідність дослідження його як інноваційного елементу [5, с. 91].

Висновки. Регіональний ринок, який має сприятливі умови для ведення діяльності українських підприємств, потрапляє в перелік потенційних ринків продажу. Логічно, що ця процедура передбачає сегментування та вибір цільового сегменту ринку, позиціонування продукту на ринку, а ринкова концентрація визначається низкою факторів, що залежать від властивостей товару й самого ринку.

На вибір ринку, а саме економічно розвинуеного, впливають як раціональні критерії, що базуються на достовірній об'єктивній інформації, так і нерациональні. Наслідки прийнятих рішень прямо зачіпають інтереси підприємств, а ризик є настільки значним, що фахівці підприємств мають уникати непередуманих рішень. Проблема інноваційного розвитку економіки

регіону може бути вирішена за допомогою здійснення маркетингових онлайн-досліджень, адже вони постають як прогресивний та новітній підхід до досліджень поведінки споживача, хоча мають певні неминучі обмеження на сучасному українському ринку.

Переваги цього підходу, такі як оптимізація процесу збору даних, широкі можливості для створення анкет та можливості швидкого охоплення великих цільових груп, є затребуваними українським ринком вже зараз. Водночас деякі обмеження онлайн-опитувань, пов'язані з репрезентативністю даних, залишаються обмежуючим фактором для нашої країни через низький рівень проникнення Інтернету. За цих умов провести широкомасштабні дослідження, репрезентативні для території всієї країни, практично неможливо за допомогою Інтернету, проте дослідження певних цільових груп з комерційними цілями, зокрема тестування рекламних кампаній, упаковки продуктів, сприйняття бренду, є можливими та високоєфективними. Користування Інтернетом в Україні збільшується надзвичайно високими темпами, що означає подальше успішне поширення онлайн-опитувань як сучасного дослідницького методу.

Вітчизняні підприємства отримують можливість здійснювати оцінювання економічного середовища на кожному ринку, систематично досліджувати попит, вивчати обмеження та перешкоди, інтерпретувати результати та визначати перспективи розвитку не тільки своєї діяльності, але й ринку, на який вони будуть орієнтовані.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт компанії "GfK Ukraine". URL: <http://www.gfk.com/uk-ua>.
2. Офіційний сайт компанії "AS Nielsen". URL: www.nielsen.com/ua/uk.html.
3. Офіційний сайт компанії "TNS Ukraine". URL: file.liga.net/company/2081-tns_ukraine.html.
4. Анохин Е.В. История и организация рынка маркетинговых исследований. Экономика и предпринимательство. 2015. № 1.
5. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Маркетинг рекламы. Москва: Форум, 2009. 144 с.
6. Вишин Ф.Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. Москва: ЭКСМО, 2010. 126 с.
7. Евдокимов Н.В. Раскрутка Web-сайтов. Эффективная интернет-коммерция. Киев: Вильямс, 2008. 160 с.
8. Малхотра Н.К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. Москва: Вильямс, 2007.
9. Хенсон У. Интернет-маркетинг. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 327 с.

Ковальов Д.В.,кандидат сільськогосподарських наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії та аналізу,
*Херсонський державний аграрний університет***Самайчук С.І.,**кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економічної теорії та аналізу,
Херсонський державний аграрний університет

ПРОГНОЗНІ ПАРАМЕТРИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ЗАСАДАХ

Ковальов Д.В., Самайчук С.І. Прогнозні параметри економічної ефективності сільськогосподарських підприємств Херсонської області на інноваційно-інвестиційних засадах. Стаття присвячена дослідженню сучасного інноваційного та інвестиційного забезпечення ефективної діяльності аграрних формувань. Здійснено аналіз основних факторів, які стримують розвиток інноваційно-інвестиційного забезпечення сільськогосподарських підприємств. Розглянуто основні напрями інноваційно-інвестиційного розвитку сільськогосподарського виробництва. Визначено прогнозні параметри ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств Херсонської області.

Ключові слова: інвестиції, інновації, ефективність, сільськогосподарське підприємство.

Ковалев Д.В., Самайчук С.И. Прогнозируемые параметры экономической эффективности сельскохозяйственных предприятий Херсонской области на инновационно-инвестиционных основах. Статья посвящена исследованию современного инновационного и инвестиционного обеспечения эффективной деятельности аграрных формирований. Осуществлен анализ основных факторов, которые сдерживают развитие инновационно-инвестиционного обеспечения сельскохозяйственных предприятий. Рассмотрены основные направления инновационно-инвестиционного развития сельскохозяйственного производства. Определены прогнозируемые параметры ресурсного потенциала сельскохозяйственных предприятий Херсонской области.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, эффективность, сельскохозяйственное предприятие.

Kovalyov D.V., Samaichuk S.I. Forecast indexes of economic efficiency of agricultural enterprises of the Kherson region on innovation-investment basics. The article deals with innovative and investment activity providing for the effective agrarian formations' performance. The analysis of the main reasons, constraining the development of innovation and investment provision of agricultural enterprises, is carried out. The main directions of innovation and investment development of agricultural production are considered. The forecast indexes of resource potential of agricultural enterprises of Kherson region are determined.

Key words: investment, innovation, efficiency, agricultural enterprise.

Постановка проблеми. Сільське господарство є однією з пріоритетних та основних галузей вітчизняної економіки. У нинішніх надзвичайно складних економічних умовах лише сільськогосподарське виробництво демонструвало певну позитивну динаміку та забезпечувало збільшення експортного потенціалу держави. Однак подальше економічне зростання та суттєве підвищення ефективності виробничої та інвестиційної діяльності в сільському господарстві можливі лише за умови індустріалізації підприємств галузі, переходу на інноваційну модель розвитку через модернізацію та техніко-технологічне переозброєння сільськогосподарського виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання теоретичних та практичних засад інноваційно-інвестиційного забезпечення ефективної діяльності сільськогосподарських підприємств стали предметом дослідження багатьох вчених-економістів [1; 2; 3; 4; 5; 7]. Водночас з урахуванням численних досліджень

науковців питання активізації інноваційної та інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств залишаються актуальними та потребують подальшого аналізу.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є розгляд окремих аспектів інноваційно-інвестиційних можливостей сільськогосподарських підприємств Херсонської області, надання комплексної характеристики її сучасного стану.

Виклад основного матеріалу. Слабка інноваційно-інвестиційна активність сільськогосподарських підприємств зумовлена високим комерційним ризиком вкладення коштів в інноваційну сферу, необхідністю великих фінансових витрат, тривалим терміном окупності, недосконалістю правового забезпечення науково-технічної діяльності. Ситуація погіршується ще й тим, що сьогодні немає достатнього підґрунтя для стимулювання широкого впровадження у сільськогосподарське виробництво організаційно-економічних та

техніко-технологічних інновацій, фінансова та фінансово-кредитна політика є недосконалою, відсутня спеціалізована інфраструктура ресурсного забезпечення аграрного виробництва та його інноваційно-інвестиційної діяльності [2; 4].

До того ж низька інноваційно-інвестиційна активність сільськогосподарських підприємств зумовлена відсутністю платоспроможного попиту на науково-технічну та наукоємну продукцію у зв'язку з їх незадовільним фінансово-економічним становищем, незначними обсягами бюджетного фінансування, дискримінаційними умовами доступу до кредитних ресурсів банків. Слабкою ланкою в розвитку інноваційно-інвестиційних процесів у сільськогосподарському виробництві також є нерозвиненість ринку інноваційної продукції, відсутність ефективного організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю, а особливо малих та середніх підприємств галузі [5; 7].

Ще однією проблемою є те, що не всі науково-технічні та дослідно-конструкторські розробки доводяться до рівня наукової продукції, яка повністю готова до впровадження та ефективного застосування у сільськогосподарському виробництві. Сьогодні в аграрній інноваційній сфері відсутні організаційно-економічні структури, у компетенцію яких входить вивчення ринку інноваційної продукції та наявного попиту на

неї. Слабкою ланкою інноваційної діяльності у сільському господарстві є те, що багато відібраних для реалізації інноваційно-інвестиційних проектів сільськогосподарських підприємств не проходять відповідної техніко-технологічної, будівельної, екологічної та економічної експертизи [1; 3].

Для кожного регіону основні напрями інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств і галузей сільського господарства уточнюються з урахуванням рівня розвитку науково-технічного прогресу та інноваційного потенціалу, регіональної економічної специфіки та особливостей здійснення сільськогосподарської діяльності, наявності, а також рівня розвитку виробничої та фінансово-кредитної інфраструктури, розвитку інтеграційних процесів тощо.

З огляду на таке розуміння визначено основні напрями інноваційно-інвестиційного розвитку сільськогосподарських підприємств Херсонської області (табл. 1).

Реалізація зазначених напрямів передбачає створення регіонального аграрно-інноваційного центру, який консолідує функції впровадження інновацій та є частиною інноваційної підсистеми цілісного господарського механізму в аграрному секторі економіки.

Розробка прогнозних параметрів економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств Херсонської області здійснена шляхом засто-

Таблиця 1

Основні напрями інноваційно-інвестиційного розвитку сільськогосподарських підприємств Херсонської області

Інновації	Очікувані результати
<i>У рослинництві</i>	
1. Запровадження нових високоврожайних сортів сільськогосподарських культур, стійких до хвороб, створених на основі використання клітинної інженерії, молекулярної генетики та традиційної селекції.	1. Підвищення урожайності сільськогосподарських культур, поліпшення якості продукції рослинництва.
2. Адаптація високопродуктивних сортів сільськогосподарських культур вітчизняної та зарубіжної селекції до ґрунтово-кліматичних умов області.	2. Зниження витрат на впровадження нових високоврожайних культур.
3. Упровадження нових систем землекористування та вологозберігальних технологій.	3. Збереження родючості ґрунтів, підвищення урожайності сільськогосподарських культур.
4. Упровадження технологій "No-till" та "Mini-till".	4. Суттєве зниження витрат на виробництво. Збереження родючості ґрунтів. Покращення екологічного стану області.
5. Упровадження ресурсозберігальних систем машин для комплексної механізації технологічних процесів у землеробстві.	5. Підвищення продуктивності праці, зниження собівартості виконання механізованих робіт.
6. Використання високоефективних біопрепаратів для боротьби з хворобами та шкідниками рослин.	6. Підвищення урожайності та якості продукції.
<i>У тваринництві</i>	
1. Утримання високопродуктивних порід сільськогосподарських тварин.	1. Підвищення продуктивності тварин. Поліпшення порідного складу стада.
2. Адаптація сільськогосподарських тварин вітчизняної та зарубіжної селекції для природно-кліматичних умов області.	2. Зниження витрат на поліпшення порідного складу стада. Підвищення продуктивності тварин.
3. Упровадження безвідходних технологій переробки продукції тваринного походження.	3. Поліпшення асортименту харчової продукції. Зниження витрат на виробництво.
4. Використання нових ресурсозберігаючих систем машин для комплексної механізації технологічних процесів у тваринництві.	4. Підвищення продуктивності праці. Зниження собівартості продукції.
5. Упровадження технічних засобів водопостачання на основі використання поновлюваних природних джерел енергії.	5. Зниження витрат на виробництво тваринницької продукції. Підвищення екологічної безпеки.

Таблиця 2

Прогнозні параметри ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств Херсонської області

Показник	Рік		2019 р. до 2016 р.	
	2016	2019	+/-	%
Площа сільськогосподарських угідь, тис. га	1 969,4	2 028,4	59	103,0
зокрема, площа ріллі, тис. га	1 777,9	1 831,2	53,3	103,0
Рівень розораності землі, %	90,3	90,3	0	100,0
Середньооблікова кількість працівників, ос.	16 653	17 952	1 299	107,8
зокрема, зайнятих у рослинництві	14 318	14 833	515	103,6
у тваринництві	2 335	3 292	957	141,0
Середньорічний фонд заробітної плати, млн. грн.	749,1	1 188	438,9	158,6
зокрема, в рослинництві	659,2	1 015,8	356,6	154,1
в тваринництві	89,9	171,5	81,6	190,8
Середньорічна вартість основних засобів, млн. грн.	34 865,8	46 022,9	11 157,1	132,0
Фондозабезпеченість, тис. грн./га	17,7	22,7	5	128,1
Фондоозброєність, тис. грн./ос.	2 093,7	2 562,7	469	122,4
Ступінь оновлення основних засобів, %	20,2	22,8	2,6	—
Ступінь зносу основних засобів, %	40,3	27,6	-12,7	—

Джерело: розраховано за даними джерела [6]

Таблиця 3

Прогнозні параметри фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств Херсонської області, млн. грн.

Показник	Рік		2019 р. до 2016 р.	
	2016	2019	+/-	%
Виробнича собівартість продукції	7 634,0	8 557,7	923,7	112,1
зокрема, рослинництва	7 002,2	7 737,4	735,2	110,5
тваринництва	631,8	802,4	170,6	127,0
Повна собівартість продукції	7 698,3	8 629,8	931,5	112,1
зокрема, рослинництва	7 112,3	7 823,5	711,2	110,0
тваринництва	586,0	775,9	189,9	132,4
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	11 234,6	15 323,9	4 089,4	136,4
зокрема, рослинництва	10 630,8	14 511,0	3 880,2	136,5
тваринництва	603,8	810,3	206,5	134,2
Прибуток від реалізації продукції	3 536,3	6 351,2	2 814,9	179,6
зокрема, рослинництва	3 518,5	6 322,7	2 804,2	179,7
тваринництва	17,8	29,9	12,1	167,7

Джерело: розраховано за даними джерела [6]

сування розрахунково-конструктивного прийомів та екстраполяції. Обчислення проведені за умови незмінності всіх інших, окрім наведених у таблицях, факторів з урахуванням інфляційного чинника, курсу гривні до інших валют, наявної макроекономічної, соціально-демографічної, екологічної та техніко-технологічної ситуації в країні.

Так, внаслідок вжиття зазначених заходів визначено такі прогнозні параметри ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств Херсонської області (табл. 2).

З даних табл. 2 видно, що у 2019 р. порівняно з 2016 р. площа сільськогосподарських угідь збільшиться на 59 тис. га, або на 3,0%, і становитиме 2 028,4 тис. га. Площа ріллі також зросте, а саме на 53,3 тис. га, або на 3,0%, і складе 1 831,2 тис. га. Таким чином, рівень розораності землі не збільшиться і становитиме 90,3%.

Середньооблікова кількість працівників сільськогосподарських підприємств збільшиться на 1 299 ос., або на 7,8%, і становитиме 17 952 ос. При цьому у галузі рослинництва їх кількість складе 14 833 ос., у

тваринництві – 3 292 ос. Для підвищення рівня матеріального стимулювання персоналу середньорічний фонд заробітної плати збільшиться на 438,9 млн. грн., або на 58,6%, і становитиме 1 188 млн. грн., зокрема в рослинництві він дорівнюватиме 1 015,8 млн. грн., у тваринництві – 171,5 млн. грн.

Щодо величини та придатності до використання основних засобів сільськогосподарських підприємств, то у 2019 р. їх вартість складе 46,1 млрд. грн., що з розрахунку на 1 га площі становитиме 22,7 тис. грн., що на 5 тис. грн., або на 28,1%, більше значення 2016 р., а в розрахунку на 1 працівника – 2 562,7 тис. грн., що на 469 тис. грн., або на 22,4% більше. При цьому через збільшення коефіцієнта оновлення основних засобів із 20,2% до 22,8% ступінь зносу зменшиться на 12,7 відсоткових пункти та становитиме 27,6%.

Покращення ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств у комплексі з наведеними раніше заходами забезпечить нарощування обсягу виробництва продукції рослинного та тваринного походження, а також поліпшення фінансових результатів діяльності (табл. 3).

**Прогнозні параметри рівня рентабельності виробництва продукції
у сільськогосподарських підприємствах, %**

Показник	Рік		2019 р. до 2016 р., +/-
	2016	2019	
Рівень рентабельності виробництва продукції	56,0	89,7	33,7
зокрема, рослинництва	61,5	100,4	39,0
тваринництва	5,4	6,9	1,5
Рівень рентабельності реалізації продукції	45,9	57,3	11,4
зокрема, рослинництва	45,9	61,5	12,0
тваринництва	3,0	4,3	1,3

Джерело: розраховано за даними джерела [6]

Як свідчать дані табл. 3, протягом 2016–2019 рр. у сільськогосподарських підприємствах Херсонської області виробнича собівартість продукції зростає на 0,9 млрд. грн., або на 12,1% і складе 8,5 млрд. грн. Зокрема, в галузі рослинництва вона становитиме 7,7 млрд. грн., у галузі тваринництва – 0,8 млрд. грн. Підвищиться і повна собівартість продукції, а саме на 0,9 млрд. грн. до величини 8,6 млрд. грн.

Внаслідок збільшення суми грошових надходжень на сільськогосподарські підприємства на 4,1 млрд. грн., або на 36,4%, до величини 15,3 млрд. грн. прибуток складе 6,33 млрд. грн., зокрема у рослинництві він становитиме 6,3 млрд. грн., у тваринництві – 0,03 млрд. грн.

Таким чином, підвищиться також рівень рентабельності виробництва продукції у сільськогосподарських підприємствах (табл. 4).

З даних табл. 4 видно, що у 2019 р. порівняно з 2016 р. рівень рентабельності виробництва продукції у сільськогосподарських підприємствах Херсонської області зростає на 33,7 пункти і складе 89,7%. Зокрема, у рослинництві значення показника становитиме 100,4%, що на 39 пунктів вище за рівень 2016 р.; у тваринництві – 6,9%, або на 1,5 відсоткові пункти вище рівня 2016 р.

Висновки. Для підвищення економічної ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств Херсонщини пропонуємо перш за все активізувати інноваційно-інвестиційну діяльність суб'єктів господарювання та вдосконалити їх внутрігосподарські виробничі відносини. Вжиття системи заходів за цими напрямками дасть змогу покращити ресурсний потенціал підприємств, поліпшити фінансові результати їх діяльності та забезпечити підвищення ефективності виробництва продукції як рослинного, так і тваринного походження.

Список використаних джерел:

1. Бояринова К.О., Копішанська К.О. Використання концепції відкритих інновацій як рушія взаємодії локальних інноваційних систем. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 4. С. 16–22.
2. Готра В.В. Сучасний стан та проблеми інноваційного розвитку аграрного сектору України. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 6. С. 89–74.
3. Єрмаков О.Ю., Харченко Г.А. Агропродовольчий потенціал сільськогосподарських підприємств: формування та ефективність використання: монографія. Київ: ЦП «Компринт», 2014. 218 с.
4. Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та ін. Інноваційне забезпечення розвитку сільського господарства України: проблеми та перспективи: монографія. Київ: ННЦ ІАЕ, 2014. 516 с.
5. Лупенко Ю.О. Пріоритетні напрями інноваційної діяльності в аграрній сфері України. Економіка АПК. 2014. № 12. С. 5–11.
6. Основні економічні показники роботи сільськогосподарських підприємств Херсонської області за 2016 рік: статистичний бюлетень.
7. Харченко В.В., Харченко Г.А. Інноваційно-інвестиційне забезпечення формування ресурсного потенціалу сільськогосподарських підприємств: монографія. Київ: ЦП «Компринт», 2015. 264 с.

ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

UDC 338.242

Brin P.V.,Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Senior Lecturer at Department of Management and Taxation,
*National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"***Nehme M.N.,**Postgraduate Student at Department of Management and Taxation,
National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

CORPORATE AND GOVERNMENTAL SOCIAL RESPONSIBILITY: POSSIBLE APPROACHES TO UNEMPLOYMENT REDUCTION

Brin P.V., Nehme M.N. Corporate and governmental social responsibility: possible approaches to unemployment reduction. This article presents a strategic approach to youth unemployment reduction in Lebanon. The approach named as Modern Technical Institute is a tool for developing technical skills through the short-term advanced program (in case of youth it is vocational learning). It is proposed a way of collaboration with industrial sector stakeholders, social policy makers, and government. Implementation of the approach will lead to narrowing the existing gap between the demand and supply in the job market. Innovating social and corporate approaches as MTI would contribute to the economic stability, environmental sustainability, and social development.

Key words: corporate social responsibility, unemployment, education, industry, lifelong learning

Брінь П.В., Нехме М.Н. Корпоративна соціальна відповідальність: можливі підходи до скорочення безробіття. У статті представлений стратегічний підхід до скорочення безробіття серед молоді в Лівані. Запропонований організаційно-методичний підхід під назвою «Сучасний технічний інститут» – це інструмент для розвитку технічних навичок за допомогою короткострокової академічної програми (у разі молоді це професійне навчання). Пропонуються шляхи співпраці із зацікавленими сторонами промислового сектора, особами, що формують соціальну політику, і урядом. Впровадження даного підходу призведе до скорочення існуючого розриву між попитом і пропозицією на ринку праці. Розглянуті інноваційні підходи сприятимуть економічній стабільності, екологічній стійкості та соціальному розвитку.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, безробіття, освіта, промисловість, навчання протягом усього життя

Бринь П.В., Нехме М.Н. Корпоративная социальная ответственность: возможные подходы к сокращению безработицы. В статье представлен стратегический подход к сокращению безработицы среди молодежи в Ливане. Предложенный организационно-методический подход под названием «Современный технический институт» – это инструмент для развития технических навыков посредством краткосрочной академической программы (в случае молодежи это профессиональное обучение). Предлагаются пути сотрудничества с заинтересованными сторонами промышленного сектора, лицами, формирующими социальную политику, и правительством. Внедрение данного подхода приведет к сокращению существующего разрыва между спросом и предложением на рынке труда. Рассмотренные инновационные подходы будут способствовать экономической стабильности, экологической устойчивости и социальному развитию.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, безработица, образование, промышленность, обучение на протяжении всей жизни

The urgency of the research. After the great recession in 2008, the whole world faced a high rate of unemployment; Lebanon is one of the developing countries that have a high rate of unemployment. According to the Trading Economic Centre of Lebanon, the average rate of unemployment during 2016 is 6.8% [1], comparing this rate to the previous one, we realized that it is growing rapidly and some approaches to constrict it must be applied.

The global progress in the international business and technology industry demands a specific employee with high educational skills. One of the major problems that lead to high rate of unemployment in Lebanon is the lack of skilled human capital to satisfy the demand for high-skilled requirements of modern technical industries. There is a sufficient need to innovate new corporate and social projects that take the responsibility of developing the

future human capital in parallel with the rapid business and technological progress.

Actual scientific researchers and issues analysis. The problem of unemployment was investigated by many scientists, the main are Berna Kahraman, Talal Azhari, Ferid Belhaj, and Zafiriz Tzannatos.

Having analysed the problem of unemployment in Lebanon, we discovered that a big part of unemployed people is young people of the age 20 and 24 who have completed their university education [2]. That is why in our research we will deal with the problem of unemployed youth.

Berna Kahraman in her scientific work "Youth Employment and Unemployment in Developing Countries: Macro Challenges with Micro Perspective" noted that the vulnerable position of youth within labour markets may become more solidified as they are often not in the priority of policymakers. But if the unemployment problem is not well addressed, the youth will remain a risk factor for economic and political stability in the developing countries [3].

According to the International Labour Organization, more than 200 million people are globally unemployed today, with the unemployment rate of those under 25 two to three times higher than the average [4]. And with more than 42 million jobs required to be created every year, the report concludes, the jobs gap is getting wider, not narrower, and Lebanon is an example of this situation.

Talal Azhari reports that the unemployment problem in Lebanon is due to the gap in the educational system, which should be adapted to future labour market needs. In Lebanon, there is a surplus of doctors, engineers, and lawyers that the country can hardly absorb, but a lack of specialized skilled workers [5]. He suggests that it is possible to narrow this gap by a vocational training process that should be totally reviewed and restructured in collaboration with the private economic sector. The vocational training process will lead to sufficient skilled labour who can serve the industry market demands.

Ferid Belhaj, the World Bank Middle East director, mentioned that between 1997 and 2009 the gross domestic product expanded at an average rate of 3.7 percent per year, but employment average grew by only 1.1 percent. This problem, which exists because it is difficult for managers to hire skilled stuff, needs to be solved to reduce the unemployment rate. Lebanon needs to create 23,000 jobs per year over the next decade [6]. In the report presented by World Bank in 2013 at the Economic and Social Council in Beirut, it was concluded that a coordinating strategy must be done between investors, skill developers, and social insurance agencies in order to relocate labour from low to high productive activities and expand access of youth to social protection.

Professor Zafiriz Tzannatos concludes from her journal scientific papers about unemployment in Lebanon that "it is vital for the government to dedicate more resources for public education in order to meet the needs of less affluent Lebanese, who face unequal opportunities due to inadequate access to a proper education" [7].

Uninvestigated parts of general matters defining. The majority of the researchers and economic analysts conclude that it is crucial to reduce the unemployment rate in Lebanon by improving the educational system (so it can meet the industrial and technical market demands) through the strategical coordination between the government, investors, and social policymakers. However,

what we need is a real approach to a corporate and social project that will target the collaboration between social policy makers, government, and industrial firms. Nowadays in Lebanon, there is lack of such projects and the gap should be filled.

The research objective. The purpose of this study is to provide corporate social approaches to the reduction of youth unemployment rate in Lebanon through a skilled training program to meet the high requirements of industrial firms.

The statement of basic materials. One of the possible solutions to the mentioned problem is the usage of lifelong learning. This could be done by investing in modern technical and vocational studying programs. This term entered the business analysis project sector due to the advantage in achieving objectives in a way that pleases and motivates economic policies and develops the system of technical education that will gradually reflect the economic growth and social development.

The article aims also to present an educational program named Modern Technical Institute as one of the strategic steps for the Lebanese economy to develop human capital capabilities as a first step and to attract new international industrial and technological investments as a second step. Furthermore, it aims to target the developers of the educational system toward updating of curriculums with the industrial and technological labour market's needs.

The Modern Technical Institute (MTI) presents a proposed framework of a vocational and technical institute that offers modern training program and approach in the educational system of Lebanon. It must remove the existing gap between the industrial and environmental sector needs and the possibilities of high-skilled youth through short-term training (1).

The MTI approach represents the corporate and social approach that should be funded by public stakeholders as governmental organizations and by private stakeholders as investors and industrial firms and corporations.

Providing MTI approach must cover the main following questions, which will be answered by the research:

1 Does the Lebanese vocational and technical educational system satisfy the needs of the industrial and environmental sector?

2 How could the MTI implement modern educational approaches for preparing high skilled technicians?

3 How could the public stakeholder (governmental organizations) support the corporate and social approach as MTI?

4 How could the private stakeholders (industrial firms, environmental corporations, and investors) support the corporate and social approach as MTI?

Concerning the **first question** (Does the Lebanese vocational and technical educational system satisfy the needs of the industrial and environmental sector?)

After a deep investigation and under a qualitative and quantitative data collection method through researches, interviews, and surveys directed to: Sample of fresh graduates from private and public vocational and technical school in Lebanon, Staff members in the Directorate General of Vocational and Technical Education in Lebanon (DGVTE), Researchers in the educational and economic field, members in the Association of Lebanese Industrialists, and managers in industrial and environmental firms, we collect the answers and analyse it as follows.

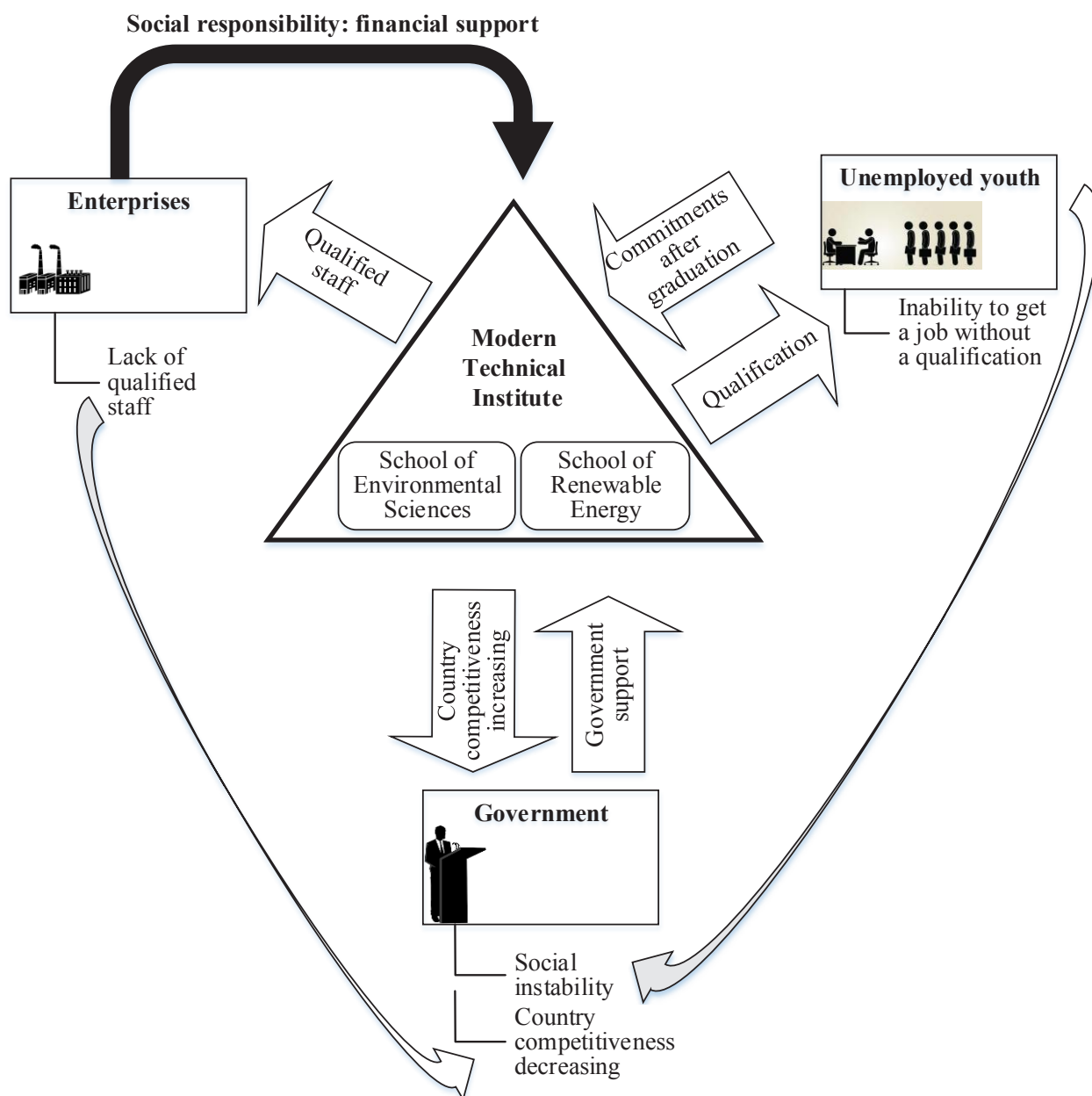


Figure 1. The interrelation between private and public stakeholder with MTI to reduce youth unemployment

According to statistical data we had collected from sample of fresh graduates in Lebanon concerning our question, 60% believed that teaching methods were traditional; also they did not believe that their specialties would contribute to their ambitions since there were no majors in Lebanon that meet their requirements, while 40% believed that the specialty would contribute to their interests. Moreover, 67% of the educational experts pointed that the vocational curriculums in the Lebanese education system did not meet the market labour needs. They elaborated that improving the educational system responsiveness to labour market needs required systemic collaboration between employers and public authorities.

The same question was submitted to 52 staff members in the Directorate General of Vocational and Technical

Education in Lebanon (DGVTE), who serve more close to 100,000 enrolled in vocational and technical education. 90% of them agreed that both private and public vocational schools in Lebanon do not support the students with enough industrial specialized programs. They added that among 371 private vocational schools, almost 70% of it are providing specialized programs, what is called "soft sector" as services sector, hospitality and tourism sector, since those programs required cheap equipment for labs comparing to that required for industrial programs or what is called "hard sector".

Professor Gebran Karam, a researcher in the educational field in Lebanon noted that the Government of Lebanon has decided without much analysis or strategic planning to double the number of public vocational and

technical schools. Those schools were built depending on external donor fund (Arab Union Funds) during the year of 2005, but most of it is waiting until nowadays to be furnished, equipped, and staffed. The relevant authorities have no definitive plans about the educational programs to be offered at these schools, and no allocated budgets have been allocated for it [8].

Professor Charbel Nahas, Minister of Labour in the Lebanese government during the year of 2011 and an economic researcher pointed that the allocated budget spent each year by the Lebanese government on the vocational education is only 10% to 20% from the total budget for the Ministry of Education [9]. This small budget explains the lack of DGVTE in funding strategic plans to create new specialist in the public vocational and technical institutes.

Our question was submitted also to members of the Association of Lebanese Industrialists (ALI). ALI is the main national association of manufacturing companies operating in Lebanon, it deals with both economic and social issues concerning business and seeks to create and maintain an environment, which is favourable to industrial investment, job creation, growth, and development. The members noted that there was a big collaboration between the ALI and the vocational and technical schools in Lebanon, but the problem is that the majority of the graduates are not specialized in the industrial and environment sector. They added that the number of specialties in the vocational institutes must be expanded in order to meet the needs of the industrial and environmental sector.

According to the managers of industrial and environmental firms and companies, they always face problem during the recruitment process, because it is difficult to find efficient workers with long technical experience, so even they wait for a long time to find skilled labour, or they have to hire unskilled labour and train them for a long period of time.

So, all the previous stakeholders clarify that the vocational specialty and components in Lebanon have not yet reached the level of development of industrial and environmental firms. As a result, public and private stakeholders must address the corporate and social responsibilities for solving the high rate of unemployment by an approach like MTI.

Concerning the **second question**: (How could the MTI implement modern educational approaches for preparing high skilled technicians?)

According to the analysed data, we recommend two spheres (we propose to name it as schools) of the modern specialties that such project as MTI can offer to youth, in order to increase their opportunities to be hired by industrial and environmental firms:

- School of Environmental Sciences
- School of Renewable Energy

At the School of Environmental Sciences students will be prepared to work in the ecology sphere and environmental industries such as hazardous waste recycling firms, waste disposal firms, water treatment companies, firms produce environmental tools and equipment as filter machines, greenhouse equipment firms, and landfill and soil treatment companies. The curriculum provided by this school will aware the students toward environmental issues and will teach them practical techniques useful in the environmental sphere. Some of the courses that could be provided at this school are natural resource management, water quality

and irrigation treatment techniques, waste treatment techniques, landscape designs, plumbing courses, and electric courses. Introducing this new type of program in the vocational and technical education in Lebanon is vital for the industrial firms because industries nowadays must adopt environmental production processes to meet the obligatory international standards. ISO 14001 certification is one of the integrated environment standards that Lebanese industries must implement in order to compete in the international markets.

At the School of Renewable Energy, students will be prepared to work in energy and power industries, such as fuel and diesel-electric companies, renewable sun and wind energy companies that provide equipment and maintenance for solar plates and fan turbines. The curriculum provided by this schools aims to trains technicians to undertake the installation and maintenance under the supervision of expert engineers. Renewable energetic industries in Lebanon requires a lot of technicians since its expanding and increasing in a rapid way, especially after the deficit of the Public Lebanese Electricity Company to provide electricity 24 hours for the whole country.

The specialties provided by the Environmental School and the Renewable Energy School are flexible for various job vacancies in public and private sectors, with the ability to adopt the required knowledge needed for students to build a successful career, from curriculum advisors and experts, who have long experience in the developed countries.

Concerning the **third question** of how the public stakeholder (governmental organizations) could support the corporate and social approach as MTI?

The government must enhance the social and corporate approaches that reduce the unemployment rate. It could create an official department in the Ministry of Labour, which connects unemployed youth with the available job vacancies in various companies. Another approach is to accelerate the licensing process of projects and programs as Modern Technical Institutions. Moreover, the government could offer tax discount in the industrial sphere, for firms who sponsor MTI, or for firms that have a commitment toward corporate and social responsibility programs. A clear governmental agenda for enhancing corporate and social approaches will attract new investments to the country and will create new job opportunities. It is very beneficial for the government to coordinate with other governments who had long experience in dealing with high unemployment rates. Job exhibitions could be done by the federal government for promoting occupational guidance for students. In addition, MTI or similar approaches could operate under the sponsorship of Ministry of Education, Ministry of Labour, Ministry of Industry, and Ministry of Environment. Mouhammed Adel concludes from his scientific papers toward the public policies that: “The Federal government can reallocate a half of the wasteful military expenditure to the civilian economy by spending more funds on education, infrastructure, and training centres for enhancing workers’ skills. The government could spend funds for colleges and universities for innovating new products and technology. Furthermore, it could cut taxes on domestic investors in real economic activities such as the real estate and the manufacturing sectors” [10] In our case, the government could make a financial deal with the central bank and private banks to offer an educational loan

with low-interest rates for students who will enrol in MTI or similar training programs.

Concerning the **fourth question** of how the private stakeholders could support the corporate and social approach as MTI?

The private stakeholders may include industrial firms, environmental corporation, unions, and non-governmental organizations. The industrial firms and environmental corporations could show effective corporate social responsibility by supporting MTI financially. Even if it is not able to support financially, it could offer the MTI graduates job offers and internships, or it could cover the educational fees for outstanding students as long as they work for a certain period after their graduation.

Trade unions of enterprises could play an important role in supporting corporate and social approach as MTI by offering membership for MTI graduates in the unions and associations (as Association of Lebanese Industrialists). The membership in the unions or associations required small annually money subscription, but it offers the member medical insurance for him and his family, and it saves his retirement compensations. This process is used in the Order of Engineers and Architect in Lebanon, and it shows high improvement in the social life standard of its members. Non-governmental organizations could boost MTI approach by organizing job fairs for MTI graduates or by providing with new lab equipment.

Conclusions. This article presents a strategic approach for youth unemployment reduction in Lebanon. The MTI is a tool for developing technical skills (in case of youth it is vocational learning). Implementing MTI or similar

approaches will promote the industry with the academic interaction through combining the training curriculum instruction with internship and mentoring in the industrial firms. The process will lead to narrowing the existing gap between the demand and supply of the job market.

Enterprises could provide corporate social responsibility by supporting such approaches as MTI in the form financing or it could offer the MTI graduates job offers and internships, or it could cover the educational fees for outstanding students as long as they work for a certain period after their graduation.

Enhancing lifelong educational approaches as MTI is not an approach that deals with decreasing unemployment rate only, but it is a strategy for improving the environmental performance and competition between industries as well. MTI could provide high skilled technicians needed by environmental and energy industry firms, in order to increase the employability and productivity in these sectors, positive effect for the corporations from the social responsibility projects will be connected with increasing of its competitiveness. Preparing high-skilled technicians in environmental and renewable energy will facilitate the adoption of cleaner technologies and pollution prevention techniques by other industries. MTI and similar approaches build a platform for demonstrating corporate and social responsibilities, which serve economic stability, maintain social insurance, and attract international companies to invest in Lebanon. MTI and similar approach improve the quality of education and training levels, and it offers wider choices for Lebanese youth to improve their skills according to their ambitions and attitude.

References:

1. World Bank Indicators of unemployment rate in Lebanon (2018) Retrieved from: <https://tradingeconomics.com/lebanon/unemployment-rate>
2. Ziad Abdul Samad. Selection of Millennium Development Goals Lebanon Report (2008). Retrieved from: http://www.undp.org/content/dam/lebanon/docs/MDG/Publications/MDG_en.pdf
3. Berna Kahraman. Selection of Youth Employment and Unemployment in Developing Countries: Macro Challenges with Micro Perspectives (2011), University of Massachusetts Boston, June 2011
4. The Global Employments Trends for Youth: Work of World Report (2014) Geneva: Jobs International Labour Office, 2014
5. Talal Azhari. Youth and unemployment in Lebanon (2014). Retrieved from: <http://www.dailystar.com.lb/Business/Local/2014/Dec-24/282123-youth-and-unemployment-in-lebanon.ashx>
6. Ferid Belhaj. The Creation of Good Jobs is Key to Sound Economy (2013). Retrieved from: <http://www.worldbank.org/en/news/press-release/2013/04/11/world-bank-lebanon-needs-to-create-23-000-jobs-per-year>
7. Zafiris Tzannatos. Unemployment in Lebanon (2012). Retrieved from: <http://www.executive-magazine.com/business-finance/finance/unemployment-in-lebanon>
8. Gebran Karam. Vocational and Technical Education In Lebanon: Strategic Issues and Challenges (2006). Beirut: Lebanese American University.
9. Charbel Nahas. Direct Government Spending – Financing and Political Economy of Higher Education in Lebanon (2009). Retrieved from: http://charbelnahas.org/textes/Economie_et_politiques_economiques/HigherEducationFinancing-Lebanon.pdf
10. Mouhammed Adil. Important Theories of Unemployment and Public Policies (2011). Springfield, University of Illinois.

Лихоносова Г.С.,
кандидат економічних наук, доцент,
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського
Леснікова Ю.І.,
студентка,
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

БЕЗБАР'ЄРНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОТРЕБ СОЦІАЛЬНО ВІДТОРГНУТИХ ЛЮДЕЙ

Лихоносова Г.С., Леснікова Ю.І. Безбар'єрний туризм як забезпечення потреб соціально відторгнених людей. У статті розглянуто наявні проблеми туризму людей з обмеженими можливостями. Наведено статистику, яка підтверджує, що необхідно інвестувати, підтримувати та створювати умови для туризму людей з обмеженими можливостями. Проаналізовано досвід роботи з такими туристами в Україні та світі. Визначено поняття «інклюзивний туризм» та класифіковано його на категорії.

Ключові слова: інклюзивний туризм, люди з обмеженими можливостями, інваліди-візочники, організація турів для людей з обмеженими можливостями, адаптація туристичних маршрутів.

Лихоносова А.С., Леснікова Ю.И. Безбарьерный туризм как обеспечение потребностей социально отторгнутых людей. В статье рассмотрены существующие проблемы туризма людей с ограниченными возможностями. Приведена статистика, которая подтверждает, что необходимо инвестировать, поддерживать и создавать условия для туризма людей с ограниченными возможностями. Проанализирован опыт работы с такими туристами в Украине и мире. Определено понятие «инклюзивный туризм» и классифицировано его на категории.

Ключевые слова: инклюзивный туризм, люди с ограниченными возможностями, инвалиды-колясочники, организация туров для людей с ограниченными возможностями, адаптация туристических маршрутов.

Likhonosova G.S., Lesnikova Ju.I. Unbarrier tourism as the provision of the socially excluded people needs. The article deals with the existing problems of tourism for people with disabilities. The statistics are presented, which confirms that it is necessary to invest, support and create conditions for tourism of people with disabilities. The experience of working with such tourists in Ukraine and the world is analyzed. The concept of “inclusive tourism” is defined and classified into categories.

Key words: inclusive tourism, people with disabilities, disabled wheelchair users, organization of tours for people with disabilities, adaptation of tourist routes

Постановка проблеми. Актуальність статті полягає в тому, що зараз Україна має велику кількість соціально незахищених верств населення. Це зумовлюється недостатнім рівнем медицини, низьким рівнем життя та війною на сході країни. Відторгнутими вони стають через недостатній рівень освіченості та толерантності інших громадян.

Вперше про інклюзивний туризм можна було почути в 80-х роках минулого століття. Зараз цей вид туризму називають також туризмом для всіх, безбар'єрним туризмом та доступним туризмом. Основна проблема безбар'єрного туризму – не тільки у відсутності відповідної інфраструктури, а в тому, що в Україні ще поки не навчилися коректно обслуговувати таких клієнтів. Інклюзивним клієнтам потрібен тільки набір чітких та якісних послуг, який забезпечить їм певний рівень комфорту під час подорожі. Але частіше трапляється, що персонал готелів або інших об'єктів впадає в паніку або починає надмірно опікувати таких туристів, які таких послуг абсолютно не потребують.

Зараз спостерігається нерівномірний розвиток різних видів і напрямів туризму. Щодо безбар'єрного туризму,

то він знаходиться в Україні на стадії впровадження, екскурсійний, пізнавальний, рекреаційний наближається до стадії зрілості, діловий – у стадії зростання. Безбар'єрний туризм – досить новий напрям туризму, доступний для всіх незалежно від постійних або тимчасових обмежень фізичних можливостей до мобільного пересування (які не мають медичних протипоказань до здійснення подорожі), й осіб, які їх супроводжують на територію, відмінну від постійного місця проживання, і мають всі необхідні ресурси для здійснення цілей подорожі. Водночас безбар'єрний туризм – це діяльність підприємств туристичної (і суміжних з нею) індустрії, спрямована на формування і продаж комплексного туристичного продукту, що відповідає додатковим потребам окремих маломобільних категорій туристів (з урахуванням їхнього фізичного здоров'я і психологічного стану), а також супроводжуючих їх осіб.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Було проаналізовано роботи Ю.М. Хрущ, В.М. Іванова, Р.С. Медведського [1], опрацьовано Закони України та Положення Кабінету Міністрів України щодо людей з обмеженими можливостями.

Сучасні автори [2–4], говорячи про інклюзивний туризм, насамперед мають на увазі людей з тією чи іншою формою інвалідності. Але, на нашу думку, це далеко не єдина категорія населення, яка потребує безбар'єрного відпочинку та відновлення. Літнім людям, сім'ям із маленькими дітьми, вагітним жінкам, людям із тимчасовими проблемами здоров'я (наприклад, з переломом руки), що погано знають іноземну мову, туристам із великим багажем, а також людям різного зросту та комплекції також необхідні особливі умови для комфортної подорожі.

