ISSN 2409-9260

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВСЕУКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МОЛОДИХ НАУКОВЦІВ

НАУКОВИЙ ВІСНИК

№ 12 (232)

Одеса – 2015

Науковий вісник Одеського національного економічного університету. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2015. – № 12 (232)**.** – 252 с. – Мови: укр., рос., англ.

Редакційна колегія

Редакційна колегія затверджена Вченою радою Одеського національного економічного університету. Протокол № 4 від 24 грудня 2013 р.

Головний редактор: Балджи Марина Дмитрівна – д.е.н., професор кафедри економіки та управління національним господарством Одеського національного економічного університету

Заступник головного редактора – Рябіка Володимир Леонідович

І. Економічні науки: Звєряков М.І. – д.е.н., професор, член-кореспондент НАН України, Ковальов А.І. – д.е.н., професор, Уперенко М.О. – д.е.н., професор, Осипов В.І. – д.е.н., професор, Максимова В.Ф. – д.е.н., професор, Харічков С.К. – д.е.н., професор, Карпов В.А. – к.е.н., доцент

ІІ. Політичні науки: Кармазіна М.С. – д.політ.н., професор, Коваль І.М. – д.політ.н., професор, Мілова М.І. – д.політ.н., професор, Пахарєв А.Д. – д.політ.н., професор, Пойченко А.М. – д.політ.н., професор, Попков В.В. – д..філософ.н., професор

ІІІ. Історичні науки: Демін О.Б. – д.істор.н., професор, Панчук М.І. – д.істор.н., професор, Солдатенко В.Ф. – д.істор.н., професор, Стьопін А.О. – д.істор.н., професор, Хмарський В.М. – д.істор.н., професор, Щербіна Н.Ф. – к.е.н., доцент

Свідоцтво про Державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації – серія КВ № 20991-10791ПР від 18 серпня 2014 р. (перереєстрація)

Збірник наукових праць «Науковий вісник» зареєстрований президією ВАК України від 26 січня 2011 р. № 1-05/1 як наукове видання з економічних наук, від 23 лютого 2011 р. №1-05/2 як наукове видання з політичних наук.

Включено до наукометричної бази даних Російський індекс наукового цитування (РІНЦ) згідно договору № 428-07/2014 від 18.07.2014 р. – http://elibrary.ru/title_about.asp?id=51349

Індексування і реферування: реферативна база даних «Україніка наукова», Український реферативний журнал «Джерело», Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського, Наукова електронна бібліотека eLIBRARY.ru, Google Scholar http://scholar.google.com.ua/citations?user=PEf4fZIAAAAJ&hl=ru, електронний архів Одеського національного економічного університету.

Засновник і видавець збірника наукових праці – Одеський національний економічний університет.

Адреса редакційної колегії: Україна, 65082, м. Одеса,
вул. Преображенська, 8, ОНЕУ
тел.: (0487) 32-77-95
E-mail: n.visnik.oneu@ukr.net

© Одеський національний економічний університет

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Артамонова Наталія, Артамонов Євген
Сучасні методи оперативного та стратегічного управління витратами. Зарубіжний досвід та українські реалії……...……..**5**
Артюх Оксана
Передумови виникнення податкового аудиту у системі фінансового контролю…….....**21**
Бровкова Олена, Ілінчук Марина, Мельникова Катерина
Роль стратегічного менеджменту у розвитку організації…….....**34**
Гавриш Олег, Войтко Сергій, Бухун Юрій
Забезпечення сталості у функціонуванні підприємств космічної галузі…….**43**
Галіч Максим, Михайлов Андрій
Теоретичні засади ризику та ризик-менеджменту……**61**
Егоращенко Ирина
Структура сельскохозяйственного производства и первоочередные задачи его развития в Украине……**71**
Захарчук Валентина, Неруца Лілія
Товарознавча експертиза парфумерних товарів в контексті вимог європейських стандартів…….....**81**
Kerekesha Olga, Piddubna Viktoriia
Optimization of the bank income and advertising expenses of deposits……**97**
Кузнецова Інна
Маркетингова складова в забезпеченні конкурентоспроможності продукції на ринку промислових покупців……....**108**
Кузнецова Інна, Кюне Олена
Сучасні підходи до визначення економічної безпеки підприємства……..**121**
Паляничко Катерина
Оцінка моделі прогнозування банківських ресурсів україни на основі ліній тренду……...**135**
Пітель Ніна, Вернюк Наталія
Формування системи маркетингового менеджменту підприємствами АПК в умовах розвитку міжнародного бізнесу……**148**

Побережець Ольга
Наукові засади з оперативного дослідження фінансового стану промислових підприємств……..**160**
Продиус Юлия, Чикунова Надежда, Богословов Владислав
Особенности инновационной стратегии промышленных предприятий в Украине…….**178**
Продіус Оксана,Олексієв Максим
Мотивація персоналу як головний фактор підвищення ефективності діяльності підприємства……..**188**
Тополенко Надія, Терещенко Вікторія
Проблеми формування ефективного контролю використання публічних коштів через систему "відкритий бюджет"…….....**201**
Федірко Олександр
Сучасна методологія дослідження локалізації інноваційної діяльності в умовах глобалізації…….....…**214**

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

Матлай Любава
Хав'єр Солана Мадар'яга в європейській політиці та дипломатії……...**227**

НАШІ АВТОРИ…….….**243**

УДК 658:336.5.02

Артамонова Наталія, Артамонов Євген

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОПЕРАТИВНОГО ТА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ

В статті розглядаються сучасні підходи оперативного та стратегічного управління витратами суб'єктів господарювання задля забезпечення прибуткової діяльності та конкурентних переваг. Представлен аналіз досліджень та публікацій вітчизняних та зарубіжних фахівців з питань впровадження сучасних методів управління витратами та ціноутворення. Розглядаються методи оптимізації витрат, їх переваги, вади та можливість застосування у сучасних українських реаліях. Пропонується застосування інструментів оптимізації витрат в системі контролю за цінами, товарним асортиментом, рівнем оптимізації організаційно-структурних змін на базі маржинальної концепції. Представлена схема забезпечення наскрізного контролю за діяльністю окремих підрозділів та підприємства в цілому, завдяки багатосходинкової моделі управління витратами та фінансовим результатом. Пропонується послідовність дій щодо реалізації системи управління витратами на підприємстві та розробки збалансованої системи планування, прогнозування та контролю по усьому ланцюгу бізнес-процесів.

***Ключові слова*:** система управління витратами, інструменти оптимізації витрат, тестування, аналіз, прогнозування, планування, контроль.

Артамонова Наталия, Артамонов Евгений

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ОПЕРАТИВНОГО И СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ. ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И УКРАИНСКИЕ РЕАЛИИ

В статье рассматриваются современные подходы к системе оперативного и стратегического управления затратами субъектов

хозяйствования с целью обеспечения прибыльной деятельности и конкурентных преимуществ. Представлен анализ публикаций отечественных и зарубежных специалистов по вопросам внедрения современных методов управления затратами и ценами. Рассмотрены методы оптимизации затрат, их достоинства, недостатки и возможность использования в украинских реалиях. Предлагается использование инструментов оптимизации затрат в системе контроля за ценами, товарным ассортиментом, уровнем организационно-структурных изменений на базе маржинальной концепции. Представлена схема обеспечения сквозного контроля за деятельностью отдельных подразделений и предприятия, в целом, благодаря многоступенчатой модели управления затратами и финансовым результатом. Рекомендуется последовательность действий для реализации системы управления затратами на предприятии и разработка сбалансированной системы планирования, прогнозирования и контроля по всей цепи бизнес-процессов.

Ключевые слова: система управления затратами, инструменты оптимизации затрат, тестирование, анализ, прогнозирование, планирование, контроль.

Artamonova Nataliya, ArtamonovEugen

THE MODERN METHODS OF OPERATIVE AND STRATEGIC MANAGERMENT BY EXPENSES. FOREIGN EXPERIENCE AND UKRAINIAN REALITIES

In the article the modern going is examined near the system of operative and strategic management by enterprises for providing of income and competitive edges of enterprise. The analysis of publications of home and foreign specialists is presented on introduction of model methods of management by expenses and prices. The methods of optimization of expenses, their advantages, defects and possibility of the use, are considered in Ukrainian realities. The use of instruments of optimization of expenses is offered in the checking system after prices, commodity assortment and level of structural changes on the marginal conception. The chart of walkthrough is presented after activity of subdivisions and enterprise on the basis of multi-stage case frame by expenses and financial

results. The sequence of executions is recommended for realization of control system by expenses on the enterprise and development of the balanced system of planning, prognostication and control on all chain of business processes.

Keywords: the system management by expenses, instruments of optimization by expenses, analysis, prognostication, testing, planning, control.

Постановка проблеми. Важливою складовою успішного функціонування підприємств в сучасних умовах є стратегічне управління витратами, яке має на меті реалізувати конкурентні переваги підприємства та вивести його на позиції стабільного розвитку. Витрати є необхідною умовою функціонування підприємства, кількість та якість їх здійснення істотно впливають на формування фінансових результатів.

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування оптимального рівня витрат підприємства. Критерієм оптимізації є мінімум витрат, що дає змогу підприємству отримати певні конкурентні переваги на ринку збуту, проводити гнучку цінову політику, формувати оптимальну виробничу програму, та, за різних умов, досягти високих розмірів прибутку. Однак, зниження рівня витрат є важливим завданням, але не основною метою управління витратами, бо така оптимізація може привести до зниження якості продукції та сервісного обслуговування споживачів, відмовою від реалізації видів продукції, що користуються попитом, але потребують значних витрат, принаймні, на першому етапі їхнього впровадження [1-3].

Конкурентні переваги по витратам господарчих суб’єктів передбачають, що сукупні витрати СГД при виконанні усіх бізнес-процесів та бізнес-функцій менш ніж аналогічні витрати його діючих або потенційних конкурентів.

Головною метою управління витратами підприємства є отримання або підвищення конкурентних переваг задля забезпечення ефективної діяльності. Тому, саме ринкова спрямованість повинна стимулювати впровадження новітніх технологій управління витратами, що дозволить успішно інтегруватись у світовий та європейський економічний простір та забезпечити вітчизняний

менеджмент інноваційним інструментарієм ефективного функціонування.

Аналіз досліджень та публікацій з розв'язання проблеми. В роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних економістів стратегічне управління витратами розглядається як одне з необхідних умов успішного функціонування господарчих субєктів. Так, у роботах М.Портера, А.Томпсона, А. Стрікленда в якості однієї з базових стратегій розглядається "стратегія лідерства за витратами".