Метою статті є визначення туристичних потреб соціально відторгнених людей, розкриття проблем цієї соціальної групи та внесення пропозицій щодо забезпечення вільних подорожей.

Виклад основного матеріалу. Людина залишається повноцінним членом соціуму лише тоді, коли може принести додаткові блага суспільству у вигляді доданої створеної вартості та може повноцінно задовольнити власні фізичні та моральні потреби, виконувати повсякденні соціально-економічні практики активного суб'єкта правовідносин у всіх сферах життєдіяльності. Не винятком є і сфера відновлення життєвих сил людини та сфера відпочинку.

Сьогодні феноменальною особливістю розвитку новітніх технологій є посилення негативного прояву факторів соціально-економічного відторгнення, зокрема матеріальної деривації та соціальної ізоляції. Матеріальна депривація відображає обмеженість споживання та вимірюється як фінансова неспроможність купувати продовольчі та непродовольчі товари, оплачувати різноманітні послуги [5, с. 77–78]. Для кількісного відображення такого стану можна застосовувати показники, які характеризують суспільну норму споживання, яка, у свою чергу, може бути виражена у певному типовому для цього суспільства наборі благ.

Складність і комплексність соціальних відносин і взаємодії між людьми зумовлює відсутність єдиного погодженого набору індикаторів для їхнього виміру. Ідентифікуючи його, варто використовувати показники, пов'язані з мінімізацією соціальних контактів (соціальною ізоляцією), відсутністю мереж підтримки та значущих людей, яким можна довіряти. У межах зазначеного виміру розглядають аспекти взаємодії індивіда із сім'єю, друзями, колегами, наявність емоційної підтримки і можливості отримати допомогу. Про соціальне відторгнення йдеться тоді, коли людина є ізольованою, тобто в її оточенні немає нікого, з ким можна поділитися проблемами (отримати необхідну допомогу та емоційну підтримку тощо).

Всі ці фактори є безпосереднім відображенням життя соціально відторгнених осіб – інвалідів, які часто не можуть задовольнити власні повсякденні потреби в побутових ситуаціях та, звісно ж, у повноцінному відпочинку. За даними ООН, інваліди становлять 10% від загальної чисельності людей [6]. Майже всі ці 10 відсотків не можуть дозволити собі задовольнити потребу у відпочинку, щоб почувати себе повноцінною та повноправною людиною. Не фізичні вади, а моральний та психічний стани формують вразливість, пригніченість цих людей та роблять їх відторгнутими від загального соціуму. В Україні понад 2 мільйони 800 тисяч людей мають статус інваліда, з них 151 тисяча – діти. Це 6,1 відсотка до загальної кількості населення. Врахо-

вуючи ситуацію на сході країни, за 2017 рік в Україні було зареєстровано 57 189 осіб як внутрішньо переміщених осіб, 5004 особи отримали статус інваліда війни [7]. Всесвітня організація охорони здоров'я надає інформацію, що в світі 1 мільярд людей мають якусь форму інвалідності [8].

За прогнозами, до 2030 року в світі кількість людей старше 65 років становитиме 1 мільярд. Тобто кожен восьмий житель планети буде входити в цю категорію. До 2050 року ця цифра збільшиться, і люди старше шістдесяти становитимуть вже 20% всього населення.

Отже, суспільству навіть з економічно обґрунтованого погляду необхідно давати їм можливість стати повноцінними членами соціально-економічних відносин. Бо кожен із них у міру власних можливостей здатен привносити додаткові стимули та ефекти розвитку соціуму у моральних та матеріальних вимірах.

Для повсякденного побуту інвалідів, безумовно, створюється багато умов – пандуси, під'їзні доріжки для візків, спеціальні місця на парковках, шрифти Брайля в адміністративних закладах. На жаль, подібного не можна сказати про сферу забезпечення комфортності, відтворення робочого потенціалу – сферу туристично-рекреаційного забезпечення України для людей з обмеженими можливостями. Проте сфера туризму являє собою істотний потенційний ресурс, який повинен перетворитися в джерело оздоровлення всіх членів суспільства.

Туристичне забезпечення є складовою частиною соціальної реабілітації людей з обмеженими можливостями і безпосередньо пов'язаний із соціальним залученням, що являє собою процес підготовки і результат готовності соціально відторгнутої людини-інваліда до виходу в суспільство, з одного боку, і готовністю суспільства прийняти інваліда – з іншого.

До основних проблем, з якими стикаються інваліди у цій сфері, належать:

- недоступні, або лише частково доступні веб-сайти туристичних організацій;
- відсутність доступного трансферу з аеропорту;
- відсутність адаптованих транспортних засобів;
- відсутність добре адаптованих номерів у готелях;
- брак професійних кадрів, здатних вирішувати проблеми доступності;
- відсутність достовірної інформації про рівень конкретних проблем, з якими може стикнутися інвалід;
- відсутність доступних ресторанів, барів, інших об'єктів;
- відсутність адаптованих туалетів у ресторанах та інших громадських місцях;
- недоступні вулиці і тротуари;
- відсутність технічних засобів і обладнання для людей з інвалідністю.

Конкретизація доступного туризму виражається в пунктах 1 і 5 статті 30 Конвенції про права інвалідів ООН [9]:

- держави-учасниці повинні забезпечувати вільний доступ до таких місць культурних заходів чи послуг, як театри, музеї, кінотеатри, бібліотеки й туристичні послуги, а також доступ до пам'яток і об'єктів, що мають національну культурну значущість;
- держави-учасниці повинні надавати особам з інвалідністю доступ до спортивних, рекреаційних і туристичних об'єктів;

– забезпечення того, щоб діти з інвалідністю мали рівний з іншими дітьми доступ до участі в іграх, у проведенні дозвілля та відпочинку й у спортивних заходах, зокрема заходах у межах шкільної системи;

– забезпечення того, щоб особи з інвалідністю мали доступ до послуг тих, хто займається організацією дозвілля, туризму, відпочинку та спортивних заходів.

Світ уже має позитивний досвід соціального залучення у сферу туризму. Наприклад, в Ізраїлі туристична фірма “SmartTrip” створила низку турів для інвалідів-візочників, має все необхідне для супроводження та перевезення таких особливих людей [10].

Інклюзивний туризм – вид рекреаційного туризму, розрахованого на людей з обмеженими фізичними можливостями.

Найбільше туристичних фірм, які надають послуги для людей з різними фізичними вадами, зосереджено у США та Європі. Хоча розвиток цього напрямку спостерігається у всіх розвинутих країнах, з'являється дедалі більше країн, які можуть приймати у себе туристів з особливими потребами та надати потрібний транспорт.

Туризм для осіб з інвалідністю – поняття досить широке, що поєднує в собі різні види туризму. Інклюзивний туризм включає наявність спеціальних зручностей, створених для інвалідів на пляжах, у готелях і транспорті, особливо важливо для інвалідів на візках відпочивати, їздити на екскурсії нарівні зі здоровими людьми.

Дитячий інклюзивний туризм можна розглядати в окремому ракурсі. Для дітей з інвалідністю створені літні табори відпочинку зі спеціальними програмами для дітей із порушеннями зору, слуху та мовлення, функцій опорно-рухової системи, а також дітей, які страждають на цукровий діабет. Нерідко на початку хворого оглядає лікар і встановлює для нього індивідуальну програму оздоровлення. Є також дуже багато нових методик реабілітації дитячої інвалідності. Наприклад, у Севастополі застосовують спеціальний метод лікування дітей, хворих на аутизм, – дельфінотерапію.

Згідно з вимогами, прийнятими ETAN, доступний для осіб з інвалідністю туризм повинен включати:

- безбар'єрні напрями: інфраструктуру та споруди;
- транспорт: повітряний, сухопутний і на морі, що підходить для всіх користувачів;
- високу якість послуг, досягнуту навченим персоналом;
- розваги, виставки, атракціони: дає усім змогу брати участь у подіях;
- маркетинг, системи бронювання, веб-сайти і послуги: інформацію, доступну для всіх.

Складність розвитку цього виду туризму полягає в неповноті нормативної бази, відсутності системи методичного супроводу, системи підготовки інструкторів-фахівців із роботи з цією категорією туристів.

Люди з обмеженими фізичними можливостями все частіше самі або з допомогою волонтерів громадських

організацій організовують пізнавальні поїздки, екскурсії, табори, змагання. Особливо гостро стоїть питання адаптації туристичних маршрутів для цієї категорії людей.

Зокрема, необхідно зауважити, що під терміном «люди з обмеженими життєвими можливостями» маються на увазі не лише особи, які мають інвалідність, але й особи, які не мають інвалідності, але у них є ті чи інші особливості, що знижують їхні функціональні можливості. Залежно від фізичного стану людей з обмеженими фізичними можливостями споживачів туристського продукту поділяють на 2 категорії:

- 1) перша категорія – туристи з обмеженими можливостями пересування (в тому числі інваліди-візочники);
- 2) друга категорія – туристи з обмеженими можливостями сприйняття навколишнього світу (погано бачать, незрячі, глухі).

Тому під час формування, просування і реалізації туристського продукту туристичні організації та індивідуальні підприємці повинні:

- враховувати інтереси туристів з обмеженими фізичними можливостями;
- максимально забезпечити їх різноманітними видами туристичних послуг (бажано – з оздоровчими і спортивними цілями, з пасивним відпочинком у рекреаційних центрах, короткочасним приміським відпочинком, рибалкою);
- під час проектування та реалізації туристичних послуг для туристів з обмеженими фізичними можливостями перевагу доцільно віддавати районам зі сприятливими кліматичними і природними умовами (з усіх видів уникати таких ландшафтів, як гірські райони, райони з несприятливими або небезпечними для цих груп туристів кліматичними умовами);
- обов'язковою умовою під час організації подорожей є транспортна доступність об'єктів туристичної індустрії.

Україна також має позитивний результат щодо організації туризму для людей з обмеженими можливостями. Ресурсний центр «Гурт» бере активну участь у демократичних суспільних перетвореннях в Україні. Цей центр має проект «Відкритий туризм: доступність відпочинку для осіб з особливими потребами», який розроблено Регіональним туристично-інформаційним центром спільно з головним управлінням з питань туризму, євроінтеграції, зовнішніх зв'язків та інвестицій Івано-Франківської обласної державної адміністрації. Проект включає в себе створення засад розвитку туризму для осіб з особливими потребами в Івано-Франківській області [11].

Висновок. Отже, за тенденціями розвитку суспільства і в соціальному, і в економічному ракурсі роль туризму, заснованого на вищезазначених методах, буде зростати. При цьому саме інноваційні методи є основою для соціального залучення відторгнутих осіб – інвалідів, їхньої реабілітації та відновлення працездатного потенціалу, і саме туристичне забезпечення має стати потужним каталізатором цього розвитку.

Список використаної літератури:

1. Хрущ Ю.М. Туризм для інвалідів: сучасні підходи до визначення поняття [Електронний ресурс] / Ю.М. Хрущ, В.М. Іванова, Р.С. Медведовський // Науковий вісник Херсонського державного університету. 2017. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_21/1/31.pdf.
2. Аніщенко А.П. Розвиток інфраструктури інклюзивного туризму як результат трансформацій менталітету суспільства (XX – XXI ст.) / А.П. Аніщенко, М.О. Яріко. 2016. URL: <http://socsvit.org/node/61>.
3. Актуальні проблеми впровадження інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму в Україні. 2016. URL: <http://novadoba.com.ua/33268-pro-inklyuzyvnyy-turyzm-govoryly-v-udpu.html>.
4. Науменко Л.Ю. Інклюзивний туризм як вид реабілітації: сучасні потреби інвалідів / Л.Ю. Науменко, В.В. Лепський, С.В. Макаренко, І.С. Борисова, О.В. Семененко // Український вісник медико-соціальної експертизи. 2015. № 2. С. 23–26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ujmse_2015_2_7.
5. Ліхоносова Г. Соціально-економічне відторгнення: виміри депривації та ізоляції / Г.С. Ліхоносова // Часопис економічних реформ. 2018. № 1(29). С. 77–82.
6. Фактологический бюллетень по вопросам инвалидов. URL: http://www.un.org/ru/rights/disabilities/background_7.shtml.
7. Міністерство соціальної політики України. URL: <https://dostup.pravda.com.ua/request/22356/response/41390/attach/2/660%200%20132%2017%20id1112316.pdf>.
8. Сьогодні в Україні і світі День людей з обмеженими фізичними можливостями. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2132617-sogodni-v-ukraini-i-sviti-den-ludej-z-obmezenimi-fizicnimi-mozlivostami.html>.
9. Конвенція про права осіб з інвалідністю (Конвенція про права інвалідів). URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_g71.
10. Smartrip – продуманий туризм. URL: <http://smartrip-israel.com/category/accessible-tourism/>.
11. Ресурсний центр «Гурт». URL: <http://gurt.org.ua>

УДК 304.442

Мантур-Чубата О.С.,

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри управління персоналом

і економіки праці,

*Хмельницький національний університет***Сергєєв А.Ю.,**

студент,

*Хмельницький національний університет***Модіна Д.В.,**

студентка,

Хмельницький національний університет

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА ЗАЙНЯТОСТІ УКРАЇНИ: ЇЇ СТРУКТУРА, ЗАВДАННЯ І НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ

Мантур-Чубата О.С., Сергєєв А.Ю., Модіна Д.В. Державна служба зайнятості України: її структура, завдання і напрями діяльності. У статті запропоновано застосування ефективного використання Державної служби зайнятості України для покращення економічного становища країни. Виділено структуру Державної служби зайнятості для продуктивної роботи цієї служби. Виявлено вплив Державної служби зайнятості на ринок праці.

Ключові слова: державна служба зайнятості, безробітні, структура, статус, діяльність.

Мантур-Чубата О.С., Сергєєв А.Ю., Модіна Д.В. Государственная служба занятости Украины: ее структура, задачи и направления деятельности. В статье предложено применение эффективного использования Государственной службы занятости Украины для улучшения экономического положения страны. Выделено структуру Государственной службы занятости для продуктивной работы этой службы. Вывявлено влияние Государственной службы занятости на рынке труда.

Ключевые слова: государственная служба занятости, безработные, структура, статус, деятельность.

Mantur-Chubata O., Sergeev A., Modina D. State Employment Service of Ukraine: its structure, objectives, and areas of activities. The article proposes the use of the effective employment of the State Employment Service of Ukraine in order to improve the economic situation of the country. The structure of the State Employment Service for the productive work of this service is highlighted. The influence of the State Employment Service on the labor market is revealed.

Key words: state employment service, unemployed, structure, status, activity.

Постановка проблеми. Забезпечення високих темпів розвитку та конкурентних переваг Державної служби зайнятості (ДСЗ) залежить від ефективної реалізації її організаційних заходів. У сучасних умовах розвитку економіки держави особливої уваги набувають питання про вирішення проблем працевлаштування безробітних громадян України. Однією з проблем зайнятості, рівня безробіття та балансу попиту і пропозиції праці є неефективне функціонування Державної служби зайнятості під час реалізації завдань державної політики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми зайнятості населення були актуальними для дослідження багатьох учених та економічних шкіл. Характеристику сутності праці та ролі зайнятості в ринковій економіці можна знайти у працях А. Сміта, Д. Рікардо, Т. Мальтуса, Ж.-Б. Сея, Дж. С. Мілля, К. Маркса, А. Маршалла та інших авторів. Значний внесок у дослідження проблем функціонування ринку праці, зайнятості та безробіття належить Л. Вальрасу, Дж. М. Кейнсу, А. Філіпсу, М. Фрідмену, Т. Веблену, Дж. Гелбрейту, Д. Ульману та іншим. Окрему гілку вивчення у вітчизняних економічних дослідженнях ринку праці та зайнятості новітньої доби зробили С. Бандур [2], І. Кочума [3], Л. Ярова [4].

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає у дослідженні теоретичних та практичних засад реалізації державної політики України у сфері зайнятості населення Державною службою зайнятості України.

Виклад основного матеріалу. Державна служба зайнятості України виникла не на порожньому місці. Ще у двадцять років у колишньому Радянському Союзі, в тому числі і в Україні, для роботи з безробітними були створені біржі праці. На відміну від нинішньої державної служби зайнятості України, яка має широкий спектр діяльності, біржі праці мали обмежене коло функцій. Вони лише сприяли тимчасово незайнятим громадянам у працевлаштуванні та виплачували грошову допомогу безробітним.

Із тих часів органи праці України мали неодноразову реорганізацію, при цьому змінювалися (розширювалися і звужувалися) їхні функції, але постійно в складі цих органів були структури, які займалися працевлаштуванням незайнятих громадян [5].

Первинна база, на якій утворилася державна служба зайнятості, ані кількісно, ані якісно не відповідала завданням, які постали у зв'язку з переходом до ринкових відносин. Чисельно вона налічувала лише 2200 працівників (спеціалістів і технічного обслуговуючого персоналу). Це означало, що на одного працівника служби припадало майже 24 тис. жителів, що в 20 разів більше, ніж навантаження на одного працівника аналогічної служби у Швеції та Німеччині [5].

Надзвичайно важливим для сучасного ринку праці є створення робочих місць у малому бізнесі. Державна служба зайнятості підтримує безробітних в організації підприємницької діяльності. Попередньо здійснюється навчання безробітних основам ведення бізнесу на спеціалізованих семінарах із підприємництва. Для запровадження власної справи служба зайнятості дає стартовий капітал безробітним, які бажають започаткувати власну справу, здійснюючи одноразово виплату допомоги з безробіття. Також організовується надання індивідуальних та групових консультацій з ведення власної справи із залученням відповідних компетентних спеціалістів.

Розглядаючи структуру державної служби зайнятості, потрібно для початку встановити, що державна служба зайнятості – це централізована структура спеціальних органів, утворена для комплексного вирішення питань регулювання зайнятості населення, професійної орієнтації і соціальної підтримки тимчасово непрацюючих громадян. Ця служба має трирівневу структуру (рисунк 1).

Перший (базовий) рівень – це районні, міські, міськрайонні, районні в містах центри зайнятості, які безпосередньо приймають громадян і надають їм послуги згідно з чинним законодавством про зайнятість.

Другий рівень – це центр зайнятості Автономної Республіки Крим, обласні, Київський і Севастопольський міські центри зайнятості зі статусом обласних, що здійснюють територіальний розподіл трудових ресурсів і беруть участь у розробленні регіональних програм зайнятості відповідно до місцевих особливостей і потреб.

Третій (верхній) рівень – це Державний центр зайнятості, який підпорядковується Міністерству соціальної політики. Він відповідає за реалізацію єдиної політики зайнятості на всій території України, заходів соціального захисту та сприяння зайнятості незайнятого населення, організаційно-методичне, правове та нормативне забезпечення, створення єдиної інформаційно-довідкової системи, розвиток матеріально-технічної бази служби зайнятості, підготовку кадрів усіх рівнів, міжнародні зв'язки, раціональне використання коштів фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття [6].

До складу державної служби зайнятості входять також навчальні заклади професійної підготовки незайнятого населення, інформаційно-обчислювальні центри, територіальні та спеціалізовані бюро зайнятості, центри реабілітації населення, підприємства, установи, організації, підпорядковані службі зайнятості.

Статус державної служби зайнятості може бути трьох варіантів: відділ Міністерства, самостійна державна організація і середня ланка Мінпраці.

Сьогодні державна служба зайнятості є активним посередником на ринку праці між роботодавцями і шукачами роботи, що на безоплатній основі надає послуги із пошуку підходящої роботи та підбору персоналу, а також соціальні послуги з державного соціального страхування на випадок безробіття та здійснює виплату матеріального забезпечення у зв'язку з тимчасовою втратою роботи.

Основними завданнями Державної служби зайнятості сьогодні є:

- 1) реалізація державної політики у сфері зайнятості населення та трудової міграції;
- 2) сприяння громадянам у підборі підходящої роботи та надання роботодавцям послуг із добору працівників;
- 3) стимулювання роботодавців до створення нових робочих місць;
- 4) підвищення конкурентоспроможності безробітних на ринку праці;
- 5) залучення безробітних до тимчасової зайнятості (до громадських та інших робіт тимчасового характеру);
- 6) підтримка безробітних в організації підприємницької діяльності;

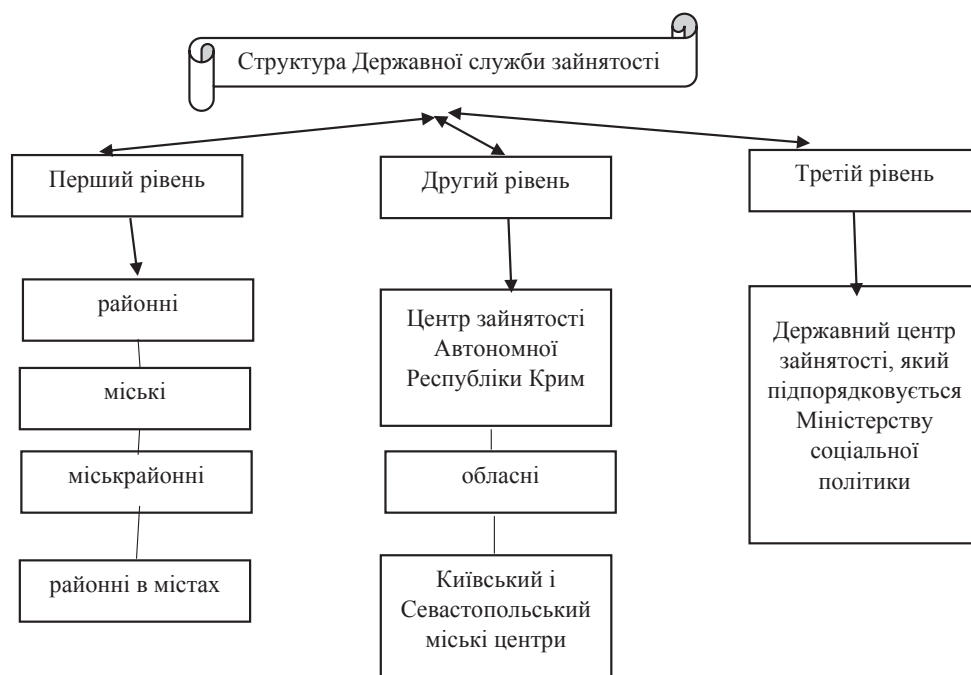


Рис. 1. Структура Державної служби зайнятості

7) видача роботодавцям дозволів на застосування праці іноземців та осіб без громадянства [6].

Усі послуги надаються Державною службою зайнятості безоплатно (крім видачі роботодавцям дозволів на застосування праці іноземців та осіб без громадянства).

Державна служба зайнятості здійснює фінансову підтримку роботодавців у створенні нових робочих місць. Створюючи нові робочі місця та працевлаштовуючи на них соціально незахищених безробітних, роботодавець має право на компенсацію єдиного внеску на соціальне страхування. Компенсація також здійснюється суб'єктам малого підприємництва, які створюють нові робочі місця у пріоритетних галузях економіки та працевлаштовують на них безробітних.

Основними принципами діяльності служби зайнятості є:

- 1) пріоритетність інтересів і потреб клієнтів;
- 2) співробітництво клієнта і служби зайнятості – найефективніший і найкоротший шлях до працевлаштування;
- 3) пріоритетність послуг центру зайнятості, пов'язаних із пошуком роботи.

У світі виокремлюють різноманітні функції, які виконують служби зайнятості, й умовно їх можна об'єднати у три типи і сім груп (рис. 2). Більшість цих функцій стосується й України: трудового посередництва, соціально-захисна, розпорядчо-фінансова, контрольна та інформативно-аналітична.

Перший тип функцій – надання соціальних послуг клієнтам. Він включає такі групи функцій.

Перша – функції трудового посередництва, які полягають у наданні допомоги особам, що шукають роботу, в пошуку і підборі підходящого робочого місця, роботодавцям – у швидкому заповненні вакансії працівниками, що володіють необхідними професійними навичками.

До другої групи функцій – мотиваційно-активізуючої – належать різноманітні заходи, спрямовані на підвищення активності безробітних у пошуку роботи,

посилення їхньої мотивації до трудової діяльності, підвищення конкурентоспроможності на ринку праці. Звичайно, ці заходи включають організацію професійного навчання, проведення семінарів із безробітними з техніки пошуку роботи; сприяння започаткуванню ними власного бізнесу, залучення незайнятих громадян до участі в громадських оплачуваних роботах.

Третя група об'єднує соціально-захисні функції – визначення, нарахування та надання допомоги з безробіття, інших видів матеріальних виплат; працевлаштування осіб, які не здатні на рівних умовах конкурувати на ринку праці (інвалідів, молоді, жінок із малолітніми дітьми тощо).

Другий тип функцій включає свого роду допоміжні функції, що або мають підпорядкований характер до функцій першого типу, або забезпечують внутрішню життєдіяльність служби, але безпосередньо не пов'язані з обслуговуванням клієнтів – незайнятих громадян і роботодавців.

Четверта група складається з розпорядчо-фінансових функцій, що спрямовані на формування фонду сприяння зайнятості, ощадливе використання коштів, фінансове забезпечення виплати допомоги з безробіття й інших видів матеріальної допомоги, організацію внутрішньої господарської діяльності (зарплата персоналу, оренда помешкань і майна, закупівля техніки й інвентар), фінансування професійного навчання незайнятих громадян і організації оплачуваних громадських робіт, видачу безпроцентних позичок безробітним для зайняття підприємницькою діяльністю тощо.

П'яту групу функцій можна назвати контрольною, вона характеризується тим, що має загальну контролюючу спрямованість за дотриманням законодавства про зайнятість і дотриманням фінансової дисципліни (прийом на роботу осіб у межах 5-відсоткової квоти, своєчасне інформування підприємствами центрів зайнятості про майбутнє звільнення працівників, про вільні робочі



Рис. 2. Функції Державної служби зайнятості

місця й осіб, прийнятих на роботу; за повним і своєчасним відрахуванням коштів у фонд сприяння зайнятості; за правильною витратою коштів підрозділами служби).

Шоста група включає ліцензійні-дозвільні функції: видачу дозволів на працевлаштування іноземних громадян, а суб'єктам підприємницької діяльності – на використання їхньої праці, комерційним організаціям – на надання платних послуг, пов'язаних із профорієнтацією і працевлаштуванням населення.

Третій тип функцій пов'язаний з управлінням, або регулюванням ринку праці. Законодавство України про зайнятість населення визначає для служби зайнятості низку таких найважливіших завдань, як планування і прогнозування зайнятості, координація зусиль державних і громадських органів, підприємств щодо здійснення заходів регулювання ринку праці.

Ці завдання в своїй сукупності становлять процес управління. Тому стосовно служби зайнятості України ми цілком обгрунтовано можемо говорити про виконання нею сьомої (не в порядку значущості, а з погляду зручності викладання) групи функцій – інформаційно-аналітичної і прогностичної, яка пов'язана із забезпеченням процесу управління – зі збором і аналізом різноманітної статистичної і соціологічної інформації про ринки праці;

інформуванням громадян, органів влади, громадськості про процеси, явища і тенденції, що відбуваються на ньому; розробленням прогнозів щодо попиту і пропозиції робочої сили (у тому числі за галузями і регіонами); участю в підготовці програм зайнятості населення і заходів соціального захисту населення від безробіття.

Ефективність роботи ДСЗ залежить від рівня кваліфікації та досвідченості її працівників, особливо базової районної (міської) ланки, які безпосередньо і щоденно працюють з людьми; а також від матеріально-технічного забезпечення (насамперед – електронного оснащення).

Висновки. Таким чином, виходячи із вищевикладеного, нами виявлено, що Державна служба зайнятості є тим потужним організаційним ресурсом, вмиле застосування якого може стати запорукою успішного розвитку економіки країни. Необхідним для цього є знання та вміння використовувати весь широкий спектр важелів формування та розвитку Державної служби зайнятості.

Державне регулювання зайнятості населення є одним із найважливіших чинників забезпечення стійкого економічного зростання України, адже розвиток економіки держави визначається наявними людськими ресурсами, їх здібністю до ефективної праці, а також наявністю умов для її здійснення.

Список використаних джерел:

- 1 Хмелярчук М.П. Теоретичні основи концепції продуктивної зайнятості населення / М.П. Хмелярчук, М. П. Панковець // Науковий вісник НЛТУ України. 2008. № 18.9. С. 281–285.
- 2 Бандур С.І. Теоретико-методологічні імперативи державного регулювання ринку праці в контексті реформування економіки України / С.І. Бандур, О.А. Ковенська // Ринок праці та зайнятість населення. 2015. № 2. С. 9–13.
- 3 Кочума І.Ю. Стан зайнятості та безробіття в Україні на сучасному етапі / І.Ю. Кочума // Фінансовий простір. 2011. № 3. С. 119–126.
- 4 Ярова Л.Г. Аналіз рівня безробіття в Україні та напрямки його подолання / Л.Г. Ярова // Глобальні та національні проблеми економіки : [електронне наукове фахове видання]. 2015. Випуск 4. С. 752–755. URL: <http://www.global-national.in.ua/issue-4-2015/12-vipusk-4-berezen-2015-r/668-yarova-l-g-analiz-rivnya-bezrobittya-v-ukrajini-ta-napryamki-jogopodolannya>
- 5 Діяльність служби зайнятості в системі соціальної роботи / URL: http://studbooks.net/506472/sotsiologiya/rozdil_ponyattya_rinku_pratsi_osoblivosti_formuvannya_rinku_pratsi_ukrayini (дата звернення 10.03.2018).
- 6 Державна служба зайнятості / URL: http://www.dcz.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=191677&cat_id=188634 (дата звернення 10.03.2018).

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 338

Галушак В.В.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін,
*Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу
Тернопільського національного економічного університету*

АВТОМАТИЗОВАНА ІНФОРМАЦІЙНА СИСТЕМА МИТНИЦІ – СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

Галушак В.В. Автоматизована інформаційна система митниці – стратегічний напрям діяльності Державної фіскальної служби України. У статті розглянуто питання реалізації автоматизації внутрішніх процедур діяльності органів ДФС, розвитку сучасної, стабільної та захищеної митної інфраструктури. Проаналізовано питання прискорення проведення митних формальностей, оптимізації транзитних процедур, посилення системи управління ризиками та націленого контролю за допомогою впровадження автоматизованих інформаційних систем в діяльність органів ДФС України. Визначено умови успішного розвитку автоматизованих інформаційних систем митниць ДФС України.

Ключові слова: інформаційні системи, автоматизовані інформаційні системи, інформаційні технології, інформаційно-технічна політика, програмне забезпечення.

Галушак В.В. Автоматизированная информационная система таможи – стратегическое направление деятельности Государственной фискальной службы Украины. В статье рассмотрены вопросы реализации автоматизации внутренних процедур деятельности органов ГФС, развития современной, стабильной и защищенной таможенной инфраструктуры. Проанализированы вопросы ускорения проведения таможенных формальностей, оптимизации транзитных процедур, усиления системы управления рисками и нацеленного контроля посредством внедрения автоматизированных информационных систем в деятельность органов ГФС Украины. Определены условия успешного развития автоматизированных информационных систем таможен ГФС Украины.

Ключевые слова: информационные системы, автоматизированные информационные системы, информационные технологии, информационно-техническая политика, программное обеспечение.

Galushchak V.V. Automated information system customs is a strategic direction of State fiscal service activity of Ukraine. The article deals with the implementation of the automation of internal procedures of the revenue activities and revenue authorities of the DFS, the development of a modern, stable and secured customs infrastructure. The questions of customs formalities acceleration, optimization of transit procedures, strengthening of risk management system and targeted control through the introduction of automated information systems in the activities of DFS bodies of Ukraine are analyzed in this article. The conditions for the successful development of automated information systems of DFS Ukrainian customs are determined here.

Key words: information systems, automated information systems, information technologies, informational and technical policy, software.

Постановка проблеми. Сьогодні митна справа не може залишатися на рівні сучасних вимог без використання досягнень науково-технічного прогресу, важливими напрямками якого є створення та розвиток інформаційних технологій, вдосконалення технічних засобів митного контролю. Отже, вдосконалення митних операцій та митного контролю перебуває в нерозривному зв'язку з рівнем розвитку та впровадженням в діяльність органів Державної фіскальної служби інформаційних технологій і створення ефективною єдиною автоматизованою системою, що визначено стратегічним напрямом діяльності ДФС України, дають змогу здійснити:

- інтегроване управління кордоном;
 - прискорення проведення митних формальностей;
 - інтеграцію України в спільний європейський транзитний простір та оптимізацію транзитних процедур;
 - посилення системи управління ризиками та націленого контролю;
 - розбудову правоохоронної функції в митному напрямі [8].
- Впровадження в діяльність митниць нових інформаційних технологій перш за все для вдосконалення митних операцій та підвищення ефективності митного контролю є одним з основних завдань інформаційної

політики ДФС України. Адже саме інформаційна політика є основним джерелом впровадження науково-технічного прогресу в процес здійснення митної справи та є основою для розвитку інформаційно-технічної інфраструктури та інформатизації органів ДФС, створення умов для підвищення ефективності здійснення митних операцій та митного контролю, формування єдиного інформаційного простору як на митній території України, так і всього Європейського Союзу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження інформаційного забезпечення діяльності органів ДФС України зробили такі вчені, як, зокрема, В. Атаманчук, О. Бандурка [2], В. Басай, Ю. Денисова, Р. Калюжний [4], Д. Мороз, Т. Рекуненко, В. Теремецький, В. Цимбалюк [4], І. Шинкаренко. Водночас відображення реалій функціонування сучасних митниць ДФС України крізь призму глобалізаційних інформаційних процесів залишається відкритим та вимагає організації подальших наукових досліджень.

Незважаючи на значну кількість публікацій з цієї проблематики, існує нагальна необхідність проведення всебічного дослідження особливостей організації, розвитку та впровадження автоматизованих інформаційних систем в діяльність органів ДФС. Адже впровадження та подальший розвиток нових інформаційних технологій можуть бути успішними тільки тоді, коли цьому передують комплекс взаємопов'язаних заходів, вжиття яких відбувається у точно визначеній послідовності. Тому питання ефективного впровадження та розвитку автоматизованих інформаційних систем у діяльності органів ДФС України набуває особливої актуальності та потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні механізмів інформаційного забезпечення управлінської діяльності органів доходів і зборів ДФС та визначенні перспектив впровадження системи електронного оформлення на митницях України в умовах сьогодення.

Виклад основного матеріалу. Варто зазначити, що метою інформаційно-технічної політики є досягнення якісно нового рівня інформатизації органів доходів і зборів та створення інформаційно-технічної інфраструктури, що забезпечить ефективне виконання завдань, які визначені ДФС України. Отже, основні завдання інформаційно-технічної політики можна визначити так:

- аналіз, систематизація та актуалізація методологічної, нормативно-правової та методичної бази в галузі інформатизації органів ДФС;
- впровадження в діяльність органів ДФС нових процедур здійснення митних операцій, підвищення ефективності митного контролю, а також інформаційної підтримки діяльності правоохоронних підрозділів митних органів;
- створення перспективної інформаційної системи органів доходів і зборів ДФС та організація ефективного її застосування;
- створення й підтримка раціональної за складом основних характеристик системи інформаційно-технічних засобів, що перебувають на оснащенні органів доходів та зборів ДФС України;
- розвиток системи технічного обслуговування й ремонту інформаційно-технічних засобів;
- вдосконалення організації інформаційної взаємодії органів ДФС із зовнішніми організаціями, зокрема закордонними, та розвиток співпраці з ними у сфері інформаційних технологій;
- створення єдиної системи інформаційної безпеки митниці ДФС;
- забезпечення необхідного рівня підготовки працівників органів доходів і зборів ДФС, а також фахівців інформаційно-технічного профілю для роботи в умовах широкого використання нових інформаційних технологій та технічних засобів [2, с. 55].

Масштабність та складність завдань щодо впровадження нових інформаційних технологій вимагають уточнення принципів та механізму їх реалізації

на базі системного підходу до вирішення проблем інформатизації органів ДФС, управління процесами розроблення, оснащення та впровадження автоматизованих інформаційних систем. Основні принципи політики митної системи зображені на рис. 1

Інші науковці вважають, що під час формування концепції державної інформаційної політики України слід виходити з необхідності прийняття таких базових принципів, як принципи відкритості інформаційної політики; рівності інтересів усіх учасників інформаційних відносин; системності; пріоритетності вітчизняного виробника; несуперечності (основні заходи мають бути спрямовані на забезпечення державних інтересів України, але не суперечити соціальним інтересам громадян країни); соці-

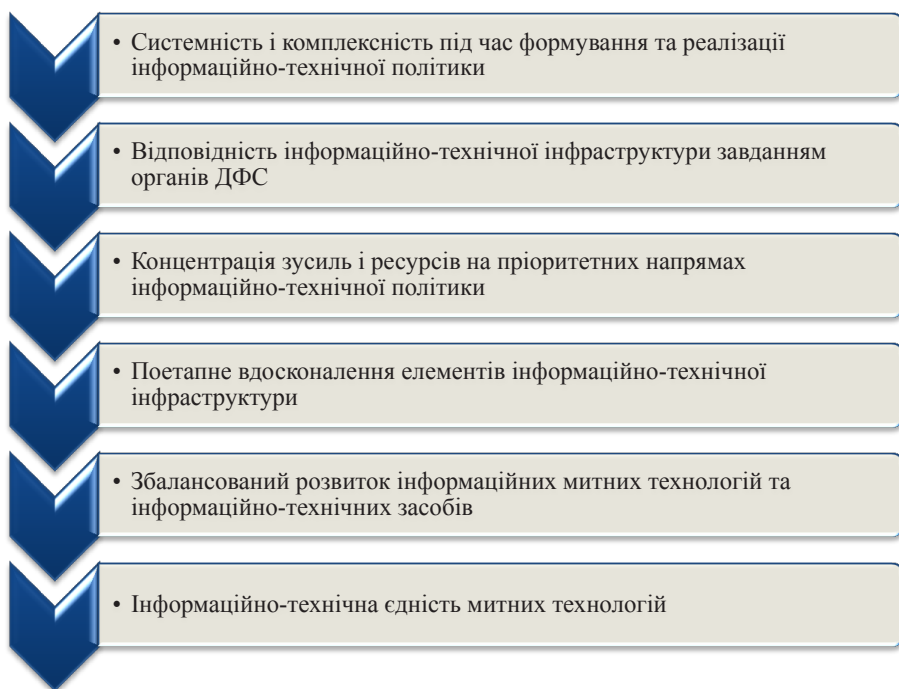


Рис. 1. Принципи інформаційно-технічної політики митної системи України

альної орієнтації (фінансування державою тільки того, що спрямоване на інформаційний розвиток соціальної сфери); пріоритету права перед силою [2, с. 89].

На сучасному етапі органами доходів і зборів проведено роботу з розвитку централізації ресурсів Єдиної автоматизованої інформаційної системи ДФСУ, адже інформаційно-технічне забезпечення має здійснюватися з урахуванням світових стандартів та тенденцій розвитку технологій митного оформлення й митного контролю. В ході реалізації інформаційно-технічної політики ДФС України деякі її компоненти можуть доповнюватися та уточнюватися з урахуванням можливих змін соціально-економічної та митної політики, появи нових науково-технічних досягнень та митних технологій, які суттєво впливають на процес інформатизації та розвитку інформаційно-технічної інфраструктури органів ДФС. Але концепція цієї політики залишається незмінною, оскільки в її основі лежить завдання спрощення процедур торгівлі в умовах глобалізації світових торгових операцій за допомогою оптимізації та інформатизації митних формальностей.

Інформаційна система органів ДФС відноситься до класу великих та складних динамічних систем. Вона складається з великої кількості елементів, які реалізують управлінські функції зовнішньоекономічної діяльності України. Управлінська система має багаторівневу структуру, великі внутрішні та зовнішні інформаційні зв'язки. А для забезпечення ефективного функціонування такої складної системи, де взаємодіють різноманітні матеріальні, трудові та фінансові ресурси, що відображають їх інформаційні потоки, здійснюється управління як окремими структурними елементами, так і системами загалом [4, с. 31].

ЄАІС – організаційно-технічна система, що забезпечує вироблення та прийняття рішень на основі автоматизації інформаційних процесів та технологій на всіх рівнях організаційної структури органів ДФС України. І вона є одним із компонентів інформаційно-технічної інфраструктури органів ДФС, що є сукупністю інформаційних ресурсів (центральної та регіональних баз даних), програмних засобів, інформаційно-обчислювальних та телекомунікаційних систем і мереж. Ця система також призначена для комплексної автоматизації діяльності органів доходів і зборів ДФС усіх рівнів та організації інформаційної взаємодії із зовнішніми об'єктами, вдосконалення наявних, а також забезпечення, створення й розвитку нових інформаційних автоматизованих митних технологій, що базуються на сучасних програмно-технічних засобах. Саме тому призначенням ЄАІС є:

- забезпечення органів ДФС України та урядових органів інформацією, необхідною для митної статистики;
- вдосконалення системи організаційно-економічного управління органами ДФС усіх рівнів управління;
- автоматизація митного оформлення документів на товари;
- підвищення ефективності митного контролю за багажем, з яким прямують через кордон пасажирів;
- забезпечення централізованого стягнення та контролю нарахування митних платежів;
- інформаційна підтримка боротьби з контрабандою та порушеннями митних правил [8].

Зазначимо, що Єдина автоматизована інформаційна система ДФС України включає типові види забезпе-

чення, а саме технічне, інформаційне, програмне, правове, лінгвістичне. Отже, технічне забезпечення ЄАІС є сукупністю технічних засобів, що забезпечують обробку та передачу інформаційних потоків, а також побудоване за ієрархічним принципом. До складу обчислювального комплексу органів ДФС входять автоматизовані робочі місця посадових осіб, об'єднані локальною обчислювальною мережею, серверне та телекомунікаційне обладнання, апаратура зв'язку, що забезпечують обробку, прийом, передачу митної інформації, функціонування локальної обчислювальної мережі.

Центр зберігання та обробки даних (ЦЗОД) є сукупністю технічних, програмних телекомунікаційних засобів, що забезпечують обробку, зберігання, передачу великих обсягів митної інформації. З метою організації цілодобового режиму роботи технічних засобів Центр обладнаний необхідними інженерними системами (пожежогасіння, кондиціонування, безперебійного гарантованого енергозбереження, моніторингу та управління компонентами ЦОД). Найбільш великим і продуктивним є Головний ЦОД, який забезпечує:

- роботу програмного забезпечення автоматизованих систем на рівні центрального апарату;
- ведення (збір, зберігання, резервування, надання даних) центральної бази даних органів ДФС;
- взаємодію з учасниками ЗЕД (автоматизована система зовнішнього доступу органів ДФС – контрольована безпечна інформаційна взаємодія компонентів інформаційних систем органів доходів і зборів із зовнішніми інформаційними ресурсами та телекомунікаційними мережами) [1, с. 78].

Обмін інформацією між Головним центром зберігання і обробки даних та регіональними здійснюється за відомчою інтегрованою телекомунікаційною мережею органів ДФС. Відповідно, інформаційне забезпечення ЄАІС – це сукупність системи класифікації та кодування, системи показників, уніфікованих систем митної документації та файлів баз даних. Інформація, що циркулює в ЄАІС, може бути розділена за функціональним принципом на такі категорії:

- вихідні дані митної інформації (електронні копії митних документів);
- нормативно-довідкова інформація;
- службове листування органів ДФС;
- регламентна звітна інформація органів доходів і зборів ДФС [8].

Електронні копії митних документів містять дані про учасників ЗЕД, товари, брокерів (митних представників), вартісні характеристики, платежі, відмітки про етапи проходження митного оформлення та контролю. Нормативно-довідкова інформація, яка формується на основі єдиної системи класифікації та кодування, включає низку міжнародних, загальнодержавних, міжвідомчих та галузевих класифікаторів і довідників. Система класифікації та кодування повинна відповідати таким вимогам: бути єдиною для всіх компонентів ЄАІС; повністю охоплювати всі об'єкти, які класифікуються; мати достатню й економічно виправдану глибину; володіти певною гнучкістю та надмірністю [8].

Основним інструментом реалізації інформаційних митних технологій є програмне забезпечення. Програмне забезпечення є сукупністю програмних засобів (ПЗ) регулярного застосування. Отже, програмне забезпечення ЄАІС є інструментом реалізації інфор-

маційних технологій на усіх рівнях діяльності органів ДФС, а також сукупністю програмних засобів та інструктивно-методичних матеріалів. В ЄАІС ОДЗ ДФСУ використовуються:

- системні програмні засоби (операційні системи та засоби їх розширення);
- системи керування базами даних (СКБД);
- програмні засоби керування інформаційними ресурсами, дисковими масивами, мережевими обладнаннями;
- ПЗ захисту інформації (від несанкціонованого доступу, антивірусні, криптографічні).

Більшість організацій купують готові програмні засоби, пакети й технології, а за необхідності додають до них своє програмне забезпечення. Сучасні органи ДФС відносяться до класу великих динамічних систем із характерною багатопрофільною діяльністю та великою кількістю кооперативних зв'язків з партнерами, учасниками ЗЕД, транспортними організаціями, податковими, банківськими системами тощо. Саме тому у зв'язку з попитом на послуги в галузі митної справи надання державних послуг удосконалюється шляхом вирішення таких завдань, як підвищення якості та доступності державних послуг в галузі митної справи; інтеграція єдиної автоматизованої інформаційної системи митних органів в наявну інфраструктуру; надання послуг і функцій в електронному вигляді з метою забезпечення доступності та підвищення якості надання державних послуг в галузі митної справи; розробка системи показників, методичного забезпечення й системи моніторингу якості надання державних послуг в галузі митної справи [3, с. 19].