Проблеми формування системи управління витратами на підприємстві знаходить відображення у працях видатних вітчизняних та зарубіжних фахівцях, таках як Бланк І.А, Шеремет А.Д., Цал-Цалко Ю,С., А.М. Турило, Ніколаєва С.А., Палій В.Ф., Давидович І.Є. та інші. Усі вони внесли значний вклад у розвиток методології визначення та обліку витрат. Основні принципи управління витратами зводяться до наступного:

- системний підхід до управління витратами;
- єдність методів, що практикуються на різних рівнях управління витратами;
- управління витратами на усіх стадіях життєвого циклу виробу – від виготовлення до утілізації;
- поєднання зниження витрат з високою якістю продукції (робіт, послуг);
- недопущення зайвих витрат, впровадження ефективних методів зниження витрат;
- удосконалення інформаційного забезпечення щодо рівня витрат;
- підвищення зацікавленності виробничих підрозділів підприємства щодо зниження витрат.

Дотримання усіх принципів управління витратами вважається достатнім для забезпечення конкурентноздатності підприємства та завоювання передових позицій на ринку, але життя не стоїть на місті і з'являються нові випробування, ризики, що потребують необхідності стратегічного погляду до проблеми створення ефективного витратного механізму на підприємстві.

Також, значною мірою, удосконалення процесу управління витратами відображається у джерелах, що розкривають проблеми створення та функціонування системи контролінгу на підприємстві.

Це представлено у роботах німецьких економістів Манна Р., Майера Е, а також спеціалістів з контролінгу Кармінського А.М., Данілочкіної Н.Г., Сухаревої Л.О., Петренко С.М. та інших. На жаль, більшість українських виробників не проявляють інтерес до процесу управління витратами, забезпечуючи рентабельність продажів лише за рахунок високого рівня цін. Розмови щодо неможливості управління витратами в умовах інфляції цілком перекреслюються досвідом розвинених країн, які стратегію зниження витрат на 5 –10% обрали як найважливішу, що зможе забезпечити конкурентні переваги завдяки застосуванню інноваційних методів управління витратами.

Отже, нові реалії існування в умовах фінансової кризи та рецесії, необхідність адаптації вітчизняних виробників до умов євроінтеграційного процесу, потребують від менеджменту суттєвого удосконалення процесу управління витратами, тобто систематизації новітніх підходів щодо управління витратами, розробки інструментів інтеграції аналізу, обліку,оцінки рівня витрат та пропозицій щодо створення механізму оптимізації витрат з урахуванням специфічних особливостей функціонування підприємств.

Виклад сутності основних досліджень. В сучасному управлінні діяльністю підприємств має місце застосування інноваційних методів управління витратами задля вирішення як оперативних, так і стратегічних завдань. Вибір конкретних методів обумовлен, у першу чергу, цілями управління та наявністю умов щодо їхнього застосування.

Розглянемо найбільш поширені у практиці діяльності сучасних підприємств, що працюють в умовах розвиненої економіки та проаналізуємо можливість їх застосування в сучасних українських реаліях. До них відносять: Standartd costing (СК); Direct costing (ДК); Абзорпшн-костинг (АК); Target costing (ТК); Kaizen costing (КК); ABC – costing; Кост-кіллінг (Кк); Theory of constraints (TOC); CVP-аналіз; LCC та VCC-аналіз.

Доцільно також розкрити сутність конкретного з методів, обгрунтувати основні умови, при яких стає можливим їх застосування, крім того, зазначити основні переваги та вади кожного з них, задля оцінки можливостей впровадження деяких з цих методів у практичну діяльність вітчизняних підприємств для удосконалення системи управління.

Основою СК є нормативний метод обліку витрат і формування повної собівартості. оловні функції СК – контроль за рівнем витрат, виявлення відхилень, аналіз причин, що виникли. Основою ДК є маржинальний метод управління витратами і формування неповної собівартості. Головна функція – планування і керування витратами та фінансовим результатом. Облік за повною собівартістю припускає, що всі накладні і непрямі витрати підприємства розподіляються між виробленою підприємством продукцією. Сутність методу ДК полягає в тому, що постійні накладні витрати не включаються у собівартість продукції, а відносяться, безпосередньо, на рахунок фінансових результатів того періоду, коли вони були здійснені. Основними умовами застосування цього методу є чітке розділення витрат на змінну та постійну складові. Для цього доцільно використовувати метод "вищой та нижчої точки", який полягає у розрахунку рівня маржинальних витрат і формуванні нижньої межі ціни у короткостроковий термін [4]. Встановлюючи діапазон цін на продукцію, що підлягає реалізаціїї, менеджмент підприємства має можливість контролювати ситуацію на ринку та забезпечити необхідний рівень ліквідності, що важливо в умовах непередбаченого падіння попиту та інших кон'юнктурних змін. Метод СК передбачає, що для кожного виду витрат (матеріальних, трудових та інших) визначаються обгрунтовані норми (стандарти) ресурсів на одиницю продукції. Витрати ресурсів за нормами та відхилення від норм споживання ресурсів враховуються окремо. Цей метод передбачає наявність системи стандартів, тобто норм та нормативів.

Кожен із зазначених вище методів мають переваги та вади. Переваги СК у наступному:

- відома повна собівартість продукції;
- відповідність традиціям та вимогам нормативних актів з фінансового обліку й оподатковуванню.

Недоліки СК:

- утрудненість проведення аналізу, контролю і планування витрат;
- включення в собівартість продукції витрат, не пов'язаних безпосередньо з її виробництвом і викривлення рентабельності окремих видів продукції;
- висока ймовірність помилок, тобто, чим більше видів

продукції і центрів витрат, тим менш точним стає розрахунок повної собівартості.

Переваги системи ДК:

- можливість аналізу і контролю за ефективністю діяльності окремих підрозділів підприємства;
- оптимізація обсягів виробництва, структури випуску (формування оптимальної виробничої програми);
- можливість гнучкого ціноутворення.