Одним з основних напрямів діяльності органів ДФС є розвиток перспективних інформаційних митних технологій, що дає змогу створювати більш комфортні умови для бізнесу, забезпечувати прискорення та спрощення митних платежів. Тому використовуються такі інформаційні митні технології, як інтернет-декларування, попереднє інформування, віддалений випуск товарів і транспортних засобів. Автоматизація митних технологій вимагає нової організації автоматизованої інформаційної системи, а саме:

- консолідованого та централізованого зберігання митних документів в електронному вигляді;
- віддаленого доступу користувачів системи до її інформаційних ресурсів на основі захищеної WEB-технології;
- об'єктивно-орієнтованої архітектури автоматизованої системи;
- централізованого адміністрування інформаційно-обчислювальної мережі та баз даних з центру управління ДФС України;
- реалізації автоматизованого режиму процедур управління ризиками;
- застосування автоматизованого режиму процедур управління ризиками й контролю після випуску товарів відповідно до заявленого режимом (митний пост-аудит) [4, с. 32].

ЄАІС передбачає наскрізну комплексну автоматизацію всієї митної діяльності, забезпечення централізованого управління процесами митного оформлення та контролю, прийняття управлінських рішень на всіх рівнях, оперативного доведення розпорядчої та довідкової інформації. Впроваджені в рамках ЄАІС інформаційні технології покликані реалізувати принцип «потрібну інформацію співробітнику в потрібний час». Основними напрямками реінжинірингу в розвитку інформаційних технологій митних органів є такі (рис. 2).

Головний результат застосування реінжинірингу під час розроблення ЄАІС полягає в якісних змінах у функціях митних підрозділів та підвищенні особистої участі кожного співробітника органів ДФС. Будь-який підрозділ або окремих співробітник як користувач реальних інструментів, що надаються ЄАІС, зможе отримувати в діалоговому режимі необхідну для прийняття рішення інформацію з єдиного банку даних [5, с. 49].

Митні інформаційні системи відносяться до складних корпоративних систем, дослідження яких можна здійснити з використанням методів моделювання. Це дасть змогу оцінити передбачуване рішення «на столі» без закупівлі, установки і налаштування обладнання та програмного забезпечення. Використання такого під-

ходу допомагає значно знизити витрати на розробку, впровадження та модернізацію інформаційної системи, усунути можливі ризики. Дослідження параметрів обчислювальної системи за різних характеристик окремих компонентів дає змогу вибрати мережу та обчислювальне обладнання з урахуванням продуктивності, якості обслуговування, надійності та вартості [7, с. 230].

Моделювання дає змогу мінімізувати вартість устаткування, призначеного для використання в обчислювальній системі. Результатом моделювань є висновок, куди входять варіанти специфікацій та рекомендованого обладнання; порівняльний аналіз варіантів; результати аналізу

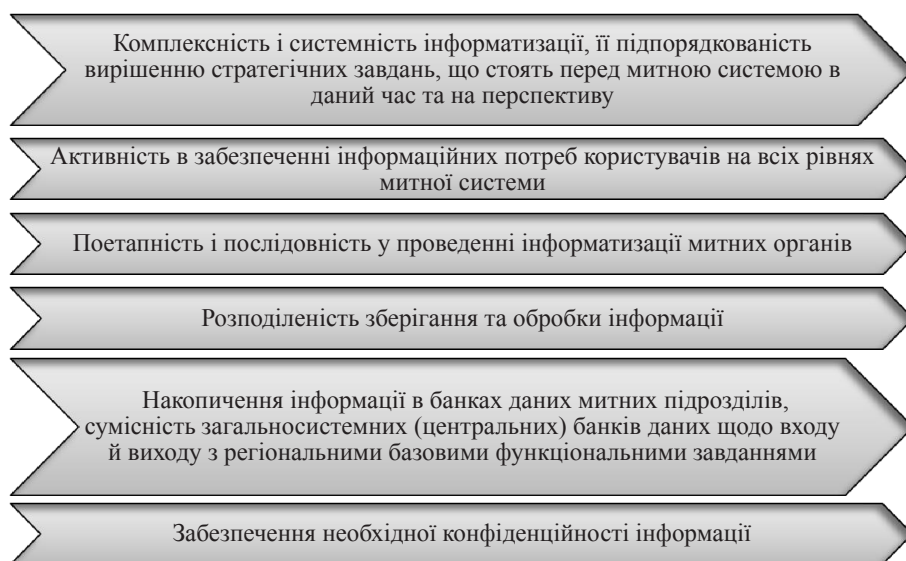


Рис. 2. Напрями реінжинірингу в розвитку інформаційних технологій органів ДФС України

роботи обчислювальної системи під час використання різних наборів обладнання, системного та прикладного програмного забезпечення. В рамках такого підходу модель органів ДФС є об'єктом, інструментом та результатом дослідження митної діяльності, а під час вирішення конкретних завдань – полігоном для прийняття різних управлінських рішень.

Висновки. Таким чином, впровадження в діяльність органів доходів і зборів нових інформаційних технологій для вдосконалення митних операцій та підвищення ефективності митного контролю є одним з основних завдань інформаційної політики ДФС України. Підви-

щення ефективності діяльності органів ДФС України можливе лише на основі реінжинірингу митних процесів за максимального використання сучасних інформаційних технологій. А це, відповідно, дасть змогу провести дослідження часу випуску товарів з використанням інструменту ВМО (Time Release Study), здійснити подальший розвиток електронної системи обміну інформацією за принципом «єдиного вікна», впровадити інститут уповноваженого економічного оператора, приєднатися до Нової комп'ютеризованої системи (NCTS), розвивати систему управління ризиками у сфері митного контролю, створити підрозділи митної варті тощо.

Список використаних джерел:

1. Гавро О., Кондратюк М., Миськів Б. Автоматизація роботи в органах Державної податкової служби: підручник / за ред. В. Росоловського, С. Ріппи. Ірпінь: Академія ДПС України, 2002. 401 с.
2. Арістова І. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти: монографія / за заг. ред. О. Бандурки. Харків: Ун-т внутрішніх справ, 2000. 368 с.
3. Войцешук А. Захист інформації в комплексній системі «Електронна митниця» як одна зі складових економічної безпеки держави. Вісник Академії митної служби України. Серія: Технічні науки. 2013. № 1 (49). С. 18–24.
4. Калюжний Р., Цимбалюк В. Розбудова держави та інформатизація державного управління. Розбудова держави. 1994. № 2. С. 31–36.
5. Лебедева Є. Інформаційне забезпечення митного оформлення товарів і транспортних засобів: вивчення досвіду зарубіжних країн. Митна справа. 2014. № 6 (96). С. 48–53.
6. Ніколайчук О. Електронне декларування, шляхи вирішення. Митниця. 2006. № 5. С. 13–15.
7. Стаценко-Сургучова І. Сутність інформаційно-аналітичної роботи в органах Державної податкової служби. Науковий вісник. 2006. № 4–5 (35). С. 228–233.
8. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: <http://sfs.gov.ua>.

УДК 336.711

Домбровська Л.В.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів і обліку,
*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини
вищого навчального закладу «Університет «Україна»»*

Баранова Ю.В.,
магістр,
*Миколаївський міжрегіональний інститут розвитку людини
вищого навчального закладу «Університет «Україна»»*

ДОХІДНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ УКРАЇНИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ, НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ

Домбровська Л.В., Баранова Ю.В. Дохідність комерційних банків України: сучасні тенденції, напрями підвищення. У статті приділено увагу ретельному аналізу показників дохідності вітчизняних банків та виявленню основних чинників його зміни упродовж останніх років. Дохідність банківської діяльності – важлива характеристика фінансового стану комерційних банків, яка дає змогу оцінити рівень ефективності вкладень, дохідних активів, управління спредом, використання внутрішньобанківських резервів, процентної політики, а також пріоритетність напрямів використання капіталу. Отримані результати виконаного дослідження вказують на те, що стан дохідності сучасної банківської системи повністю залежить як від сукупного розміру доходів та витрат, так і від особливостей структурних зрушень у їх складі.

Ключові слова: банківська система, комерційні банки, дохідність, дохід, втрати, процентний дохід, не-процентний дохід, процентні витрати, непроцентні витрати.

Домбровская Л.В., Баранова Ю.В. Доходность коммерческих банков Украины: современные тенденции, направления повышения. В статье уделено внимание тщательному анализу показателей доходности отечественных банков и выявлению основных факторов ее изменения в течение последних лет. Доходность банковской деятельности – важная характеристика финансового состояния коммерческих банков, которая позволяет оценить уровень эффективности вложений, доходных активов, управления спредами, использования внутрибанковских резервов, процентной политики, а также приоритетность направлений использования капитала. Полученные результаты выполненного исследования указывают на то, что состояние доходности современной банковской системы полностью зависит как от совокупного размера доходов и расходов, так и от особенностей структурных сдвигов в их составе.

Ключевые слова: банковская система, коммерческие банки, доходность, доход, расходы, процентный доход, непроцентный доход, процентные расходы, непроцентные расходы.

Dombrov's'ka L.V., Baranova Yu.V. Profitability of commercial banks of Ukraine: modern trends, directions of improvement. The article focuses on a meticulous analysis of the indicators of domestic banks' profitability and the identification of the main factors of its change over the past years. The profitability of banking is an important feature of the financial state of commercial banks, which allows you to estimate the level of efficiency of investments, income assets, management of spreads, use of interbank reserves, interest rate policy, also the priority of the use of capital. The results of the performed research point out that the state of profitability of the modern banking system depends on a full extent on the aggregate income and expenditure, and on the features of structural changes in their composition.

Key words: banking system, commercial banks, profitability, income, charges, interest income, non-interest income, interest expense, non-interest expense.

Постановка проблеми. Банківський сектор як основна ланка вітчизняної фінансово-кредитної системи прямо та опосередковано відчув на собі негативний вплив потрясінь, які стрімкою та «резонансною хвилею» поширились на усі сфери життя країни. Реагуючи на дестабілізаційні процеси в банківській системі, Національний банк України вжив низку системних заходів, спрямованих на забезпечення стабільності виконання комерційними банками своїх функцій і підтримку їх фінансового стану на достатньому рівні. Отже, навіть попри тотальне скорочення кількості банківських установ внаслідок втрати ними своєї платоспроможності, спостерігається поступове зростання абсолютних показників діяльності працюючих банків упродовж останніх двох років. Водночас внаслідок трансформацій, які стали неминучими в ході вирішення особливо гострих проблем, посилюється конкуренція в банківському середовищі, яка виявляється у зростаючій зацікавленості в якості фінансового становища банків з боку їх клієнтів і власників. Фінансова стабільність банків стає питанням їх виживання, оскільки банкрутство в умовах ринку виступає вірогідним результатом фінансової діяльності на одному рівні з іншими можливостями. Посилення надійності банків, індикаторами якої є перш за все дохідність та прибутковість, стає першочерговим завданням кожного з них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість робіт як вітчизняних, так і зарубіжних науковців присвячена переважно дослідженню прибутковості діяльності комерційних банків як ключової характеристики їх фінансового стану та результативності. Серед зарубіжних вчених досліджували цю проблематику Дж.Ф. Сінкі, П.С. Роуз, Ю. Іноземцева, А. Коняєв, А. Шаталов та інші. Значну увагу вивченню різних аспектів прибутковості банківської діяльності приділяли у своїх працях вітчизняні вчені, такі як О. Криклій, О. Рибалка, В. Фатюха, О. Подоляк, С. Остап, О. Омельченко, Ю. Макаренко, Є. Тітова. Зауважимо також, що сьогодні достатньо вивчаються особливості впливу доходів і витрат на фор-

мування прибутку та прибутковості комерційних банків, оминаючи питання їх дохідності.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідження сучасних тенденцій щодо дохідності комерційних банків України та виявлення на цій основі напрямів її підвищення.

Виклад основного матеріалу. Важливими умовами забезпечення дохідності банків є оптимізація структури доходів і витрат, виявлення тенденцій у дохідності кредитних операцій, планування оптимальної дохідної маржі для прогнозування орієнтованого рівня процентів за активними та пасивними операціями [3].

Для дослідження тенденцій, якими характеризується дохідність сукупності вітчизняних комерційних банків, скористаємося методикою, запропонованою колективом авторів на чолі з А. Герасимовичем [1].

Взяті до аналізу показники (табл. 1) свідчать переважно про підвищення рівня дохідності сукупності комерційних банків України упродовж досліджуваного періоду, а особливо станом на 1 січня 2018 р. порівняно з 1 січня 2017 р. Вважаємо, що виявлена зміна аналізованих показників зумовлена перш за все поступовим виведенням з вітчизняного банківського ринку неплатоспроможних «гравців», загальна кількість яких скоротилась із початку 2016 р. до початку 2018 р. на 35 одиниць.

Скорочення розміру від'ємного фінансового результату, отриманого вітчизняними комерційними банками за результатами фінансово-господарської діяльності в останні три роки, дало змогу значно зменшити значення співвідношення збитку та сукупних доходів (на 0,285). Випереджаюче зростання обсягу активів комерційних банків (в 1,095 разів) проти збільшення їх доходів (1,045 разів) вплинуло на зменшення співвідношення між доходами та активами, однак станом на 1 січня 2018 р. порівняно з аналогічною датою попереднього року аналізований показник хоч і не значно, але підвищився (на 0,008). Коливний характер зміни в динаміці розміру процентних доходів вітчизняних банків за одночасного поступового збільшення загального

Таблиця 1

Показники дохідності комерційних банків України (станом на 1 січня)

Показник (співвідношення)	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення абсолютне	
				2017 /2016 рр.	2018 /2017 рр.
прибутку та сукупних доходів	-0,422	-1,264	-0,137	-0,843	1,127
сукупних доходів та активів	0,140	0,125	0,133	-0,015	0,008
процентних доходів та активів	0,112	0,110	0,093	-0,002	-0,017
процентної маржі та дохідних активів	0,045	0,052	0,055	0,006	0,003
процентної маржі та активів	0,035	0,037	0,040	0,002	0,003
процентних доходів та процентних витрат	1,454	1,511	1,748	0,057	0,237
непроцентних доходів та сукупних доходів	0,197	0,118	0,304	-0,078	0,186
непроцентних витрат та сукупних доходів	0,869	1,681	0,739	0,812	-0,942
процентної маржі та сукупних доходів	0,251	0,298	0,298	0,047	–
непроцентних доходів та активів	0,027	0,015	0,041	-0,013	0,026
дохідних активів та загальних активів	0,770	0,720	0,719	-0,050	-0,001
дохідних активів та платних пасивів	1,048	0,922	0,954	-0,126	0,032
не дохідних активів та капіталу	2,991	2,981	2,295	-0,010	-0,686
процентних доходів та платних пасивів	0,153	0,141	0,123	-0,012	-0,018
непроцентної маржі та процентної маржі	-2,681	-5,240	-1,397	-2,559	3,843

Примітка: надано дані платоспроможних банків

обсягу банківських активів спричинило зменшення значень відповідного співвідношення протягом аналізованого періоду з 0,112 до 0,093, тобто на 0,019.

Позитивна зміна спостерігається у зміні співвідношення процентної маржі та дохідних активів банків, що зумовлене зростанням величини порівнюваного показника (процентної маржі) упродовж досліджуваного періоду із 42 773 млн. грн. до 53 075 млн. грн., тобто на 24,1%, що стало наслідком випереджаючого скорочення розміру процентних витрат (на 24,7%) порівняно зі скороченням розміру процентних доходів (на 9,5%). Окреслені тенденції зміни процентної маржі та загального обсягу активів комерційних банків України упродовж досліджуваного періоду забезпечили підвищення рівня відповідного показника з 0,035 до 0,040, а також його дотримання оптимальних значень (1–4%). Про підвищення банками рівня покриття процентних витрат процентними доходами свідчить поступове зростання співвідношення між ними, а саме з 1,454 до 1,748, тобто на 0,294. Значення цього показника значно перевищують оптимальні межі (110–125%), що вказує на намагання вітчизняних банківських установ вести виважену політику щодо ефективного розміщення сформованих ресурсів.

Українські банки протягом досліджуваного періоду суттєво підвищили ефективність використання внутрішньобанківських резервів та рівень якості управління витратами, свідченням чого є помітне зростання співвідношення між непроцентними та сукупними доходами (на 0,108), а також зменшення співвідношення між непроцентними витратами та сукупними доходами (на 0,130). Зростання коефіцієнта співвідношення між процентною маржею та сукупними доходами з 0,251 станом на 1 січня 2016 р. до 0,298 станом на 1 січня 2017 р. та 1 січня 2018 р. є свідченням підвищення ефективності процентної політики українських банків, що підтверджує зроблені вище висновки.

Важливою ознакою сучасної банківської системи є здатність її суб'єктів використовувати внутрішньобанківські активи задля підвищення рівня дохідності своєї діяльності, на що вказує зростання співвідношення

між непроцентними доходами та загальним обсягом активів (з 0,027 станом на 1 січня 2016 р. до 0,041 станом на 1 січня 2018 р.).

Спадну тенденцію демонструють співвідношення дохідних активів та загального обсягу активів (зменшення на 0,051), дохідних активів та платних пасивів (зменшення на 0,094), не дохідних активів та капіталу (зменшення на 0,696), а також процентних доходів та платних пасивів (зменшення на 0,020), що зумовлене випереджуваними темпами зростання обсягу загальних активів, платних пасивів та капіталу комерційних банків України порівняно з темпами зростання дохідних та не дохідних активів, а також непроцентних доходів.

Узагальнюючи результати аналізу показників дохідності, доходимо висновку, що ця характеристика фінансового стану вітчизняних комерційних банків значною мірою залежить від змін в обсягах та структурі їх доходів та витрат.

З огляду на зроблений висновок приділимо увагу виявленню тенденцій щодо змін у розмірах доходів та витрат, а також структурних зрушень у їх складі за сукупністю українських банків. Як свідчать дані табл. 2, зміна загальної величини доходів комерційних банків України мала коливний характер. Так, на початку 2017 р. відбулося зменшення доходів на 16 905 тис. грн., або на 9,9%, що спричинене скороченням розміру як процентних (на 15,5 тис. грн.), так і непроцентних доходів (на 15 370 тис. грн.). Суттєве зменшення останніх зумовлене стрімким скороченням результату торговельних операцій (на 21 485 тис. грн.), зокрема внаслідок отримання від'ємного результату операцій з фінансовими інструментами, що обліковуються за справедливою вартістю з визнанням результату переоцінки через прибутки та збитки (-11 021 тис. грн.), а також від'ємного результату переоцінки іноземної валюти (-11 336 тис. грн.).

На початку 2018 р. ситуація докорінно змінилася, про що свідчить збільшення загального розміру доходів вітчизняних комерційних банків, а саме на 2 4617 тис. грн., або на 16,0%. Позитивна зміна стала можливою через помітне збільшення розміру непроцентних дохо-

дів (на 36 038 тис. грн.) внаслідок зростання величини усіх їх складових (за винятком інших доходів).

Тенденції щодо зміни розмірів складових доходів вітчизняних банків привели до структурних зрушень у загальному обсязі доходів (рис. 1). Процентні доходи банківської системи загалом останніми роками коливаються в межах 70–80% загального обсягу отриманих доходів. Але їх частка зменшується у динаміці, а саме на 10,7 в. п. з початку 2016 р. до початку 2018 р. Вважаємо, що одним з вагомих чинників виявлених структурних зрушень в сукупних доходах вітчизняних банків є помітне зменшення обсягу (на 147 432 тис. грн.) та питомої ваги в загальному розмірі активів (на 16,0 в. п.) величини кредитів та кредиторської заборгованості клієнтів як основного виду активів, що передбачає отримання банками саме процентних доходів.

З огляду на несприятливу економічну ситуацію в Україні останніх років зниження питомої ваги процентних доходів викликане не природним розширенням діяльності банків, диверсифікації послуг та клієнтської бази, а саме прагненням збільшити доходи за рахунок підвищених комісій та небанківських послуг, про що свідчить зростання частки непроцентних доходів у загальному обсязі доходів вітчизняних банків протягом періоду з 1 січня 2016 р. по 1 січня 2018 р.

Аналіз даних, наведених у табл. 3, дає підстави стверджувати, що динаміка витрат сукупності комерційних банків України загалом відображає такі основні тенденції.

1) Загальна величина витрат зменшилась загалом протягом досліджуваного періоду на 39 819 тис. грн. При цьому варто відзначити помітне їх збільшення

станом на 1 січня 2017 р. порівняно з 1 січня 2016 р. на 105 444 тис. грн., а також суттєве скорочення станом на 1 січня 2018 р. порівняно з 1 січня 2017 р. на 1 452 636 тис. грн.

2) Поступово зменшився розмір процентних витрат комерційних банків України, а саме з 94 223 тис. грн. на початку 2016 р. до 70 966 тис. грн. на початку 2018 р., тобто загалом на 23 257 тис. грн. Попри поступове збільшення обсягу строкових депозитів, залучених вітчизняними банками протягом аналізованого періоду (з 407 766 тис. грн. до 471 406 тис. грн.), основну причину виявленого характеру динаміки процентних витрат вбачаємо у зниженні процентних ставок за такими депозитами (з 21,5% у національній валюті та 6,9% в іноземній валюті до 16,7% та 6,4%, відповідно).

3) Розмір комісійних витрат вітчизняних банків збільшився загалом за аналізований період на 3 853 тис. грн., що обумовлене збільшенням коштів до запитання (з 341 291 тис. грн. на початку 2016 р. до 456 518 тис. грн. на початку 2018 р.), спричиненого відповідним підвищенням активності власників цих коштів щодо попиту на операції з валютними цінностями, послуги з розрахунково-касового обслуговування та ведення рахунків, з переказу грошових коштів, включаючи послуги платіжних та розрахункових систем тощо.

4) Значно збільшився розмір адміністративних та інших операційних витрат, а саме на 3 572 тис. грн. на початку 2017 р. та на 20 775 тис. грн. на початку 2018 р. через поступове зростання величини таких їх складових, як витрати на персонал (на 6 117 тис. грн.), витрати на утримання основних засобів (на 2 397 тис. грн.), екс-

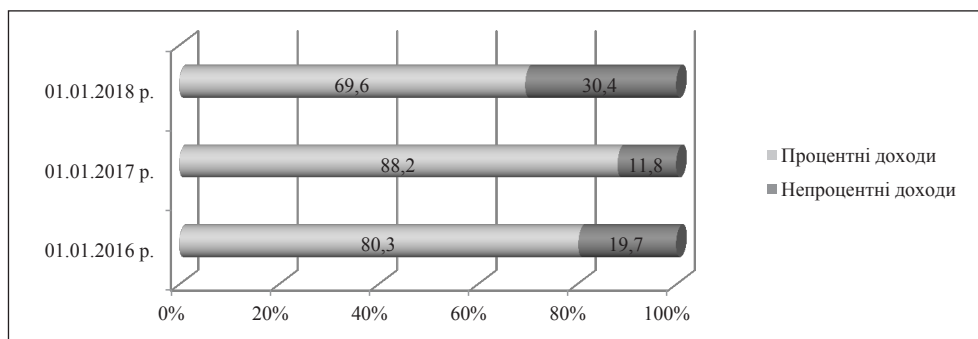


Рис. 1. Структура доходів комерційних банків України

Таблиця 2

Динаміка доходів комерційних банків України (станом на 1 січня), млн. грн.

Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення абсолютне	
				2017/2016 рр.	2018/2017 рр.
Процентні доходи, всього	136 997	135 462	124 041	-1 535	-11 421
зокрема:					
від операцій з юридичними особами	111 663	112 961	95 611	1 298	-17 350
від операцій з фізичними особами	25 334	22 501	28 430	-2 833	5 929
Непроцентні доходи, всього	33 526	18 156	54 194	-15 370	36 038
зокрема:					
комісійні доходи	25 169	31 189	37 116	6 020	5 927
результат торговельних операцій	861	-20 624	7 332	-21 485	27 956
інші операційні доходи	6 233	5 169	7 329	-1 064	2 160
інші доходи	1 263	2 422	2 417	1 159	-5
Доходи, всього	170 523	153 618	178 235	-16 905	24 617

платуаційні та господарські витрати (на 597 тис. грн.), витрати на оренду (96 тис. грн.), інші адміністративні та операційні витрати (на 16 619 тис. грн.), які включають витрати оперативного лізингу, на послуги аудиту, інкасацію, неустойки (штрафи, пені), що сплачені за банківськими операціями.

5) Зміна обсягу відрахувань до резервів характеризується нерівномірністю. Так, на початку 2017 р. їх розмір збільшився на 104 341 тис. грн. проти початку 2016 р., що зумовлене виконанням плану врегулювання діяльності ПАТ КБ «Приватбанк» в межах процесу націоналізації установи, реалізація якого супроводжувалася здійсненням цим банком відрахувань до резервів у розмірі 144 381 тис. грн. (71,6% загальної величини сформованих резервів по банківській системі). На початку 2018 р. ситуація докорінно змінилася, про що свідчить зменшення обсягу відрахувань вітчизняних банків до резервів на 152 948 тис. грн., зумовлене скороченням відрахувань до резервів під заборгованість за наданими клієнтам кредитами (на 143 596 тис. грн.) через як зменшення обсягу працюючого кредитного портфеля, так і поліпшення його якості.

Зміни як загального розміру витрат комерційних банків України, так і окремих їх складових не могли не позначитися на структурних зрушеннях (рис. 2). Як бачимо, питома вага процентних витрат у сукупних витратах вітчизняних банків коливалась від з 38,9% станом на 1 січня 2016 р. до 25,8% станом на 1 січня 2017 р., а також до 35,0% станом на 1 січня 2018 р. Відзначимо також, що у складі процентних витрат також відбулися певні структурні трансформації. Так, якщо

на початку 2016 р. у їх складі більшість складали процентні витрати від операцій з юридичними особами (57,9%), то на початку 2018 р. спостерігається зниження цього показника до 50,9%. Відповідно, питома вага процентних витрат від операцій з фізичними особами підвищилася з 42,1% до 49,1%. Першочерговою причиною виявлених структурних змін у складі процентних витрат є, на наш погляд, поступове зростання обсягу строкових депозитів, залучених від фізичних осіб упродовж аналізованого періоду (загалом на 60 869 тис. грн.) за одночасного збільшення розміру строкових коштів юридичних осіб лише на 2 771 тис. грн.

Зауважимо також, що у складі непроцентних витрат вітчизняних комерційних банків відбулися помітні структурні трансформації, обумовлені окресленими вище причинами. Питомі ваги комісійних витрат, адміністративних та інших операційних витрат зросли станом на 1 січня 2018 р. порівняно з 1 січня 2016 р. на 3,4 в. п. та на 22,4 в. п. відповідно. Натомість питома вага відрахувань до резервів скоротилася на 28,6 в. п.

Результати проведеного дослідження показали, що дохідність комерційних банків України протягом періоду з 1 січня 2016 р. по 1 січня 2018 р. не мала чітко вираженої тенденції. Проте за більшістю аналізованих показників намітилися позитивні зміни на початку 2018 р. порівняно з початком 2017 р., що обумовлене зростанням обсягу як сукупних доходів вітчизняних банків, так і окремих їх складових, зокрема непроцентних доходів (комісійні доходи, результат торговельних операцій); суттєвим скороченням процентних та непроцентних витрат, зокрема відрахувань до резервів.

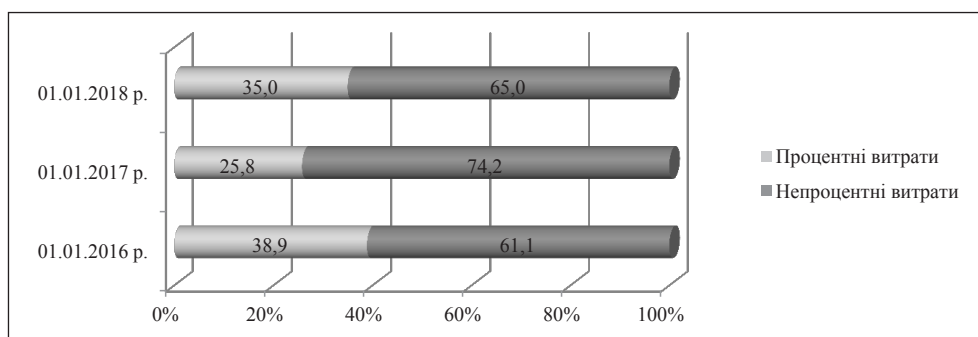


Рис. 2. Структура витрат комерційних банків України

Таблиця 3

Динаміка витрат комерційних банків України (станом на 1 січня), млн. грн.

Показник	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Відхилення абсолютне	
				2017/2016 рр.	2018/2017 рр.
Процентні витрати, всього	94 223	89 648	70 966	-4 575	-18 682
зокрема:					
– від операцій з юридичними особами	54 574	49 896	36 116	-4 678	-13 780
– від операцій з фізичними особами	39 649	39 752	34 850	103	-4 902
Непроцентні витрати, всього	148 191	258 210	131 629	110 019	-126 581
зокрема:					
– комісійні витрати	5 795	7 166	9 648	1 371	2 482
– відрахування до резервів	97 284	201 625	48 677	104 341	-152 948
– адміністративні та інші операційні витрати	45 664	49 236	70 011	3 572	20 775
– витрати на податок на прибуток	-552	183	3 293	735	3 110
Витрати, всього	242 414	347 858	202 595	105 444	-145 263

Висновки. З огляду на позитивні зміни, які намітились останніми роками в банківській системі під впливом роботи, яка проводиться Національним банком України та спрямована на оздоровлення та стабілізацію банківського сектору (встановлення стандартів прозорості функціонування та додержання норм законів кожним комерційним банком, програма відшкодування втрачених заощаджень вкладників, активізація діяльності Фонду гарантування вкладень фізичних осіб), вважаємо, що наступним важливим кроком на шляху підвищення дохідності вітчизняних комерційних банків має стати визначення джерел збільшення доходів, до яких слід віднести загальне зростання групи активів, що приносять процентний дохід; збільшення питомої ваги дохідних активів у сукупних

активах; зміну загального рівня процентної ставки за активними операціями; зміну структури дохідних активів шляхом підвищення питомої ваги ризикованих кредитів.

Крім виявлених джерел підвищення доходів, банки повинні систематично аналізувати напрями своїх витрат та оптимізувати їх. Оптимізація витрат банків полягає у встановленні прозорих та ефективних механізмів фінансового менеджменту, бізнес-планування та банківського моніторингу, спрямованих на підвищення ефективності банківської діяльності з урахуванням проблем надійності, ліквідності, дохідності, прибутковості. Оптимізуючи свої витрати, банки мають змогу більш ймовірно досягти високого рівня дохідності своєї діяльності найбільш економічним способом.

Список використаних джерел:

1. Герасимович А., Алексеєнко М., Парасій-Вергуненко І. та ін. Аналіз банківської діяльності: підручник / за ред. А. Герасимовича. Київ: КНЕУ, 2003. 599 с.
2. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>.
3. Тітова Є., Швець Ю. Доходи комерційного банку та джерела їх формування за умов впливу факторів ринкового середовища. Економіка, фінанси, право. 2016. № 3. С. 7–11.

УДК 336.1

Іваськевич Х.І.,

аспірант кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту,
Львівський національний університет імені Івана Франка

АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ В УКРАЇНІ

Іваськевич Х.І. Аналіз особливостей фінансового контролю діяльності бюджетних установ в Україні.

У статті розкрито сутність фінансового контролю діяльності бюджетних установ. Визначено його мету й завдання на макро- та мікроекономічному рівнях. Подано органи, які проводять зовнішній та внутрішній державний фінансовий контроль. Проаналізовано результати діяльності Державної аудиторської служби України щодо проведення фінансового контролю. Окреслено головні напрями реформування державного фінансового контролю в умовах посилення євроінтеграційних процесів.

Ключові слова: державний фінансовий контроль, аудит, ревізія, перевірка, фінансові ресурси, бюджет, бюджетна установа.

Иваськевич Х.И. Анализ особенностей фінансового контроля деятельности бюджетных учреждений в Украине. В статье раскрыта сущность фінансового контроля деятельности бюджетных учреждений. Определены его цели и задачи на макро- и микроэкономическом уровнях. Поданы органы, проводящие внешний и внутренний государственный финансовый контроль. Проанализированы результаты деятельности Государственной аудиторской службы Украины относительно проведения фінансового контроля. Определены главные направления реформирования государственного фінансового контроля в условиях усиления интеграционных процессов.

Ключевые слова: государственный финансовый контроль, аудит, ревизия, проверка, финансовые ресурсы, бюджет, бюджетное учреждение.

Ivas'kevych Kh.I. Analysis of the peculiarities of financial control over the activities of budgetary institutions in Ukraine. The article reveals the essence of financial control over the activities of budget institutions. The goals and tasks at the macro and microeconomic level are determined. The bodies that carry out external and internal state financial control are submitted. The results of the activity of the State Audit Office of Ukraine regarding the conduct of financial control are analyzed. The main directions of the reform of the state financial control in the conditions of strengthening of the European integration processes are outlined.

Key words: state financial control, audit, inspection, verification, financial resources, budget, budgetary institution.

Постановка проблеми. Фінансово-економічна нестабільність, що притаманна сучасному етапу розвитку економіки України, зумовлює недостатність державних фінансових ресурсів, що сприяє зниженню рівня фінансової безпеки країни. Важливим інструментом забезпечення найбільш повного надходження коштів до державного бюджету та їх раціонального використання, управління державним майном та боротьби зі злочинами у сфері фінансових відносин є державний фінансовий контроль, який у провідних країнах світу виступає пріоритетною сферою розвитку фінансово-бюджетних відносин. Від ефективності його функціонування значною мірою залежить стан фінансової системи та безпеки держави загалом. Контроль надає відповідального та підзвітного характеру управлінню державними фінансами, забезпечує гарантії та підтримку процесу своєчасного виявлення відхилень від прийнятих стандартів, порушень принципів законності, доцільності та економічності у використанні бюджетних коштів.

На сучасному етапі реформування державного фінансового контролю в Україні актуальною є проблема утвердження аудиту як найбільш ефективної його форми, оскільки він дає змогу своєчасно та повністю виявляти різні порушення, помилки та зловживання, які виникають у процесі ведення господарської діяльності бюджетними установами, у подальшому запобігати їм, а також забезпечує досягнення високих результатів використання фінансових ресурсів держави. Сьогодні оновлено повноваження вищих контрольних органів більшості розвинених країн світу, їх переорієнтовано на проведення державного аудиту, окреслено головні завдання, що стосуються визначення економічності, ефективності, результативності використання ресурсів країни та якості державного управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток теорії та практики організації фінансового контролю за діяльністю бюджетних установ України зробили такі вітчизняні науковці, як, зокрема, В. Бортняк, Л. Будник, Н. Владімірова, С. Дейнеко, Л. Дікань, Д. Долбнева, О. Дорошенко, Д. Калінкін, О. Кожушко, М. Романів, І. Труш, В. Піхоцький, І. Чугунов.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення сутності та дослідження особливостей організації фінансового контролю за діяльністю бюджетних установ в Україні.

Виклад основного матеріалу. Протягом останніх років у системі державного фінансового контролю в Україні починають з'являтися проблеми нормативно-правового, організаційно-технічного, інформаційного та кадрового характеру, які разом призводять до зниження ефективності та об'єктивності проведення державного фінансового контролю, нераціонального управління державним майном та використання бюджетних ресурсів. Все це вказує на необхідність пошуку напрямів удосконалення державного фінансового контролю з урахуванням як особливостей національної економіки, так і позитивного зарубіжного досвіду у цій сфері фінансових відносин [8, с. 35].

В науковій літературі не існує єдиного підходу до тлумачення поняття «державний фінансовий контроль».

На думку М. Базася, він забезпечує інтереси держави та суспільства, перевіряє виконання зобов'язань фізичних та юридичних осіб перед державою та забезпечення законності [1, с. 21].

С. Юргелевич вважає державний фінансовий контроль найважливішою функцією державного управління, яка спрямована на виявлення відхилень від прийнятих стандартів законності, доцільності та ефективності управління фінансовими ресурсами, а також іншою державною власністю, а за наявності таких відхилень – на своєчасне вжиття відповідних коригувальних та запобіжних заходів [10, с. 138].

В. Піхоцький зазначає, що державний фінансовий контроль з усіма його складовими в практичному аспекті необхідно розглядати як багатоаспектну систему спостереження та перевірки законності, доцільності, раціональності та ефективності процесів формування та використання фінансових ресурсів на будь-якому рівні управління для оцінювання ефективності прийнятих управлінських рішень і досягнення на цій основі економічного прогресу. Для повноти та цілісності він повинен доповнюватися контролем використання державної власності [7, с. 32].

Утім, Л. Дікань визначає контроль у бюджетних установах як сукупність заходів, яких вживають уповноважені органи з метою перевірки законності, доцільності та ефективності використання установою бюджетних коштів [3, с. 21].

На нашу думку, фінансовий контроль діяльності бюджетних установ доцільно визначати як найважливішу функцію управління державними фінансовими ресурсами, яка забезпечує захист інтересів суспільства та сприяє ефективному формуванню, раціональному й доцільному використанню бюджетних коштів, досягненню стратегічних цілей діяльності бюджетних установ.

Метою фінансового контролю діяльності бюджетних установ є дотримання принципів законності й ефективності формування та використання грошових коштів з метою забезпечення виконання такими організаціями визначених державою завдань та досягнення стратегічних цілей діяльності.

Зазначимо, що О. Дорошенко [4, с. 40] обґрунтовує необхідність розподілення завдань державного фінансового контролю за діяльністю бюджетних установ на дві групи, а саме на макро- та мікроекономічному рівнях. Перша група охоплює завдання, що пов'язані із забезпеченням законності, прозорості, ефективності та цільового використання бюджетних коштів. До завдань мікроекономічного рівня доцільно відносити забезпечення ефективного управління установою, правильності ведення бухгалтерського обліку й достовірності бухгалтерської звітності, економії, ефективного, результативного й цільового використання бюджетних коштів, проведення аналізу та оцінки стану фінансово-господарської діяльності бюджетних установ, запобігання порушенням бюджетного законодавства, обґрунтованості планування надходжень і витрат бюджетних коштів тощо.

Потреба у дієвій системі державного фінансового контролю в Україні зумовлена необхідністю забезпечення належного формування та ефективного використання фінансових ресурсів держави для реалізації її функцій. Від неї залежить ефективність соціально-еко-

номічного розвитку країни, регіонів загалом, а також економічних суб'єктів зокрема [5, с. 13]. Функціонування ефективної, якісної та прозорої системи державного фінансового контролю значно підвищує рівень довіри до держави як власних громадян, так і зарубіжної спільноти, а також створює необхідні умови для розвитку бізнесу, економічного зростання країни, формування сприятливого інвестиційного клімату тощо [8, с. 36].

Державний фінансовий контроль реалізується за допомогою створюваної державою системи органів державного фінансового контролю, яка є елементом загальної структури контролюючих органів держави та водночас виступає найважливішою частиною того фінансового механізму, за допомогою якого вона проводить свою фінансову політику.

Вітчизняна система державного фінансового контролю розглядається як трирівнева модель, у якій найвищим рівнем контролю є централізований зовнішній контроль від імені Уряду та Парламенту. З метою забезпечення проходження такого контролю на другому рівні діють децентралізовані підрозділи внутрішнього аудиту, які оцінюють та підтримують ефективність діючої системи внутрішнього контролю, яка і є останнім рівнем, на якому базується система державного фінансового контролю [9, с. 141].

Діюча система державного фінансового контролю складається з окремих видів, методів, форм та суб'єктів, кожен елемент якої має власні недоліки та є далеким від досконалості (громіздка та неефективна організаційно-функціональна структура, недосконале правове поле та методологічне забезпечення, відсутність дієвої системи внутрішнього фінансового контролю, незадовільний стан фінансово-бюджетної дисципліни, низька відповідальність учасників бюджетного процесу тощо) [9, с. 142].

Однак укладення Україною у 2014 році Угоди про асоціацію, яка вступила повністю в дію 1 вересня 2017 року, чітко визначило євроінтеграційний вектор розвитку країни та конкретні напрями реформування державного фінансового контролю, а саме його гармонізацію з міжнародними стандартами та нормами Європейського Союзу. В основу цього покладене перетворення внутрішнього фінансового контролю, оскільки саме від його ефективності залежать результативність та економність витрачання державних фінан-

сових ресурсів від нижчого розпорядника бюджетних коштів до вищого (рис. 1).

Як показує рис. 1, лівова частка внутрішнього фінансового контролю діяльності бюджетних установ припадає на Державну аудиторську службу України (ДАС).

Діяльність органів державного фінансового контролю у 2017 році була спрямована на забезпечення належного рівня фінансово-бюджетної дисципліни в державі. Упродовж цього року територіальними підрозділами Державної аудиторської служби охоплено контролем більше 1,8 тис. підприємств, установ та організацій усіх форм власності, на понад 1,5 тис. об'єктах контролю встановлене незаконне й нецільове витрачання коштів і матеріальних цінностей, їх недостачі на загальну суму понад 2,2 млрд. грн., зокрема бюджетних ресурсів – майже 1,1 млн. грн. (з них понад 608 млн. грн. становили кошти державного бюджету) (рис. 2). Найбільша кількість підприємств, установ та організацій була перевірена у 2014 році (21 334 од.), що пов'язане зі складним соціально-економічним становищем у державі та початком військових дій на території України, а найменша – у 2017 році (1 817 од.). Найвищою частка перевірених бюджетних організацій також була у 2017 році (77%), а найнижчого значення вона досягла у 2006 році (50%).

За 2007–2017 роки кількість вжитих контрольних заходів ДАС зменшилась більше ніж у 8 разів (із 17 563 од. у 2007 році до 2 181 од. у 2017 році (рис. 3). Свого піку вони досягли у 2014 році (23 802 од.).

Протилежну тенденцію мав обсяг охоплених ревізіями та перевітками фінансових та матеріальних ресурсів, котрий упродовж аналізованого періоду збільшився на 38,9% (120,1 млрд. грн.), а найвищого значення досягав у тому ж 2014 році (1 053,23 млрд. грн.). Орієнтування заходів державного фінансового контролю на охоплення найбільш ризикових сфер у діяльності підприємств, установ та організацій та дослідження значних фінансових потоків дали змогу забезпечити належну результативність контрольних заходів [6].

Загалом за результатами ревізій та перевірок у 2017 році виявлено втрат фінансових і матеріальних ресурсів на майже 2,3 млрд. грн. (рис. 4). Упродовж 2007–2017 років обсяг виявлених порушень, що призвів до втрат матеріальних та фінансових ресурсів,

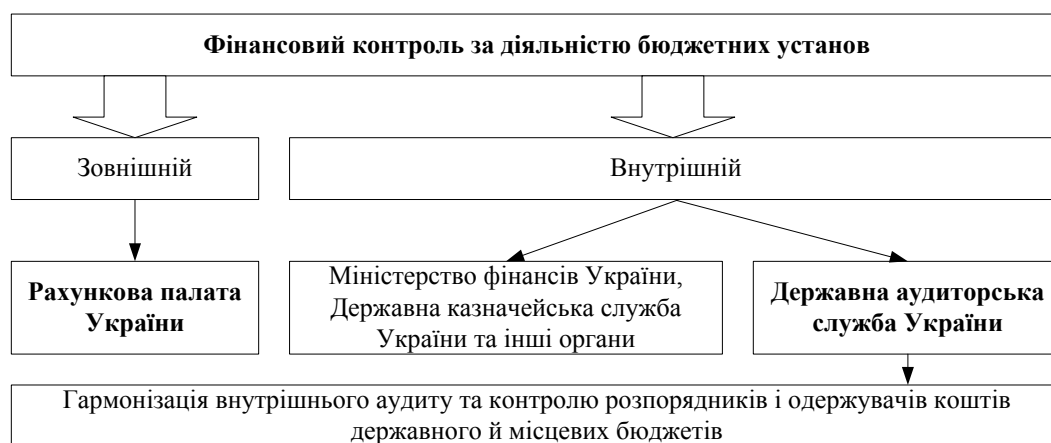


Рис. 1. Модель фінансового контролю діяльності бюджетних установ в Україні [2, с. 49]



Рис. 2. Кількість перевірених суб'єктів господарювання Державною аудиторською службою України та частка у них бюджетних установ та організацій

Джерело: побудовано автором на підставі джерела [6]



Рис. 3. Динаміка вжитих контрольних заходів Державною аудиторською службою України та охоплених ними фінансових та матеріальних ресурсів

Джерело: побудовано автором на підставі джерела [6]

коливався від 2,21 до 35,13 млрд. грн. Найбільше зловживань зафіксовано у 2010 році, а їх відносно низький рівень – у 2007, 2016 та 2017 роках. За аналізований період найвищий обсяг усунутих фінансових порушень зафіксовано у 2011 році (151% від виявлених зловживань, тобто було усунуто ще минулорічні порушення). Дуже низькою частка усунених порушень була у 2010 році (близько 5%), коли, наприклад, у 2017 році вона становила близько 35%.

У структурі виявлених правопорушень, що призвели до втрат фінансових і матеріальних ресурсів, зазвичай переважали незаконні витрати та недоотримані кошти (рис. 5). Частка перших коливалась від 46,8% (2009 рік) до 72,2% (2017 рік). Друге місце посідала питома вага недоотриманих фінансових ресурсів, частка яких упродовж аналізованого періоду перебувала в межах від 7,2% (2010 рік) до 42,5% (2009 рік).

Зокрема, у 2017 році внаслідок неправомірних дій окремих керівників, реалізації товарів, робіт та послуг за заниженими цінами, безоплатного надання в оренду природних та матеріальних ресурсів тощо бюджетами усіх рівнів, бюджетними установами та організаціями, підприємствами втрачена можливість отримати належні їм доходи в сумі майже 642,9 млн. грн., зокрема бюджетами – близько 301,6 млн. грн. [6]. Найнижчу питому вагу займали недостачі, які перебували в діапазоні до 11,2%, а в останні два роки не перевищували 3,1%.

Найбільш масштабними та поширеними фінансовими порушеннями, які призвели до втрат ресурсів у 2017 році, були незаконні витрати внаслідок оплати завищеної вартості виконаних робіт та/або наданих послуг, а також завищення кількості чи вартості придбаних товарів; використання грошових кре-

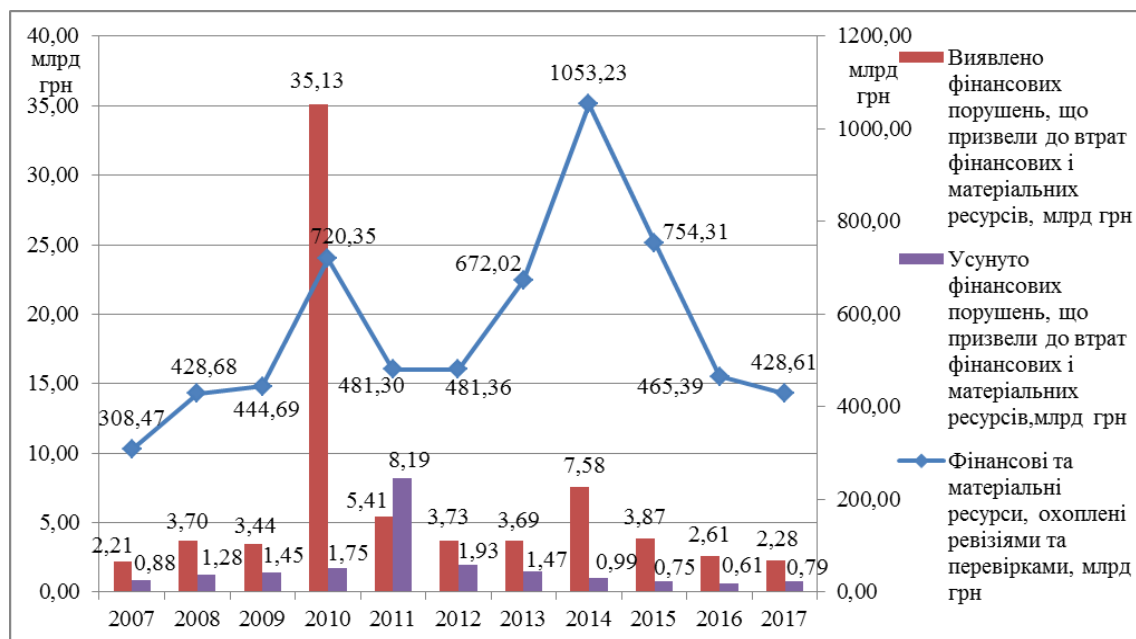


Рис. 4. Динаміка фінансових та матеріальних ресурсів, охоплених ревізіями й перевітками, обсягу виявлених та усунутих фінансових порушень, що призвели до втрат фінансових та матеріальних ресурсів

Джерело: побудовано автором на підставі джерела [6]

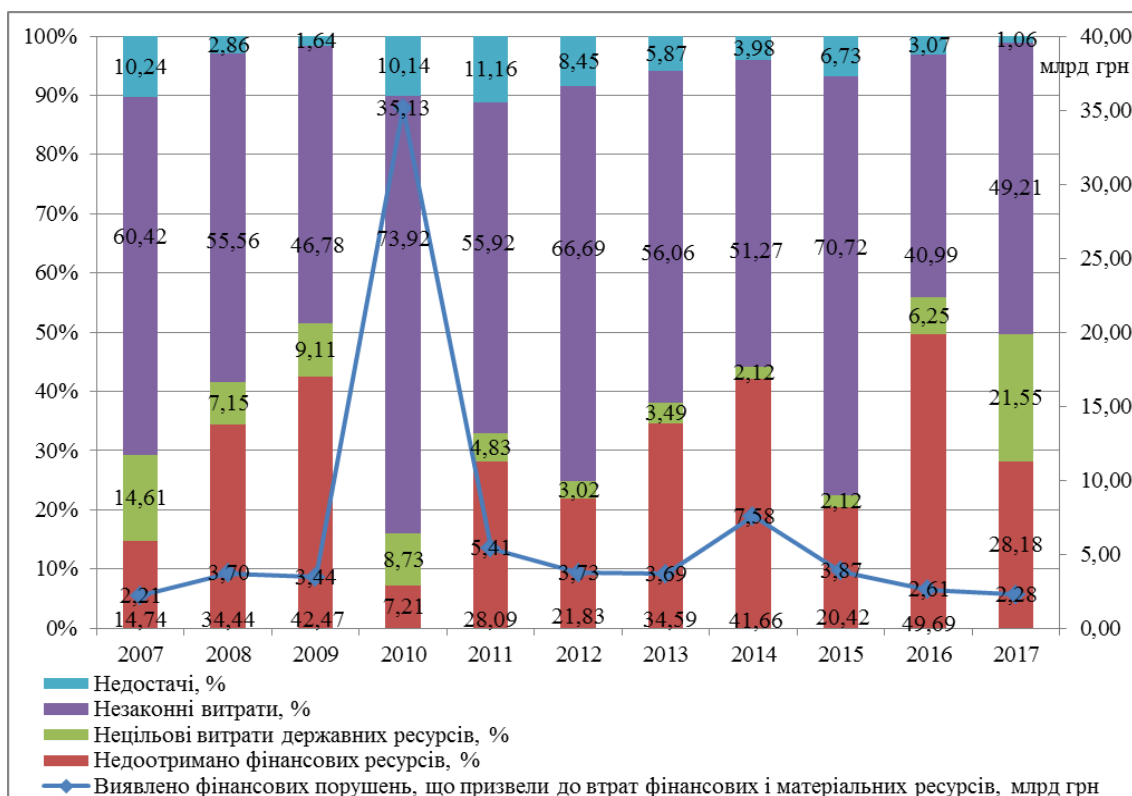


Рис. 5. Динаміка структури обсягу виявлених фінансових порушень, що призвели до втрат фінансових та матеріальних ресурсів

Джерело: побудовано автором на підставі джерела [6]

дитів, позик міжнародних фінансових організацій, отриманих під гарантію Уряду України, всупереч їх цільовому призначенню; не нарахування і неперере-

рахування надходжень до загального та спеціального (крім спецфонду бюджетних установ) фондів бюджету; реалізація суб'єктами господарювання

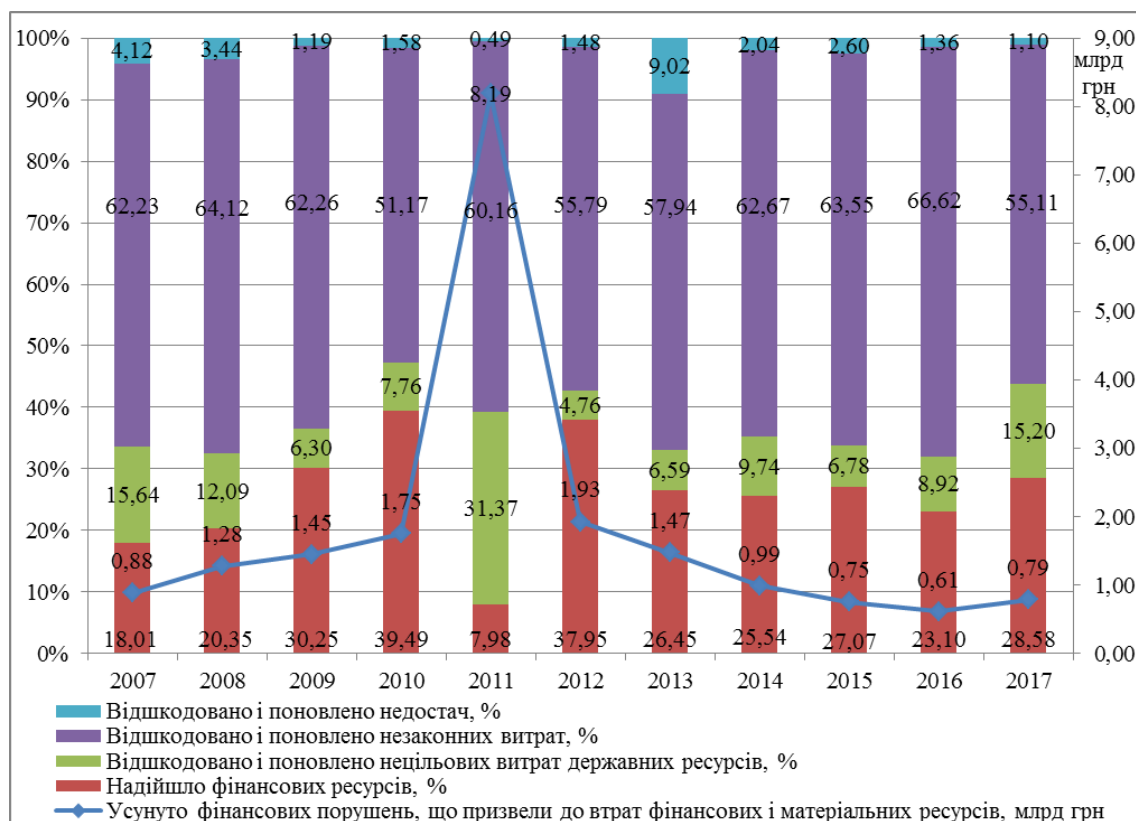


Рис. 6. Динаміка структури усунутих фінансових порушень, що призвели до втрат фінансових та матеріальних ресурсів

Джерело: побудовано автором на підставі джерела [6]

товарів, робіт чи послуг безоплатно або за заниженими цінами; проведення незаконних (зайвих) виплат по заробітній платі; списання коштів на видатки/витрати без отримання товарів, робіт чи послуг або в обсягах, вищих від їх фактичної вартості; незаконні виплати фізичним особам (компенсацій, допомог, пільг та субсидій, пенсій, стипендій), зокрема тим, які не мали права на їх отримання, або у завищених розмірах; недостачі коштів та матеріальних цінностей; використання державних цільових коштів всупереч їх цільовому призначенню тощо.

Держаудитслужбою здійснюється системний контроль усунення виявлених контрольними заходами недоліків і порушень та повноти виконання заходів її органів. Так, для належного реагування на факти порушень до правоохоронних органів у 2017 році передано майже 1,3 тис. ревізійних матеріалів. За результатами розгляду матеріалів контрольних заходів протягом звітного року розпочато 577 досудових розслідувань, окрім того, долучено до кримінальних проваджень 696 матеріалів заходів державного фінансового контролю.

Упродовж 2007–2017 років у структурі усунутих порушень переважали відшкодовані та поновлені незаконні витрати, частка яких коливалася від 51,17% у 2010 році до 66,62% у 2016 році (рис. 6). Друге місце посідали надходження фінансових ресурсів, питома вага яких за аналізований період збільшилась на 10,57 відсоткових пункти, а у 2017 році становила 28,58%. Завдяки вжитим заходам протягом 2017 року

Держаудитслужба, її міжрегіональні територіальні органи та управління в областях забезпечили відшкодування втрат фінансових та матеріальних ресурсів на загальну суму майже 788,0 млн. грн. Так, до бюджетів, бюджетних установ, організацій та підприємств надійшло понад 225,2 млн. грн., а також забезпечене відшкодування та поновлення незаконних, нецільових витрат та недостач ресурсів на загальну суму понад 562,7 млн. грн. [6]. Найменшу частку в усунутих порушеннях протягом аналізованого періоду займали відшкодовані й поновлені недостачі (коливалися від 1% до 2% у більшості періодів).

До головних напрямів реформування фінансового контролю діяльності бюджетних установ в умовах посилення євроінтеграційних процесів необхідно віднести вдосконалення методики вжиття контрольних заходів на підставі ризикоорієнтованого підходу під час вибору об'єктів перевірки; гармонізацію внутрішнього контролю та аудиту з метою підвищення прозорості бюджетних відносин та запобігання корупції в державному секторі; вдосконалення законодавчої бази у сфері державного фінансового контролю та приведення її у відповідність до міжнародних стандартів з урахуванням світового досвіду; розроблення єдиних вітчизняних концептуальних засад, стандартів, форм і методів проведення фінансового контролю діяльності бюджетних установ; поліпшення інформаційного, матеріального та кадрового забезпечення контролюючих органів; посилення ефекту профілактики право-

порушень у сфері діяльності бюджетних організацій; посилення взаємодії та координації усіх учасників бюджетних відносин у сфері фінансового контролю; оптимізацію організаційної структури та розмежування функцій контролюючих органів; організацію роботи внутрішнього аудиту в бюджетних установах та організаціях, а також підвищення його ефективності.

Висновки. Отже, здійснення фінансового контролю діяльності бюджетних установ та організацій необхідно розглядати як важливу функцію державного управління, за допомогою якої можна підвищити їхню ефективність, забезпечити економне,

раціональне й доцільне використання бюджетних ресурсів. Головними контролюючими органами в Україні є Рахункова палата та Державна аудиторська служба, які підпорядковані Верховній Раді та Кабінету Міністрів відповідно. Окрім контролю на макроекономічному рівні, значну увагу необхідно приділяти внутрішньому аудиту діяльності розпорядників бюджетних коштів. Для удосконалення системи державного фінансового контролю в Україні важливо враховувати досвід розвинених країн з ринковою економікою та приводити до міжнародних стандартів діяльність контролюючих органів.

Список використаних джерел:

1. Базась М. Методика і організація фінансового контролю: підручник. Київ: МАУП, 2004. 446 с.
2. Владімірова Н. Напрями реформування державного фінансового контролю задля забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 16. С. 46–52.
3. Дікань Л. Контроль у бюджетних установах: підручник. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. 408 с.
4. Дорошенко О. Контроль господарської діяльності бюджетних установ в умовах модернізації державних фінансів України: монографія. Рівне: НУВГП, 2012. 294 с.
5. Калінкін Д. Внутрішній аудит бюджетних установ в умовах реформування системи державного фінансового контролю: дис. ... канд. екон. наук. URL: http://www.hneu.edu.ua/web/public/moved/hneu/NAUKA/Vchenna_rada/2016/Kalinkin_D.V._Disertacia.pdf.
6. Офіційний сайт Державної аудиторської служби України. URL: <http://www.dkrs.gov.ua/kru>.
7. Піхоцький В. Система державного фінансового контролю в Україні: концептуальні засади теорії та практики: дис. ... докт. екон. наук. URL: http://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis_pihotskyi.pdf.
8. Романів М., Долбнева Д. Необхідність та напрями удосконалення системи державного фінансового контролю в Україні як вимога сьогодення. ScienceRise. 2016. № 2/1 (19). С. 35–38.
9. Труш І. Державний фінансовий контроль в умовах економічних трансформацій. Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 14. С. 141–144.
10. Юргелевич С. Система державного фінансового контролю. Фінанси України. 2007. № 4. С. 138–144.

УДК 336.2

Лисенко Ж.П.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри публічних,

корпоративних фінансів та фінансового посередництва,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Олексин А.Г.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри публічних,

корпоративних фінансів та фінансового посередництва,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ: ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ БАЗИ ТА ДОХОДІВ

Лисенко Ж.П., Олексин А.Г. Фінансова стійкість місцевого самоврядування: вплив економічної бази та доходів. Ця стаття визначає теоретичну базу для подальшого аналізу фінансової стійкості місцевих бюджетів. Фінансова стійкість визначається як тип фінансового стану, який дає змогу органам місцевого самоврядування продовжувати надавати послуги членам громади в поточному і майбутньому періодах, не впливаючи на модель збалансованості доходів та видатків бюджету. Оцінка місцевої фінансової стійкості базується на двох типах показників, таких як боргові зобов'язання та бюджетний баланс. Результати досліджень показали, що борговий тягар найбільше пов'язаний з розміром місцевої економічної бази, а на бюджетний баланс впливає ступінь диверсифікації доходів місцевих джерел, а також прогнозування демографічної ситуації в громадах.

Ключові слова: стрес муніципальних фінансів, фінансова стійкість, баланс бюджету.

Лысенко Ж.П., Олексин А.Г. Финансовая устойчивость местного самоуправления: влияние экономической базы и доходов. Эта статья определяет теоретическую базу для последующего анализа финансовой устойчивости местных бюджетов. Финансовая устойчивость определяется как тип финансового состояния, который позволяет органам местного самоуправления продолжать оказывать услуги членам общины в текущем и будущем периодах, не влияя на модель сбалансированности доходов и расходов бюджета. Оценка местной финансовой устойчивости базируется на двух типах показателей, таких как долговые обязательства и бюджетный баланс. Результаты исследований показали, что долговое бремя больше связано с размером местной экономической базы, а на бюджетный баланс влияет степень диверсификации доходов местных источников, а также прогнозирования демографической ситуации в общинах.

Ключевые слова: стресс муниципальных финансов, финансовая устойчивость, баланс бюджета.

Lysenko Z.P., Oleksyn A.G. Financial sustainability of local government: the impact of the economic base and revenues. This work defines a theoretical basis for the following analysis of the financial sustainability of the local budgets. Financial stability is defined as a type of financial state which allows local self-government to continue to provide services to members of the community in the current period without affecting the model of the balance of income and budget expenditures. Assessment of the local financial stability is based on two types of indicators: debt obligations and the budget balance. The results of the research showed that the debt burden is mostly to the size of the local economic base, and the budget balance is influenced by the degree of diversification of income from local sources and forecasting of the demographic situation in the community.

Key words: municipal fiscal stress, financial sustainability, budget balance.

Постановка проблеми. Можливості соціально-економічного розвитку регіонів та громад в умовах реформування державних і місцевих фінансів значною мірою визначає рівень фінансової стійкості місцевих бюджетів. Прогнозування фінансової стійкості місцевих бюджетів є необхідним етапом бюджетного менеджменту, оскільки дає змогу встановити якість планування і виконання місцевого бюджету, а також регулювання процесів управління бюджетними ресурсами громад.

Прогнозування стійкості бюджету є важливим складником оцінки фінансового стану регіону чи громади, за якого певна структура, обсяг фінансово-бюджетних ресурсів громади створюють можливості для реалізації не тільки повноважень органів місцевого самоврядування, а й встановлених цілей, завдань соціально економічного розвитку території.

Українські громади з початком реформи децентралізації отримали більше фінансових ресурсів, але одночасно і більший обсяг повноважень. Місцеві органи самоврядування розпочали активно проводити політику щодо зовнішніх запозичень. Однак зараз у нормативно-правових актах зі сфери бюджетної політики і досі не визначають сутності і методології розрахунку фінансової стійкості місцевих бюджетів. Це дослідження забезпечує краще розуміння факторів, які впливають на формування фінансової стійкості місцевих бюджетів, та дає можливість врахувати їх під час прогнозування розміру цього показника в майбутніх періодах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Термін «стійкість» у світовий контекст державної політики введений Комісією з навколишнього середовища та розвитку в 1987 р. Розвиток як зміна в будь-якому середовищі вважався стійким, якщо він задовольняв потреби нинішнього покоління, не заважаючи задовольнити їх майбутнім поколінням. Ця концепція дала політикам та аналітикам можливість одночасно обговорювати цілі навколишнього середовища та економічного розвитку (Dollery and Grant, 2011), не наближаючись до них або шукаючи компромісу. Це дослідження також зафіксувало нову нормативну орієнтацію на управління державними ресурсами.

У 1990-х роках Світовий банк розпочав фінансування досліджень щодо національної фінансової стабільності. К. Бернсайд (2003), який є членом Світового банку, зазначає, що національна фінансова стійкість має багато визначень, але вони, як правило, пов'язані з фінансовою політикою уряду. Науковець визначив дві концепції сталого розвитку, які важливі на національному рівні. Перша полягає у платоспроможності, тобто «здатності уряду обслуговувати свої боргові зобов'язання безстроково без явного дефолту» (1). К. Бернсайд зазначає, що уряд часто вважається неплатоспроможним, коли банкрутство вже очевидне. Такі аналізи не дають керівництву інформації щодо необхідності вживання запобіжних заходів задля уникнення кризи. Друга концепція стосується спроможності уряду підтримувати поточну політику. Вона, як правило, фокусується на оптимальних коригуваннях фінансової та грошово-кредитної політики, щоб уникнути неплатоспроможності у майбутньому. К. Бернсайд визнає, що аналіз фінансової стійкості має зосереджуватися на оптимальності політики, а не на її простому здійсненні.

К. Бернсайд вказує на те, що чітке розуміння цілей аналізу фінансової стійкості має передувати вибору методів аналізу. Він виділяє чотири потенційні цілі аналізу фінансової стійкості на національному рівні, такі як:

- 1) оцінка спроможності уряду брати позики;
- 2) прогноз настання фінансової кризи;
- 3) оцінка фінансових ризиків, пов'язаних із передбаченими зобов'язаннями; бюджетної політики та обговорення майбутніх політичних рішень.

Опорні цілі К. Бернсайда є привабливими як навчальний пристрій, але емпіричне застосування цієї думки показує, що цілі не є взаємовиключними. Наприклад, прогноз настання кризи, ймовірно, базуватиметься на оцінці фінансових ризиків, пов'язаних із передбаченими зобов'язаннями.

Фіскальна стійкість на місцевому рівні також визначена в декількох напрямках. Джефрі Чапман пропонує своє визначення фінансової стійкості як «довгострокової спроможності органів місцевого самоврядування послідовно виконувати свої фінансові зобов'язання» та

визначає три типи зобов'язань: циклічні, структурні та міжурядові.

Циклічні зобов'язання відображають вплив ділового циклу на місцеві фінанси і часто є загальними для всіх трьох рівнів влади. Структурні зобов'язання включають демографічні зміни, тенденцію до урбанізації, загальну мобільність населення і бізнесу, структурне зрушення від споживання товарів до споживання послуг, а також появу нових джерел доходів, таких як електронна комерція. Структурні зобов'язання є найбільш ефективним аспектом управління фінансовою стійкістю, оскільки деякі з них знаходяться під контролем місцевих політиків.

Міждержавні зобов'язання пов'язані з відносинами місцевого самоврядування з іншими урядами. Хоча місцеві органи самоврядування і держави не можуть вступати у прямі фінансові відносини, але вони впливають на місцеві фінансові можливості через міжнародну технічну допомогу чи кредити від міжнародних фінансових інституцій.

Міжнародна рада зі стандартів бухгалтерського обліку для державного сектору розглядає бюджетний характер стійкості як «здатність суб'єкта господарювання відповідати за надання послуг та фінансові зобов'язання як зараз, так і в майбутньому» (IPSASB, 2011: 5). Це свідчить, що оцінка фінансової стійкості вимагає широкого кола даних. «Ці дані включають фінансову та нефінансову інформацію про поточні економічні та демографічні умови, припущення щодо національних та глобальних тенденцій, таких як продуктивність, відносна конкурентоспроможність національної або місцевої економіки та очікувані зміни демографічних змінних, таких як вік, довговічність, стать, дохід, освіта та захворюваність» (IPSASB, 2011: 6).

Dollery and Grant (2011) також розглядали шість досліджень бюджетної стійкості в австралійській регіональній практиці і дійшли висновку, що всі вони надто вузько зосереджені на облікових та фінансових показниках.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення економічних та фінансових факторів, які впливають на фінансову стійкість місцевих бюджетів.

Методичну основу цього дослідження становить сучасна економічна теорія в частині формування державних та місцевих бюджетів та методи наукового пізнання. У процесі дослідження застосовувалися методи теоретичного узагальнення, порівняння, синтезу – під час уточнення ролі факторів, які впливають на визначення фінансової стійкості місцевих бюджетів, а також абстрактно-логічний метод – для теоретичних узагальнень та висновків за матеріалами досліджень.

Виклад основного матеріалу. Після проведення реформи фінансової децентралізації в Україні громади мають більшу фінансову автономію, ніж регіони країн із більш централізованими структурами управління. Іншим боком фінансової та інституційної незалежності є сподівання, що органи місцевого самоврядування повинні мати можливість ефективно управляти своїми ресурсами та мати фінансову підтримку від держави.

Органи місцевого самоврядування надають широкий спектр послуг місцевим громадам, які включають житлово-комунальне господарство, поводження з твердими побутовими відходами, охорону здоров'я та освіту, бібліотечну та культурну діяльність, а також соціальне

забезпечення. Власні доходи місцевих бюджетів та міжбюджетні трансферти є бюджетним обмеженням на нерациональність витрат місцевого самоврядування. Крім того, місцеві органи самоврядування зобов'язані часто враховувати інституційні обмеження, які встановлюються на загальнодержавному рівні. Найбільш вживаними з цих обмежень є збалансовані вимоги до бюджету, статус власності на майно, розподіл податків, а також боргові нормативи.

Окрім витраткових джерел фінансового ризику, є чинники, що впливають на фінансову стійкість місцевих бюджетів з боку доходів. Насамперед місцеві вразливі місця у дохідній частині пов'язані зі здатністю місцевих органів самоврядування та регіональних фіскальних органів забезпечувати достатні надходження від наявних джерел доходів для задоволення наявних зобов'язань.

У цьому дослідженні фінансову стійкість місцевих бюджетів розглядатимемо як стан місцевих фінансів, який дає змогу місцевим органам самоврядування постійно надавати послуги та задовольняти всі свої зобов'язання. Для порівняння, фінансова стійкість державного бюджету пов'язана зі здатністю уряду задовольняти вимоги до обслуговування не тільки у поточному періоді, але й у майбутньому. Коли фінансовий стан держави характеризується як стійкий, уряд може забезпечити послуги, очікувані від громад, і реорганізувати свої фінансові зобов'язання, такі як повернення боргів та виплати пенсій, без шкоди для справедливості між поколіннями.

Сутність фінансової стійкості місцевих бюджетів ефективно розглядати через призму чітко визначених її індикаторів, таких як борговий тягар та бюджетний баланс. Здатність місцевих органів місцевого самоврядування уникати високих рівнів боргу та дефіциту бюджету може залежати від різних чинників, які згруповані в окремі категорії.

Місцевий борговий тягар є особливо актуальним показником фінансової стійкості місцевого бюджету. Зазвичай цей показник вимірюється як співвідношення між місцевими прямим боргом та кількістю населення, або особистим доходом, або певною формою оцінювання активів громади. Вибір знаменника залежить від того, що місцеві фінансові менеджери вважають більш точним як міру важливих змін у місцевих умовах. Загалом, швидке зростання довгострокової заборгованості може стати тривожним знаком для органів місцевого самоврядування. Розмір боргу в межах 10 відсотків оціночної вартості комунального майна вважається доцільним. Високі показники можуть свідчити про надмірне навантаження, тоді як низьке співвідношення може свідчити про недостатнє інвестування в місцеву інфраструктуру (та зменшення перспектив розвитку бізнесу).

Хоча більшість органів місцевого самоврядування застосовують явне правило збалансування бюджету і подають на затвердження збалансований бюджет, у дійсності вони рідко доходять до природного балансу наприкінці року. За своєю природою бюджет – це лише план надходжень та витрат. Коли доходи перевищують витрати, надлишок спрямовується до резервного фонду, а точніше – до необмеженої частини резервного фонду. Якщо місцевий бюджет за рік виконано з дефіцитом, то резервний фонд буде використаний і дефіцит покритий. Зазвичай, якщо залишок коштів у незареєстрованих фондах з року в рік зменшується, це може

свідчити про стійкий дефіцит операцій. Кредитно-рейтингові фірми не приділяють надто великої уваги дефіциту, якщо він не підтримується протягом багатьох років і є великим. Прогноз бюджетного дефіциту може бути цінним для органів місцевого самоврядування як сигнал про необхідність змін у політиці; для жителів як сигнал про те, що їхні податки можуть збільшитися, і для інвесторів у муніципальні цінні папери як інструмент для більш обґрунтованого вибору інвестицій.

Збалансовані вимоги до бюджету призначені для того, щоб забезпечити відповідальність влади та запобігти накопиченню дефіциту. Дослідники визначають бюджетний баланс як «ситуацію, коли доходи, наявні для державних операцій, більші або дорівнюють витратам на початку, в середині та на кінець фінансового року чи бюджетного циклу, так що фінансовий рік закінчується нульовим або позитивним балансом (надлишком) замість дефіциту».

Здатність органів місцевого самоврядування постійно виконувати свої зобов'язання щодо надання послуг у поточному і майбутньому періодах залежить від їхньої здатності забезпечувати необхідні доходи для покриття очікуваних витрат. Місцеві соціально-демографічні складники та економічні фактори є детермінантами місцевої податкової бази. Потужність місцевих доходів (спроможність влади збільшувати доходи від місцевих ресурсів) впливає на добробут мешканців, які сплачують податки та споживають послуги, що надаються на бюджетній основі. Використання доходу на душу населення як показника попиту на послуги є класичною конвенцією серед науковців державних фінансів.

Податкові переваги місцевих державних витрат також відіграють роль у наданні місцевих послуг. Спроможність органів місцевого самоврядування використовувати базу оподаткування майна зростає з доходами резидентів. Доходи впливають на вибір резидентів для різних пакетів приватних та суспільних благ і послуг та на бажання жителів погоджуватися на підвищення оподаткування майна, що забезпечує надання додаткових товарів та послуг. Місцева демографія, така як резидентна вікова дистрибуція, раса та етнічність, а також відсоток мешканців, що перебувають у бідності, та їх статус зайнятості, може бути важливим фактором, який органи місцевого самоврядування повинні враховувати під час надання соціальних послуг, таких як медична допомога, соціальна допомога різним верствам населення та громадський транспорт.

Місцеві фінансові показники мають безпосередньо впливати на місцеві доходи, необхідні для задоволення усіх поточних та майбутніх зобов'язань громади, для зменшення боргового навантаження та для пом'якшення дефіциту. Доходи міського бюджету складаються з трьох основних джерел: місцеві податки, такі як податок на майно, єдиний податок, земельний податок, інші менші податки; неподаткові надходження та доходи від операцій з капіталом; міжбюджетні трансферти. Диверсифікація доходів може бути використана як продуктивна стратегія зменшення фіскального стресу та податкових зусиль. Водночас це може збільшити нестабільність доходів або зменшити витрати залежно від того, які джерела доходів використовуються для диверсифікації та які умови економічної бази. Потенційний недолік диверсифікації доходів – це посилення залежності органів місцевого самоврядування від джерел еластич-

ного доходу. Останні включають податки, збори та різні платежі платників податків. Обсяги еластичних доходів швидше знижуються під час економічних криз, ніж обсяг доходів із нееластичних джерел. Місцеві органи влади, які покладаються на еластичні джерела більше, ніж інші, мають більш високий ризик виникнення дефіциту доходів, коли настає економічний спад. Під час економічного підйому джерела еластичних доходів є перевагою, оскільки вони підтримують інфляцію та дають змогу пропорційно збільшувати доходи. Ефективне поєднання джерел доходу (еластичних та нееластичних) зміцнює фінансові показники, згідно з Standard & Poor's, як цитується в Nollenberger (2003).

Потужність місцевих доходів використовується як рівень прогнозу для різних аспектів фінансової стійкості. Саме цей показник дає змогу перевірити, чи пов'язане збільшення рівня доходів зі зменшенням рівня боргу та зменшенням ймовірності операційного дефіциту.

Важливим під час прогнозування фінансової стійкості місцевих бюджетів є обсяг можливої міжбюджетної допомоги. Є різні види міжбюджетних трансфертів: від медичної та освітньої субвенції до цільових дотацій.

Міжбюджетні трансферти можуть бути додатковими ресурсами для посилення місцевого фінансового становища. Нормативна державна допомога покликана компенсувати невідповідність податкового потенціалу місцевих громад.

Важливим під час прогнозування фінансової стійкості місцевих бюджетів є коефіцієнт покриття витрат. Цей індикатор інакше називається «охоплення споживчих платежів» та враховує, чи акумульованих доходів досить для покриття послуг. Операції з діяльності в бюджетній сфері, на відміну від ділових операцій, зазвичай не проводяться на основі рефінансування.

Значна частина громад має у своїй власності комунальні підприємства. Оскільки ця діяльність, як правило, генерує доходи, які перевищують витрати, органи місцевого самоврядування можуть або зберігати доходи у фондах підприємства, або переводити їх у доходи місцевого бюджету. Місцеві органи влади, які є власниками комунальних підприємств, мають більшу ймовірність фінансової стійкості місцевих бюджетів, оскільки доходи підприємств можуть надавати додаткові ресурси для виконання зобов'язань щодо уникнення високих боргів та поточного бюджетного дефіциту.

Висновки. Для підтримки економічного розвитку та високої якості життя місцеві органи самоврядування повинні відновити свої фінансові можливості протягом наступного десятиліття шляхом переосмислення джерел доходів, перегляду трудових відносин та відновлення думки громадян щодо суспільної роботи.

Реформа фінансової децентралізації в Україні внесла серйозні зміни в перелік інституційних заходів, які можуть впливати на різноманітні обмеження органів місцевого самоврядування. Громади все частіше, застосовуючи програмно-цільовий метод фінансування, на власний розсуд управляють місцевими фінансами. Згодом завдяки силі лідерства та бачення інституційні обмеження взагалі можуть бути скасовані. З цього погляду єдиним набором змінних, які не підконтрольні місцевим органам самоврядування, є демографічні та соціально-економічні характеристики резидентів, які формують місцеву дохідну базу. Однак навіть у таких умовах негативні наслідки демографії та економіки пом'якшуються

завдяки отриманню міжбюджетних трансфертів, які компенсують бюджетні розбіжності та проблеми з доходами, спричинені збіднілою дохідною базою.

Місцевим органам самоврядування необхідно розуміти напрями змін, які приведуть до того, що їхні бюджети підвищать фінансову стійкість. Ці напрями повинні визначатися шляхом кількісного аналізу даних. Крім того, представникам місцевих органів самовря-

дування варто зрозуміти, що для того, щоб вони приносили структурні зміни, необхідно робити жорсткий вибір і прагнути до активного діалогу з людьми, яких вони обслуговують. Для органів місцевого самоврядування, які хочуть забезпечити фінансово стабільне майбутнє громади, необхідно, щоб мешканці громади розуміли, що бюджет має отримувати достатньо надходжень для задоволення зростаючих витрат.

Список використаних джерел:

1. Burnside, Craig (2004). Assessing New Approaches to Fiscal Sustainability Analysis. World Bank Latin America and Caribbean Department's report on Debt 106 Sustainability Analysis. URL: http://www.wds.worldbank.org/external/default/WDSPContentServer/WDSP/IB/2008/06/19/000333037_20080619011109/Rendered/PDF/442760WP0BOX321tainability01PUBLIC1.pdf
2. Chapman J.I. (2008). State and Local Fiscal Sustainability: The Challenges, Public Administration Review, 68 (S): 115–131.
3. Dollery, B. & Grant, B. (2011). Financial Sustainability and Financial Viability in Australian Local Government, Public Finance and Management, 11 (1), 28–47.
4. IPSASB. (2011). Exposure Draft 46. Recommended Practice Guideline, Reporting on the Long-Term Sustainability of a Public Sector Entity's Finances. International Federation of Accountants. URL: http://www.ifac.org/sites/default/files/publications/files/IPSASB_At_A_Glance_RepLong-Term_Sustainability_of_Public_Finances.pdf

УДК 336.1:336.5

Мельничук Н.Ю.,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Національна академія статистики, обліку та аудиту

Мельничук І.О.,

аспірант,

викладач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Національна академія статистики, обліку та аудиту

ВИДАТКИ ЗВЕДЕНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Мельничук Н.Ю., Мельничук І.О. Видатки Зведеного бюджету України в сучасних умовах господарювання. У статті визначено економічну сутність видатків та витрат бюджету. Розглянуто головні теоретичні аспекти формування видатків Зведеного бюджету України. Досліджено динаміку та структуру видатків Зведеного бюджету держави в розрізі функціональної класифікації та за економічною характеристикою операцій. Визначено проблемні аспекти глобального розвитку суспільства в контексті видаткової частини Зведеного бюджету країни.

Ключові слова: видатки бюджету, витрати бюджету, Зведений бюджет, структура видатків бюджету, види економічної діяльності.

Мельничук Н.Ю., Мельничук І.О. Расходы Сводного бюджета Украины в современных условиях хозяйствования. В статье определена экономическая сущность расходов бюджета. Рассмотрены основные теоретические аспекты формирования расходов сводного бюджета Украины. Исследована динамика и структура расходов сводного бюджета государства в разрезе функциональной и экономической классификации. Определены проблемные аспекты глобального развития общества в контексте расходной части сводного бюджета страны.

Ключевые слова: расходы бюджета, государственный бюджет, местные бюджеты, сводный бюджет, структура расходов бюджета, виды экономической деятельности.

Melnichuk N.Yu., Melnychuk I.O. Consolidated budget expenditure of Ukraine in the contemporary economy. In the article the essence of the concept of budget expenditures. It deals with the main theoretical aspects of formation of the Consolidated budget. Dynamics of budgetary expenses of the Ukraine in the context of the functional classification and the economic characteristics of operations are explored. The problem aspects of global development of society in the context of the Consolidated Budget expenditures are determined.

Key words: budget expenditures, state budget, local budgets, consolidated budget, structure of budget expenditures, types of economic activities.

Постановка проблеми. Поглиблення глобалізаційних процесів та об'єктивна необхідність у розвитку суспільства зумовлюють потребу держави в ефективній реалізації та результативності виконання бюджету. Спостерігається стійка тенденція до зростання потреб суспільства, а отже, і до зростання видатків бюджету. Як інструмент регулювання соціально-економічних процесів бюджет держави покликаний забезпечити ефективну державну політику в контексті використання відповідного бюджету держави. Він є місцем зосередження значної частини валового внутрішнього продукту, що потребує дієвих кроків у напрямі активізації розвитку бюджетних відносин та забезпечення реалізації завдань і функцій держави. Важливим статистичним індикатором в контексті прогнозування особливостей формування та використання коштів держави є Зведений бюджет України. Саме тому дослідження видатків Зведеного бюджету України в сучасних умовах господарювання є важливим.

Зведений бюджет як узагальнюючий та статистичний показник прогнозування видаткової частини забезпечує отримання комплексного уявлення про бюджету політику країни в контексті виконання Державного та місцевих бюджетів. Враховуючи вищезазначене, проблеми вивчення теоретичних та практичних аспектів видатків Зведеного бюджету України є особливо актуальними у сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню питань, що стосуються видаткової частини бюджету, присвятили свої наукові праці такі вчені, як Н.І. Богомоллова, А.П. Дорошенко, І.І. Конєва, В. Макогон, Ю.Л. Наконечна, К.В. Павлюк, В.В. Шалімов та ін.

Мета статті полягає у дослідженні складу, структури та динаміки видатків Зведеного бюджету України, що дасть змогу визначити напрями та проблеми використання бюджетних коштів країни.

Виклад основного матеріалу. Сучасний етап розвитку бюджетних відносин в Україні характеризується посиленням ролі бюджетних видатків у процесі регулювання соціально-економічного розвитку держави та регіонів [1, с. 115]. Завдяки оптимальному розподілу та перерозподілу грошового фонду держави забезпечується проведення ефективної державної політики у сфері видатків [2, с. 85].

Бюджетна політика проявляється як в абсолютному вираженні окремих статей доходів і видатків бюджету, так і в структурі надходжень та напрямів витрачання коштів держави. Саме видатки бюджету є ефективним інструментом впливу на величину сукупного попиту, обсяг грошової маси, що знаходиться в обігу, та її структуру, рівень безробіття та інфляції, структуру економіки тощо [3, с. 24]. У процесі виконання бюджету розрізняють поняття «видатки бюджету» та «витрати бюджету» [3, с. 24]. Розглянемо їх детальніше.

У Бюджетному кодексі України зазначено, що видатки бюджету – кошти, спрямовані на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом. До видатків бюджету не належать: погашення боргу; надання кредитів з бюджету; розміщення бюджетних коштів на депозитах; придбання цінних паперів; повернення надмірно сплачених до бюджету сум податків і зборів та інших доходів бюджету, проведення їх бюджетного відшкодування; компенсація частини суми штрафних (фінансових) санкцій, що перераховується покупцям (споживачам) за рахунок штрафних (фінансо-

вих) санкцій, застосованих органами, що контролюють справляння надходжень бюджету, за наслідками проведеної перевірки за зверненням або скаргою покупця (споживача) про порушення платником податків установленого порядку проведення розрахункових операцій [4]. В окремих наукових джерелах зазначено, що визначення категорії «видатки бюджету», надане в Бюджетному кодексі України, є не зовсім вдалим. Це пов'язано з тим, що таке визначення вказаної категорії не розкриває належного змісту та специфічних її особливостей [5, с. 2]. Вважаємо, що законодавче трактування категорії «видатки бюджету» не деталізує програм та заходів, які фінансуються з відповідного бюджету.

Видатки бюджету – це кошти, спрямовані на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом. Система їх планування має свої принципи, методологічні засади, нормативи тощо [1].

Бюджет як фонд фінансових ресурсів перебуває у розпорядженні органів виконавчої влади певного рівня і використовується для виконання покладених на них функцій, передбачених Конституцією [6]. Виділяють Державний та місцевий бюджети. Зведений бюджет України є сукупністю всіх бюджетів, що входять до складу бюджетної системи України.

Важливе місце в «ланцюжку» бюджетних відносин належить видатковій частині Зведеного бюджету як статистичного агрегованого показника, що визначає напрями використання централізованого та децентралізованого фондів.

Сьогодні структура бюджетних видатків орієнтована на підтримку економічного зростання і структурної модернізації України (рис. 1).

Як засвідчують дані рис. 1, середня питома вага видатків Зведеного бюджету у ВВП протягом 2003–2016 рр. становила 32,5%. Визначальним чинником формування системи видатків державного та місцевих бюджетів є конституційна доктрина держави. Відповідно до ст. 1 чинної Конституції України, а також з огляду на євроінтеграційний вибір, Україна взяла курс на розбудову соціально-орієнтованої економіки ринкового типу, що передбачає значні обсяги фінансування галузей соціальної сфери і соціального захисту населення. Проте Україна є унітарною державою, для якої характерна дворівнева бюджетна система з чітким розподілом повноважень між центральною і місцевою владою. Закріплення видатків за різними рівнями зведеного бюджету проводиться відповідно до принципу субсидіарності [7, с. 144].

Останніми роками спостерігається збільшення видатків Зведеного бюджету України на загальнодержавні функції, обслуговування державного боргу та оборону (рис. 2).

Структура видатків бюджету за функціональною класифікацією характеризує загальні цілі державного управління. Її затверджує Міністерство фінансів України. Вона передбачає здійснення видатків відповідного бюджету на багатовекторні цілі, такі як забезпечення громадського порядку, житлово-комунальне господарство, освіта та інші функції, що є прерогативою забезпечення ефективної діяльності держави. Саме функціональна класифікація видатків бюджету відображає пріоритетні аспекти діяльності держави (табл. 1).

За даними табл. 1 видно, що протягом аналізованого періоду спостерігається стійка тенденція до зростання загальної величини видатків на 221 170 млн грн, або на

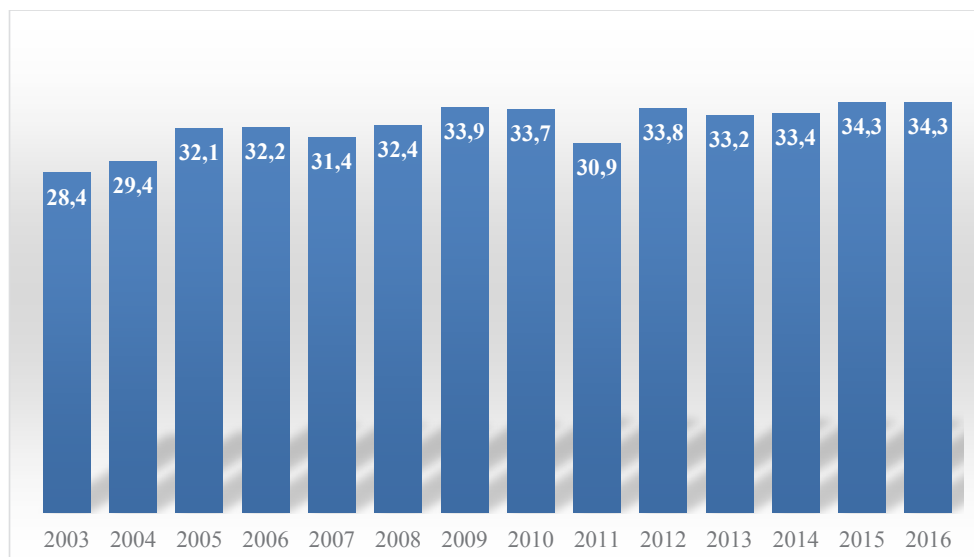


Рис. 1. Видатки Зведеного бюджету України, у % до ВВП

Джерело: складено авторами на основі даних Державної служби статистики України



Рис. 2. Динаміка показників видатків Зведеного бюджету України, % до ВВП

Джерело: складено авторами на основі даних Державної служби статистики України

26% у 2017 р. порівняно з 2016 р. При цьому слід зазначити, що спостерігалось суттєве зростання видатків на освіту. У 2017 р. вищезазначений показник становив 177 756 млн грн, що на 48 321 млн грн більше порівняно з 2016 р. та на 77 646 млн грн – порівняно з 2014 р.