Недоліки ДК:

- відсутній розрахунок повної собівартості, що є обов'язковим відповідно до законодавства;
- необхідність чіткого розподілу постійних витрат на змінні та постійні складові, що важливо для розрахунку маржинальних витрат.

Тобто, завдяки ДК керівництво може зробити обгрунтований вибір між можливістю виробництва або закупівлею продукції. Втім, недоліки ДК свідчать про те, що процесс розділення витрат на змінні та постійні складові є трудомісткий та потребує інструментів щодо розрахунків деяких показників та кваліфікованого персоналу задля їх об'єктивного розгляду. А перевагою СК саме і є мінімізація облікової роботи, пов'язаної із калькулюванням собівартості, можливості відображення відхилень планових та фактичних показників в процесі формування витрат. Але об'єктивний процес аналізу та управління навряд чи можливий якщо, підприємство має широку номенклатуру продукції та складну організаційну структуру підприємстава.

Розділення витрат в системі ДК на постійну та змінну складові, порядок їх віднесення на собівартість, а також облік накладних витрат по виробничим підрозділам, пов'язано з виконанням функції контролю за ефективністю роботи всього підприємства та окремих його підрозділів, як виробничих, так і управлінських. У зв'язку з цим в системі управління витратами ДК реалізується двосходинкова схема формування маржинального доходу (МД), що схематично виглядає таким чином.

Виторг від реалізації (ВР):

- Змінні виробничі витрати (ЗВ) = Маржинальний доход 1 (МД1)
- Постійні виробничі накладні витрати за підрозділами (ПостВ) = Маржинальний доход 2 (МД2)

- Періодичні загальногосподарські витрати (ЗГВ) = Прибуток (П)/Збиток(З)

Для промислових підприємств на базі вищезазначеного методу застосовується багатосходинковий метод МД, а в кінцевому рахунку і прибутку підприємства, що підвищує дієвість внутрішнього контролю за ефективністю роботи підрозділів, місць виникнення витрат, оскільки в цьому випадку чітко уявляється внесок кожного підрозділу підприємства в результати його діяльності. Це істотно підвищує аналітичність обліку та забезпечує наскрізний контроль за рівнем витрат без особливих трудовитрат [4].

Використання ДК важливо для підприємств з різноманітним товарним асортиментом. Корисно в період економічних спадів, коли мають місце простоювання виробничих потужностей, нестабільний попит, інфляційні процеси, тобто рекомендується в умовах нестабільності зовнішнього середовища.

Використання СК доречне на підприємствах з невеликим асортиментом продукції й в умовах, коли попит та пропозиції можуть прогнозуватися з досить високим ступенем точності, а конкуренція незначна або відсутня взагалі.

Метод Абзорпшн-костинг (АК) – це більш поглиблений метод СК, сутність якого передбачає , що собівартість продукції містить усі витрати взагалі з урахуванням накладних, тобто відсутнє розділення на постійні та змінні складові. Це дає можливість визначення фінансового результату, відображає покриття доходом від реалізації продукції не тільки прямих змінних витрат, а також і постійних накладних витрат. Підвищує обгрунтованість вибору додаткового замовлення або відмову від нього. Але цей метод передбачає включення до собівартості продукції витрат, безпосередньо не пов’язаних із виробництвом, а також встановлення фактичної собівартості одиниці продукції тільки у кінці періоду. Тобто це значно знижує аналітичні та прогнозні можливості, що є важливим інструментом стратегічного управління.

Target costing (ТК) – система управління витратами, що здійснюється суто в інноваційних галузях виробництва, а саме машинобудуванні, електронних, комп’ютерних, цифрових технологіях, а також рекомендується до впровадження у сфері обслуговування. ТК – це управління витратами на етапі проектування

нових виробів, або модернізації застарілої продукції.

В основу ідеї ТК закладено поняття цільової собівартості за формулою:

Собівартість = Ціна - Прибуток,

де Ціна – саме ринкова ціна товару (послуг), що визначена за допомогою ринкових досліджень;

Прибуток – бажана величина, яку намагається отримати організація від продажу товарів (послуг).

ТК розглядає собівартість не як розрахований за нормативами показник, а як величину, на яку повинна орієнтуватися організація, пропонуючи ринку конкурентний продукт. Тобто, собівартість виробів, що розраховується за нормативами повинна дорівнювати саме цільовій собівартості. Це і є задача ТК. Якщо нова продукція така, що не дає мождивості вийти на саме цільову собівартість без зниження якості, менеджмент приймає рішення щодо унеможливлення подальшої розробки та впровадження товару у виробництво. Це вимагає менеджмент до постійного пошуку можливостей, як ринкових, так і наукових, виробничих, організаційних.

Система управління ТК реалізується за слідуючими етапами:

- на основі аналізу ринку збуту та планування масштабів виробництва визначається гіпотетична ринкова ціна продукції;
- розраховується величина очікуванного прибутку на одиницю продукції, або на весь обсяг виробництва, на базі якого розраховується цільова собівартість, як максимально допустиме значення собівартості при заданих ринкових умовах;
- етап оптимізації передбачає приведення нормативної собівартості до цільової шляхом вивчення можливості зміни обсягів та видів витрат, що визначені технологією виробництва, альтернативними матеріалами, дизайнерськими, технічними або технологічними рішеннями, які б забезпечили здешевлення продукту без втрати якості;
- розробка та тестування макету продукції/ товару, що має цільову собівартість та прийняття управлінського рішення за результатами тестування. Якщо цільова собівартість визначена і різниця складає до 10% від нормативної собівартості продукту, приймається рішення про запуск його у виробництво.У разі недосягнення рівня цільової собівартості – розробка завершується, але

можливі подальші пошуки нових конструктивних ідей та технологій.