Проілюструємо структуру видатків Зведеного бюджету України за 2017 р. у розрізі функціональної класифікації (рис. 3).

З рис. 3 видно, що основна частина Зведеного бюджету України спрямована на фінансування освіти (17%) та соціальний захист (14%). Найменша частка видатків Зведеного бюджету припадає на паливно-енергетичний комплекс (0,3%) та охорону довкілля (0,7%).

Варто відзначити, що ключовим механізмом поліпшення бюджетних відносин у контексті видаткової частини бюджету є дослідження їхніх «проблемних зон» та пошук шляхів нівелювання негативного впливу на бюджет країни.

Постановка питання про ефективність бюджетних видатків виникає у зв'язку з необхідністю оцінки результатів діяльності держави як виробника суспільних благ, при цьому слід зауважити, що основним продуктом – результатом управлінської діяльності – є рішення щодо розподілу та використання бюджетних коштів. Від своєчасності і правильності рішень, які приймаються розпорядниками коштів бюджету, залежить результативність державних програм [11].

Науковці Л.А. Васютинська та І.Л. Крещенко пропонують виділити основні причини неефективного використання бюджетних коштів (рис. 4).

Вищезазначені проблеми нівелюють принцип прозорості бюджетного процесу, ускладнюють контроль за виконанням бюджетних програм тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Бюджетні видатки – це потужний «двигун» стимулювання та реалізації бюджетної політики держави шляхом пошуку

та використання внутрішніх резервів різноаспектних інструментів та механізмів держави.

Завдяки формуванню та використанню Зведеного бюджету забезпечується фінансування багатовекторних галузей господарства. Видатки Зведеного бюджету є інструментом «маніпуляції» держави на економіку держави, особливо в контексті діяльності тих галузей, які існують за рахунок коштів бюджету.

З огляду на активні глобалізаційні процеси у світі та сучасний стан соціально-економічного становища

України, особливо актуальним і необхідним є проведення комплексного наукового дослідження проблем управлінської діяльності в контексті видаткової частини Зведеного бюджету України.

З метою стимулювання та модернізації системи видатків державного і місцевих бюджетів України доцільно оптимізувати склад і структуру видатків Зведеного бюджету. Отже, необхідним є удосконалення системи бюджетних видатків задля забезпечення сталого соціально-економічного розвитку країни.

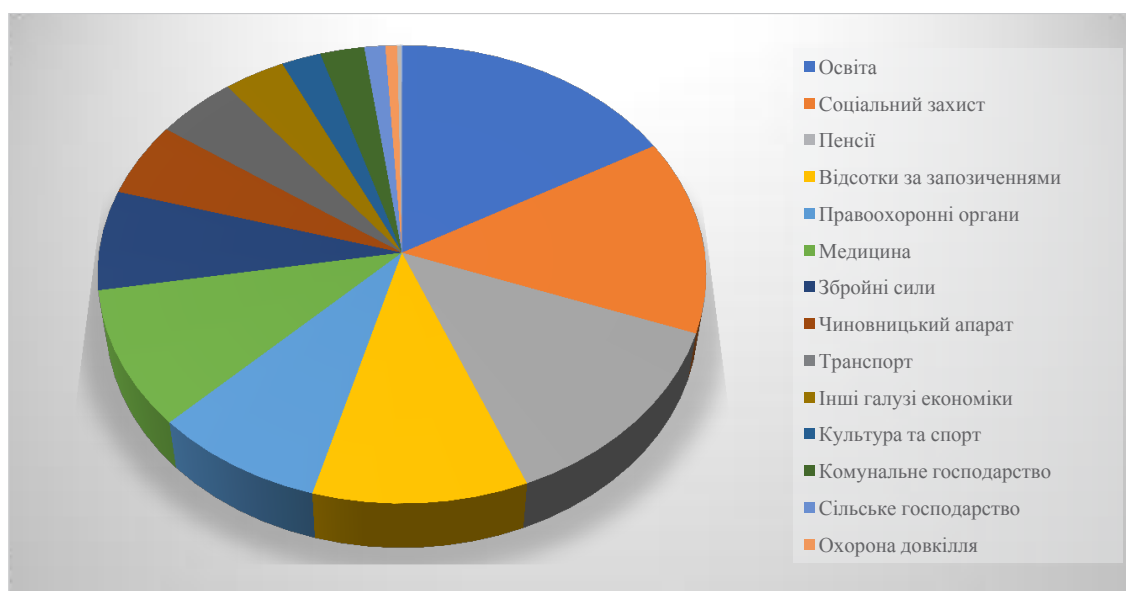


Рис. 3. Склад і структура видатків Зведеного бюджету України в розрізі функціональної класифікації за 2017 рр., %

Таблиця 1

Динаміка видатків Зведеного бюджету за функціональною класифікацією протягом 2014–2017 рр., млн грн [10]

Показник	Роки				Відхилення (+;-)	
	2014	2015	2016	2017	2017 р. проти 2016 р.	2017 р. проти 2014 р.
Освіта	100 110	114 193	129 435	177 756	48 321	77 646
Соціальний захист	58 192	76 753	110 719	145 534	34 815	87 342
Пенсії	79 813	99 587	147 611	140 227	-7 384	60 414
Відсотки за запозичченнями	49 435	86 173	96 105	110 578	14 473	61 143
Правоохоронні органи	44 865	54 963	72 057	88 480	16 423	43 615
Медицина	57 150	71 001	75 409	102 392	26 983	45 242
Збройні сили	27 365	52 016	59 357	74 360	15 003	46 995
Чинівницький апарат	27 411	31 470	38 028	55 671	17 643	28 260
Транспорт	18 777	31 110	29 262	49 390	20 128	30 613
Інші галузі економіки	9 653	17 188	28 888	37 734	8 846	28 081
Культура та спорт	13 858	16 228	16 885	24 342	7 457	10 484
Комунальне господарство	17 809	15 700	17 548	27 187	9 639	9 378
Сільське господарство	5 868	6 063	5 782	12 944	7 162	7 076
Охорона довкілля	3 482	5 530	6 255	7 349	1 094	3 867
Паливно-енергетичний комплекс	9 339	1 896	2 249	2 816	567	-6 523
Всього	523 126	679 871	835 590	1 056 760	221 170	533 634



Рис. 4. Проблеми неефективного використання бюджетних коштів [11, 12]

Список використаних джерел:

1. Макогон В. Бюджетні видатки у системі соціально-економічного розвитку країни / В. Макогон // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 3. С. 114–124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/uazt_2016_3_11
2. Наконечна Ю.Л. Державна політика у сфері бюджетних видатків в Україні та напрями її вдосконалення / Ю.Л. Наконечна, О.Т. Льодіна // Економіка та держава. 2016. № 7. С. 84-87.
3. Дорошенко А.П. Проблеми формування видаткової частини бюджету України в контексті забезпечення економічного зростання. URL / А.П. Дорошенко, О.О. Дорошенко // ScienceRise. 2015. № 10 (1). С. 23–28. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/text_2015_10%281%29_6
4. Бюджетний кодекс України від 08 лип. 2010 р. № 2456-VI (зі змін. і доп.) / Верховна Рада України. URL: <http://www.rada.gov.ua>
5. Токарева К.О. Видатки бюджету як категорія бюджетного права / К.О. Токарева // Теорія і практика правознавства. 2014. Вип. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/tipp_2014_1_22
6. Шалімов В.В. Сутність державного бюджету та його вплив на соціально-економічний розвиток. / В.В. Шалімов, М.І. Яворська // Наукові записки. 2013. Вип. 13. URL: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/4626/1/41_2013-224-228.pdf
7. Кіт В.І. Ефективність бюджетного фінансування видатків на соціальну сферу і соціальний захист населення / В.І. Кіт, І.Р. Михасюк // Економічні науки. 2016. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-53/17.pdf>
8. Конєва І.І. Теоретичні засади формування видатків місцевих бюджетів / І.І. Конєва // Економіка. Управління. Інновації. 2015. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_1_19
9. Набока Т.С. Оптимізація структури видаткової частини бюджету / Т. С. Набока // Економіка України. 2014. № 1. С. 51–62. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2014_1_5
10. Видатки. Ціна держави. URL: <http://cost.ua/budget/expenditure/>
11. Васютинська Л.А. Сутність і проблеми підвищення ефективності видатків бюджету / Л.А. Васютинська // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / голов. ред. М.І. Зверяков; Одеський держ. екон. ун-т. Одеса, 2009. № 35. С. 35–39.
12. Крещенко І.Л. Проблеми використання бюджетних коштів / І.Л. Крещенко // Науково-технічна інформація. 2009. № 4. С. 35-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NTI_2009_4_10

Радіонов Ю.Д.,
кандидат економічних наук,
начальник відділу адаптації та імплементації міжнародних стандартів,
моніторингу й аналізу у сфері державного фінансового контролю,
Рахункова палата

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ БЮДЖЕТНИХ ВИДАТКІВ

Радіонов Ю.Д. Економічна сутність бюджетних видатків. У статті досліджуються теоретико-методологічні засади поняття «видатки бюджету». Розкривається економічна сутність видатків бюджету в соціально-економічному розвитку країни. Встановлено, що видатки бюджету є важливим інструментом економічного розвитку, індикатором соціально-економічної політики держави. Проаналізовано динаміку видатків Державного бюджету України за останні роки. Встановлено щорічне недовиконання бюджету за видатками через порушення учасниками бюджетного процесу норм чинного законодавства. Наголошено на необхідності здійснення науково обґрунтованої бюджетної політики у сфері видатків, орієнтованої на результативність використання обмежених бюджетних ресурсів та досягнення високих показників соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: бюджет, бюджетна політика, бюджетні видатки, кошти, планування, соціально-економічний розвиток.

Радіонов Ю.Д. Экономическая сущность бюджетных расходов. В статье исследуются теоретико-методологические основы понятия «расходы бюджета». Раскрывается экономическая сущность расходов бюджета в социально-экономическом развитии страны. Установлено, что расходы бюджета являются важным инструментом экономического развития, индикатором социально-экономической политики государства. Проанализирована динамика расходов Государственного бюджета Украины за последние годы. Установлено ежегодное недоисполнение бюджета по расходам из-за нарушений участниками бюджетного процесса норм действующего законодательства. Отмечена необходимость осуществления научно обоснованной бюджетной политики в сфере расходов, ориентируясь на результативность использования ограниченных бюджетных ресурсов и достижение высоких показателей социально-экономического развития.

Ключевые слова: бюджет, бюджетная политика, бюджетные расходы, средства, планирование, социально-экономическое развитие

Radionov Yu.D. The economic essence of budget expenditures. The article deals with the theoretical and methodological principles of the concept of “budget expenditures”. The economic essence of budget expenditures in the socio-economic development of the country is revealed. It has been established that budget expenditures are an important instrument of economic development, an indicator of the socio-economic policy of the state. The dynamics of expenditures of the State Budget of Ukraine in recent years have been analyzed. Established, the annual non-implementation of the budget for expenditures due to violation of the rules of the current legislation by the participants in the budget process. The necessity of implementing scientifically-based budget policy in the field of expenditures was emphasized, focusing on the effectiveness of using limited budget resources and achieving high indicators of socio-economic development.

Key words: budget, budget policy, budget expenditures, funds, planning, social and economic development

Постановка проблеми. Економічний розвиток неможливий без участі бюджету, адже кошти, зосереджені в бюджеті, є важливим інструментом впливу на динаміку соціально-економічного розвитку країни. З допомогою бюджетних видатків забезпечується підтримка малозабезпечених сімей, здійснюється фінансування окремих галузей: освіти, охорони здоров'я, судової влади, органів правопорядку, формуються основи обороноздатності країни. Бюджетні видатки забезпечують реалізацію численних програм соціального, економічного, культурного розвитку країни, вони впливають на рівень доходів і якість життя громадян, сприяють впровадженню загальної економічної політики держави, що є надзвичайно важливим і актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед учених, які досліджували бюджет і видатки бюджету, відомі праці Е.Б. Аткинсона, С.Л. Брю, Т. Веблена,

К.Р. Макконнелла, В. Нордхауса, Дж.Е. Стігліца, П. Самуельсона та інших. Серед українських учених відомі роботи О.Д. Василика, Л.Є. Клець, І.Г. Благун, М.Л. Бучкович, Р.М. Воронко, Л.В. Лисяк, К.В. Павлюк, І.Я. Чугунова та ін.

Проблема неефективного використання бюджетних видатків в Україні, низька їх результативність негативно відображаються на динаміці соціально-економічного розвитку країни. Такий стан потребує переосмислення ролі і значення бюджетних видатків у модернізації економіки і ставить перед ученими завдання пошуку механізмів щодо ефективного управління бюджетними видатками, забезпечення сталого економічного та соціального розвитку держави. Виходячи із завдань, необхідна теоретико-методологічна переоцінка як економічної категорії, так і значення видатків бюджету у підвищенні добробуту громадян.

Формулювання цілей статті. Метою статті є теоретико-методологічне переосмислення й узагальнення поняття «видатки бюджету», визначення їх економічної сутності та значення у системі регулювання соціально-економічного розвитку країни.

Виклад основного матеріалу. В економічній літературі зазначається, що видатки бюджету є важливим складником загальнодержавних видатків. Вони є виразом економічних відносин, які виникають під час використання державою бюджетних коштів.

За визначенням Л.С. Клець, видатки бюджету – це економічні відносини, на основі яких здійснюється процес використання грошових ресурсів централізованого фонду для виконання державою своїх функцій. Видатки бюджету – це кошти, що спрямовуються на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом, за винятком коштів на погашення основної суми боргу та повернення надміру сплачених до бюджету сум [1, с. 27].

Доволі лаконічне визначення терміну дають І.Г. Благун, Р.М. Воронко, М.Л. Бучкович. На їх думку, видатки бюджету – законодавчо визначені норми і напрями використання бюджетних коштів [2, с. 31]. Автори переконані, що соціально-економічна суть бюджетних асигнувань визначається: природою і функціями держави, рівнем розвитку країни, формою надання бюджетних трансфертів, розгалуженістю зв'язків державного бюджету з національною економікою.

Бюджетний кодекс України розділив поняття «витрати бюджету» та «видатки бюджету». Згідно з цими нормами (п. 13 ст. 2), видатки бюджету – кошти, спрямовані на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом [3]. У Бюджетному кодексі зазначено, що до видатків бюджету не належать: *погашення боргу; надання кредитів з бюджету; розміщення бюджетних коштів на депозитах; придбання цінних паперів; повернення надміру сплачених до бюджету сум податків і зборів та інших доходів бюджету, проведення їх бюджетного відшкодування; компенсація частини суми штрафних (фінансових) санкцій, що перераховується покупцям (споживачам) за рахунок штрафних (фінансових) санкцій, застосованих органами, що контролюють справляння надходжень бюджету, за наслідками проведеної перевірки за зверненням або скаргою покупця (споживача) про порушення платником податків установленого порядку проведення розрахункових операцій* [3].

Бюджетні видатки є індикатором соціально-економічної політики держави. Економічна сутність формування видатків бюджету полягає в необхідності вирішення складних завдань, які виникають в економічній життєдіяльності країни. За допомогою видатків бюджету держава виконує свої функції та регулює економічні та соціальні процеси.

Як зазначають відомі вчені, видатки бюджетів за своєю економічною сутністю є інструментом розподілу і перерозподілу централізованого грошового фонду держави та його використання за цільовим призначенням для забезпечення суспільного добробуту. Зміст і характер бюджетних витрат полягає у забезпеченні потреб діяльності держави [4, с. 123].

Аналогічної думки дотримується К.В. Павлюк. Зокрема, автор стверджує, що видатки бюджетів за своєю економічною сутністю є інструментом роз-

поділу і перерозподілу централізованого грошового фонду держави та його використання за цільовим призначенням для зростання суспільного добробуту. Зміст і характер бюджетних видатків полягає у забезпеченні виконання державою своїх функцій. Призначення бюджетних видатків слугує задоволенню найважливіших потреб суспільства у розвитку економіки і соціальної сфери, державного управління, оборони, забезпечення громадського порядку, безпеки держави тощо [5, с. 136].

Першочергово виникнення видатків бюджету продиктовано реальною необхідністю держави виконувати свої завдання і функції, які йому делегує суспільство. У стародавні часи держава була органом насильства, експлуатуючи знедолений клас і захищаючи привілейований, панівний клас. Її основними функціями були збереження і зміцнення існуючого ладу, форм власності, оподаткування населення та тримання його у покорі. У країнах Давнього Сходу на державу були покладені економічні функції щодо прокладання доріг, запровадження єдиного грошового обігу, будівництва іригаційних споруд. За умов розвитку капіталізму держава перестала бути лише елементом надбудови і стала невід'ємним елементом базису.

Таким чином, від початку створення держави і подальшого її розвитку економічні функції з роками розширювались і поглиблювались, і саме на державу покладалась і надалі покладається ключова функція економічного розвитку – процес відтворення.

Слово «функція» походить від латинського «function» і означає виконання, здійснення. Згідно з визначенням Економічного енциклопедичного словника за редакцією С.В. Мочерного, це слово, поміж іншого, означає роль певного економічного або соціального інституту, їх призначення, обов'язки окремого суб'єкта або групи суб'єктів, коло їхньої діяльності [6, с. 525].

Функції держави – це основні напрями діяльності держави, у них відбивається її сутність, соціальне призначення, цілі та завдання у сфері управління економікою та суспільством у певних формах і певними методами [7, с. 42].

На нашу думку, функції держави є відображенням її стану розвитку, демонстрацією соціально-економічних пріоритетів, яких країна прагне досягти, застосовуючи відповідні важелі і механізми впливу на економіку, в тому числі за допомогою видатків бюджету.

Практичним проявом реалізації державою функцій є її економічна політика, яка включає: *загальнодержавні цілі; фінансову політику; фінансову політику, що включає доходи і видатки бюджету; боргову політику (залучення позик, зовнішньоекономічної заборгованості); торгівлю та валютну політику; перепрофілювання виробництва і забезпечення структурної перебудови економіки з метою підвищення її ефективності; ефективне використання наявних ресурсів (надр, капіталу, трудових ресурсів, майна) тощо.*

Бюджетні видатки як інструмент реалізації бюджетної та економічної політики держави досить часто підпадають під дію зовнішніх факторів впливу, (зокрема, й великого бізнесу, промислових корпорацій, які впливають на обсяги і структуру бюджетних видатків).

На думку К.В. Павлюк, видатки державного бюджету за своєю економічною сутністю є інстру-

ментом досягнення вищого критерію справедливості, корисності й ефективності для суспільства загалом і для кожного громадянина зокрема [5, с. 155].

Економічна сутність формування видатків бюджету тісно пов'язана з розвитком держави і виконанням нею економічних та соціальних завдань. Проте держава не завжди ефективно виконує покладені на неї функції. Забезпечити позитивний результат і сталу динаміку економічного та соціального розвитку можливо за дотримання принципу науково-обґрунтованої прогнозованості своєї діяльності.

У кінці ХХ ст. в розвинутих країнах була порушена економічна стабільність, що призвело до спаду економіки, зростання рівня безробіття та інфляції, що негативно позначилося на темпах відновлення виробництва, соціально-економічного розвитку. Причиною цієї економічної дестабілізації стала сама держава, оскільки держава, реалізуючи економічну політику, значну частку бюджетних видатків спрямовує не в реальну економіку, а на утримання бюрократичного апарату, що наочно демонструє відмінність роботи ринкового механізму з правилом «невидимої руки» від державного втручання в економіку і фінансування державного апарату. Державний апарат являє собою «бюрократичну машину», яка стримує розвиток конкуренції і не забезпечує економічне зростання. Крім того, видача державним апаратом законодавчих актів, численних розпоряджень, директив, постанов, встановлення нових тарифів і нормативів, що регулюють економічну діяльність, іноді дає негативні наслідки для економіки. Таким чином, державний апарат, отримуючи значну частку бюджетних видатків на своє утримання, несе в собі серйозні виклики для економічного розвитку. У цій ситуації суспільство як платник податків вимушене платити високу ціну, що часто негативно позначається на темпах розвитку економіки і соціальної сфери.

Держава, використовуючи бюджетні видатки через бюджетну систему, не завжди дотримується принципу ефективності управління та використання ресурсів. У цій ситуації, виникає необхідність скорочення бюджетних видатків на державне управління. Цілком слушною, на наш погляд, є думка О.Д. Василика та К.В. Павлюк із приводу того, що видатки бюджету на державне управління повинні узгоджуватись із завданнями адміністративної, конституційної реформ [4, с. 129]. Проведення в Україні зазначених реформ підвищить ефективність державного управління, забезпечить неухильне дотримання законодавчих норм, зробить прозорою систему управління видатками і,

можливо, наблизить систему управління до стандартів високорозвинених, демократичних країн.

Міжнародна практика свідчить, що бюджетні видатки доцільніше перерозподіляти між пріоритетними секторами економіки, тим самим здійснювати фінансове оздоровлення підприємств реального сектору, створювати сприятливі макроекономічні умови для зростання економіки і надходжень до бюджетів. За допомогою видатків бюджету держава впливає на рівень зайнятості населення, пожвавлення ділової активності, стимулює попит, макроекономічне зростання, регулює цінову політику (рис.).

Механізм державного втручання в управління та бюджетне регулювання економіки впливає на появу нових суб'єктів господарювання, формує основу їх подальшого існування, перепрофілювання, контроль тощо. Механізм управління макроекономічних, соціально-економічних процесів за допомогою видатків бюджету в кожній країні є різним. Причиною цієї різнобічності є неоднакові підходи у методах формування і використання видатків бюджету. Наприклад, в Україні формування видатків під час затвердження державного бюджету має чітко виражений політичний підтекст, де партії лобіюють вузькопартійні інтереси, які не завжди збігаються із загальнодержавними викликами і проблемами. Крім того, має місце недосконалість механізмів ефективного бюджетного управління, регулювання та інші проблеми перехідної економіки, що негативно відображається на ефективності та результативності бюджетних видатків. Незрілість регулятивних механізмів, нестворення відповідних інститутів, невміння і небажання чиновників державного апарату ефективно координувати економічну діяльність суб'єктів господарювання привели до утворення в державі квазіринку.

З цього приводу, на думку академіка В.М. Гейця, майбутнє української економіки полягає в необхідності поглиблення ринкових трансформацій і забезпечення на їх основі успіху подальших демократичних перетворень, які є можливими завдяки подоланню квазіринковості шляхом розвитку ринкової інфраструктури у всіх сферах і видах діяльності [8, с. 17].

У Бюджетному кодексі України передбачено розмежування видатків бюджету між державним бюджетом і місцевими бюджетами (глава 14). Статтею 87 Бюджетного кодексу визначаються видатки, що здійснюються з Державного бюджету України, зокрема на: *державне управління (Президента України, законодавчу та виконавчу владу); судову владу; міжнародну діяльність; фундаментальні та прикладні дослідження і сприяння науково-технічному прогресу державного значення,*



Рис. Вплив бюджетних видатків на економіку країни

Джерело: побудовано автором

міжнародні наукові та інформаційні зв'язки державного значення, оплату послуг із підготовки наукових кадрів у наукових установах на умовах державного замовлення; національну оборону (крім заходів та робіт із мобілізаційної підготовки місцевого значення); правоохоронну діяльність, забезпечення безпеки держави та цивільний захист населення і територій тощо.

Бюджетні видатки спроможні позитивно впливати на економічний ріст, пріоритетне фінансування наукових досліджень і розробок, розвиток прогресивних галузей економіки, оптимізацію структури матеріального відтворення, врегулювання диспропорцій соціально-економічного розвитку регіонів. У цьому контексті і проявляється регулююча роль видатків бюджету. Стимулююча роль видатків проявляється під час сприяння розвитку підприємницької діяльності, забезпечення кадровими ресурсами окремих галузей економіки, забезпечення динаміки інвестиційному процесу.

Для кожної сучасної країни ключовим пріоритетом бюджетних видатків завжди будуть видатки, спрямовані на соціальний захист незахищених верств населення, розвиток соціальної інфраструктури та інвестиції в людський капітал. Саме за цими ознаками формується характеристика видатків «соціального бюджету», який певною мірою відповідає соціальній політиці держави.

У бюджеті часто передбачаються асигнування на компенсацію втрат населенню від росту цін в умовах їх лібералізації. Наприклад, у 2017 році вдвічі збільшилися видатки Державного бюджету України на субвенцію місцевим бюджетам для надання пільг і житлових субсидій на оплату житлово-комунальних послуг, насамперед за рахунок збільшення кількості домогосподарств, які внаслідок низької платоспроможності отримали субсидії.

У цьому контексті К.В. Павлюк наголошує, що в Україні діяльність держави у соціальній сфері має надзвичайно важливе значення для суспільства. Це зумовлено як різким падінням доходів переважної більшості населення під час переходу до ринкової економіки, так і традиційною орієнтацією громадян на одержання соціальних послуг саме від держави [5, с. 148].

Аналіз економічної літератури свідчить, що більшість дослідників вважає, що економічна сутність видатків бюджету проявляється у різних видах видатків, кожен з яких має якісну та кількісну характеристику. Причому кількісна характеристика відображає величину, а якісна – економічну природу явища і дає змогу встановити призначення бюджетних видатків.

Видатки бюджету забезпечують реформування галузей економіки з метою їх модернізації, осучаснення, тим самим підвищується якість надання соціальних послуг. Крім того, бюджетні видатки спрямовуються на інвестування, наприклад, об'єктів соціальної інфраструктури.

Під час реалізації бюджетної політики важливо, щоб бюджетні видатки формувалися відповідно до затверджених в бюджеті макропоказників, а кошти спрямовувалися за цільовим призначенням.

Цільове спрямування коштів означає, що бюджетні видатки здійснюються суворо за цільовим призначенням відповідно до напрямів витрат, передбачених у кошторисах і фінансових планах [4, с. 137].

Аналіз виконання Державного бюджету України свідчить про суттєві проблеми формування видатків бюджету. Наприклад, у 2014 році держбюджет виконувався в умовах спаду економіки на 6,8%, в умовах, коли розпочалась антитерористична операція на сході країни, і бюджет не було виконано як за доходами так і за видатками. Так, доходи бюджету зросли порівняно з 2013 роком на 5,3%, або на 17,9 млрд грн., і фактично становили 357,1 млрд грн., тобто 94,5% затвердженого законом про державний бюджет обсягу надходжень (377 млрд 821,6 млн грн). Видатки бюджету порівняно з 2013 роком зросли на 6,6% (26,8 млрд грн) і становили 430,2 млрд грн., або 97,4% обсягу, передбаченого законом про бюджет. З цих видатків державного бюджету, третину було надано місцевим бюджетам – 130,6 млрд. грн. у вигляді трансфертів, що становило 56,4% доходів місцевих бюджетів і більше на 4,0%, ніж було виділено у 2013 році. Місцеві бюджети спрямували ці кошти на різні види допомог, пільг і субсидій населенню, оплату праці. Слід зазначити, що у 2014 році відбулося зниження на 6,5% реальної заробітної плати, державних соціальних гарантій і водночас – зростання споживчих цін. Таким чином, державний бюджет виконано з дефіцитом у 78,1 млрд грн., або на 11,9% менше плану (10,6 млрд грн).

У 2015 році спад економіки продовжився, в умовах галопуючої інфляції (ціни зросли в понад 20% на рік) знецінилася гривня, що вплинуло на рівень життя простих українців. Доходи бюджету за рахунок інфляції зросли на 2,7 млрд грн. планового показника і становили 534,7 млрд гривень. Зростання доходів відбулося також за рахунок змін до податкового і бюджетного законодавства (зокрема, збільшення нормативів зарахування окремих податків до державного бюджету, підвищення ставок деяких податків, запровадження нових платежів. Видатки державного бюджету виконані у сумі 576,8 млрд грн. (99,2% від плану) і майже третина – у кінці бюджетного року (листопад-грудень). Недовиконання видатків загального фонду становило 9,9 млрд грн. (1,8%). Причиною недовиконання бюджету став несвоєчасний розподіл деякими головними розпорядниками коштів та невикористання відкритих асигнувань. Крім того, Державна казначейська служба з різних причин не відкривала за деякими бюджетними програмами асигнувань для проведення видатків у запланованих обсягах. Кошти резервного фонду державного бюджету всупереч ст. 24 Бюджетного кодексу спрямовувалися на заходи, які можна було передбачити під час складання проекту бюджету.

У 2016 році бюджет виконувався в умовах зростання економіки, надпрогнозованого зростання цін і девальвації. Водночас приріст реального валового внутрішнього продукту становив 2,3%. Доходи державного бюджету становили 616,3 млрд грн. (97,6%), а видатки бюджету виконані на 96,7% від плану (684,7 млрд грн). Чинниками, які негативно вплинули на стан виконання державного бюджету за видатками, були, зокрема: неналежна організація окремими учасниками бюджетного процесу проведення видатків, оскільки перерозподіл бюджетних призначень за українською практикою здійснювався в кінці року, до того ж, Кабінетом Міністрів України несвоєчасно прийнято низку нормативно-правових актів, необхідних для реалізації закону про державний бюджет.

У 2017 році стан виконання державного бюджету за дев'ять місяців засвідчив, що темпи зростання економіки уповільнилися, проте прискорилися інфляційні процеси. Доходи державного бюджету за січень-вересень становили 585,8 млрд грн. (74,4% від плану) і порівняно з аналогічним періодом 2016 року зросли в 1,4 раза. За цей період видатки державного бюджету становили 571 млрд 93,9 млн грн. (66,4% від плану). План видатків загального фонду державного бюджету не виконано на 9,7%. Причиною невиконання стала неналежна організація виконання учасниками бюджетного процесу більшості бюджетних програм. Частка трансфертів з державного бюджету місцевим бюджетам зросла до 55,3%. Наприклад, у шістнадцяти з двадцяти п'яти регіонів України ця частка становила 60,0%, а у чотирьох регіонах цей показник становив 70,0%, тим самим посилювалася залежність місцевих бюджетів від трансфертів з державного бюджету. Субвенції з державного бюджету спрямовувалися на соціальний захист населення, зокрема, для надання пільг і житлових субсидій на оплату житлово-комунальних послуг. У цьому періоді не виконано плану надходжень від приватизації державного майна, що викликало необхідність їх заміщення з інших джерел.

У 2018 році передбачено збільшення видатків з державного бюджету на 12,7% порівняно з 2017 роком. Ці кошти, як і в 2017 році, заплановано спрямувати на оборону, забезпечення громадського порядку, безпеку, судову владу, обслуговування державного боргу і надання трансфертів місцевим бюджетам. Згідно з внесеними до Бюджетного кодексу змінами щодо передачі окремих видатків місцевим бюджетам, Уряд запропонував здійснювати видатки з місцевих бюджетів на надання пільг населенню для оплати житлово-комунальних послуг.

Характерною ознакою майже щорічного недовиконання Державного бюджету України за видатками є: несвоєчасне затвердження Кабінетом Міністрів України порядків використання коштів державного бюджету, невчасне здійснення розподілів бюджетних призначень між адміністративно-територіальними одиницями, напрямками (об'єктами, заходами). Дослідження показало, що невчасно затверджуються порядки й умови надання окремих субвенцій, що не сприяє проведенню видатків у запланованих обсягах, а тривала підготовка документів, необхідних для державних закупівель, низький рівень виконання плану надходжень від приватизації державного майна і державних запозичень, зумовлюють необхідність їх заміщення іншими джерелами для забезпечення виконання в запланованих обсягах видатків державного бюджету.

Роль держави у соціально-економічному розвитку визначається часткою видатків бюджетів у ВВП. Як свідчать дані таблиці, частка видатків зведеного бюджету у ВВП з 2004 по 2017 роки в основному

зростала. Хоча, наприклад, у 2007 році порівняно з 2006 роком цей показник знизився на 0,8 відс. пункту, у 2011 році порівняно з 2010 роком – на 2,9 відс. пункту, у 2014 порівняно з 2013 роком – на 1,5 відс. пункту. Такі коливання можна пояснити складними процесами, які відбулись у державі і бюджетній системі України.

Незважаючи на проблеми економіки, виконання державою функцій потребує стабільного фінансового забезпечення. Аналізуючи видатки зведеного бюджету України, зазначимо, що найбільше асигнувань виділяється на освіту. Наприклад, у 2017 році ця сфера становила 7,2% ВВП, якщо ж порівнювати цей показник, наприклад, з 2013 роком то він зменшився на 0,1 відсоткового пункту (7,3%). Пенсії у 2017 році теж зменшилися на 0,3 відс. пункту порівняно з 2013 роком. Загалом у структурі видатків зведеного бюджету 2017 року найбільше видатків спрямовано на соціальний захист (5,4%), медицину (4,0%), правоохоронні органи (3,4%), чиновницький апарат (2,4%), транспорт (2,2%), комунальне господарство (1,1%), культуру та спорт (1,0%). Слід зазначити, що останніми роками, зокрема після російської агресії у 2014 році, виросли видатки на оборону, паливно-енергетичний комплекс України. Так, у 2013 році частка видатків зведеного бюджету на збройні сили становила 1,0% ВВП, а у 2017 році цей показник зріс на 2,0 відс. пункту і становив 3,0% ВВП. Те саме стосується паливно-енергетичного комплексу: якщо у 2013 році цей показник становив 0,1% до ВВП, то у 2017-му – 1,1%, тобто зріс на 1,0%.

В умовах сучасного розвитку національної економіки важливий не обсяг видатків, а ефективність використання бюджетних ресурсів на першочергових заходах та програмах.

Структура видатків змінюється залежно від тих глобальних зовнішніх і внутрішніх викликів, які постають перед державою, і тієї соціально-економічної політики, яку держава реалізує. На структуру видатків впливають економічні можливості бюджету, тобто потенціал. У Державному бюджеті України, хоч і виділяється значна частка на соціальний захист населення, проте цього недостатньо для вирішення роками накопичених проблем.

Склад і структура видатків, наприклад, державного бюджету визначається економічним змістом і завданнями, які стоять перед державою на сучасному етапі соціально-економічного розвитку, і є індикатором соціально-економічної політики держави.

Обмеженість видатків бюджету обумовлює встановлення ліміту видатків державного і місцевих бюджетів, що визначається відповідними органами, які уповноважені здійснювати бюджетне планування для фінансування бюджетних програм.

На нашу думку, бюджетне планування – комплекс обґрунтованих заходів, які використовуються у

Таблиця

Питома вага видатків зведеного бюджету України до ВВП

Роки	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Видатки до ВВП, %	29,3%	32,1%	32,2%	31,4%	32,6%	33,6%	34,9%
Роки	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Видатки до ВВП, %	32,0%	34,9%	34,9%	33,4%	34,3%	35,1%	42,5%

Джерело: побудовано автором за даними [9]

бюджетному процесі із застосуванням різних підходів з визначення показників надходжень і видатків бюджету.

Як наголошує І.Я. Чугунов, у процесі перспективного бюджетного планування створюються умови для розв'язання найбільш важливих завдань державного впливу на економічний розвиток [10, с. 202]. Якісне планування і прогнозування, що базується на реальних фінансових показниках і достовірній інформації, дає можливість більш чітко координувати пріоритетний курс і досягати кращих результатів економічної діяльності. На нашу думку, державне регулювання з допомогою бюджетних видатків темпів соціально-економічного розвитку в нинішніх умовах розвитку економіки набуває особливої ваги та актуальності. Бюджетне регулювання є складником бюджетної політики, що суттєво впливає на динаміку суспільного розвитку, активізацію інвестиційно-інноваційного процесу, зростання якості і кількості суспільних благ.

Коригування структури бюджетних видатків є доцільним і виправданим залежно від фінансових можливостей бюджету, пріоритетних напрямів бюджетної політики та стану економічного і соціального розвитку країни. Дієвість бюджетних видатків визначається ефективністю їх використання, впливом на вирівню-

вання дисбалансів соціально-економічного розвитку регіонів, вирішення складних завдань трансформаційних змін в економіці та суспільному житті.

Висновки. Бюджетні видатки відіграють ключову роль у функціонуванні усієї бюджетної системи, є необхідною умовою становлення і розвитку держави, її економіки, соціальної сфери, формування передумов для зростання добробуту населення. Економічна сутність видатків бюджету полягає в необхідності вирішення важливих завдань, які виникають в економічній життєдіяльності країни. З допомогою видатків бюджету держава виконує свої функції та регулює економічні та соціальні процеси.

Проведене дослідження показало, що бюджетна політика у сфері видатків має бути послідовна та обґрунтована, забезпечувати спрямування обмежених бюджетних ресурсів на пріоритетні цілі суспільного розвитку. Підвищення ефективності та результативності бюджетних видатків потребує чітких дій, збалансованості бюджету, дотримання макроекономічних показників, обґрунтованого планування видатків, щоби стабілізувати фінансову систему та забезпечувати конкурентоспроможність вітчизняної економіки, а також сприяти зростанню рівня і якості життя громадян.

Список використаних джерел:

1. Клець Л.Є. Бюджетний менеджмент. Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 640 с.
2. Благуно І.Г., Воронко Р.М., Бучкович М.Л. Бюджетний менеджмент: Навч. посібник Львів: «Магнолія-2006», 2017. 224 с.
3. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-V. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
4. Василюк О.Д., Павлюк К.В. Бюджетна система України: Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 544 с.
5. Павлюк К.В. Бюджет і бюджетний процес в умовах транзитивної економіки України: Монографія. К.: НДФІ, 2006. 584 с.
6. Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Устенко О.А., Юрій С.І. Економічний енциклопедичний словник: У 2 т. Т.2 / За ред. С.В. Мочерного. Львів: Світ, 2006. 568 с.
7. Лисяк Л.В. Бюджетна політика у системі державного регулювання соціально-економічного розвитку України: [моногр.] /Л.В. Лисяк. К.: ДННУ АФУ, 2009. 600 с.
8. Геєць В.М. Подолання квазіринковості – шлях до інвестиційно орієнтованої моделі економічного зростання // Економіка України. – 2015. № 6. – С. 4–17
9. Видатки бюджету України. URL: <http://cost.ua/budget/expenditure/>
10. Чугунов І.Я. Теоретичні основи системи бюджетного регулювання: [Навч. посіб.]. К.: НДФІ, 2005. 259 с.

Сташук О.В.,кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів та кредиту,
*Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки*

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДОЛОГІЇ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛІЗУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Сташук О.В. Удосконалення методології комплексного аналізування фінансової безпеки акціонерних товариств. У статті визначено необхідність ґрунтовного дослідження методологічних аспектів комплексного аналізування фінансової безпеки акціонерних товариств. Запропоновано алгоритм комплексного аналізування фінансової безпеки за індикаторним, інтегральним та ресурсно-функціональним підходами, який вміщує в себе шість основних етапів. Ідентифіковано ті види аналізу, котрі доцільно використовувати з метою аналізування фінансової безпеки корпоративних структур. Доведено, що окрім виявлення екзогенних та ендогенних чинників фінансової безпеки акціонерних товариств доцільно виокремлювати також доміанти їх фінансово-господарської діяльності. Визначено чинники, що найбільшою мірою впливають на вибір індикаторів оцінки ефективності формування та використання фінансових ресурсів акціонерних товариств.

Ключові слова: інтегральний підхід, індикаторний підхід, ресурсно-функціональний підхід, етапи комплексного аналізування, фінансова безпека, акціонерні товариства.

Сташук Е.В. Совершенствование методологии комплексного анализа финансовой безопасности акционерных обществ. В статье доказана необходимость основательного исследования методологических аспектов комплексного анализа финансовой безопасности акционерных обществ. Предложен алгоритм комплексного анализа финансовой безопасности по индикаторному, интегральному и ресурсно-функциональному подходам, который включает в себя шесть основных этапов. Идентифицированы виды анализа, которые целесообразно использовать с целью анализа финансовой безопасности корпоративных структур. Доказано, что кроме обнаружения экзогенных и эндогенных факторов финансовой безопасности акционерных обществ целесообразно выделять также доминанты их финансово-хозяйственной деятельности. Определены факторы, в наибольшей степени влияющие на выбор индикаторов оценки эффективности формирования и использования финансовых ресурсов акционерных обществ.

Ключевые слова: интегральный подход, индикаторный подход, ресурсно-функциональный подход, этапы комплексного анализа, финансовая безопасность, акционерные общества.

Stashchuk O.V. Improvement of the methodology of complex analysis of financial safety of joint-stock companies. The necessity of thorough research of methodological aspects of complex analysis of financial safety of joint-stock companies is proved in the article. The algorithm of complex analysis of financial security according to indicator, integral and resource-functional approaches, which contains six main stages, is offered. The types of analyzes that are useful for analyzing the financial security of corporate structures are identified. It is proved that in addition to the identification of exogenous and endogenous factors of financial safety of joint-stock companies, it is also advisable to distinguish between the dominant of their financial and economic activity. The factors that influence the choice of indicators for assessing the effectiveness of the formation and use of financial resources of joint stock companies are determined.

Key words: integral approach, indicator approach, resource-functional approach, stages of complex analysis, financial security, joint-stock companies.

Постановка проблеми. У вітчизняній та зарубіжній літературі ґрунтовно досліджені методологічні питання визначення рівня фінансової безпеки підприємств, проте вони здебільшого зводяться до розроблення теоретичних засад оцінювання фінансового стану суб'єктів господарювання, функціональних складників їх фінансової безпеки за призначенням і рухом фінансових ресурсів (бюджетно-податкового, грошового, інвестиційного, кредитного та ін.), виявлення та інтерпретації загроз, обчислення ймовірності настання банкрутства, його прогнозування, аналізування та розроблення теоретико-методологічних і

практичних рекомендацій щодо удосконалення оцінки стану фінансової безпеки господарюючих суб'єктів.

Підтримуючи такий підхід до аналізування фінансової безпеки, зауважимо: вчені здебільшого не акцентують уваги на внутрішніх і зовнішніх чинниках, що визначають специфіку фінансово-господарської діяльності кожного суб'єкта господарювання, в результаті чого для оцінки ефективності формування та використання їхніх фінансових ресурсів використовують типовий набір індикаторів. Окрім цього, прийнято аналізувати рівень фінансової безпеки підприємств лише в контексті ідентифікації її загроз і ризиків, натомість

розгляд позитивних сторін фінансово-господарської діяльності підприємств залишається поза увагою вчених і практиків. Вважаємо за необхідне під час аналізування фінансової безпеки акціонерних товариств попри ідентифікацію ендогенних і екзогенних загроз виокремлювати домінанти їхньої фінансово-господарської діяльності, для того щоб показати, наскільки фінансово стійке підприємство до негативного впливу чинників зовнішнього і внутрішнього середовища.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематика комплексного аналізування стану фінансової безпеки суб'єктів господарювання набуває особливого значення в умовах підвищення рівня динамічності зовнішнього середовища, а також за умов використання підприємством різних джерел фінансування своєї господарської діяльності. Окремі дослідження методик та особливостей оцінювання стану фінансової безпеки підприємств відображено у працях таких науковців, як О.І. Барановський, Л. Гнилицька, Л.П. Гомілко, К.С. Горячева, Н.С. Зарубинська, В.М. Зарубинський, О. Кириченко, Ю. Кім, М.І. Копитко, І. Кудря, Т.Б. Кузенко, Р.С. Папехін, О. М. Підхонний, Т.В. Шлемко та інші. Проте науковцями відображено більш універсальні методики оцінювання фінансової безпеки, які не враховують масштабів фінансово-господарської діяльності підприємства, його організаційно-правової форми господарювання, галузі діяльності.

Формулювання цілей статті. В умовах ринкової економіки, коли частка акціонерних товариств у структурі усіх господарських товариств є найбільшою, а їх внесок до валового внутрішнього продукту країни є найвищим, доцільно звернути увагу на методику оцінювання стану фінансової безпеки корпоративних структур, оскільки ефективна господарська діяльність останніх та їх стійкість до ймовірних загроз сприятиме підвищенню їхнього внеску у розвиток економіки країни загалом. З огляду на вищезазначене, метою статті є удосконалення наявних методик оцінювання стану фінансової безпеки з урахуванням особливостей акціонерної форми господарювання, а також розроблення алгоритму комплексного оцінювання стану фінансової безпеки акціонерних товариств.

Виклад основного матеріалу. Підтримуючи позицію вчених, котрі наголошують, що для оцінки рівня фінансової безпеки недостатньо проаналізувати значення і динаміку відносних показників фінансового стану, вважаємо за необхідне удосконалити підхід до інтегральної оцінки фінансової безпеки акціонерних товариств, а також ресурсно-функціональний, котрий, на відміну від традиційних, дав би змогу оцінити достатність фінансових ресурсів для забезпечення поточного функціонування і розвитку корпоративних структур машинобудівної галузі. Саме структурне співвідношення джерел капіталу та оцінка впливу його складників на окремі індикатори фінансового стану дає змогу дійти висновків про рівень фінансової безпеки без проведення рутинних розрахунків, пов'язаних із визначенням низки індикаторів та інтегрального показника. Для підтвердження достовірності висновків необхідно зіставити результати за традиційним та ресурсно-функціональним підходами.

Загалом алгоритм комплексного аналізування фінансової безпеки за індикаторним, інтегральним та

ресурсно-функціональним підходами, котрі було удосконалено в процесі цього наукового дослідження, можна вмістити в 6 етапів (рис. 1):

Обґрунтуємо методологію комплексного аналізування фінансової безпеки акціонерних товариств детальніше. На *першому етапі* проводиться оцінка за всіма типовими показниками фінансового стану для ідентифікації загроз погіршення та/або домінант покращення рівня фінансової безпеки. Варто відзначити: незважаючи на те, що питання оцінювання фінансового стану з метою виявлення загроз фінансової безпеки достатньо досліджені у науковій літературі й апробовані, єдиного підходу щодо його здійснення немає. Навпаки, різні вчені обґрунтовують різноманітні індикатори задля аналізу загальноприйнятих груп показників фінансового стану. Однак найчастіше – аналізують індикатори: майнового стану; рентабельності, ліквідності та платоспроможності; ділової активності та ефективності використання акціонерного капіталу (ринкової активності). До речі, вітчизняним законодавством передбачено майже аналогічний перелік показників для оцінки фінансово-господарського стану державних, неплатоспроможних підприємств та організацій, тих суб'єктів господарювання, що підлягають приватизації, а також потенційного бенефіціара інвестиційного проекту, реалізація якого передбачається в умовах фінансової самокупності, а також визначення виду забезпечення для обслуговування та погашення позики, наданої за рахунок коштів міжнародних фінансових організацій, обслуговування якої здійснюватиметься за рахунок коштів бенефіціара.

Ці показники здебільшого перейняті із зарубіжної практики і дають змогу повною мірою проаналізувати фінансовий стан суб'єктів господарювання, однак в Україні можуть не зовсім точно відбивати реальну ситуацію, оскільки не враховують особливостей розвитку вітчизняної економіки. Так, наприклад, групу показників ринкової активності вітчизняних акціонерних товариств практично неможливо розрахувати через невизначеність ринкової ціни їх акцій, які не обертаються на фондовому ринку України з огляду на його нерозвиненість, пасивну політику господарюючих суб'єктів або ж їх збитковість. Неможливо навіть визначити її за допомогою одного із найпростіших варіантів відомої моделі М. Гордона (що базується на основі нульового приросту дивідендів) у зв'язку з тим, що переважно вітчизняні корпорації не виплачують дивіденди акціонерам, а спрямовують їх на поповнення власного капіталу або на фінансування поточних витрат. Враховуючи зазначене, до методики комплексного аналізу фінансової безпеки акціонерних товариств вважаємо за доцільне ввести, окрім коефіцієнта реінвестицій, показник рентабельності акцій, визначений на основі балансової їх вартості, виходячи ще й із тих міркувань, щоби все-таки дібрати ті коефіцієнти, котрі характеризують прибутковість та ефективність використання саме акціонерного капіталу, а також показати їх вплив на рівень фінансової безпеки. Крім цього, з метою поглибленого аналізування фінансового стану акціонерних товариств необхідно також розраховувати коефіцієнт виплати дивідендів.

На *другому етапі* аналізування потрібно обґрунтувати ті коефіцієнти, які найбільшою мірою враховують особливості фінансово-господарської діяльності акціо-

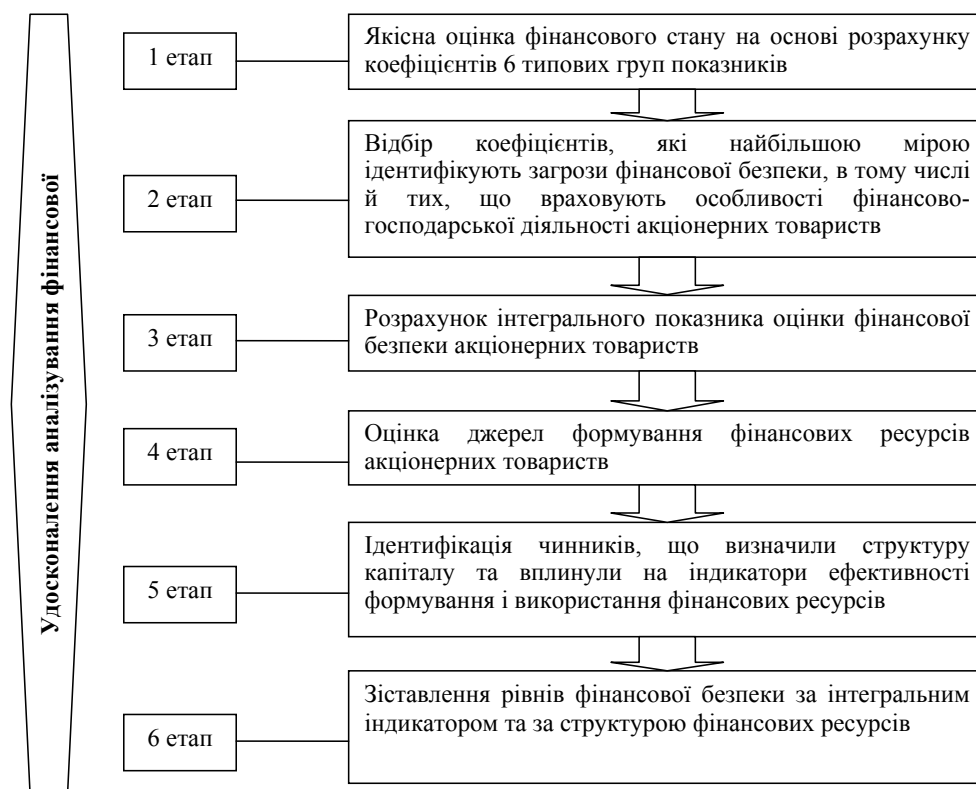


Рис. 1. Етапи комплексного аналізування фінансової безпеки акціонерних товариств

Джерело: складено автором

нерних товариств для розрахунку інтегрального показника її оцінки, з метою формування узагальнюючих висновків щодо фінансового стану акціонерного товариства. Дуже часто різні показники оцінки ефективності формування і використання фінансових ресурсів не дають однозначної ствердної відповіді про рівень фінансової безпеки господарюючого суб'єкта загалом: за одними він погіршується, за другими – поліпшується або ж стабільний тощо.

На *третьому етапі* пропонуємо визначати інтегральний показник фінансової безпеки, сформований на основі найважливіших індикаторів фінансового стану досліджуваних суб'єктів господарювання. Оцінка стану фінансової безпеки на основі експрес-діагностики та інтегрального показника дає змогу виявити її домінанти і загрози в розрізі окремих складників і подати загальний рівень фінансової безпеки в динаміці. Проте за таким аналізом можна лише констатувати факт погіршення або покращення фінансового стану цих господарюючих суб'єктів в окремих періодах, однак він не дає змоги встановити причини виникнення тих чи інших загроз і домінант.

Тому вважаємо за необхідне удосконалити аналізування фінансової безпеки акціонерних товариств у контексті систематизації факторів та оцінки їх впливу на стан фінансово-господарської діяльності цих господарюючих суб'єктів. Тоді, коли коефіцієнтний та інтегральний аналіз дають відповідь на питання, як змінився рівень фінансової безпеки акціонерних товариств, важливо дати відповідь на питання: як і чому він змінився? Саме знаючи, за рахунок яких факторів від-

булося покращення або погіршення фінансового стану, можна формувати фінансовий план протидії загрозам чи примноження домінант із метою забезпечення стабільного розвитку та зростання вартості підприємства.

З метою поглибленої та всеохоплюючої оцінки фінансової безпеки акціонерних товариств вважаємо за доцільне проаналізувати склад і структуру джерел формування фінансових ресурсів, що є *четвертим етапом* комплексного аналізування стану фінансової безпеки акціонерних товариств. Це, на наше переконання, дасть змогу: по-перше, підкріпити раніше зроблені висновки про рівень фінансового стану за експрес-діагностикою; по-друге, встановити рівні фінансової безпеки залежно від структурного співвідношення капіталу акціонерних товариств. Для корпоративних суб'єктів господарювання такий аналіз є визначальним у плані забезпечення необхідного рівня фінансової безпеки, а також він дає змогу дійти висновків про рівень фінансової безпеки саме з позицій функціонального призначення капіталу, уникнувши рутинних математичних розрахунків та громіздкого аналізування багаточисельної кількості індикаторів, а також з огляду ще й на те, що в сучасній фінансовій науці таких досліджень недостатньо.

Незважаючи на те, що структура капіталу відображає сукупність джерел фінансування діяльності зазначених суб'єктів господарювання, тоді як співвідношення окремих видів активів – напрями їх розміщення, все ж оптимальне поєднання окремих складових капіталу вказує на ефективність фінансово-господарської діяльності підприємницьких структур загалом, що

проявляється у переважанні власного капіталу над залученим і позиченим за умови прийнятності рівня фінансової залежності.

На **п'ятому етапі** встановимо чинники, що вплинули на структуру капіталу та одночасно на коефіцієнти фінансового стану, що визначають ефективність його формування і використання – рентабельність сукупного та власного капіталу, коефіцієнт фінансування. З цією метою доцільно сформувати матриці кореляційних зв'язків для встановлення тісноти зв'язку окремих факторів і структури фінансових ресурсів та найважливіших коефіцієнтів, що відображають ефективність їх формування і використання.

Завершальним – **шостим етапом** є зіставлення рівнів фінансової безпеки акціонерних товариств на основі єдиного індикатора та встановленого за структурним співвідношенням джерел фінансування операційної, фінансової та інвестиційної діяльності.

Принагідно відзначимо: в основу удосконалення аналізу стану фінансової безпеки за експрес-діагностикою покладено ідею систематизації різноманітних загроз і домінант за окремими складниками фінансової безпеки; за інтегральним індикатором – висвітлення загального рівня фінансової безпеки, визначеного на основі лише тих індикаторів, котрі відображають особливості фінансово-господарської діяльності корпоративних структур машинобудівного комплексу та з урахуванням запасу їх міцності; за ресурсно-функціональним підходом – формування

якісно нової та спрощеної методики оцінювання рівня фінансової безпеки акціонерних товариств за структурою фінансових ресурсів.

У процесі комплексного аналізу стану фінансової безпеки акціонерних товариств доцільно застосовувати такі види фінансового аналізу: 1) коефіцієнтний – оцінювання фінансового стану акціонерних товариств на основі його типових показників; 2) порівняльний і трендовий – оцінка величини і динаміки інтегрального показника; 3) горизонтальний і вертикальний – оцінка складу і структури джерел фінансових ресурсів, грошових потоків; 4) кореляційний – визначення впливу чинників на формування структури капіталу; 5) неформалізований – систематизація екзогенних і ендогенних загроз та/або домінант фінансово-господарської діяльності тощо.

Висновки. Отже, саме за допомогою оцінки стану можна встановити слабкі та сильні сторони фінансово-господарської діяльності вітчизняних господарюючих суб'єктів корпоративної форми власності шляхом зіставлення фактичних значень індикаторів із нормативними та аналізу їх відхилень. Водночас комплексний рівень фінансової безпеки таким чином визначити дуже важко. З цією метою доцільно використовувати інтегральний показник, який має враховувати лише найважливіші індикатори фінансового стану, виокремлені з урахуванням техніко-технологічної специфіки машинобудівних підприємств та їх організаційно-правової форми.

Список використаних джерел:

1. Павлюк Ю.В., Методика оцінювання рівня фінансової безпеки підприємства / Ю.В. Павлюк, О.А. Лактіонова. URL: <http://www.jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/download/812/830>
2. Методичні рекомендації щодо оцінки рівня економічної безпеки України [Текст] / А.І. Сухоруков, С.Л. Воробйов, Т.П. Крупельшщяка; за редакцією академіка НАН України С.І. Пирожкова К., ШПМБ, 2003. 42 с.
3. Смірнов Ю.А., Панфілова Т.С. Оцінка фінансової безпеки підприємства на основі ідентифікації його фінансового стану / Ю.А. Смірнов, Т.С. Панфілова // Економіка промисловості. 2013. № 1–2 (61–62). С. 313–317.
4. Кракос Ю.Б. Управління фінансовою безпекою підприємств / Ю. Б. Кракос, Р.О. Разгон // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2008. № 1 (1). С. 86–97.

Татарин Н.Б.,кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри державних та місцевих фінансів,
*Львівський національний університет імені Івана Франка***Михалюк О.В.,**магістр,
*Львівський національний університет імені Івана Франка***БЮДЖЕТНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ ЯК ШЛЯХ ДО ЗМІЦНЕННЯ
ФІНАНСОВОЇ САМОСТІЙНОСТІ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

Татарин Н.Б., Михалюк О.В. Бюджетна децентралізація як шлях до зміцнення фінансової самостійності місцевого самоврядування. У статті розглянуто місцеві бюджети як основний фактор, який впливає на соціальний та економічний розвиток регіонів, тому від стану місцевих бюджетів на пряму залежить економічна самостійність місцевих органів самоврядування та активність господарської діяльності. Також висвітлено проблему забезпечення фінансової самостійності органів місцевого самоврядування, що є особливо актуальною сьогодні, коли Україна стала на шлях до децентралізації.

Ключові слова: місцевий бюджет, доходи, видатки, кошти місцевих бюджетів, територіальна громада.

Татарын Н.Б., Мыхалюк О.В. Бюджетная децентрализация как путь к укреплению финансовой самостоятельности местного самоуправления. В статье рассмотрены местные бюджеты как основной фактор, который влияет на социальное и экономическое развитие регионов, поэтому от состояния местных бюджетов напрямую зависит экономическая самостоятельность местных органов самоуправления и активность хозяйственной деятельности. Также освещена проблема обеспечения финансовой самостоятельности органов местного самоуправления, особенно актуальная сегодня, когда Украина стала на путь децентрализации.

Ключевые слова: местный бюджет, доходы, расходы, средства местных бюджетов, территориальная община.

Tataryn N.B., Myhaljuk O.V. Budget decentralization as ways to strengthen local government financial locality. In the article, local budgets are considered as the main factor influencing the social and economic development of the regions; therefore, the economic independence of local self-government bodies and the activity of economic activity depend directly on the state of local budgets. Also, the problem of ensuring the financial autonomy of local self-government bodies is highlighted, which is especially relevant today when Ukraine started to decentralize.

Key words: local budget, incomes, expenditures, funds of local budgets, territorial community.

Постановка проблеми. Важливою передумовою побудови демократичної держави є фінансова незалежність органів місцевого самоврядування, оскільки розв'язання більшості фінансових питань саме на місцевому рівні є основою вирішення загальнодержавних соціально-економічних і політичних проблем у державі. Подальша реалізація реформи бюджетної децентралізації та забезпечення ефективності механізму бюджетного регулювання соціально-економічного розвитку потребує розширення прав місцевих органів влади, зміцнення їх бюджетної самостійності та визначення відповідальності. Отже, фінансова незалежність органів місцевого самоврядування є важливою умовою формування високого рівня соціально-економічного розвитку територіальних громад та демократії в Україні загалом. Ефективним способом досягнення цієї незалежності, виправданим досвідом країн ЄС та США, є децентралізація.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідимо поняття бюджетної децентралізації більш детально, оскільки саме вона є наріжним каменем вирішення питання забезпечення фінансової самостійності місцевих бюджетів. Визначенням терміна «бюджетна децентралізація», а також аналізом проведення реформи бюджетної децентралізації в Україні займалися і продо-

вжують займатися такі науковці, як Я. Арабчук, Ю. Глуценко, Л. Фурдичко, І. Устинова, М. Трещов, М. Бурак, Х. Патицька, О. Яфінович, Т. Сумська, Н. Булеца, О. Пелехата, С. Чолач, І. Патока, І. Луніна, С. Осипенко, С. Михайленко, О. Матвеева, Т. Таукешева, І. Гнидюк, О. Дем'янчук, Ю. Субботович та інші.

Формулювання цілей статті. Місцеві бюджети мають незамінну вагу для будь-якої країни. Практично всі заходи держави, які стосуються інтересів населення, проводяться за рахунок коштів місцевих бюджетів. Вони фінансують заходи в галузі освіти, охорони здоров'я, соціального захисту тощо. Місцеві бюджети є основною фінансовою базою місцевих органів влади та економічним чинником підвищення ефективності виробництва, освоєння нових видів продукції, раціонального використання природних, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Виклад основного матеріалу. Місцеві бюджети займають одне із центральних місць в економічній системі кожної країни, оскільки в них зосереджується значна частина державних фінансових ресурсів, а також є найбільш чисельною ланкою бюджетної системи країни [1]. Від стану місцевих бюджетів безпосередньо залежать такі процеси, як перерозподіл валового внутрішнього продукту, фінансування державних видат-

ків. Саме вони є фінансовим джерелом задоволення різноманітних потреб населення, визначають стан та якість надання державних послуг.

Місцеві бюджети є основним фактором, який впливає на соціальний та економічний розвиток регіонів. Тому від стану місцевих бюджетів напряму залежить економічна самостійність місцевих органів самоврядування, активність господарської діяльності, розвиток інфраструктури підвідомчих територій, рівень економічного потенціалу регіону. Таким чином, місцеві бюджети – це основна фінансова база діяльності органів місцевого самоврядування, яка має документально-правовий характер і формується в результаті економічних відносин місцевих органів з населенням, бізнес-структурами та фінансовими органами різних рівнів з метою фінансування заходів соціального та економічного розвитку відповідної територіальної громади [3].

У зв'язку з цим потрібно запровадити нові механізми міжбюджетних відносин, які би передбачали поступове вирівнювання забезпеченості адміністративно-територіальних одиниць бюджетними коштами за одночасного створення стимулів для місцевих органів влади і самоврядування до раціоналізації показників місцевих бюджетів та нарощування їх дохідної бази. Пріоритетним напрямом бюджетної політики має стати впорядкування відносин між місцевими бюджетами шляхом чіткого розмежування повноважень між місцевими органами виконавчої влади, обласними та районними органами місцевого самоврядування територіальних громад щодо формування бюджетів [2]. Також необхідно стимулювати систему солідарного фінансування спільної власності територіальних громад.

Під балансуванням місцевих бюджетів слід розуміти процес їх фінансового вирівнювання шляхом усунення невідповідності між обсягами фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування й обсягами завдань та обов'язків, які на них покладаються (вертикальних фінансових дисбалансів), а також невідповідності між обсягами фінансових ресурсів територіальних одиниць, які мають однакові обсяги завдань (горизонтальних фінансових дисбалансів) з метою формування достатніх фінансових ресурсів для надання державних і громадських послуг в обсягах, що надаються територіальними одиницями відповідно до певних стандартів.

Підходячи до аналізу сутності поняття децентралізації, провідні вітчизняні та зарубіжні науковці розрізняють такі її види, як:

- політична (делегування політичної влади на місця);
- адміністративна (передача певних управлінських функцій місцевим органам влади);
- ринкова (приватизація державних функцій та бізнесу);
- бюджетна (полягає в розподілі функцій, фінансових ресурсів та відповідальності за їх використання між центром та органами місцевого самоврядування) [5, с. 68].

Результати проведеної оцінки фінансової самостійності місцевих бюджетів України показали низький рівень забезпеченості власними ресурсами місцевих органів влади, значну трансфертну залежність та подальше її зростання навіть після проведення

бюджетної реформи. Тому наявна бюджетна ситуація в країні потребує подальшого розширення та оптимізації дохідної бази місцевих бюджетів та впровадження передових заходів бюджетної децентралізації.

Впровадження регіональних фондів розвитку у бюджетну систему України повинно якісно покращити фінансовий стан регіонів та забезпечити їх самостійність і самодостатність.

На основі зарубіжного досвіду проведення децентралізації сформовані такі рекомендації для України:

1) для уникнення диспропорцій в економічному розвитку регіонів процес упровадження децентралізації потрібно супроводжувати додатковою фінансово-інституційною підтримкою для територій із порівняно низьким економічним розвитком;

2) законодавче закріплення межі фінансової автономії місцевих бюджетів, нижче якої фінансова автономія опускатися не може;

3) запровадити формульний розрахунок перерозподілу національних податків, закріплених за місцевими бюджетами;

4) необхідно запровадити максимальний рівень прозорості використання бюджетних коштів органами місцевого самоврядування тощо.

Можна виділити такі позитивні сторони впровадження бюджетної децентралізації, як:

- фінансова самостійність територіальних громад у забезпеченні своїх жителів суспільними благами;
- створення умов для кращого забезпечення потреб місцевого населення за рахунок його безпосередньої взаємодії з органами місцевого самоврядування;
- зростання відповідальності місцевих органів влади перед населенням відповідних адміністративно-територіальних одиниць;
- наявність реальної зацікавленості у результатах вирішення проблем місцевого населення;
- формування конкурентного середовища між різними територіальними громадами;
- формування ефективної системи вирівнювання з метою стимулювання розвитку територій;
- зростання компетенції та кваліфікації місцевих органів влади у процесі вирішення поточних і стратегічних завдань на місцевому рівні;
- динамічність системи, здатність до експериментування та інновацій у наданні державних послуг;
- сприяння підтримці підприємницької активності та зростанню інвестиційних можливостей місцевих органів влади;
- врівноваження владних повноважень на різних рівнях управління [8].

Внісши зміни до Бюджетного та Податкового кодексів України у кінці 2014 року, Україна фактично зробила перший крок до бюджетної децентралізації. Ці зміни покликані зміцнити матеріальну та фінансову основи місцевого самоврядування, підвищити спроможність територіальних громад через механізм переходу їх бюджетів на прямі міжбюджетні відносини з Державним бюджетом (до цього прямі відносини мали лише регіони, райони і міста обласного значення).

Відповідно до ст. 64, ст. 69 п. 1 та ст. 71 Бюджетного кодексу розширено джерела наповнення місцевих бюджетів за рахунок:

- 1) встановлення нових нормативів відрахувань податку на доходи фізичних осіб (бюджети

міст обласного значення та районів – 60%, обласні бюджети – 15%);

2) збільшення екологічного податку з 35% до 80% (у тому числі до обласних бюджетів – 55%; сільських, селищних, міських бюджетів – 25%);

3) запровадження акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібної торгівлі підакцизних товарів за ставкою 5%;

4) отримання 100% єдиного податку;

5) отримання 100% податку на прибуток підприємств та фінансових установ комунальної власності;

6) розширення бази оподаткування податку на нерухомість шляхом включення до оподаткування цим податком комерційного (нежитлового) майна та автомобілів з великим об'ємом двигуна;

7) передачі з державного бюджету місцевим 100% плати за надання адміністративних послуг, 100% державного мита, 10% податку на прибуток підприємств приватного сектору економіки;

8) інше [4].

У результаті змін до Бюджетного кодексу України змінився порядок перерахування міжбюджетних трансфертів. Тепер міжбюджетні трансферти поділяються на:

- базову дотацію (трансферт, що надається з державного бюджету місцевим бюджетам для горизонтального вирівнювання податкоспроможності території);

- субвенції (освітня; медична; на підготовку робітничих кадрів; на забезпечення медичних заходів окремих державних програм);

- реверсну дотацію (кошти, що передаються до державного бюджету з місцевих бюджетів для горизонтального вирівнювання податкоспроможності території);

- додаткові дотації [6, с. 40].

З районного рівня бюджетів після передачі повноважень об'єднаним громадам будуть надаватися послуги медицини другого рівня та проводитися видатки на заходи загальнорайонного значення, обласний бюджет буде фінансувати освіту (на утримання шкіл-інтернатів та вузів), підготовку кадрів та медичну галузь (спеціалізовані заклади). Ці видатки також проводяться за рахунок субвенцій з Державного бюджету та доходів, які закріплені Кодексом.

Однією з важливих змін до Бюджетного кодексу України стала зміна, що передбачає можливість зберігати зекономлені кошти на кінець звітного періоду на рахунках органів місцевого самоврядування і використовувати їх наступного року [4].

Таким чином, місцеві чиновники отримали мотивацію заощаджувати. Раніше будь-що необхідно було використати і списати кошти з рахунків до кінця року, а тепер така практика повинна відійти в минуле. Ще однією важливою новацією є можливість розміщувати тимчасово вільні кошти спеціального фонду місцевих бюджетів у комерційних банках. З одного боку, це вирішує проблему затримки виплат з казначейства, з іншого – позбавляє можливості місцеву владу отримувати безвідсоткові кредити на покриття тимчасових касових розривів у місцевих бюджетах [7].

В Україні процес фіскальної децентралізації відбувається досить активно, послідовно, з досить повним нормативним законодавчим розробленням цього процесу, що є позитивним кроком України в історичному розвитку як місцевості, так і держави. Бюджетна

децентралізація дозволяє збалансувати механізми надання суспільних послуг із потребами та уподобаннями місцевих громад та жителів, підвищує рівень відповідальності місцевих органів за виконання відповідних функцій та ступінь ефективності діяльності державного сектору загалом через запровадження елементів конкуренції. Головне завдання, яке має вирішити бюджетна децентралізація, – це пошук достатніх обсягів фінансових ресурсів, які би повною мірою забезпечили фінансову незалежність місцевих бюджетів бюджетної системи України. Фінансова база місцевих бюджетів повинна забезпечувати виконання повноважень органів місцевої влади щодо виконання ними всіх завдань і програм розвитку регіону.

Висновки. Отже, місцеві бюджети є основною фінансовою базою органів місцевого самоврядування, від стану якої залежить соціально-економічний розвиток територій, добробут населення та економічна стабільність в Україні загалом. Важливою умовою для належного виконання владних функцій органами місцевого самоврядування є забезпечення їх фінансової самостійності, під якою розуміємо здатність місцевих органів влади формувати достатні джерела фінансових ресурсів з можливістю вільно ними розпоряджатися щодо виконання своїх повноважень та вирішення проблем місцевого населення.

Для забезпечення принципу самостійності місцевих бюджетів і надання фінансової незалежності органам місцевого самоврядування під час виконання покладених на них функцій значна увага повинна приділятися вдосконаленню механізмів балансування місцевих бюджетів. Під балансуванням місцевих бюджетів розуміють фінансове вирівнювання з метою усунення вертикальних і горизонтальних фінансових дисбалансів місцевих бюджетів.

Повноцінне впровадження децентралізаційних реформ повинно створити умови для кращого забезпечення потреб місцевого населення за рахунок його безпосередньої взаємодії з органами місцевого самоврядування; підвищити зацікавленість у результаті та відповідальність місцевих органів влади перед громадою і, що важливо, забезпечити їх фінансову незалежність.

Проблема забезпечення фінансової самостійності органів місцевого самоврядування особливо актуальна сьогодні, коли Україна стала на шлях децентралізації. Як показує позитивний зарубіжний досвід, саме завдяки децентралізації, як владній, так і бюджетній, можливо досягти високого соціально-економічного розвитку територій та макроекономічної стабільності.

Повноцінне впровадження децентралізаційних реформ повинно створити умови для кращого забезпечення потреб місцевого населення за рахунок його безпосередньої взаємодії з органами місцевого самоврядування; підвищити зацікавленість у результаті та відповідальність місцевих органів влади перед громадою і, що важливо, забезпечити їх фінансову незалежність.

Найвагомішим фондом фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування є доходи місцевих бюджетів. Саме від їх розміру, складу та структури безпосередньо залежить економічна самостійність та самодостатність територіальних громад.

Список використаних джерел:

1. Закон України Про місцеве самоврядування в Україні від 21.05.1997 № 280/97-ВР. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/280/97-vr>
2. Павлюк К. В. Формування доходів місцевих бюджетів // Фінанси України. 2006. № 4. С. 24–37.
3. Клець Л.Є. Система кількісних показників фінансової автономії місцевих органів влади / Л.Є. Клець // Вісник Донецького інституту економіки та господарського права. 2009. № 1. С. 46–57.
4. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>
5. Патицька Х.О. Фінансова децентралізація як основа формування самодостатніх територіальних громад / Х.О. Патицька // Економічні науки. 2015. № 12. 6 с. / URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4412&p=1>
6. Фурдичко Л.Є. Децентралізація: фінансова незалежність місцевих бюджетів України / Л.Є. Фурдичко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2015. № 5. С. 39–42. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2015_5_11
7. Бюджет місцевої ради в умовах децентралізації / Центр політичних студій та аналітики / URL: <http://www.cpsa.org.ua/novyny/byudzheth-mistsevoi-rady-v-umovah-detsentralizatsiji/>
8. Татарин Н.Б., Войтович В.В. Місцеві бюджети як фінансова база місцевого самоврядування / Татарин Н.Б., Войтович В.В. // Наукове періодичне видання «Науковий вісник Ужгородського національного університету». Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство», 2017. Випуск 11. С. 159–163.

УДК 336.14:334.012.64(477)

Ярема Я.Р.,

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри державних та місцевих фінансів,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Кісіль В.Р.,

магістр,
Львівський національний університет імені Івана Франка

БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВІ ВАЖЕЛІ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

Ярема Я.Р., Кісіль В.Р. Бюджетно-податкові важелі стимулювання розвитку підприємницького сектору в Україні. У статті досліджено бюджетно-податкові важелі стимулювання розвитку підприємницького сектору в Україні. За результатами дослідження обґрунтовано необхідність та основні напрями підвищення ефективності інструментів бюджетно-податкової політики в Україні.

Ключові слова: бюджетне регулювання, податкові важелі, податкові ставки, податкові пільги, бюджетні видатки.

Ярэма Я.Р., Кисиль В.Р. Бюджетно-налоговые рычаги стимулирования развития предпринимательского сектора в Украине. В статье исследованы бюджетно-налоговые рычаги стимулирования развития предпринимательского сектора в Украине. По результатам исследования обоснована необходимость и основные направления повышения эффективности инструментов бюджетно-налоговой политики в Украине.

Ключевые слова: бюджетное регулирование, налоговые рычаги, налоговые ставки, налоговые льготы, бюджетные расходы.

Yarema Y.R., Kisil V.R. Budgetary and tax levers of stimulating the development of the entrepreneurial sector in Ukraine. The article analyzes fiscal and tax levers of stimulating the development of the entrepreneurial sector in Ukraine. According to the results of the research, the necessity and the main directions of increasing the efficiency of fiscal policy instruments in Ukraine were substantiated.

Key words: budget regulation, tax levers, tax rates, tax privileges, budget expenditures.

Постановка проблеми. Бюджетне регулювання та податкові важелі є вагомими чинниками конкурентоспроможного розвитку різних видів та галузей господарської діяльності. Їхній сукупний взаємоузгоджений вплив забезпечує ефективне функціонування пріоритетних галузей економіки, розвиток соціальної інфраструктури, виконання функцій соціального захисту населення та активізацію підприємництва. Важливу

роль у забезпеченні розвитку суб'єктів підприємництва як рушійної сили економічних перетворень та бюджетотутворюючого складника відіграють бюджетно-податкові важелі стимулювання, що й зумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема, пов'язаним із застосуванням бюджетно-податкових важелів та механізмів податкового регулю-

вання, присвячені праці О. Василика, М. Кучерявенка, Н. Прокопенко, Н. Рубан, Т. Турчанинова, О. Данілова, Ю. Пасічника, М. Горста, Л. Тарангул, А. Даниленка, О. Молдован, В. Боронос, В. Федосова, І. Чуницької. Аналіз наукових доробків у цій сфері дає змогу переконатися в тому, що проблеми бюджетно-податкової політики та активізації діяльності суб'єктів підприємництва є актуальними, а тому вимагають подальших досліджень.

Метою статті є дослідження сутності та складу бюджетно-податкових важелів стимулювання розвитку підприємництва, аналіз практичних аспектів їх застосування в Україні, пошук джерел підвищення ефективності цих важелів.

Виклад основного матеріалу. Забезпечення сталого економічного розвитку, формування сприятливого інвестиційного клімату та створення оптимального рівня податкового навантаження на платника податків – запорука успішного розвитку підприємницького сектору в Україні.

Становлення інноваційно-інвестиційної моделі економіки неможливе без застосування державою комплексу стимулів фіскального характеру.

Вітчизняні вчені Н.І. Рубан та І.І. Чуницька вважають, що бюджетно-податкові важелі є основними важелями держави у розв'язанні спектру соціально-економічних питань. При цьому однією з причин неефективного використання означених важелів вони вважають відсутність їх системного дослідження [6, с. 345]. Науковці відносять до бюджетних важелів бюджетні видатки та бюджетний дефіцит, а до податкових важелів – податкові ставки, податкові пільги, альтернативні режими оподаткування, зміну строків сплати податків, податкові санкції.

Т.В. Турчанинова [5, с. 490] до переліку бюджетно-податкових важелів відносить структуру видаткової частини бюджету та податки, вплив яких, у свою чергу, реалізується через ставки оподаткування і механізм селективного визначення об'єктів пільгового оподаткування.

О.О. Молдован [3] визначає податкові стимули як певний трансферт бюджетних коштів до підприємницького сектору, який здатен використати їх більш ефективно, ніж держава.

Бюджетні та податкові важелі можна розглядати як два взаємодоповнюючі компоненти економічного розвитку: прямий (бюджетне інвестування) та непрямий

(додатково-бюджетні важелі формування сприятливого інвестиційного клімату) [1], або як взаємовиключні: застосування податкових важелів дає змогу скоротити прямі бюджетні витрати, тож є альтернативою до засобів бюджетної політики [6].

Класифікація бюджетно-податкових важелів стимулювання розвитку підприємницького сектору відображена на рисунку 1.

Податкові важелі є невід'ємними складниками податкових систем більшості країн світу. Показово, що 26 із 34 країн-членів ОЕСР пропонують для бізнесу податкові стимули для здійснення НДДКР. Одним з найдієвіших та найпоширеніших інструментів підтримки та стимулювання інноваційної діяльності є податкові пільги, зокрема інвестиційний податковий кредит, дослідницький податковий кредит, інвестиційна податкова знижка [7]. Податкові преференції у вигляді інвестиційного податкового кредиту частіше надаються підприємствам, які спрямовують інвестиції на впровадження нових технологій, техніки, обладнання тощо. Такі стимулюючі податкові важелі є привабливими як для держави, так і для підприємств.

Аналізуючи міжнародний досвід застосування бюджетно-податкових важелів стимулювання підприємницького сектору, слід відзначити залучення прямих іноземних інвестицій з метою впровадження інновацій. Країни-члени ЄС часто використовують прямі та непрямі методи регулювання інвестиційної діяльності. Високорозвинені країни (приміром, Німеччина та Швеція) широко застосовують прямий метод підтримки, тобто бюджетний, що дає можливість вирішувати стратегічні питання щодо розвитку пріоритетних галузей економіки, а менш розвинені країни більше застосовують непрямі методи, тобто податкові стимули [2].

Для забезпечення економічного розвитку вирішальне значення має взаємозв'язок між рівнем податкового навантаження та поживаленням економічних процесів, що вимагає створення оптимальної моделі оподаткування із дотриманням балансу інтересів суб'єктів оподаткування та держави. Реалізація регуляторного потенціалу будь-якого податку можлива перовдосім через встановлення податкових ставок та пільг. Під час встановлення податкових ставок важливе значення має їх розмір. Основним інструментом податкового регулювання є оптимальна податкова ставка. Під час визначення оптимальної величини податкової ставки враховуються макроекономічні умови та

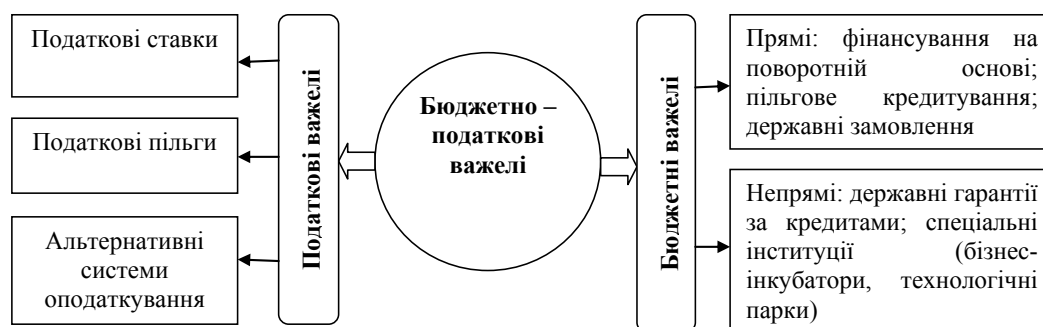


Рис. 1. Класифікація бюджетно-податкових важелів стимулювання розвитку підприємницького сектору

Джерело: узагальнено автором на підставі [1]

конкретний вектор фінансової політики. Податкові пільги характеризуються насамперед стимулюючою спрямованістю.

Вітчизняні ставки податку на доходи фізичних осіб та податку на прибуток підприємств по 18% є одними з найнижчих в Європі. Так, наприклад, менший від вітчизняного податку на прибуток підприємств (12,5%) в Ірландії компенсується вищими ставками ПДФО (до 48%) та ПДВ (23%). Аналогічно менший податок на прибуток у Словенії (17%) компенсується вищими ставками ПДФО (до 50%) та ПДВ (22%). У Румунії за ставок податку на прибуток та ПДФО по 16% ставка ПДВ становить 24% [9]. З 28 країн-членів ЄС вищу за українську ставку ПДВ мають 17 країн, на рівні вітчизняних 20% – 7 країн та тільки 4 країни – меншу (Люксембург, Мальта, Німеччина та Кіпр) [10].

Таким чином, Україна має привабливі ставки оподаткування, що мало би стати важливою передумовою для залучення іноземних інвестицій та створення нових робочих місць.

Поряд із цим нестабільність та часті зміни у податковому законодавстві створюють напругу у відносинах фіскальних органів із платниками податків, знижують господарську активність суб'єктів господарювання, не сприяють легальній економічній діяльності, уповільнюють економічне зростання загалом у державі [8]. За оцінками експертів, рівень тіньової економіки в державі дуже високий. Це негативно відображається на обсягах надходжень доходів до бюджету, здатності держави здійснювати масштабні інвестиційні та соціальні проекти.

Так, вітчизняна фіскальна служба зараз очолює антирейтинг органів державної влади за рівнем корупції, хоча в Європі вони зазвичай користуються високим ступенем довіри, професійним іміджем та авторитетом. У цих умовах для підприємців економічно більш вигідними є тіньова економіка та корупція, оскільки можливо уникати покарання за ухилення від оподаткування.

Завдяки застосуванню фіскальних стимулів фактично відбувається трансферт бюджетних коштів до підприємницького сектору, який здатен використати їх більш ефективно, ніж держава. Враховуючи жорсткі бюджетні обмеження, податкові стимули інвестиційної діяльності мають бути спрямовані винятково на стимулювання модернізації виробничих фондів та впровадження новітніх технологій; збільшення інвестицій в інноваційні проекти; підтримку інвестиційної активності малого бізнесу [1].

Ефективне використання сукупності бюджетних інструментів впливу на процес формування та виконання бюджету дає змогу вирішувати завдання, що стоять перед країною на сучасному етапі суспільного розвитку, досягати необхідних макроекономічних пропорцій та показників економічного зростання.

Сучасна бюджетно-податкова політика України характеризується низкою недоліків та суперечностей, які погіршують стан підприємницького сектору та перешкоджають економічному зростанню.

Вони нівелюють ефективність фіскальної політики. Зокрема, неефективність механізмів розподілу та витрачання бюджетних коштів приводить до недофінансування важливих державних програм щодо розвитку підприємництва, провокує фіскалізацію податкової системи.

Протягом останніх років в Україні спостерігається чітка тенденція до зростання частки поточних видатків та скорочення частки капітальних видатків. За останні п'ять років частка капітальних видатків становила менше 10%, а понад 90% бюджетних коштів спрямовано на поточні видатки. Це свідчить про короткострокову стратегію розвитку, тоді як більшість інституційних змін в економіці, що перебуває на етапі розвитку та трансформації, можуть бути забезпечені шляхом спрямування коштів не на поточні, а на капітальні видатки, зокрема видатки на інновації.

Підвищення конкурентоспроможності економіки країни вимагає підвищення частки державних витрат в інноваційному секторі економіки; удосконалення системи державних закупівель; удосконалення процесу управління бюджетними програмами; підвищення рівня відповідальності за порушення вимог бюджетного законодавства. Без масштабного реформування бюджетно-податкової системи, зміцнення її інституцій ефективність важелів стимулювання підприємництва буде нівельована.

Незважаючи на взаємопов'язаність бюджетно-податкових важелів, з'являється все глибше усвідомлення того, що вони характеризуються відносною самостійністю і специфікою щодо сфер їх використання. Тому, намагаючись проводити послідовну фіскальну політику, важливо її зміцнювати обґрунтуванням відмінностей і практичною реалізацією взаємозв'язку бюджетно-податкових важелів щодо економічних і позаекономічних сфер суспільного життя, що також становить важливе джерело їх ефективної реалізації [4, с. 43].

Висновки. Незважаючи на широкий спектр бюджетно-податкових важелів, що досить ефективно застосовуються у світовій практиці, в Україні механізм стимулювання розвитку підприємницького сектору функціонує неефективно. Зростання конкурентоспроможності вітчизняної економіки залежить насамперед від активної інвестиційної та фіскальної політики, і, відповідно, подальше вдосконалення фіскальних інструментів набуває особливо важливого значення і є важливим аспектом суспільно-економічних перетворень в Україні. З метою сприяння розвитку підприємництва необхідно застосовувати бюджетно-податкові важелі в конкретних видах економічної діяльності, а не до певного сегменту ринку загалом. Оскільки сьогодні є потреба переорієнтації економіки України на інноваційний шлях розвитку, слід звернути окрему увагу на ефективність перерозподілу фінансових ресурсів у державі, зокрема шляхом стимулювання інноваційних проектів, частково за допомогою видатків бюджету на інновації та пільгового оподаткування окремих напрямів діяльності та галузей.

Список використаних джерел:

1. Затонацька Т.Г. Проблеми та перспективи формування бюджетного механізму стимулювання інвестиційних процесів [Текст] / Т.Г. Затонацька // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. пр. Вип. 21. К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. С. 200–206.
2. Мижинский М.Ю. Меры государственного стимулирования инноваций: правовой опыт Европейского Союза / М.Ю. Мижинский // Инновации. 2005. № 7(84). С. 115–119.
3. Молдован О. О. Щодо удосконалення податкових інструментів підтримки малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / О.О. Молдован // Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1621/>.
4. Рубан Н.І. Джерела ефективності бюджетно-податкових важелів в умовах кризи фінансових відносин / Н.І. Рубан, І.І. Чуницька // Науковий вісник Національного університету ДПС України. 2010. № 1(48). С. 42–48.
5. Турчанинова Т.В. Роль государства в экономическом и социальном развитии общества / Т.В. Турчанинова, В.Е. Храпов // Вестник МГТУ. 2007. № 3. Т. 10. –С. 490–495.
6. Шикіна Н.А. Бюджетно-податкові важелі як інструмент розвитку економіки [Електронний ресурс] / Н.А. Шикіна, І.В. Мамонтова // Сталій розвиток економіки. 2013. № 1. С. 345–348.
7. Щодо доцільності запровадження податкових механізмів стимулювання інноваційно-інвестиційного розвитку в Україні. Аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/1315/>.
8. Ярема Я.Р. Механізм реалізації стимулюючого потенціалу фіскальної політики / Я.Р. Ярема // Вісник Хмельницького національного університету. 2016. № 2, Т. 1(234). С. 212.
9. Taxation trends in the European Union. Data for the EU Member States, Iceland and Norway. 2015 edition / European Commission, Taxation and Customs Union. – Luxembourg, 2015. URL: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/gen_info/economic_analysis/tax_structures/2015/report.pdf
10. VAT Rates Applied in the Member States of the European Union Situation at 1st January 2016 / European Commission, Taxation and Customs Union. URL: http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657:336.717.3

Корпанюк Т.М.,
кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку та оподаткування в галузях економіки,
Вінницький національний аграрний університет

Григораш М.В.,
студентка,
Вінницький національний аграрний університет

СУТНІСТЬ, ОБЛІК ТА АНАЛІЗ СТРОКОВИХ ДЕПОЗИТІВ ТА ДЕПОЗИТІВ ДО ЗАПИТАННЯ ФІЗИЧНИХ ОСІБ

Корпанюк Т.М., Григораш М.В. Сутність, облік та аналіз строкових депозитів та депозитів до запитання фізичних осіб. У статті розглянуто основні види депозитів та методику їх розрахунку. Проаналізовано сучасний стан строкових депозитів та депозитів до запитання. Проведено структурний аналіз депозитного портфеля за строками залучення та правилами їх зняття. Обґрунтовано основні концептуальні положення функціональної організації депозитної діяльності банків. Розкрито послідовність відображення в обліку депозитів до запитання та строкових депозитів.

Ключові слова: строкові депозити, депозити до запитання, депозитний портфель, внесені кошти, депозитні операції, залучений капітал, зобов'язання.

Корпанюк Т.М., Григораш М.В. Сущность, учет и анализ срочных депозитов и депозитов до востребования физических лиц. В статье рассмотрены основные виды депозитов и методика их расчета. Проанализировано современное состояние срочных депозитов и депозитов до востребования. Проведен структурный анализ депозитного портфеля по срокам привлечения и правилами их снятия. Обоснованы основные концептуальные положения функциональной организации депозитной деятельности банков. Раскрыта последовательность отражения в учете депозитов до востребования и срочных депозитов.

Ключевые слова: срочные депозиты, депозиты до востребования, депозитный портфель, внесенные средства, депозитные операции, привлеченный капитал, обязательства.

Korpaniuk T.M., Grygorash M.V. Essence, accounting and analysis of time deposits and demand deposits of individuals. The article deals with the main types of deposits and the method of their calculation. The current state of time deposits and demand deposits is analyzed. The structural analysis of the deposit portfolio by the terms of attraction and the rules for their withdrawal has been carried out. The basic conceptual provisions of the functional organization of deposit activity of banks are substantiated. The sequence of reflection in the account of demand deposits and term deposits is disclosed.

Key words: time deposits, demand deposits, deposit portfolio, funds, deposit transactions, attracted capital, liabilities.

Постановка проблеми. Сутність депозитних операцій полягає в накопиченні банку як фінансовим посередником тимчасово вільних грошових коштів на визначений термін та за окрему плату, а також розміщенні цих фінансових ресурсів від свого імені, на власний розсуд та ризик під відсотки.