Таким чином, ТК визначає саме ринкову складову в системі управління витратами високотехнологічної продукції, враховуючи її конкурентноздатність та інноваційну спрямованість.

Kaizen costing (КК) – "удосконалення маленькими кроками", тобто це процес поступового зниження витрат на етапі виробництва, у результаті якого може бути досягнен необхідний рівень собівартості задля забезпечення прибутковості виробництва. КК пропонується до впровадження паралельно з ТК. Обидві системи мають однакову мету – досягнення цільової собівартості, але ТК це робить на етапі проектування нового продукту /послуги/, а КК – на етапі виробництва.

Якщо на етапі проектування різниця між нормативною (тобто за кошторисом витрат) і цільовою собівартістю складає до 10 %, то приймається рішення про виробництво товару з розрахунком на те, що 10% будуть ліквідовані в процесі виробництва методами КК. Це скорочення витрат називається кайзен-задачею, яка стосується усього персоналу – від інженерів до менеджерів – і виконання якої заохочується через систему управління персоналом.

Кайзен-задача ставиться як на рівні окремого товару, так і на рівні підприємства в цілому за окремими статтями змінніх витрат. Постійні витрати рахуються за підрозділами та групуються у спеціальні бюджети задля забезпечення наскрізного контролю, оптимізації витрат та складання загального бюджету підприємства.

ABC – costing (Activity Based Costing) – диференційований метод обліку собівартості, що передбачає облік витрат за функціями (роботами). Підприємство розглядається як набір операцій , за якими здійснюються витрати ресурсного потенціалу.

Сутність методу полягає у встановленні залежності витрат на продукцію із різними виробничими процесами, вивченні можливостей впровадження оптимізаційного процесу задля забезпечення ефективності виробництва. Для цього визначається повний перелік та послідовність операцій / функцій виробничого та організаційно-управлінського процесів з розрахунком потреби у ресурсах для кожної операції.

Виділяють чотири типи операцій за способами їх участі у випуску продукції:

1) штучна робота /випуск одиниці продукції/;

2) пакетна робота /заказ, комплект/;

3) продуктова робота /саме виробництво продукції/;

4) загальногосподарська робота.

Витрати за операціями 1 – 3 можуть бути прямо віднесені на конкретний продукт. Загальногосподарські витрати точно віднести не можливо, тому вони розподіляються згідно алгоритмів обліку, що визначені доцільними до впровадження менеджментом /за системами ДК або СК/. Ресурси класифікуються як:

- такі, що поставлені у момент споживання /заробітна платня виробничого персоналу/;

- такі, що поставлені раніше /тобто передбачуванні, наприклад оклади управлінського персоналу/.

Усі ресурси, що витрачені на робочу операцію складають її вартість, але простий підрахунок вартості за окремими операціями не дає можливість об'єктивно визначити собівартість продукції. Тому пропонується розраховувати індекс розподілу витрат, так званий кост-драйвер. Прикладом такого інструменту є коефіцієнт реагування витрат [4], який розраховується для кожного виду продукції, що виробляється на підприємстві окремо. Саме через систему кост-драйверів визначається кількість витрачених ресурсів у розрахунку на випуск продукції, що дає можливість чіткого уявлення ефективного використання ресурсів.

АВС –метод значно підвищує обгрунтованість віднесення накладних витрат на конкретний продукт та забезпечує більш точне калькулювання собівартості, однак, передбачає розширення існуючої системи обліку та удосконалення інформаційної підтримки, що призведе до значного зростання витрат на управління. Це не є привабливим для менеджменту, що працює в умовах тотального скорочення витрат.

Поряд з існуючими концепціями виділяється, так звана, теорія обмежень Theory of constraints (TOC), яка орієнтована на оптимізацію використання ресурсного потенціалу компанії. Ці ресурси різноманітні і використовуються у певній пропорції, але , у якійсь момент, одних може не вистачати, а інших – вдосталь. Ефективне використання ресурсів не завжди залежить від компанії, іноді цьому заважають зовнішні фактори.

Основна задача ТОС – виявити, яких саме ресурсів та можливостей не достає компанії для збільшення виробництва та прибутків і розробити заходи щодо їхньої мобілізації. Зважаючи на те, що добитися повної збалансованості ресурсів не можливо, ТОС є постійно діючим інструментом удосконалення бізнес-процесів, організаційної структури підприємства..

Раніше ТОС функціонувала тільки для виробничої сфери, однак, з часом, виникла необхідність вийти за межі суто виробничих завдань і поставити питання значно ширше, тобто виділити фактори, що заважають компанії розвиватися та нарощувати потенціал.

ТОС пропонує класифікацію основних типів обмежень:

- організаційно-управлінські;
- виробничі;
- ринкові;
- логістичні;
- психологічні /тобто поведінка робітників, що шкодить досягненню цілей/.

Організаційно-управлінські обмеження – це помилкова стратегія і тактика, неефективна організаційна структура управління. Але, найбільш суттєвими є саме ринкові/логістичні обмеження, що пов'язані з дією ринкового механізму. Він відсікає нежиттєздатні компанії, потребує встановлення конкурентних цін і досягнення конкурентної собівартості продукції Саме коли ринковий попит на продукцію менше ніж виробничі потужності підприємства і виникають ринкові обмеження.