Депозитні банківські операції належать до пасивних операцій банківської установи, тобто це операції, за допомогою яких банки формують свої грошові ресурси для проведення кредитних, інвестиційних та інших активних операцій [1, с. 36]. Тому однією з функцій банків є мобілізація тимчасово вільних грошових коштів та перетворення їх у власний капітал.

Основні інструменти аналізу здійснення та проведення депозитних операцій дають змогу не лише змен-

шити сукупний банківський ризик, але й підтримати фінансову стійкість та надійність банку, оцінити ситуацію банку та наявні ресурси.

Тільки за умови правильного оцінювання ситуації та наявних ресурсів можна вибрати та сформулювати стратегію банку на ринку банківських послуг, яка веде до отримання стабільної конкурентної переваги [2, с. 154]. Недосконалість методики аналізу та облікових даних щодо депозитів комерційних банків свідчить про актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню окремих питань теорії та методики аналізу депозитної діяльності банків, впливу оцінки результатів, наявності ресурсів на діяльність банку присвячено роботи багатьох вітчизняних та зарубіжних уче-

них, таких як О.І. Тищенко, В.М. Дереза, Р.В. Лавров, М.В. Олексенко, Т.М. Корпанюк.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є формування теоретично-методичних основ щодо відображення в обліку та аналізу строкових депозитів та депозитів до запитання.

Виклад основного матеріалу. Депозитні кошти є одним з видів залучених коштів банку. Згідно з Постановою НБУ депозит – це грошові кошти в готівковій або безготівковій формі у валюті України або в іноземній валюті чи банківські метали, які банк прийняв від вкладника або які надійшли для вкладника на договірних засадах на визначений строк зберігання чи без зазначення такого строку (під процент або дохід в іншій формі), а також підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства України та умов договору [3].

Депозитний рахунок відрізняється від звичайного поточного рахунку тим, що з нього неможливо в будь-який момент зняти кошти, провести розрахункову операцію, а відсотки на залишок не нараховуються. Після закінчення строку розміщення коштів на депозитному рахунку банк зобов'язаний виплатити вкладнику суму вкладу та проценти на неї або дохід в іншій формі на умовах, що зазначені в договорі.

Розмір процентної ставки визначається банком самостійно. Зазвичай проценти нараховуються й виплачуються у валюті вкладу або в іншому виді за умовами договору.

Депозити розподіляються на депозити до запитання, або поточні депозити, і строкові депозити. Нами розглядатимуться депозити до запитання та строкові депозити як одні з найчастіше використовуваних депозитів фізичними особами.

Депозити на вимогу – це грошові кошти або банківські метали, що розміщені вкладниками в банках на умовах видачі вкладу (депозиту) на першу вимогу вкладника або здійснення платежів за розпорядженням власника рахунку [3]. До вкладів на вимогу належать залишки тимчасово вільних коштів клієнтів банку на поточних рахунках.

Строкові депозити – це грошові кошти, розміщені підприємствами-вкладниками або фізичними особами-вкладниками в банку на визначений договором строк.

Банку вигідно залучати строкові депозити, оскільки вони стабільніші та дають змогу банку розпоряджатися ними тривалий термін. Незважаючи на зростання процентних витрат, збільшення частки строкових депозитів у загальній сумі зобов'язань є позитивним моментом, адже вони є найстабільнішою частиною ресурсів. Саме вони дають змогу кредитувати на триваліші терміни [4]. Збільшення частки депозитів фізичних осіб в обсязі зобов'язань банку дає впевненість та підіймає рівень довіри населення до того чи іншого банку.

Під час надання депозитних операцій банком виникає кредиторська заборгованість банку. Кредиторська заборгованість є нормальним явищем для комерційного банку за умови, якщо вона не перевищує дебіторську заборгованість або має незначне перевищення над нею.

Внески фізичних осіб, незважаючи на вид депозиту (строковий чи депозит до запитання), можна віднести до нестійкого за строками зберігання пасиву банку, тому що навіть строкові депозити фізичних осіб,

згідно з ЦКУ, повинні повертатись клієнту за першою потребою, за виникнення надзвичайної ситуації та за наявності супроводжуючих документів. Збільшення частки таких зобов'язань може призвести до неплатоспроможності та неліквідності банку за виникнення кризових ситуацій.

Але, незважаючи на всі ризики, депозити фізичних осіб є основою фінансування кредитних операцій банку.

Під час внесення коштів на депозитний рахунок в банку фізичною особою банк для відображення даних операцій використовує рахунки 2-го класу 26 розділу «Кошти клієнтів банку» Плану рахунків бухгалтерського обліку банків України від 25 грудня 2017 року:

- рахунок 2620 «Кошти на вимогу фізичних осіб»;
- рахунок 2630 «Короткострокові вклади (депозити) фізичних осіб»;
- рахунок 2635 «Довгострокові вклади (депозити) фізичних осіб»;
- інші рахунки груп 262 та 263 щодо нарахування премій та визнання витрат за депозитами.

Під час здійснення розміщення коштів виконання операції за поточними рахунками здійснюється на підставі розрахункових документів у безготівковій та готівковій формах. У документах зазначається підстава для перерахування коштів. Обов'язково укладається договір із зазначенням процентних ставок та інших умов у двох примірниках.

Якщо ж це строковий депозит, власнику рахунку видається вкладний документ. Таким документом може бути ощадний сертифікат або інший виданий банком документ, що засвідчує укладення з банком договору. Після пред'явлення необхідних для відкриття рахунку документів відповідальний працівник банку відкриває особовий депозитний рахунок платника й особовий рахунок нарахованих, але не сплачених відсотків за вкладом як для депозиту на вимогу, так і для строкового депозиту.

За умовами виплати процентів за період проценти сплачуються періодично або в кінці строку, що визначений депозитним договором. Внесення коштів до банку у вигляді депозиту та подальша виплата відсотків відображаються кореспонденцією, зазначеною в табл. 1.

Після короткого ознайомлення з основами обліку та теоретичними поняттями строкових депозитів та депозитів до запитання доцільно перейти до аналізу депозитів та визначити їх роль у формуванні зобов'язань банку, а також їх вплив на конкурентоспроможність та ліквідність комерційних банків України.

Проаналізувавши депозитну діяльність банків України, можемо зробити висновки, що найбільш високі процентні ставки депозитів в іноземній та національній валюті притаманні державним «УкراгазБанку» та «Приватбанку» станом на 21 січня 2018 року (рис. 1).

Дослідження доцільно розпочати з аналізу загальної структури депозитних зобов'язань фізичним особам за 2017 рік (табл. 2). Проведемо порівняльну характеристику депозитів у «Приватбанку» як одного з лідерів за високими процентними депозитними ставками в Україні.

З табл. 2 можна зробити висновок, що строкові депозити фізичних осіб займають питому вагу у 79,04%, що є більшою від депозитів до запитання в

2 рази. Протягом 9 місяців діяльності «Приватбанку» кількість строкових та депозитів до запитання зменшилась порівняно з 2016 роком, адже після входження «Приватбанку» та інших банків до складу державних втратилась довіра до банку як до суб'єкта державного регулювання.

Якщо проводити аналіз узагальнено, тобто без виділення одного з банків, то розпочати можна з характеристики лідерів депозитної діяльності в Україні (табл. 3).

Як бачимо, депозити фізичних осіб у вітчизняній банківській практиці набули найбільшого поширення та відіграють важливу роль у структурі зобов'язань. Лідером за обсягом депозитів фізичних осіб є «Приватбанк» (144 674,88 млн. грн.), питома вага в сумі зобов'язань

яких становить 69,57%, у структурі зобов'язань із них строкових депозитів 114 533,03 млн. грн., питома вага яких становить 55,07%, а коштів до запитання – 30 141,85 млн. грн., або 14,49%. Наступним є «Укрсоцбанк», де частка депозитів фізичних осіб у структурі зобов'язань становить 51,15%, що складаються на 38,33% із строкових депозитів та 12,82% із коштів до запитання. Найменший обсяг строкових депозитів має «Райффайзен Банк Аваль», а саме 13,36%, проте частка коштів до запитання становить 22,28%, а найбільша питома вага коштів до запитання у ОТП Банку (25,76%).

Після здійснення аналізу руху депозитних коштів доцільно проводити розрахунок показників динаміки, що характеризують їх зміну протягом аналізованого

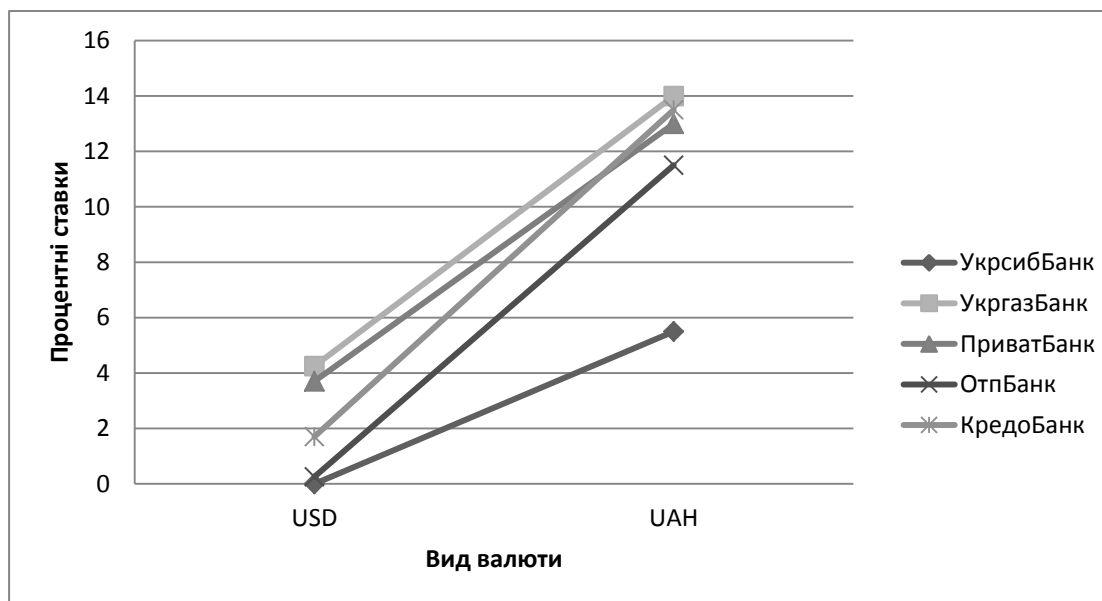


Рис. 1. Процентні ставки провідних банків України

Джерело: розроблено авторами за даними джерела [4]

Таблиця 1

Кореспонденція рахунків з обліку депозитів фізичних осіб

№	Зміст операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1.	Внесено готівки фізичною особою (залежно від виду депозиту)	1001	2620, 2630, 2635
2.	Нарахування відсотків за депозитом (залежно від виду депозиту)	7040, 7041	2628, 2638
3.	Виплата депозиту на поточний рахунок або готівкою (залежно від виду депозиту) та з урахуванням капіталізації відсотків	2620, 2630, 2635	1001, поточний рахунок, відкритий у банку
4.	Виплата відсотків після дати нарахування готівкою або на поточний рахунок (залежно від виду депозиту)	2628, 2638	1001, поточний рахунок, відкритий у банку

Джерело: розроблено авторами

Таблиця 2

Порівняльна характеристика коштів у вигляді депозитів у «Приватбанку»
(2016 рік – 30 вересня 2017 року)

№	Вид депозиту фізичних осіб	Розрахункові періоди				Відхилення (+, -)
		2016 рік	%	30 вересня 2017 року	%	
1.	Строковий депозит, млн. грн.	119 519	79,04	117 535	72,56	-1 984
2.	Депозит до запитання, млн. грн.	31 684	20,96	44 453	27,44	12 769
3.	Всього	151 203	100	161 988	100	10 785

Джерело: розроблено авторами за даними джерела [5]

Таблиця 3

Депозити фізичних осіб у найбільших банках України станом на 1 січня 2017 року

Назва банку	Всього зобов'язань (млн. грн.)	Зокрема:		Зокрема:			
		депозити фізичних осіб (млн. грн.)	частка в сумі зобов'язань (%)	Кошти до запитання (млн. грн.)	Частка до зобов'язань (%)	Строкові депозити (млн. грн.)	Частка до зобов'язань (%)
Приватбанк	207 946,47	144 674,88	69,57	30 141,85	14,49	114 533,03	55,07
Райффайзен Банк Аваль	49 691,79	17 715,07	35,64	11 075,50	22,28	6 639,57	13,36
Альфа-Банк	35 642,19	15 243,12	42,76	2 427,54	6,81	12 815,58	35,95
Укрсоббанк UniCredit Bank TM	29 020,70	14 845,43	51,15	3 720,18	12,82	11 125,25	38,33
ОТП Банк	22 271,47	9 259,90	41,57	5 737,82	25,76	3 522,08	15,81

Джерело: використано джерело [6]

Таблиця 4

Методика розрахунку основних показників аналізу строкових депозитів та депозитів до запитання

Оборотність депозитів	Оборот щодо повернення строкових депозитів та депозитів до запитання за період	
	Середні залишки строкових депозитів за період	
Тривалість одного обороту депозитних вкладень у днях	Середні залишки строкових депозитів та депозитів до запитання за період * кількість днів у періоді	
	Оборот щодо повернення строкових депозитів за період	
Рівень осідання строкових депозитів	Залишок на кінець періоду – залишок на початок періоду	
	Оборот щодо надходження строкових та депозитів до запитання	
Коефіцієнт нестабільності строкових депозитів	Обсяг достроково вилучених строкових депозитів за період	
	Середні залишки строкових депозитів за період	
Коефіцієнт нестабільності депозитів до запитання	Середнє абсолютне відхилення за депозитами до запитання за період	
	Середні залишки депозитів до запитання за період	
Середній термін використання строкових депозитів банку	і-й депозит * строк використання цього депозиту (обчислення всіх депозитів банку)	
	Загальна сума всіх депозитів банку	

Джерело: розроблено авторами

періоду, а також з визначенням їх частки у загальному обсязі зобов'язань банку.

Аналіз строкових депозитів та депозитів до запитання проводиться за допомогою таких показників:

- оборотність депозитів (схожа в розрахунку для двох видів депозитів), що показує кількість оборотів, що здійснюють строкові депозити та депозити до запитання за період вкладу;

- тривалість одного обороту депозитних вкладень у днях (або середній термін зберігання вкладених коштів), що відбиває в динаміці стабільність вкладів, що дуже важливо для оцінювання вкладів як ресурсів кредитування;

- рівень осідання строкових депозитів, що дає змогу оцінити долю коштів, що залишилася в цьому періоді у вкладах від суми їх надходжень; чим вище значення цього показника, тим більше сума коштів, яка належить банку, що може бути використана для здійснення активних операцій;

- коефіцієнт нестабільності строкових депозитів, що показує рівень достроково вилучених строкових депозитів;

- зниження середнього терміну використання депозитів разом зі значним коефіцієнтом нестабільності, що свідчить про посилення нестабільності депозитної бази, що негативно впливає на ліквідність банку [7];

- коефіцієнт нестабільності депозитів до запитання, що показує величину вилучених депозитів до запитання; відхилення від середнього залишку на величину коефіцієнта нестабільності визначає мінімальні та максимальні межі стабільного залишку на поточних рахунках [7];

- середній термін використання строкових депозитів у банку, що показує середній термін розміщення строкових депозитів, що є найбільш затребуваними.

Ось така система основних показників використовується для проведення аналізу депозитного портфеля банку. Їх розрахунок проводять згідно з даними банку на кінець звітного року. Методика розрахунку зазначена в табл. 4.

Висновки. Депозити є основним способом акумуляції ресурсів банку. Вони становлять велику вагу залучених коштів у різних банках. Аналіз депозитного портфеля необхідно проводити для забезпечення стійкості та надання достовірної інформації про стан діяльності банку.

Такі розрахунки потрібно робити як за всіма залишками на рахунках клієнтів, так і за окремими рахунками з метою визначення стабільних залишків у окремих клієнтів та прогнозу майбутньої діяльності комерційного банку, визначення проблем та ефективних шляхів їх подолання. Практика показує, що значна

частка коштів, які надходять на поточні рахунки клієнтів банку, залишається без руху протягом тривалого строку, що формує так званий фонд банку.

Банки зацікавлені в привабленні клієнтів для здійснення з ними депозитних операцій на строкові депозити

задля зміцнення стабільної депозитної бази. Тому застосування цієї методики аналізу депозитного портфеля дає змогу клієнтам визначити частки коштів від планового виторгу, що осідає на поточному рахунку та буде ними отримана.

Список використаних джерел:

1. Тищенко О.І. Аналіз депозитів фізичних осіб у банках України. Економічний аналіз: зб. наук. праць / С.І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. Т. 14. № 2. Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. С. 36.
2. Корпанюк Т.М. Особливості ведення управлінського обліку в комерційних банках України. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 4. С. 154.
3. Про затвердження Положення про порядок здійснення банками України вкладних (депозитних) операцій з юридичними і фізичними особами від 3 грудня 2003 року № 516. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1256-03>.
4. Рейтинг депозитів фізичних осіб, розроблено Міністерством фінансів України. URL: <https://minfin.com.ua/ua/deposits>.
5. Основні фінансові показники діяльності «Приватбанку». URL: <https://privatbank.ua/about/finansovaja-otchetnost>.
6. Депозити фізичних осіб у банках України. Українські бізнес-ресурси. URL: tables.finance.ua/ua/finres/depprivate.
7. Аналіз зобов'язань банку. URL: <http://banking.uabs.sumdu.edu.ua/images/department/banking/discip/abd/Tema3.pdf>.

УДК 657:33.025.12

Засадний Б.А.,

кандидат економічних наук, доцент,
докторант кафедри обліку та аудиту,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ БУХГАЛТЕРСЬКИХ РИЗИКІВ В УМОВАХ ЗАСТОСУВАННЯ МСФЗ

Засадний Б.А. Внутрішній контроль бухгалтерських ризиків в умовах застосування МСФЗ. У статті досліджено ризики бухгалтерського обліку в умовах застосування МСФЗ. Визначено способи внутрішнього контролю бухгалтерських ризиків з метою управління ними в процесі діяльності суб'єктів господарювання. Процес застосування МСФЗ зумовлює появу нових об'єктів внутрішнього контролю, що вимагають не лише розробки нових контрольних процедур, але й адаптації наявних процедур контролю до принципово нових умов збору, оцінки, обробки, групування та передачі даних. Доведено, що бухгалтерський облік підприємства в умовах застосування МСФЗ слід розглядати як окремий об'єкт внутрішнього контролю, який може зумовлювати існування певних ризиків, пов'язаних з процесом відображення інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства. За таких умов до найважливіших завдань внутрішнього контролю слід віднести ідентифікацію, оцінювання та застосування найефективніших методів управління бухгалтерськими ризиками, які можуть зумовити негативний вплив на якісні характеристики облікової інформації.

Ключові слова: внутрішній контроль, бухгалтерський облік, бухгалтерські ризики, фінансова звітність, МСФЗ.

Засадный Б.А. Внутренний контроль бухгалтерских рисков в условиях применения МСФО. В статье исследованы риски бухгалтерского учета в условиях применения МСФО. Определены способы внутреннего контроля бухгалтерских рисков с целью управления ими в процессе деятельности субъектов хозяйствования. Процесс применения МСФО обуславливает появление новых объектов внутреннего контроля, которые требуют не только разработки новых контрольных процедур, но и адаптации существующих процедур контроля к принципиально новым условиям сбора, оценки, обработки, группировки и передачи данных. Доказано, что бухгалтерский учет предприятия в условиях применения МСФО следует рассматривать как отдельный объект внутреннего контроля, который может обуславливать существование определенных рисков, связанных с процессом отображения информации о финансовом состоянии и результатах деятельности предприятия. При таких условиях к важным заданиям внутреннего контроля следует отнести идентификацию, оценку и применение эффективных методов управления бухгалтерскими рисками, которые могут вызвать негативное влияние на качественные характеристики учетной информации.

Ключевые слова: внутренний контроль, бухгалтерский учет, бухгалтерские риски, финансовая отчетность, МСФО.

Zasadnyi B.A. Internal control of accounting risks in the conditions of applying IFRS. The article examines the risks of accounting in the conditions of application IFRS. The methods of internal control over accounting risks are defined in order to manage them in the process of entities' activity. The process of applying IFRS causes appearance of new internal control facilities that require the development not only new control procedures but also the adaptation of existing control procedures to fundamentally new conditions for the collection, evaluation, processing, grouping and transmission of data. Proved that the entities' accounting in the conditions of application IFRS should be considered as a separate object of internal control, which may predetermine the existence of certain risks associated with the process of displaying information about the entities' financial position and performance. In this case the most important tasks of internal control should include the identification, evaluation and application of the most effective methods of managing accounting risks, which may have a negative impact on the qualitative characteristics of accounting information.

Key words: internal control, accounting, accounting risks, financial reporting, IFRS.

Постановка проблеми. Нові процеси в системі бухгалтерського обліку підприємства, пов'язані із застосування МСФЗ, стають об'єктами внутрішнього контролю. Однак при цьому необхідно враховувати ризики системи бухгалтерського обліку, що зумовлюються процесом застосування МСФЗ. Такий процес зумовлюватиме появу нових об'єктів контролю, що вимагатимуть не лише розробки нових контрольних процедур, але й адаптації наявних процедур контролю до принципово нових умов збору, оцінки, обробки, групування та передачі даних. Систему бухгалтерського обліку підприємства в умовах застосування МСФЗ слід розглядати як окремий об'єкт внутрішнього контролю, який може зумовлювати існування певних ризиків, пов'язаних з процесом відображення, накопичення, оброблення та передачі інформації про фінансовий стан та результати діяльності підприємства. За таких умов до найважливіших завдань внутрішнього контролю слід віднести ідентифікацію, оцінювання та застосування найефективніших методів управління ризиками, які виникають в системі бухгалтерського обліку та можуть зумовити негативний вплив на якісні характеристики облікової інформації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних та практичних аспектів внутрішнього контролю діяльності підприємств здійснене в наукових працях широкого кола вчених. Зокрема, вагомий внесок у вирішення зазначеної проблеми зробили Т.А. Бутинець, Н.І. Дорош, Л.В. Гнилицька, В.А. Дерій, І.А. Дерун, В.В. Євдокимов, У.О. Марчук. Проте в умовах застосування МСФЗ виникає необхідність удосконалення та адаптації внутрішнього контролю для ідентифікації та оцінки бухгалтерських ризиків, що виникають в результаті використання нових підходів та професійного судження під час відображення інформації в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності.

Формулювання цілей статті. Метою статті є визначення ризиків бухгалтерського обліку в умовах застосування МСФЗ та обґрунтування способів внутрішнього контролю бухгалтерських ризиків для потреб управління ними в процесі діяльності суб'єктів господарювання.

Виклад основного матеріалу. Роль внутрішнього контролю підприємства в умовах застосування МСФЗ полягає у зміцненні корпоративного управління й удосконаленні процесу виявлення, оцінки та методів управління ризиками, які впливатимуть на достовірність фінансової звітності та досягнення ефективності діяльності компаній. У сучасних умовах внутрішній контроль перетворюється на виконувати технічну функцію зістав-

лення планових показників діяльності з фактичними. Він набуває значення важливої окремої функції управління діяльністю підприємства з виявлення, оцінки та пошуку відповідних методів управління зовнішніми та внутрішніми ризиками, які можуть справити негативний і позитивний вплив на досягнення стратегічної мети діяльності підприємства. Управління ризиками на будь-якому підприємстві є унікальним процесом, проте існують певні моменти, які притаманні будь-яким суб'єктам господарювання. Очевидний той факт, що підприємницька діяльність об'єктивно пов'язана з ризиком, тому в процесі її здійснення виникає необхідність вирішення таких завдань:

- визначення результатів реалізації управлінських рішень;
- виявлення ризиків під час реалізації управлінських рішень;
- надання оцінки впливу ризиків;
- визначення прийнятності рівня ризику;
- визначення способів зменшення можливих небажаних наслідків ризиків.

Вирішити ці завдання можна за допомогою методів управління ризиками. Процес управління ризиками слід розглядати як процес підготовки та вжиття заходів, метою яких є зниження небезпеки прийняття помилкового рішення та можливих негативних наслідків небажаного розвитку подій у процесі реалізації прийнятих рішень. Основні етапи процесу управління ризиками наведено на рис. 1.

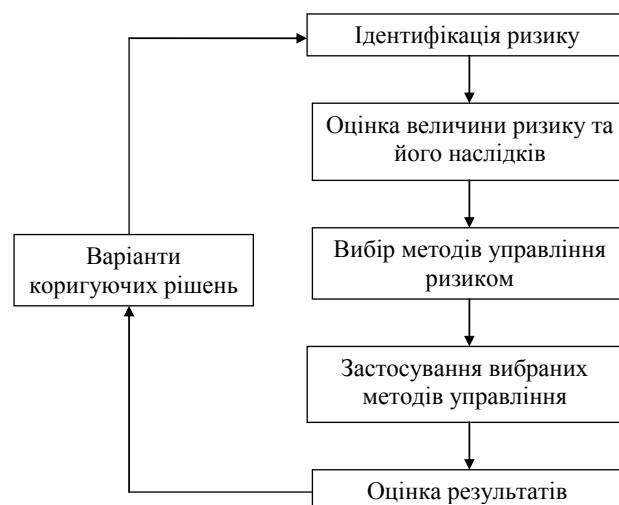


Рис. 1. Основні етапи процесу управління ризиками
Джерело: розроблено автором

На етапі ідентифікації виявляють усі можливі ризики, кожен з яких оцінюють за величиною та наслідками, які він може зумовити. Для суттєвих ризиків визначають методи управління та застосовують їх. Наступним етапом є оцінка отриманих результатів. Наявність зворотного зв'язку уможливило отримання інформації про процес управління та стан об'єкта управління після застосування вибраних методів.

Для здійснення ефективного управління ризиками потрібно сформулювати його мету. Мета управління ризиками може бути стратегічною або поточною. Стратегічна мета – це забезпечення безперервної діяльності суб'єкта господарювання в умовах невизначеності підприємницького середовища. Поточна мета визначає бажані результати управління щодо кожного виду ризику в поточній ситуації. Наприклад, метою управління ризиком неплатоспроможності може бути максимальне зниження втрат для суб'єкта господарювання.

На основі інформації про фактичний стан об'єкта після виконання коригуючого рішення слід визначити, наскільки досягнуто мету управління ризиком. Якщо її не досягнуто, то з'ясовують причини, які це зумовили. Наступним етапом є вжиття заходів, спрямованих на вдосконалення стратегії та тактики управління ризиками, які передбачають або коригування прийнятих рішень, або процедури щодо уникнення негативних наслідків ризиків, які раніше не були враховані. Залежно від встановлених причин повертаються на відповідний етап процесу управління ризиками. Якщо мета управління ризиком досягнута, процес управління починається заново для іншого ризику.

Слід зазначити, що в процесі управління ризиками важливим для суб'єкта господарювання є не відмова від ризику, а прийняття рішень на основі об'єктивних критеріїв для зниження рівня ризику або його подолання. Найважливішим етапом процесу управління ризиками є їх ідентифікація, яка дає змогу сформувати цілісну картину ризиків для підприємницької діяльності суб'єкта господарювання. На цьому етапі важливо не тільки виявити перелік можливих ризиків, але й визначити, як вони будуть впливати на діяльність підприємства, наскільки серйозними будуть їх наслідки. Отже, ідентифікація ризиків – це виявлення всіх видів ризиків, наявних для підприємства в його конкретних умовах функціонування з урахуванням майбутньої мети діяльності. Чим раніше будуть виявлені ризики на етапі ідентифікації, тим коректніше може бути оцінена ситуація, тим точніше можуть бути вибрані методи управління, тим ефективніше буде організована система управління ризиками, яка забезпечить прийнятний рівень захисту підприємства від ризиків. Для здійснення якісної ідентифікації ризиків необхідно врахувати основні підходи до їх класифікації, які були розглянуті в попередньому параграфі дослідження.

Наступним важливим етапом після ідентифікації ризиків системи бухгалтерського обліку є етап оцінки величини ризиків. Вибір способу оцінки величини ризику залежить від видів ризиків. Як правило, на практиці використовують три види оцінок величини ризиків:

- 1) якісні оцінки;
- 2) аксіологічні оцінки;
- 3) кількісні оцінки.

Найширше застосування отримали якісні оцінки ризиків, оскільки вони не потребують попередніх роз-

рахунків, а також дають можливість оцінити рівень ризику без кількісних показників. Виділяють такі види якісних оцінок:

- атрибутивна (для оцінювання ризику використовують умовні поняття «високий», «середній», «низький» тощо);
- кодування за допомогою букв (наприклад, буквами AAA позначають найвищу категорію надійності банків, AA – високу категорію надійності банків, D – максимальне значення ризику);
- бальна оцінка, яка дає змогу за допомогою балів відображати реальну характеристику ризику.

Під час застосування атрибутивної оцінки ризику кожний суб'єкт може застосовувати власний підхід і власну шкалу оцінки, проте значення шкали повинні бути чітко визначені та словесно описані для того, щоб усі учасники оцінки ризику їх однозначно розуміли. Також необхідно обґрунтувати вибрані шкали й оцінки для того, щоб події або операції, які характеризуються однаковими чинниками ризику, мали однакову оцінку рівня ризику.

Використання способу оцінки ризику за допомогою букв зумовлене тим, що інформацію про ризики використовують і особи, які не мають достатніх знань у цій сфері, проте мають потребу у використанні такої інформації. За таких умов кодування рівня ризику за допомогою букв спрощує сприйняття користувачами такої інформації.

Аксіологічна оцінка ризику пов'язана з виявленням рівня корисності прийнятих рішень безпосередньо для людей (насамперед, для працівників підприємства, людей, які проживають у місцевості, де розташоване підприємство). За таких умов оцінюють, наскільки прийняті рішення сприяють всебічному розвитку людського інтелекту (знань і навиків, ініціатив, творчості тощо), поліпшенню умов праці й середовища проживання загалом. Оцінка ризиків з аксіологічної точки зору може бути домінуючою під час вибору варіантів рішень, наприклад у зв'язку з несприятливою екологічною ситуацією, з посиленням соціальної орієнтації бізнесу.

Величину ризику найточніше визначає його кількісна оцінка. Проте застосування цього методу потребує використання також аналітичних процедур та економіко-математичних методів. Для оцінювання кількісної величини ризику треба вибрати показники, на основі яких прийматимуться рішення. Такими показниками може бути система фізичних, натуральних або умовних одиниць (кілограми, кількість днів, грошові одиниці, відсотки, коефіцієнти тощо). Вибір показника залежить від виду ризику та від мети, визначеної під час прийняття рішення. Тобто в кожному окремому випадку вибирають відповідний показник та визначають його критеріальну величину.

Наступним важливим етапом після ідентифікації та оцінювання ризиків є вибір методів управління ними. Це дуже складне завдання, вирішення якого залежить від кожної окремої ситуації, умінь, знань і навиків особи, яка прийматиме рішення, а також формулювання мети управління ризиком тощо. Варто зазначити, що не існує стандартних механізмів та процедур в управлінні ризиками, тому в кожній окремій ситуації слід знаходити власні підходи. Проте під час прийняття рішень щодо управління ризиками необхідно брати до уваги загальні методичні підходи, адаптуючи їх до конкретних господарських ситуацій.

Якщо суб'єкт управління ризиками володіє правдивою статистичною інформацією або отримав стійкі прогнози експертів, він може застосовувати такі методи управління ризиками:

- 1) уникнення ризику;
- 2) приймання ризику;
- 3) передача ризику;
- 4) скорочення ризику.

Як правило, суб'єкт управління використовує сукупність таких методів.

Для використання методів управління ризиками, які виникають у системі бухгалтерського обліку під час застосування МСФЗ, коротко розглянемо сутність кожного з них. Сутність методу уникнення ризику полягає в ухиленні від заходів, подій або операцій, які пов'язані з ризиком (відмова від ненадійних партнерів, ризикованих проектів тощо). Цей метод передбачає створення таких умов ведення підприємницької діяльності компанії, за яких наперед уникають можливості втрат. Проте варто пам'ятати, що уникнення ризику часто може зумовлювати відмову від прибутку.

Метод приймання ризику означає, що підприємство свідомо йде на дії, які приводять до настання ризикованих випадків. Відповідальність за результати такого рішення несе винятково підприємство, а джерелом покриття можливих втрат будуть лише його засоби. Використання такого методу виправдане за таких умов:

- можливі втрати незначні та не створюють суттєвої загрози для фінансового стану підприємства;
- прийняття рішення пов'язане з можливістю отримання значного прибутку;
- від ризику не можна відмовитися через його невідворотність або інші важкі обставини.

Передача ризику – це сукупність заходів, які дають змогу перекласти відповідальність за виникнення несприятливих подій та відшкодування пов'язаного з ними збитку на інших суб'єктів господарювання. Наприклад, транспортні ризики можна передати покупцю або організації, яка здійснюватиме доставку товару до покупця. З метою передачі ризиків у системі бухгалтерського обліку можна використовувати аутсорсинг, що означає передачу контролю над ризиками, які виникатимуть в системі бухгалтерського обліку підприємства, на компанію, що надаватиме послуги аутсорсингу. Проте в такому разі передаються не безпосередньо ризики, а тільки виконання процедури управління ними.

Сутність методу скорочення ризику полягає у здійсненні процедур, спрямованих на зменшення негативних наслідків дії ризиків. Цей метод передбачає вжиття певних превентивних заходів, метою яких є зниження розміру можливих втрат. Для цього використовуються два способи:

- 1) здійснення процедур для зменшення величини ризику й очікуваних втрат;
- 2) розробка процедур відшкодування понесених або невідворотних втрат.

Такі процедури повинні мати постійний, системний характер і забезпечити насамперед управління чинниками внутрішнього середовища підприємства, якими, на відміну від чинників зовнішнього середовища, можна управляти.

В умовах застосування МСФЗ під час моделювання системи внутрішнього контролю до найважливіших

завдань слід віднести такі, як ідентифікація, оцінювання та застосування найефективніших методів управління ризиками, які виникають у системі бухгалтерського обліку та можуть спричинити негативний вплив на якісні характеристики інформації, яку подають у фінансовій звітності.

При цьому насамперед треба виділити основні складові системи бухгалтерського обліку, які в разі застосування МСФЗ можуть зумовити виникнення ризиків, що матимуть негативний вплив на якість інформації фінансової звітності. Вважаємо, що основними складовими є:

- організація бухгалтерського обліку відповідно до МСФЗ;
- відображення в бухгалтерському обліку інформації про діяльність підприємства;
- формування, розкриття й надання інформації у фінансовій звітності.

Відповідно до МСФЗ до ризиків організації бухгалтерського обліку відносять:

- формування облікової політики з урахуванням вимог податкового законодавства;
- наявність персоналу бухгалтерської служби, який має достатній рівень професіоналізму та практичний досвід у формуванні облікової політики за МСФЗ;
- формування облікової політики згідно з МСФЗ;
- формування робочого плану рахунків бухгалтерського обліку з урахуванням переліку статей форм фінансової звітності та інформаційних потреб внутрішньої звітності.

Під час відображення в бухгалтерському обліку інформації про діяльність підприємства в умовах застосування МСФЗ можуть виникати такі ризики:

- перевага юридичної форми над економічною сутністю під час відображення господарських операцій у бухгалтерському обліку;
- покладання даних бухгалтерського обліку в основу податкового обліку та звітності;
- застосування професійного судження бухгалтера під час оцінювання та відображення об'єктів бухгалтерського обліку;
- застосування програмного забезпечення для коректного відображення господарських операцій у бухгалтерському обліку відповідно до вимог МСФЗ;
- виявлення активів і зобов'язань, визнання яких вимагають МСФЗ, але які не обліковувалися раніше;
- виявлення активів і зобов'язань, визнання яких не передбачене МСФЗ, але які обліковуються суб'єктом господарювання.

В разі застосування МСФЗ формування, розкриття й надання інформації у фінансовій звітності можуть зумовлювати такі ризики:

- формальне подання приміток до фінансової звітності;
- підготовка першої звітності підприємства, складеної відповідно до МСФЗ, та здійснення ретроспективного перерахунку даних за попередні періоди.

Висновки. До найважливіших завдань системи внутрішнього контролю в умовах застосування МСФЗ слід віднести такі, як ідентифікація, оцінювання та застосування найефективніших методів управління ризиками, які виникають у системі бухгалтерського обліку та можуть зумовити негативний вплив на якісні характеристики інформації, яка подається у фінансо-

вій звітності, сформованій відповідно до МСФЗ. За таких умов контроль за надійністю функціонування системи бухгалтерського обліку повинен проводитись тією мірою, яка необхідна для отримання впевненості

в достовірній інформації, що формується системою бухгалтерського обліку та надається внутрішнім та зовнішнім користувачам для подальшого використання з метою прийняття ними управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Бутинець Т.А. Внутрішній контроль: елементи організації системи. Вісник Житом. держ. технол. ун-ту. Серія «Економічні науки». 2008. № 1 (43). С. 28–31.
2. Дерій В.А. Види економічного контролю за діяльністю підприємств: аналіз і узагальнення поглядів на проблему. Облік і фінанси АПК: бухгалтерський портал. URL: [http://magazine.faaf.org.ua/vidi-ekonomichnogo-kontrolyu-zadiyalnistyu-pidpriemstv-analiz-i-uzagalnennya-poglyadiv-na-problemu.html](http://magazine.faaf.org.ua/vidi-ekonomichnogo-kontrolyu-zadiyalnistyu-pidpriemstv-analiz-i-uzagalnennya-poglyadiv-na-problemu).
3. Дорош Н.І. Внутрішній контроль та аудит в управлінні ризиками на підприємстві. Вісник Львівської комерційної академії. Серія: економічна. 2014. Вип. 44. С. 148–152.
4. Євдокимов В.В. Взаємозв'язок бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю в управлінській діяльності підприємства. URL: <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/82676/86064>.
5. Гнилицька Л.В. Бухгалтерський облік як інструмент управління ризиками підприємницької діяльності. Фінанси України. 2014. № 3. С. 114–125.
6. Дерун І.А. Ідентифікація ризиків у системі бухгалтерського обліку підприємства. Економічний часопис XXI. 2016. № 159 (5–6). С. 97–100.
7. Марчук У.О. Адаптація внутрішньогосподарського контролю до інтегрованої концепції внутрішнього контролю. Економічний часопис XXI. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. 2012. № 11–12 (1). С. 87–89.

УДК 657

Мичак Н.О.,
аспірант кафедри обліку і оподаткування,
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЩОДО НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ, УТРИМУВАНИХ ДЛЯ ПРОДАЖУ

Мичак Н.О. Формування облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу. У статті розкрито основні питання облікової політики щодо формування інформації про необоротні активи, утримувані для продажу. Визначено основні нормативно-правові акти, що регулюють питання облікової політики в частині необоротних активів, утримуваних для продажу. Наведено основні елементи облікової політики щодо таких активів згідно з чинними нормативними документами. Запропоновано нові елементи облікової політики з метою удосконалення процесу її формування, підвищення рівня повноти та якості облікової та звітної інформації. Підкреслено важливість визначення чіткого переліку елементів облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, для складання змістовного наказу про облікову політику підприємства як основного документа, який визначає порядок ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

Ключові слова: облікова політика щодо необоротних активів, утримуваних для продажу; формування облікової політики; регулювання облікової політики; елементи облікової політики; наказ про облікову політику; удосконалення облікової політики.

Мычак Н.А. Формирование учетной политики по необоротным активам, удерживаемым для продажи. В статье раскрыты основные вопросы учетной политики по формированию информации о необоротных активах, удерживаемых для продажи. Определены основные нормативно-правовые акты, которые регулируют вопросы учетной политики в части необоротных активов, удерживаемых для продажи. Приведены основные элементы учетной политики относительно таких активов согласно действующим нормативным документам. Предложены новые элементы учетной политики с целью усовершенствования процесса ее формирования, повышения уровня полноты и качества учетной и отчетной информации. Подчеркнута важность определения четкого перечня элементов учетной политики относительно необоротных активов, удерживаемых для продажи, для составления содержательного приказа об учетной политике предприятия как основного документа, определяющего порядок ведения бухгалтерского учета на предприятии.

Ключевые слова: учетная политика по необоротным активам, удерживаемым для продажи; формирование учетной политики; регулирование учетной политики; элементы учетной политики; приказ об учетной политике; совершенствование учетной политики.

Mychak N.O. Forming of accounting policy with non-current assets held for sale. The article deals with the main issues of accounting policy concerning the formation of information about non-current assets held for sale. The basic legal acts regulating the accounting policy in terms of non-current assets held for sale are determined in the article. The main elements of the accounting policy with such assets according to the valid normative documents are presented. New elements of accounting policy are proposed in order to improve the process of its formation, increase the completeness and quality of accounting and reporting information. It is emphasized the importance of defining an exact list of accounting policy elements concerning non-current assets held for sale in order to compile a meaningful order about accounting policy of the enterprise as the main document defining the accounting procedures at the enterprise.

Key words: accounting policy with non-current assets held for sale; forming of accounting policy; accounting policy regulation; elements of accounting policy; order about accounting policy; improvement of accounting policy

Постановка проблеми. Одним із важливих питань організації та методики ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності на підприємствах є формування облікової політики. Облікова політика на підприємстві забезпечує єдиний методичний підхід, повне і своєчасне відображення у бухгалтерському обліку фактів господарської діяльності, надійність фінансової звітності, надає користувачам чітку облікову інформацію про стан фінансово-господарської діяльності підприємства. Належним чином сформована облікова політика позитивно впливає на процес прийняття рішень, успішність діяльності підприємства, забезпечує ефективну роботу персоналу та орієнтує підприємство на досягнення цілей. Для дослідження обрано необоротні активи, утримувані для продажу, тому для раціональної організації облікового процесу на підприємстві виникає потреба формування чіткого переліку елементів облікової політики стосовно таких активів на основі положень наявних нормативних актів. Проте наведені в них елементи не дають вичерпної інформації про них, оскільки цей перелік є неповним і застосування деяких елементів матиме місце не в усіх ситуаціях.

Питаннями, які потребують більш детального вивчення та розкриття у нормативних актах в частині застосування елементів облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, є: нарахування амортизації необоротних активів; переоцінка необоротних активів; класифікація необоротних активів; інвентаризація необоротних активів; інші. У цьому полягає важливість проблеми, що вимагає подальших наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у дослідження питань формування облікової політики у своїх наукових працях із бухгалтерського обліку здійснили Л.М. Васильєва, В.А. Дерій, О.І. Коблянська, Н.П. Кондраков, Я.В. Лебедзевич, В.Г. Лінник, М.А. Проданчук, П.Т. Саблук, В.К. Савчук, Л.К. Сук, В.Г. Швець, С.М. Шулепова та інші. Складові елементи облікової політики на підприємстві досліджував С.Р. Яцишин [1, с. 456–457]. У працях таких авторів та науковців, як Т.В. Барановська, Л.Г. Бойко, Ф.Ф. Бутинець, Н.Г. Виговська, В.М. Гаврилюк, В.М. Жук, О.П. Колісник, В.А. Кулик, Ю.Я. Лузан, Н.М. Малюга, М.С. Пушкар, В.М. Сердюк, Т.М. Сторожук, піднімаються питання щодо елементів облікової політики в частині необоротних активів та їх складників. Облікову політику щодо основних засобів розглядали О.П. Колісник [2, с. 1152–1157] та Т.М. Сторожук [3].

У результаті дослідження наукових праць із погляду формування елементів облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, виявлено,

що такі елементи в працях не розкриваються, натомість широкому вивченню та розкриттю підлягають елементи облікової політики щодо окремих складників необоротних активів. Тому під час формування облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, є широкі перспективи наукових досліджень.

Формулювання цілей статті. Метою статті є розгляд основних елементів облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, та рекомендації щодо її удосконалення з урахуванням чинного нормативно-правового забезпечення.

Виклад основного матеріалу. Ведення обліку та складання звітності на підприємствах вимагає формування облікової політики, яку визначають відповідно до установчих документів та особливостей ведення господарської діяльності (Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (далі – ЗУ № 996) [4, ч. 5 ст. 8]). Згідно із ЗУ № 996 та НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» (далі – НП(С)БО 1) облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності [4, ст. 1 п. 1; 5, п. 3 р. 1]. Порядок формування облікової політики підприємств впливає з норм національних положень (стандартів), міжнародних стандартів бухгалтерського обліку та інших нормативних актів з бухгалтерського обліку і фінансової звітності.

Елементи облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, – це відповідні критерії та характеристики таких активів, які забезпечують повноцінний облік необоротних активів, утримуваних для продажу, їх управління і контроль. Вони визначаються П(С)БО 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність» (далі – П(С)БО 27) [6] та МСФЗ 5 «Непоточні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність» (далі – МСФЗ 5) [7]. Крім того, вимоги щодо елементів облікової політики в частині необоротних активів, утримуваних для продажу, формуються на основі вітчизняних нормативних документів – П(С)БО 7 «Основні засоби» (далі – П(С)БО 7) [8], П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» (далі – П(С)БО 8) [9], П(С)БО 30 «Біологічні активи» (далі – П(С)БО 30) [10], Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку нематеріальних активів № 1327 (далі – Методичні рекомендації № 1327) [11], Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів № 561 (далі – Методичні рекомендації № 561) [12] та Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку біологічних активів № 1315 (далі – Методичні рекомендації № 1315) [13]. У міжнародній практиці облікова політика щодо таких активів регу-

люється МСБО 16 «Основні засоби» (далі – МСБО 16) [14], МСБО 38 «Нематеріальні активи» (далі – МСБО 38) [15], МСБО 40 «Інвестиційна нерухомість» (далі – МСБО 40) [16].