Важливим питанням реалізації системи ТОС є можливість оцінити вплив тих чи інших обмежень на результати діяльності підприємств за допомогою кількісних показників. Деякі види обмежень можуть бути визначені за допомогою нефінансових показників або експертних оцінок, але кількісна оцінка виробничих обмежень базується саме не фінансових показниках прибутку компанії, а для максимізації прибутку потрібно визначити оптимальну виробничу програму. Інструментом визначення оптимальної виробничої програми є показник "маржинальний дохід", що пов'язан з системою управління витратами ДК і був нами достатньо висвітлен раніше. Однак, слід відмітити, що цей показник визначається як різниця між ціною продажу товару та змінними витратами на його

виготовлення, або сумою постійних витрат та прибутку від реалізації:

$$S - V = MD = C + P \qquad (1)$$

де MD – маржинальний дохід; S – ціна продукції; V – змінні витрати; C – постійні витрати; P – прибуток.

Показник MD використовується в операційному аналізі та безпосередньо пов'язан з розділенням витрат на постійні та змінні. Це дає можливість більш детально розглядати виробничі та ринкові ситуації та приймати ефективні управлінські рішення щодо:

- встановлення гнучких цін задля збереження конкурентних позицій;
- розробки оптимальної програми випуску продукції за кількістю та асортиментом;
- забезпечення наскрізного контролю за рівнем витрат в межах підрозділів та підприємства в цілому.

Але ТОС не розглядається як альтернатива традиційному бухгалтерському обліку, це не є система обліку витрат, тому, що калькулювання собівартості, на відміну від розглянутих вище, не передбачається. Це не що інше як інструмент системи управління витратами для конкретних ситуацій та обґрунтування управлінських рішень.

Слід зазначити також, що для ефективного розподілу ресурсів, вибору оптимальних напрямів діяльності підприємства важливим є застосування методів прогнозування. Найбільш ефективними визначені слідуючі:

- кореляційно-регресійний аналіз;
- метод ведучіх індикаторів, що вивчає показники можливих змін попиту на базі динаміки зростання заробітньої платні, безробітті, інфляції тощо. Оскільки рівень продажів та цін на продукцію підприємства залежить від ринкової ситуації та загального рівня життя населення;
- метод дослідження намірів споживачів для оцінки перспектив зростання обсягів продажу;
- маркетингові дослідження конкурентного середовища.

Бенчмаркінг витрат передбачає співставлення стану управління витратами на підприємстві з підприємствами-лідерами (або гіпотетичним підприємством у разі відсутності лідерів) щодо подальшого прийняття рішень в галузі управління витратами. Це може

стати передумовою поступового покращення системи управління витратами на базі досвіду та технологій інших підприємств. Але існує загроза невірного вибору “еталону”, що значно знижує ефективність методу.

Метод Кост-кіллінг (Кк) спрямован на зниження витрат у якнайшвидший термін без шкоди для діяльності підприємства та перспектив його розвитку. Застосовується в антикризовому менеджменті та управлінні конкурентоздатністю. Зазначимо, що суттєве скорочення витрат передбачає зниження заробітньої платні та скорочення персоналу. Потребує системного застосування , тобто можливої зміни стратегії управління витратами, яка направлена на скорочення підрозділів, активів або проектів.

CVP-аналіз дозволяє визначити обсяг продажів, за яким буде досягнена беззбитковість виробництва, або заданий фінансовий результат. Аналіз має набір інструментів, що дозволяє визначити деякі проміжні показники, такі як: валова маржа (маржинальний дохід), поріг рентабельності, змінні, постійні та маржинальні витрати, запас фінансової міцності, сила дії операційного важелю та інші. Цей метод потребує також застосування схеми розділення витрат на складові, що є трудомістким процесом та потребує від працівників професійної підготовки.

Слідуючи два методи LCC-аналіз та VCC-аналіз застосовуються у стратегічному управлінні витратами [5].

Так, LCC-аналіз (Long strategic costing) передбачає, що витрати на виробництво та реалізацію конкретного продукту визначаються напротязі усього життєвого циклу та, в подальшому, співставляються з відповідними доходами. Це потребує чіткої ідентифікації етапів життєвого циклу товарів та наявність чіткого детального опису стану ринку та позиціонування продукції (або послуг) підприємства. Однак, отримання у довгостроковому періоді оцінки понесених витрат та їх покриття очікуванними доходами дозволять керівництву компанії забезпечити стратегічне бачення структури витрат та структури доходів підприємства.

Метод VCC-аналізу (Variable strategic costing) розглядає ланцюг споживчої вартості та передбачає аналіз витрат, що знаходяться поза сферою прямого впливу підприємства. Тобто, орієнтован на стратегічне позиціонування підприємства, відповідно

його виробничим та кон'юнктурним особливостям, що постійно змінюються в умовах нестійкості ринкового середовища. Застосування методу VCC-аналізу дозволяє представити витрати у світі створення нової вартості, оцінити доцільність процесів (виробничих, організаційних, фінансових, маркетингових) щодо їхніх витрат та максимально прив'язати витрати до очікуваних доходів. Цей складний творчій процес потребує створення інформаційної бази, постійної оптимізації витрат у рамках оперативного управління діяльністю підприємства та участі кваліфікованих спеціалістів.

Враховуючи безліч схем, методів та інструментів,що може застосовувати менеджер для оцінки, аналізу та прогнозу виробничо-господарського стану та стану ринкового оточення, модель управління витратами на підприємстві повинна передбачати реалізацію деяких важливих та послідовних дій, а саме:

- класифікація витрат з урахуванням завдань, що передбачаються до виконання у розрізі постійних, змінних, регульованих, нерегульованих;
- розробка системи норм та нормативів з урахуванням факторів розподілу ресурсів за статтями витрат;
- розробка чіткої системи обліку, аналізу, контролю за витратами, а також виявлення відхилень фактичних та планових показників;
- визначення центрів відповідальності та облік витрат на всіх рівнях, тобто здійснення контролю по підрозділам, окремо та підприємству в цілому задля забезпечення прозорості витрат та адекватності їх несення в контексті отриманих прибутків;
- розробка ефективної системи документообігу, що дозволяє отримати об'єктивну та оперативну інформацію по всім виробничим, господарським, комерційним, адміністративним підрозділам підприємства;
- розробка ефективної системи мотивації та заохочення робітників в економії ресурсів та збереженні виробничого потенціалу.