Для формування облікової політики, в т. ч. з питань обліку необоротних активів, утримуваних для продажу, підприємство може застосовувати також елементи облікової політики, які визначені Методичними рекомендаціями з облікової політики підприємства № 635 (далі – Методичні рекомендації № 635) [17, п. 2.1 р. II]. Але серед них не всі матимуть стосунок до необоротних активів, утримуваних для продажу.

На основі розгляду наявних нормативних актів нами згруповано ті елементи облікової політики, які можна застосувати щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, зокрема:

- нарахування амортизації необоротних активів;
- класифікація необоротних активів;
- переоцінка необоротних активів;
- зарахування сум дооцінки необоротних активів до нерозподіленого прибутку;
- перелік створюваних забезпечень майбутніх витрат і платежів;
- підходи до віднесення витрат, пов'язаних із поліпшенням об'єкта основних засобів, до первісної вартості або витрат звітного періоду;
- періодичність та об'єкти проведення інвентаризації;
- умови визнання необоротних активів, утримуваних для продажу;
- дата первісного визнання необоротних активів, утримуваних для продажу;
- визнання необоротного активу утримуваним для продажу між датою балансу та датою затвердження звітності керівництвом;
- способи надходження активів, які визнаються необоротними активами, утримуваними для продажу;
- оцінка необоротних активів, утримуваних для продажу;
- розкриття інформації про необоротні активи, утримувані для продажу, у фінансовій звітності;
- визнання та оцінка доходу від продажу об'єкта основних засобів.

З метою забезпечення доцільності та достовірності обліково-економічної інформації щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, та забезпечення організації і впорядкованості облікового процесу на підприємстві розглянемо елементи облікової політики щодо таких активів у частині якісно нових положень.

Нарахування амортизації необоротних активів. Під час визнання необоротного активу утримуваним для продажу сума амортизації, нарахована за період використання об'єкта, підлягає списанню, тому в цій ситуації такий елемент не буде вважатися елементом облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу. Амортизація як елемент облікової політики матиме місце під час повернення необоротного активу, утримуваного для продажу, до попереднього складу в результаті відмови від операції купівлі-продажу. У цьому разі необхідним є коригування балансової вартості необоротного активу, визначеної на момент його визнання як утримуваного для продажу, на суми амортизації за період його утримання для продажу, як вказує П(С)БО 27 [6, п. 12]. Важливим питанням для нас є з'ясування доречності

такого коригування вартості, оскільки актив за період його утримання для продажу не підлягає фізичному зношуванню, але може зазнавати морального зносу, що зумовило би більш точне визначення балансової вартості активу, у продажу якого відмовлено. Можливою причиною врахування сум амортизації під час відмови від продажу є те, що в П(С)БО 7 [8, п. 23] не передбачено припинення амортизації під час утримання для продажу, що вказуватиме на продовження її нарахування. Включення сум морального зносу дасть змогу не завищувати витрати та не занижувати фінансовий результат у кінці звітного періоду, знизити ймовірність маніпулювання обліковими та звітними показниками.

Переоцінка необоротних активів. У зв'язку з тим, що оцінка, за якою необоротний актив визнано утримуваним для продажу на балансі, може в суттєвому розмірі не відповідати вартості подібних активів на ринку, яка є справедливою, може виникати необхідність у переоцінці таких активів.

На дату визнання необоротних активів утримуваними для продажу проводиться переоцінка вартості необоротних активів. Враховуючи значення переоцінки для повноти та достовірності відображення інформації про вартість активів в обліку та звітності та періодичність проведення переоцінок, яка зумовлюється періодичністю інвентаризації, змінами цін на ринку на подібні об'єкти, або у разі проведення поліпшень необоротних активів, що будуть визнані утримуваними для продажу, переоцінка необоротних активів, утримуваних для продажу, може застосовуватися на дату балансу та дату повернення їх до попереднього складу в результаті відмови від операції купівлі-продажу. У цьому разі необхідним є коригування балансової вартості активів, визначеної на момент їх визнання як утримуваних для продажу, на суми можливої переоцінки за період їх утримання для продажу, як вимагає п. 12 П(С)БО 27 [6, п. 12]. Тобто можлива зміна справедливої вартості в часі зумовлює потребу порівняти залишкову вартість необоротних активів, яка була встановлена на момент переведення їх до складу утримуваних для продажу, та справедливої вартості на дату переоцінки.

Нами позитивно схвалюється можливість проведення переоцінки на будь-яку іншу дату в межах періоду утримання для продажу, якщо в ній виникатиме потреба. Тобто на кожну дату переоцінки утримуваних для продажу активів для визначення балансової (переоціненої) вартості слід брати за основу ту балансову (переоцінену) вартість, яка була визначена на дату останньої переоцінки активів у періоді утримання для продажу.

На основі такого підходу до встановлення порядку переоцінки з метою покращення положень П(С)БО 27 [6] рекомендується додати пункт про переоцінку: «У разі виникнення обставин, що зумовили здійснення переоцінки, підприємство переоцінює актив, визнаний як утримуваний для продажу, на будь-яку дату, на яку прийнято рішення про переоцінку, на дату відмови від реалізації та на дату балансу в межах періоду утримання для продажу». Дані такої переоцінки забезпечать облік та звітність актуальною та достовірною інформацією про вартість необоротних активів, утримуваних для продажу, а також буде встановлено періодичність проведення переоцінок, що позитивно вплине на ефективність рішень, які приймаються на основі такої інформації.

Класифікація необоротних активів. Цей елемент облікової політики стосується необоротних активів, утримуваних для продажу, в частині розроблення їх класифікації для цілей бухгалтерського обліку на основі класифікації необоротних активів згідно з Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій № 291 (далі – Інструкція № 291) [18], оскільки, на нашу думку, складниками необоротних активів, утримуваних для продажу, є складники необоротних активів (основні засоби, утримувані для продажу; нематеріальні активи, утримувані для продажу; інші необоротні матеріальні активи, утримувані для продажу; довгострокові біологічні активи, утримувані для продажу). Тоді елементи складників необоротних активів (найменування субрахунків згідно з Планом рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [18]) є елементами складників необоротних активів, утримуваних для продажу (наприклад, інвестиційна нерухомість, утримувана для продажу; машини та обладнання, утримувані для продажу; та інші). Такий підхід до класифікації необоротних активів, утримуваних для продажу, допоможе накопичувати та групувати інформацію про кожний їх складник, полегшить відображення даних про них у звітності та покращить управління і контроль за такими активами.

Періодичність та об'єкти проведення інвентаризації. Згідно з Положенням про інвентаризацію активів та зобов'язань № 879 (далі – Положення № 879), періодичність та строки проведення інвентаризації у звітному році затверджуються розпорядчим документом керівника підприємства [19, п. 3 р. II], яким є наказ про облікову політику. Виходячи з Положення № 879, інвентаризації підлягають всі активи на підприємстві [19, п. 6]. Але для необоротних активів, утримуваних для продажу, строків її проведення таким Положенням не зазначено. Як один з аспектів контролю на підприємстві їх інвентаризація проводиться з метою контролю наявності, стану, кількості, оцінки та відповідності критеріям визнання таких активів утримуваними для продажу. Об'єктами інвентаризації виступають складники необоротних активів, утримуваних для продажу. На наш погляд, інвентаризацію необоротних активів, утримуваних для продажу, слід проводити на кожну дату балансу, зважаючи на їх можливу відсутність чи наявність на цю дату у зв'язку зі здійсненням продажу чи відмови від продажу у поточному або в наступному звітному році, від чого залежить відображення вартості таких активів на балансі. Тобто у разі здійснення продажу в наступному звітному році в межах річного терміну утримування активів для продажу вартість необоротних активів, утримуваних для продажу, на поточну дату балансу буде відображена у звітності. Потреба в інвентаризації таких активів на дату балансу впливає з того, що її проведення є обов'язковим перед складанням річної фінансової звітності [19, п. 7 р. I].

З метою включення до звітності достовірних облікових даних щодо наявності, стану, кількості та вартості необоротних активів, утримуваних для продажу, та посилення контролю за такими активами даних інвентаризації на дату балансу може бути недостатньо для повноцінного моніторингу за ними, тому було

б доречним кроком проводити інвентаризацію необоротних активів, утримуваних для продажу, також на дату їх визнання утримуваними для продажу та на дату відмови від продажу з одночасним здійсненням можливої переоцінки, якщо виконуються умови переоцінки. Для регулювання цього питання на законодавчому рівні пропонуємо внести відповідні зміни до Положення № 879 [19] в частині проведення інвентаризації таких активів.

Оскільки питання інвентаризації необоротних активів, утримуваних для продажу, не досліджується повною мірою авторами та науковцями і не висвітлюється у нормативних актах, ми надали пояснення того, яким чином цей елемент облікової політики має застосування щодо необоротних активів, утримуваних для продажу. Підхід до створення контролю за такими активами дасть змогу своєчасно виявляти та регулювати розбіжності між фактичною наявністю активів та обліковими даними, виявляти зловживання та нестачі і на основі результатів інвентаризації правильно формувати та відображати дані про необоротні активи, утримувані для продажу, в обліку та звітності.

Під час вивчення питання формування елементів облікової політики слід враховувати не лише положення нормативного забезпечення, а й підходи науковців. Враховуючи відсутність у нормативних джерелах та наукових працях вичерпної інформації про елементи облікової політики щодо необоротних активів, утримуваних для продажу, виникає потреба у доповненні наведеного переліку елементів облікової політики та внесенні змін до П(С)БО 27 [6] та Методичних рекомендацій № 635 [17] в частині доповнень.

Висновки. Таким чином, розглянуті вище елементи облікової політики в частині необоротних активів, утримуваних для продажу, засвідчили, що інформація, яка отримується на їх основі, не дає змоги формувати повну і достовірну інформацію про такі активи, тому рекомендуємо доповнити Методичні рекомендації № 635 такими елементами, як:

- період утримування необоротних активів для продажу;
- первісне визнання необоротного активу утримуваним для продажу після дати затвердження звітності керівництвом;
- класифікація необоротних активів, утримуваних для продажу;
- переоцінка необоротних активів, утримуваних для продажу;
- інвентаризація необоротних активів, утримуваних для продажу;
- документальне забезпечення первинного обліку необоротних активів, утримуваних для продажу.

Також потребують доповнення Інструкція № 291 в частині положень із класифікації необоротних активів, утримуваних для продажу, а також П(С)БО 27 в частині інвентаризації та переоцінки необоротних активів, утримуваних для продажу.

Розширення наявного переліку елементів облікової політики новими дасть змогу включати до наказу про облікову політику повну інформацію про необоротні активи, утримувані для продажу, що забезпечить якісний бухгалтерський облік та фінансову звітність щодо таких активів та сприятиме прийняттю виважених економічних рішень.

Список використаних джерел:

1. Яцишин С.Р. Складові елементи облікової політики підприємства. Сучасні проблеми і перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в умовах глобалізації економіки: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції молодих науковців, аспірантів, здобувачів і студентів (м. Луцьк, 2 грудня 2011 р.). Луцьк: РВВ Луцького національного технічного університету, 2011. С. 574–575
2. Колісник О.П. Формування елементів облікової політики щодо основних засобів. Економіка і суспільство. Мукачево: Мукачівський державний університет. 2017. Випуск № 9. С. 1152–1157.
3. Сторожук Т.М. Теоретико-методологічні аспекти формування облікової політики підприємств: монографія. Ірпінь: Національний університет ДПС України, 2011, 460 с.
4. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV (редакція від 01.01.2018 р.). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
5. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73 (редакція від 14.03.2017 р.). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 27 «Необоротні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність»: Наказ Міністерства фінансів України від 03.10.2007 р. № 1100 (редакція від 18.03.2014 р.). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1054-03>
7. Міжнародний стандарт фінансової звітності 5 «Непоточні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність»: Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (редакція від 01.01.2012 р.). URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/929_023
8. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 р. № 92 (редакція від 24.07.2015 р.). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>
9. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 18.10.1999 р. № 242 (редакція від 01.01.2015 р.). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99>
10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 18.11.2005 р. № 790 (редакція від 10.01.2012 р.). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05>
11. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів: Наказ МФУ від 16.11.2009 р. № 1327. URL: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/article?art_id=293611&cat_id=293536
12. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів: Наказ Міністерства фінансів України від 30.09.2003 р. № 561. URL: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/article?art_id=293623&cat_id=293536
13. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку біологічних активів: Наказ Міністерства фінансів України від 29.12.2006 р. № 1315. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/metodichni-rekomendacii-z-buhgalterskogo-obliku-biologichnih-aktiviv.html>
14. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 «Основні засоби»: Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (редакція від 01.01.2012 р.). URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_014
15. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи»: Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (редакція від 01.01.2012 р.). URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_050
16. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 40 «Інвестиційна нерухомість»: Рада з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (редакція від 01.01.2012 р.). URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/929_026
17. Методичні рекомендації з облікової політики підприємства: Наказ Міністерства фінансів України від 27.06.2013 р. № 635. URL: http://195.78.68.18/minfin/control/uk/publish/article?art_id=382876&cat_id
18. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій 30.11.1999 р. № 291 (редакція від 05.01.2018 р.). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>
19. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань: Наказ Міністерства фінансів України від 02.09.2014 р. № 879 (редакція від 18.11.2016 р.). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14>

Федоришина Л.І.,
кандидат історичних наук,
доцент кафедри аналізу та статистики,
Вінницький національний аграрний університет
Цуркан А.О.,
студентка,
Вінницький національний аграрний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ І МЕТОДИКА ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Федоришина Л.І., Цуркан А.О. Організація і методика економічного аналізу ефективності діяльності аграрних підприємств. У статті окреслено та обґрунтовано напрями підвищення ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств за рахунок використання економічного аналізу. Розглянуто сукупність теоретичних, методологічних і практичних питань, пов'язаних з економічним регулюванням розвитку високоєфективного сільськогосподарського виробництва. Досліджено позитивні і негативні сторони під час проведення аналітичної роботи аграрного підприємства. Визначено ознаки дієвості результатів аналітичної роботи діяльності аграрних підприємств. Висвітлено роль економічного аналізу в діяльності аграрних підприємств.

Ключові слова: ефективність, аграрне підприємство, сільськогосподарська продукція, аналітична робота, економічний аналіз.

Федоришина Л.И., Цуркан А.О. Организация и методика экономического анализа эффективности деятельности аграрных предприятий. В статье обозначены и обоснованы направления повышения эффективности деятельности сельскохозяйственных предприятий за счет использования экономического анализа. Рассмотрена совокупность теоретических, методологических и практических вопросов, связанных с экономическим регулированием развития высокоэффективного сельскохозяйственного производства. Исследованы положительные и отрицательные стороны при проведении аналитической работы аграрного предприятия. Определены признаки действенности результатов аналитической работы деятельности аграрных предприятий. Освещена роль экономического анализа в деятельности аграрных предприятий.

Ключевые слова: эффективность, аграрное предприятие, сельскохозяйственная продукция, аналитическая работа, экономический анализ.

Fedorishina L.I., Tsurkan A.O. The organization and methods of economic analysis of the efficiency of the agricultural enterprises. The article outlines and substantiates the directions of improving the efficiency of agricultural enterprises through the use of economic analysis. A set of theoretical, methodological and practical issues related to the economic regulation of the development of highly efficient agricultural production is considered. The positive and negative aspects of the analytical work of the agrarian enterprise are investigated. The signs of efficiency of the results of analytical work of agrarian enterprises activity are determined. The role of economic analysis in the activity of agrarian enterprises is highlighted.

Key words: efficiency, agrarian enterprise, agricultural products, analytical work, economic analysis.

Постановка проблеми. Економічна діяльність в системі управління підприємством, зокрема сільськогосподарським, передбачає не тільки висвітлення фактів господарського життя, але і вираження звітних показників у натуральному і вартісному вимірниках для подальшого прогнозування. Сільськогосподарське виробництво потребує чіткого розподілу витрат і врахування особливостей виробництва.

Основним завданням, яке постає перед методикою проведення економічного аналізу, є визначення результативності роботи сільського господарства.

Водночас вагомі результати діяльності значною мірою залежать від організаційно-економічних внутрішніх чинників, які потребують фахового вирішення низки проблем на підприємствах. Аграрний сектор економіки за останні десятиріччя характеризується значними диспропорціями в аграрному

виробництві – поєднанням дрібних та крупних формувань, нерівномірними змінами рівнів обсягів виробництва в різних галузях АПК, постійним зростанням собівартості. Результатом цих процесів є збитковість основних галузей сільського господарства у більшості підприємств. Підвищення економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств насамперед залежить від обґрунтування раціональних параметрів їхнього функціонування та розвитку, запровадження інтенсивних технологій агропромислового виробництва, поліпшення рівня використання трудового потенціалу тощо. Все це зумовлює необхідність застосування адекватної оцінки (економічної діагностики) діяльності сільськогосподарських підприємств [1].

Метою статті є обґрунтування організаційних аспектів економічного аналізу діяльності сільськогос-

подарських підприємств для підвищення ефективності їхньої діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У різний час проблемою пошуку й обґрунтування шляхів підвищення економічної ефективності господарювання сільськогосподарських підприємств займалися такі провідні вчені, як В.Я. Амбросов, В.Г. Андрійчук, П.І. Гайдуцький, М.В. Калінчик, І.Г. Кириленко, Ю.С. Коваленко, М.Г. Лобас, І.І. Лукінов, Ю.О. Лупенко, П.М. Макаренко, А.В. Македонський, М.Й. Малік, В.П. Мартянов, В.Я. Месель-Веселяк, Т.О. Мулик, В.М. Нелеп, Б. Пасхавер, Ю.А. Полтавський, П.Т. Саблук, М.Ф. Соловйов, В.Й. Шиян, О.М. Шпичак, В.В. Юрчишин та інші. Водночас труднощі вирішення проблеми підвищення ефективності господарювання підприємств аграрного сектору залишаються до кінця не вирішеними.

Виклад основного матеріалу. У сучасних ринкових умовах аграрний бізнес досить швидко розвивається і стає затребуваним серед споживачів сільськогосподарської продукції. Для того щоб досягти високих результатів отримання прибутку, зберегти якість продукції й оптимізувати виробництво, потрібно знайти доцільне співвідношення між засобами і предметами праці, трудовими ресурсами, активами та врахувати особливості сільськогосподарського виробництва.

Серед основних економічних критеріїв ефективності діяльності сільськогосподарського підприємства, як і будь-якого господарюючого суб'єкта, є прибуток. Завдяки прибутку, одержаному від порівняння доходів з витратами, і ефективності як результату їх зіставлення визначають фінансовий стан підприємств і зацікавленість власників у господарській діяльності та, відповідно, у створенні доданої вартості для подальшого розвитку. Тому застосування адекватних інструментів оцінки ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств стає дедалі актуальнішим. Основним механізмом реалізації цієї мети сьогодні є статистичне вивчення показників господарської діяльності аграрних формувань, визначення рівня витрат і доходів та

моделювання їх оптимального співвідношення, тобто досягнення умов беззбиткової діяльності [1].

Тому найважливішим аспектом є формування правильності оцінки прийняття ефективних управлінських рішень, передбачення майбутніх витрат, вдосконалення системи виробництва та залучення передових технологій.

У процесі оцінки ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств згідно із сучасною статистичною методологією вважаємо за необхідне визначати такі показники, як:

- натуральні показники обсягів виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції;
- величина і структура витрат на виробництво продукції;
- повна собівартість та чистий дохід від реалізації продукції;
- рівень рентабельності (збитковості) [3].

В умовах ринкової нестабільності, високої конкуренції, та впливу природних ресурсів на сільськогосподарську продукцію саме аналіз є важливим елементом управління. Основним показником, який характеризує фінансовий стан підприємства, є собівартість продукції як рослинництва, так і тваринництва.

Економічний аналіз – це комплексне глибоке вивчення роботи підприємств, їх підрозділів та інших господарських формувань для об'єктивної оцінки її результатів і виявлення можливостей далішого підвищення ефективності господарювання [4].

Економічний аналіз важливий на будь-якому етапі процесу управлінських рішень. Варто підкреслити, що інформація необхідна на всіх стадіях розроблення, реалізації і виконання рішень, оскільки вона притаманна будь-якому етапу управлінського процесу, насамперед вона потрібна на стадії кінцевого регулювання [4].

Для визначення ефективної організації та методики економічного аналізу ефективності діяльності аграрних підприємств доцільно визначити ознаки дієвості результатів аналітичної роботи (таблиця 1).

Таблиця 1

Ознаки дієвості результатів аналітичної роботи діяльності аграрних підприємств

Виконавці	Позитивні	Негативні
Внутрішні аналітики: – керівник – керівники підрозділів – бухгалтер – економіст – фінансист – плановик – маркетолог	1) Бажання наростити прибутковість діяльності 2) Бажання залучити інвестований капітал 3) Бажання розвитку виробничої та соціальної інфраструктури 4) Економічний розвиток 5) Збільшення рівня споживчих витрат 6) Достовірність та дієвість результатів дослідження	1) Недостатній рівень кваліфікації аналітиків 2) Низький рівень оплати праці 3) Недієвість або відсутність мотиваційних факторів 4) Недостовірність або недостатність зовнішніх джерел інформації
Зовнішні аналітики: – спеціалісти банківських, фінансових установ, страхових компаній – партнери по бізнесу – конкуренти – аудитори – акціонери, пайовики – представники органів влади – інвестори	1) Бажання вкласти капітал Вдосконалення партнерських відносин Реалізація інвестиційних проектів 2) Реалізація інтеграційних зв'язків 3) Вдосконалення ринкових відносин 4) Підвищення рівня ділової активності	1) Недостовірність інформації 2) Недостатній рівень кваліфікації персоналу 3) Відсутність комплексності, системності дослідження 4) Обмеженість можливостей внутрішнього ринку

Джерело: розроблено автором з використанням [4]

Як бачимо з таблиці, є низка як позитивних так і негативних аспектів під час проведення аналітичної роботи аграрного підприємства. Тому ми пропонуємо такі шляхи проведення аналітичної роботи для підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції, як:

- аналіз рівня інтенсифікації виробництва;
- аналіз технологій вирощування сільськогосподарських культур і утримання тварин;
- аналіз матеріально-технічного забезпечення.

Основними напрямками забезпечення збільшення обсягів та підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції на основі проведення аналізу є поліпшення її якості та підвищення

окупності витрат, а також удосконалення системи землеробства, пошук шляхів зниження енерговитрат, впровадження ефективних ресурсозберігаючих технологій вирощування сільськогосподарських культур та утримання тварин.

Висновки. Отже, в управлінні сільськогосподарським виробництвом економічний аналіз є невід'ємним складником для оцінки ефективності діяльності. Зміст аналізу полягає в отриманні на основі даних плану, обліку, звітності аналітичної інформації щодо стану і результатів діяльності підприємства та його підрозділів, величини, характеру і причин відхилень у діяльності об'єктів, що допомагає у прийнятті управлінських рішень та забезпечує належну роботу аграрного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Сава А.П. Організація та методика економічного аналізу ефективності сільськогосподарських підприємств // А.П. Сава, О.П. Завитій // Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки» 2' 2015 [27]
2. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [М.В. Присяжнюк, М.В. Зубець, П.Т. Саблук та ін.] ; за ред. М.В. Присяжнюка, М.В. Зубця, П.Т. Саблука, В.Я. Месель-Веселяка, М.М. Федорова. К. : ННЦ ІАЕ, 2011. 1008 с.
3. Дієсперов В.С. Оцінка діяльності сільськогосподарських підприємств за статистичними формами звітності / В.С. Дієсперов // Економіка АПК. 2009. № 9. – С. 68–73.
4. Малік М.Й. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: монографія [Текст] / М.Й. Малік, О.А. Нужна. К.: ННЦ ІАЕ, 2007. 270 с.
5. Мних Є.В. Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник / Є.В. Мних. К. : КНТЕУ, 2008. 513 с. 9.
6. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник / П.Я. Попович. К. : Знання, 2008. 630 с.

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 658.589

Кафлевська С.Г.,

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри аграрного менеджменту,
Вінницький національний аграрний університет

Мандро А.І.,

студентка факультету економіки та підприємництва,
Вінницький національний аграрний університет

БЛОГЕРСТВО ЯК ОДИН З НАЙСУЧАСНІШИХ ВИДІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Кафлевська С.Г., Мандро А.І. Блогерство як один з найсучасніших видів інтернет-маркетингу. Стаття присвячена дослідженню блогерства як необхідної складової інтернет-маркетингу, бізнесу та виразу особистості у сучасному суспільстві. Приділено увагу різноманітності блогів у всесвітній мережі, їх специфічним особливостям та ефективному використанню з метою одержання прибутку. Відповідно до мети у статті розглянуто поняття «інтернет-маркетинг» та «блог» у сучасному трактуванні. Висвітлено принцип дії успішних блогів та методику їх створення. Проаналізовано проблемні питання блогерської етики, надано конкретні рекомендації щодо ведення конкурентоспроможного блогу.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, пост, інтернет-реклама, блог, блогосфера, соціальна мережа.

Кафлевская С.Г., Мандро А.И. Блогерство как один из самых современных видов интернет-маркетинга. Статья посвящена исследованию блогерства как необходимой составляющей интернет-маркетинга, бизнеса и выражения личности в современном обществе. Уделено внимание разнообразию блогов во всемирной сети, их специфическим особенностям и эффективному использованию с целью получения прибыли. В соответствии с целью в статье рассмотрены понятия «интернет-маркетинг» и «блог» в современной трактовке. Отражены принцип действия успешных блогов и методика их создания. Проанализированы проблемные вопросы блогерской этики, предоставлены конкретные рекомендации по ведению конкурентного блога.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, пост, интернет-реклама, блог, блогосфера, социальная сеть.

Kaflevs'ka S.G., Mandro A.I. Blogging as one of the most advanced types of Internet marketing. The article is devoted to the research of blogging as a necessary component of Internet marketing, business and personality expression in modern society. The attention was paid to the diversity of blogs in the global network, their specific features and effective use for profit. In accordance with the purpose in the article the concept of "Internet marketing" and "blog" in the modern interpretation are considered. The principle of successful blogging and how to create them is highlighted. The issues of blogger ethics are analyzed and specific recommendations for conducting a competitive blog are provided.

Key words: Internet marketing, post, internet advertising, blog, blogosphere, social network.

Постановка проблеми. Розвиток науково-технічного процесу та створення новітніх технологій, серед яких одне з провідних місць посідає Інтернет, бурхливе зростання електронної комерції стали основою появи нового напрямку в сучасній концепції маркетингу взаємодії, а саме інтернет-маркетингу.

Інтернет-маркетинг сьогодні є одним з найперспективніших напрямів розвитку в Україні. Ця сфера активно розвивається, незважаючи на економічні кризи та різні зовнішні та внутрішні перешкоди. Але, беручи до уваги її розвиток, можемо сказати, що саме в Україні інтернет-маркетинг розвинений недостатньо.

У зв'язку з цим особливою актуальності набуває вивчення нових можливостей інтернаціоналізації маркетингової діяльності з використанням комп'ютерної

мережі Інтернет, ринок якого в Україні нині перебуває у стадії розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання специфіки функціонування комплексу маркетингу в середовищі Інтернет, особливостей інтернет-маркетингу, тенденцій його розвитку є предметом досліджень таких зарубіжних та вітчизняних авторів, як, зокрема, У. Айзексон, І. Бойчук, Ф. Вишин, С. Голик, В. Дергачова, В. Дик, Ф. Котлер, І. Литовченко, Г. Лужецький, М. Макарова, В. Тарасевич, Д. Філіпс, В. Холмогоров, Р. Уїлсон, І. Успенський.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження полягає у вивченні теоретичних засад та принципів функціонування блогерства у всесвітній мережі Інтернет, обґрунтуванні його економічної ефективності як специфічного сучасного бізнесу, спрямова-

ного на розширення соціально-економічних навичок населення.

Виклад основного матеріалу. Електронна комерція як новий вид прибуткової діяльності виникла наприкінці XX ст., а останніми роками в розвинених країнах остаточно набула рис усталеного та стабільного бізнесу, що розвивається з досить чіткими правилами гри для продавців і покупців. Сьогодні це сфера цифрової економіки, що включає всі фінансові та торгові транзакції, які проводяться за допомогою комп'ютерних мереж [5].

XXI ст. є часом занепаду традиційної реклами та постійного зростання цифрової. Журнали, газети та інші «класичні» медіа поступово втрачають інтерес рекламодавця, який вкладає кошти у «Facebook», «Google» та «YouTube».

Інтернет-маркетинг є комплексним застосуванням інструментів, методів та принципів класичного маркетингу з метою реклами в мережі Інтернет. Він дає змогу максимально здешевити витрати на збут, розширити ринок збуту товарів за рахунок охоплення нової аудиторії, застосування сучасних методів реклами, провести аналітику попиту на товар, що дає можливість корегувати стратегію та відповідати вимогам ринку.

Маркетинг у мережі Інтернет характеризується:

- індивідуальним характером спілкування товаровиробника та споживача;
- зручністю процесу вибору та придбання товарів чи послуг;
- широкими можливостями надання споживачу необхідної інформації;
- цілеспрямованістю інформаційного впливу;
- можливістю налагодження постійних ділових стосунків зі споживачами, вимірюванням їхньої реакції на відповідні звернення;
- високою оперативністю створення інформаційних повідомлень та можливістю їх коригування залежно від реакції споживачів.

Просування в соціальних мережах – це комплекс заходів, спрямованих на залучення на сайт відвідувачів із соціальних медіа, зокрема блогів, форумів, соціальних мереж. Для цього необхідними є створення своєї тематичної групи та її подальше просування, певні події та віртуальні персонажі [3].

Більшість блогерських платформ поряд з назвою кожного посту подас дані про його коментованість.

Статистика коментарів дає змогу робити висновки щодо резонансності того чи іншого блогерського посту, але навіть більшою мірою про готовність дискутувати, тобто про жвавість суперечок навколо порушеної (та авторським способом висвітленої) теми. Часто ці суперечки мають некоректний характер. Для того щоб аналізувати популярність автора, статистика коментарів має бути доповнена статистикою позитивних відгуків, тобто лайків (рекомендацій). Слід зазначити, що лайки можуть бути способом позитивного оцінювання в межах платформи, а можуть бути свідченням популярності посту серед учасників тієї чи іншої соціальної мережі [4].

Інтернет-реклама – реклама, що розміщується в мережі Інтернет переважно на добре зарекомендованих і популярних веб-сайтах (наприклад, «Google»). Існує кілька видів інтернет-реклами, які принципово відрізняються один від одного низкою параметрів. Найбільш актуальні нині зображені на рис. 1.

Якщо раніше значний інформаційний вплив на інтернет-користувачів мали переважно великі портали з новинами та офіційні сайти різних компаній чи організацій, то сьогодні у людей чітко виражена залежність від соціальних мереж. Це привело до появи й активного розвитку такого напрямку інтернет-маркетингу, як реклама в соціальних мережах (блогерство).

Блог (від англ. «web log» – «мережевий щоденник подій») – це веб-сайт, головний зміст якого складають записи, зображення чи мультимедіа, що регулярно додаються. Для блогів характерні короткі записи тимчасового характеру [7].

Перший блог був створений 1992 року, засновником став британець Тім Бернерс-Лі, головний «архітектор» всесвітньої інтернет-павутини та автор багатьох розробок у галузі інформаційних технологій і програмування, який публікував актуальні новини на своїй інтернет-сторінці. Користуватися попитом блоги почали лише через 4 роки, а саме у 1996 році.

В Україні блогосфера активно розвивалась у 2005–2006 роках. До того часу існували нечисленні блоги, які були переважно способом спілкування близького кола друзів, зокрема іноземних. Якщо до цього аудиторія блогерів була досить обмеженою, то медіа вивели блогінг у провідні суспільні тренди. Початок цих процесів можна датувати 2006–2007 роками. Так,



Рис. 1. Види інтернет-реклами

у 2006 році з'явилась рубрика «блоги» на сайті “The Economist”. Також цю новачку запровадили потужні світові медіа, такі як “Financial Times”, “Le Figaro”, “Vanity Fair”. Українські медійники не відставали. Популярне видання «Кореспондент» започаткувало рубрику «блоги» вже на початку 2006 року, і першими авторами виступили журналісти В. Сич, О. Іваненко, Ю. Мак-Гаффі. «Українська Правда», заснована Г. Гонгадзе, вперше запровадила таку технологію влітку 2007 року. Першими відкрили власні блоги на цьому ресурсі С. Лещенко, О. Медведєв, І. Луценко. В цей період також відкрилися блоги на сайті видання «Новинар» та «ЛІГА.net», цю практику згодом підхопили «Лівий берег», «Український тиждень» та інші видання. Недарма близько 34% блогерів розглядають свій блогінг як форму журналістики.

Нереально перелічити всі види блогів, які існують сьогодні, бо під цим поняттям розуміється багато різного: від роздумів про політику на новинному сайті до відеозаписів з навколосвітніх подорожей чи авторських рецептів із красивими фото. Але всіх їх об'єднують дві ознаки. По-перше, автор блогу – це завжди активна й цікава людина з унікальними думками та бажанням ділитися усім зі світом. По-друге, блогер – це той, кого читають і хочуть читати, тобто це своєрідне ЗМІ, яке має свою аудиторію і свій вплив. І саме яскрава, харизматична особистість перетворює просто набір слів та графічних елементів на унікальний блог.

Блогінг посідає почесне місце в маркетингу соціальних зв'язків. Усе більше людей прагнуть виражати свої думки, ділитися ними з іншими або просто спостерігати за розвитком подій та бути в курсі справ від третіх осіб. Популярними ресурсами сьогодні є “Twitter”, “Tumblr”, “Google Blogger”, “Live Journal”, “Word Press”, “Instagram”, “Telegram”. Співпрацювати з блогерами доцільно під час просування імені компанії у вигляді рекомендацій, а створення особистого блогу необхідне для популяризації серед населення місії компанії, новинок тощо [2].

Надзвичайна популярність блогів зумовлена двома головними факторами.

1) Публікувати інформацію в Інтернеті за допомогою блогів досить просто, адже створення нового посту є набиранням тексту у відповідному полі та надсиланням його на сервер лише за допомогою натискання кнопки «Публікувати» або аналогічної їй. Після цього пост зберігається на сервері, який автоматично формує веб-сторінки, різні посилання, додає стиль форматування тощо. Відповідно, користуватися блогом не важче, ніж простим текстовим редактором.

2) Швидка доступність в Інтернеті опублікованої інформації. Існують декілька безкоштовних блогівих платформ, де будь-хто може зареєструватися та вести свій блог [6].

Блог – це особистий щоденник, від якого залежить можливість перетворити блогінг на популярний бізнес і спосіб заробітку. Відомим блогерам платять за розміщення записів, оглядів, за рекламу. Західні блогери, які ведуть свої щоденники з відвідуваністю декілька десятків тисяч осіб на добу заробляють від 10–30 до 200 тисяч доларів.

Переваги блогінгу:

– більш зручна форма блогу для взаємодії групи, ніж електронна пошта, миттєві повідомлення тощо;

– можливість створити віртуальну спільноту з визначеної тематики; цікавий контент, який розміщено на блозі, здатний залучити досить велику аудиторію та створити його автору репутацію фахівця в тій чи іншій галузі [1].

Блогери – це лідери думок. Вони відображають тенденції суспільства у своїх публікаціях та заохочують обговорення суспільно важливих чи професійних питань. Блогер може не тільки прямо закликати та мотивувати до певних дій, але й організовувати ці дії під час усього процесу їх виконання, здійснюючи технологічно складні креативні процеси в мережі, тобто висловлювати свою думку не лише в тексті, але й в коментарях до цього тексту.

Схема «блог + обговорення блогу в соціальних мережах» виявилась надзвичайно ефективною для змістовної комунікації на сучасному етапі [9].

Існує велика кількість типів блогів, які відрізняються один від одного не тільки формою та змістом, але й способом, стилем викладення. За авторським складом блоги можуть бути персональними, бізнесовими, громадськими (відкритими).

Персональний блог є так званим онлайн-журналом, а також збіркою коментарів до записів власника блогу. Такий тип блогу зустрічається частіше за все.

Бізнес-блоги повинні впливати позитивно на рівень корпоративної культури або ефективність маркетингових методів, брендинг (формування комплексу інформації про компанію, продукт, послугу тощо) та зв'язки із суспільством. Бізнес-блоги розділяють на декілька категорій, що зображенні на рис. 2.

Існують й інші цікаві типи блогів:

– блог типу “question” (питання – відповідь) – це блог, на якому можна отримати відповіді на питання, які можуть бути задані різними способами (по e-mail або телефону);

– vlog – записи у відеоблогах, які поєднують вбудоване відео або відео-зв'язок з підтримкою тексту, зображень та інших метаданих; відеоблоги дуже популярні на “YouTube”;

– linklog – блог, який містить базу даних з посиланнями; досягається через поширення інформації та коментарів через створені користувачами Інтернету переліки електронних закладок та їх класифікацію відповідно до корисності ресурсу; закладки можуть створюватись для особистого використання та поширення серед користувачів;

– skethlog – блог, який містить портфоліо (зразки робіт, які дають уяву про запропоновану послугу) з роботою художника, модельєра або дизайнера;

– photoblog – блог, який містить базу даних з фотографіями;

– moblog – блог, написаний з мобільного телефону або ПК;

– політичний блог – блог, який присвячений політиці.

Для невеликого швидкого анонсу продукції чи послуг цілком підійде платний пост у відомого блогера. Якщо ж працювати з блогосферою більш серйозно, то можна виділити такі види рекламування (рис. 3).

Оплата проводиться за кожен перехід користувачів з реклами або має фіксовану ціну за розміщення на ресурсі на певний період часу. Також одним з видів заробітку у блозі є розміщення посилань на сторонні ресурси [8].

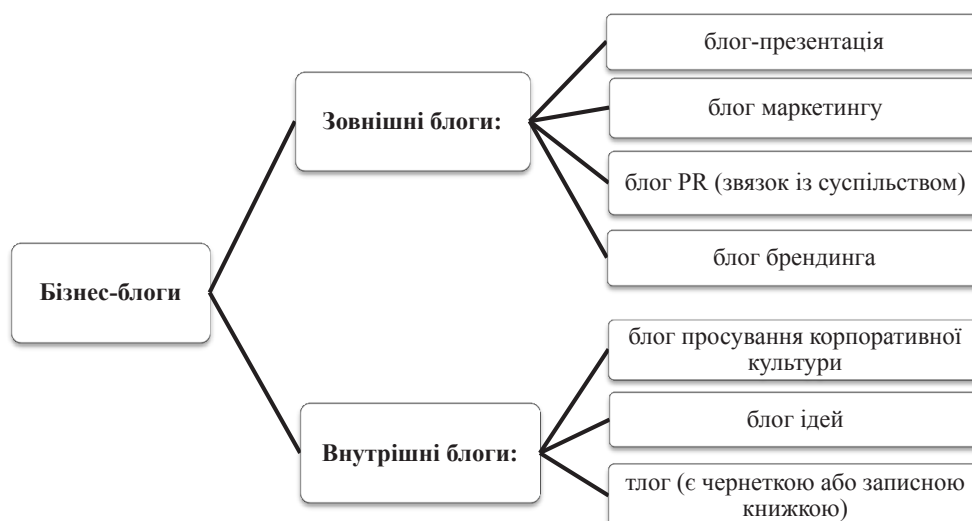


Рис. 2. Види бізнес-блогів



Рис. 3. Види рекламування

Здебільшого оплата інтернет-реклами відбувається за однією з таких моделей:

- вартість за тисячу показів (CPM), коли замовник реклами платить за кількість показів його рекламного повідомлення споживчій аудиторії;
- вартість за клік (CPC), коли замовник реклами платить кожного разу, коли користувач натискає на його оголошення, що веде на відповідну сторінку з продуктами чи послугами;
- вартість за дію (CPA), коли оплата здійснюється за певну виконану дію з боку потенційного клієнта (купівля, заявка тощо).

Контекстна реклама, або банери, – один з найпоширеніших способів заробітку через блог. За кожен «клік» на контекстну рекламу платять близько одного цента США. Блог середньої популярності (близько 1 000 відвідувачів на день) може приносити біля 100 дол. США на місяць.

Проплачені записи – це найдорожчий спосіб заробити на блозі. Розцінки тут залежать від кількості читачів вашого блогу. Наприклад, найдорожча реклама в блозі відомого дизайнера коштує до 5 000 дол. США за пост. Більшою мірою заробіток залежить від кількості підписників (блогери з числом фоловерів від 100 тис. можуть розраховувати на 800 дол. США за пост, а ті, у кого аудиторія до 1 тис. людей, – в кращому разі на 100 дол. США).

Найприбутковіші акаунти у моделей, навколо них же, як правило, збирається найбільша аудиторія. Також в “Instagram” досить популярні фітнес-блогери, але заробляють вони все ще менше, ніж фотографі. Є також місце для операцій, що менші за обсягом. Невеликі пропозиції можна знайти на сайтах щодо організації рекламних кампаній в мережі Інтернет.

Для багатьох знаменитостей та політиків стало правилом хорошого тону вести власний блог, більшість яких насправді ведеться найнятими PR-менеджерами. Середня ціна ведення чужого блогу складає приблизно 1 000 доларів США на місяць.

Ключові поняття блогерської етики:

- правдивість (точність) інформації, відповідність подій та фактів, причин та висновків щодо того, що описується в блозі;
- відсутність плагіату (авторське право, дозволи на публікацію, посилання на першоджерело);
- правдивість щодо власного авторства (використання найманих професійних блогерів для написання «особистих» блогів);
- недопустимість наклепу, цькування окремих осіб чи груп людей з метою компрометації їх перед контактною аудиторією, щоб знизити рейтинг конкурентів у певній ситуації;
- об'єктивність у висвітленні інформації, відсутність лобіювання особи чи групи осіб;
- оперативність (блог має містити короткий опис події, що є актуальною на даний момент);
- повага до чужого приватного життя, неупередженість до обвинувачуваних;
- захист особистої (приватної) інформації;
- відмова від дискримінації за будь-якою (політичною, класовою, національною, расовою, гендерною тощо) ознакою;
- відмова від корупції під час висвітлення інформації;
- використання лише законних методів збору інформації;

- простота, чіткість, зрозумілість у викладенні матеріалу;
- відсутність двозначності трактування;
- цензура.

Почати вести свій блог у глобальній павутині досить просто, потрібно лише зареєструватись хоча б в одній соціальній мережі. Рекомендації щодо того, як правильно потрібно організувати блог:

- 1) правильно вибрана тематика;
- 2) наявність розпізнавальної особливості;
- 3) повне розкриття теми посту;
- 4) регулярне ведення;
- 5) спілкування з читачами, допомога їм;
- 6) різноманітний контент.

Висновки. Поява та комерціалізація Інтернету привели до появи нової категорії бізнесу, а саме

електронного бізнесу, під яким розуміється будь-яка активність щодо використання можливостей глобальних інформаційних мереж для ведення комерційної діяльності.

Блоги в багатьох аспектах виступають як типовий медійно-маркетинговий продукт. Унікальність, інноваційність блогосфери визначають технологічні можливості мережі Інтернет і свобода висловлювання, що забезпечена цими можливостями.

Ведення або використання блогерської діяльності дає можливість більш ефективно вести бізнес в мережі Інтернет, тобто зменшувати витрати виробництва, здійснювати ефективні маркетингові дослідження, автоматизувати процеси купівлі-продажу та інформування клієнтів, проводити аналіз ринку, підвищувати ефективність взаємодії покупця та продавця.

Список використаних джерел:

1. Бойчук І., Музика О. Інтернет в маркетингу. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 512 с.
2. Ілляшенко С., Іванова Т. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 3. С. 20–32.
3. Шпилик С. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства. Галицький економічний вісник. 2015. № 2. С. 206–217.
4. Михайлова О. Блогосфера як інструмент соціокультурних трансформацій у сучасній Україні. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса. 2014. Вип. 4–5. С. 130–141.
5. Семенова А. Інтернет-маркетинг в Україні: передумови виникнення, особливості становлення, перспективи розвитку. Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». 2013. № 10. С. 413–417.
6. Айзексон В. Стів Джобс. Київ: Брайт Стар Паблішинг, 2013. 608 с.
7. Блог / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
8. Дацюк С. Сучасні блогери та блоги. Українська правда. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/58d0f539e0fdb>.
9. Як вести свій блог в Інтернеті? IT statti. URL: <http://itstatti.in.ua/stvorennya-sajtiv/111-yak-vesti-svij-blog-v-interneti>.

НОТАТКИ

Науково-виробничий журнал

БІЗНЕС-НАВІГАТОР

Випуск 2-2 (45) 2018

Коректура • *Наталья Пирогівська*

Комп'ютерна верстка • *Вікторія Удовиченко*

Засновник і видавець:

Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний університет бізнесу і права».
Адреса редакції: 73039, Україна місто Херсон, вулиця 49 Гвардійської Дивізії 37-А
E-mail редакції: editor@business-navigator.ks.ua; Web site: www.business-navigator.ks.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 16,97

Підписано до друку: 27.05.2018 р. Замов. № 0618/63. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 4392 від 20.08.2012 р.