Висновки:

1. Суттєве значення для розглянутих вище методів має аналіз витратостворюючих факторів, що передбачає розгляд факторів формування витрат у їх взаємозв'язку та взаємовпливі. Знання цих факторів та ступеню їхнього впливу на величину витрат підприємства

дозволить у довгостроковому періоді контролювати та впливати на розмір повних витрат, що, значною мірою, сприятиме покращенню фінансових результатів підприємства.

2. Подальші дослідження у напрямі управління витратами стосуються розробки збалансованої системи планування, прогнозування та контролю по усьому ланцюгу бізнес-процесів, де важлива оцінка не тільки виробничих та фінансових активів, а й також нематеріальних активів підприємства (бренд, лояльність споживачів, число постійних клієнтів) і конкурентних переваг ("ноу-хау", інноваційні технології управління тощо) задля підвищення ефективності і досягнення бажаних результатів у різних напрямках.

Це забезпечить зміцнення потенціалу підприємства та, завдяки використанню інноваційних технологій управління виробництвом, сучасних методів оптимізації витрат та прийняття ефективних управлінських рішень – виведе вітчизняні підприємства на високі конкурентні позиції при освоєнні європейського та світового ринкового простору.

Література

1. Управління витратами підприємства: навч. посіб. / Під ред. Г.В.Козаченко – Луганськ: Вид-во "Ноулідж", 2011.-628 с.

2. Управління витратами на підприємстві / Під ред. Г Краюхіна : Стандарт третього покоління – Спб, : Пітер, 2012. – 592 с.

3. Давидович І.Є. Управління витратами: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 320 с.

4. Артамонова Н.С., Доба Н.М. Впровадження сучасних методів управління витратами задля забезпечення конкурентних переваг // Економіка:реалії часу – №3(8). – 2013. – С. 16-22.

5. Козаченко А.В. Методи управління витратами. Стратегічний менеджмент. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.elitarium.ru /2010/11/10metody_upravlenija_zatratami.html

1. Upravlinnya vy`tratamy` pidpry`yemstva: navch. posib. / Pid red. G.V.Kozachenko – Lugans`k: Vy`d-vo "Noulidzh", 2011.-628 s.

2. Upravlinnya vy`tratamy` na pidpry`yemstvi / Pid red. G Krayuxina : Standart tret`ogo pokolinnya – Spb, : Piter, 2012. – 592 s.

3. Davy`dovy`ch I.Ye. Upravlinnya vy`tratamy`: navch. posibny`k.

– K.: Centr uchbovoyi literatury`, 2008. – 320 s.

4. Artamonova N.S., Doba N.M. Vprovadzhennya suchasny`x metodiv upravlinnya vy`tratamy` zadlya zabezpechennya konkurentny`x perevag // Ekonomika:realiyi chasu – #3(8). – 2013. – S. 16-22.

5. Kozachenko A.V. Metody` upravlinnya vy`tratamy`. Strategichny`j menedzhment. [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: www.elitarium.ru /2010/11/10metody_upravlenija_zatratami.html

***Рецензент**: Коваленко О.М. д.е.н., доцент кафедри менеджменту ЗЕД та інноваційної діяльності ОНПУ*

29.10.2015

УДК 341.233.1:657.6

Артюх Оксана

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ПОДАТКОВОГО АУДИТУ У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛЮ

У статті розглянуто питання становлення незалежної податкового аудиту в системі фінансового контролю в історичній ретроспективі через призму процесів еволюції в сфері аудиторської діяльності і державного податкового контролю. Особливу увагу приділено стану вітчизняного державного податкового контролю на всіх етапах його розвитку, недостатня ефективність якого є важною передумовою виникнення незалежного податкового аудиту. Відображено авторське уявлення стосовно класифікації передумов становлення податкового аудиту в Україні. Умотивовано, що наявність економічних, суспільних, правових, наукових, інформаційних, організаційних передумов сприятиме подальшому розвитку незалежного податкового аудиту в Україні відповідно до сучасних вимог у сфері фінансового контролю.

Ключові слова: фінансовий контроль, податковий аудит, контроль у сфері оподаткування, аудиторська діяльність.

Артюх Оксана

ПРЕДПОСЫЛКИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ НАЛОГОВОГО АУДИТА В СИСТЕМЕ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ

В статье рассмотрены вопросы становления независимого налогового аудита в системе финансового контроля в исторической ретроспективе через призму процессов эволюции в сфере аудиторськой деятельности и государственного налогового контроля. Особое внимание уделено состоянию отечественного государственного налогового контроля на всех этапах его развития, недостаточная эффективность которого является одной из важных предпосылок возникновения независимого налогового аудита. Представлен авторский подход к классификации предпосылок становления налогового аудита в Украине. Обосновано, что наличие экономических, общественных, правовых, научных, информационных, организационных предпосылок будет способствовать дальнейшему развитию независимого налогового аудита в Украине в соответствии с современными требованиями в сфере финансового контроля.

Ключевые слова: финансовый контроль, налоговый аудит, контроль в сфере налогообложения, аудиторская деятельность.

Artyuh Oksana

PRECONDITIONS OF OCCURRENCE OF A TAX AUDIT IN THE FINANCIAL CONTROL SYSTEM

In article questions of formation of an independent tax audit in the system of financial control in historical perspective through the lens of evolution in the field of audit activity and government tax control. Special attention is paid to the state of the domestic state tax inspection at all stages of its development, the lack of efficiency which is an important prerequisite for the emergence of an independent tax audit. Presents the author's approach to the classification of the prerequisites of formation of tax audit in Ukraine. It is proved that the presence of economic, social, legal, scientific, informational, organizational prerequisites will contribute to the further development of independent tax audit in Ukraine in accordance with

modern requirements in the sphere of financial control.

Keywords: financial control, tax audit, control in the field of taxation, audit activity.

Постановка проблеми. В умовах ринкових перетворень провідна роль у системі фінансового контролю відведена аудиторської діяльності з метою захисту інтересів користувачів економічної інформації. Аудиторська практика України показує, що на сьогодні в загальному обсязі аудиторської діяльності значна частина належить послугам з перевірки обліку та звітності у системі оподаткування, тому відправною точкою дослідження податкового аудиту повинен стати аналіз передумов його виникнення та становлення у системі фінансового контролю через призму еволюції відносин у сфері аудиторської діяльності та в контексті незалежного контролю у системі оподаткування без відриву від історичних подій, що обумовлювали цей процес.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання становлення та розвитку податкового аудиту у системі фінансового контролю досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: Петрик О.А., Редько О.Ю., Малишкін О.І**,** Риженко І. Є., Сомов Л. та інші науковці і фахівці у сфері контролю.

Невирішені раніше частин загальної проблеми. Визначення передумов становлення податкового аудиту, їх систематизація сприятиме забезпеченню його подальшого розвитку в Україні, що зумовлює необхідність подальших досліджень у сфері фінансового контролю.

Цілі статті. Метою статті є дослідження передумов виникнення податкового аудиту, його походження, становлення та тенденції розвитку у системі фінансового контролю через ретроспективний аналіз ефективності податкової системи країни та аудиторської практики у сфері оподаткування.

Основний матеріал дослідження. Підґрунтям появи та розвитку податкового аудиту у професійній аудиторській практиці є недостатня ефективність податкового контролю в системі державної регуляторної політики України.

Україна пройшла достатньо тяжкий путь, доки податки увійшли в економіку і стали дзеркалом формування бюджету і

регулятором господарської діяльності. З проголошенням незалежності України на теренах трансформаційних змін податкової політики розпочалося нова історія її податкової системи.

На етапі становлення податкової системи (1990-1995р.) активно розробляються та вводяться в дію законодавчі акти по справлянню податків. Але ринкова трансформація економіки країни з притаманними властивостями цього періоду як: падіння виробництва, гіперінфляція, стрімке зменшення бюджетних надходжень та бюджетний дефіцит, зростання зовнішнього боргу, визначала тільки фіскальний вектор формування податкової системи. Її новації мали характер економічно нераціональний та безсистемний через відсутність єдиної наукової обґрунтованої концепції розвитку з врахуванням нагальних економічних перетворень у перехідний період.

Саме в цей час з введенням в дію Закону України «Про аудиторську діяльність» за №3126-XII від 22.04.93р. зароджується незалежний фінансовий контроль у формі аудиторської діяльності за напрямками: аудит та інші регламентовані послуги у сфері аудиторської діяльності.

На законодавчому рівні пріоритетною сферою діяльності оголошено саме контроль щодо достовірності фінансової інформації у вигляді перевірок бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності, що зумовлено рядом чинників об'єктивних (періодичні зміни діючого законодавства в обліковій сфері та неоднозначність тлумачення його окремих положень, складність фінансової інформації про економічні процеси, наявність різних взаємопов'язаних галузей економіки, які потребують неупередженої інформації) та суб'єктивних (недостатня кваліфікація фахівців у сфері обліку, невідповідність інтересів працівників з обліку та звітності та засновників, для яких призначена фінансова інформація). Однак зосередження законодавчих вимог на підтвердження відповідності лише однієї облікової підсистеми (фінансової) одразу ж породили питання універсальної орієнтації аудиту в галузі економічного контролю.

У цей же період спостерігається зіткнення вітчизняного бізнесу з питаннями податкового толку: нестабільне податкове законодавство, різноманітність податків, складність податкових розрахунків та звітності, некомпетентність фахівців, низький рівень податкових консультацій, невпевненість у результатах державного

податкового контролю та недовіра до дій фіскальних органів. Тому у платників податків в процесі господарської діяльності виникає потреба у співпраці з незалежними висококваліфікованими практикуючими спеціалістами не тільки у сфері різного роду консультаційних послуг з оподаткування, але і у частині отримання достатньої впевненості щодо достовірності обліку та звітності у системі оподаткування.

Не визиває сумнів, що фінансова успішність господарюючого суб'єкта щільно пов'язана з податковим навантаженням бізнесу, суттєвістю його податкових ризиків, що обумовлює виникнення та розвиток податкового аудиту. Саме на нього зацікавленими користувачами покладається завдання отримання повної, достовірної та об'єктивної інформації про правильність обчислення податкових зобов'язань відповідно до норм податкового законодавства, від чого, у свою чергу, нерідко залежать функціонування і розвиток підприємства у ринковому бізнес-середовищі. Справедливо відмічено, що від того, наскільки ефективно підприємство вирішить податкові проблеми при формуванні стратегії свого розвитку, залежать можливості не тільки його економічного зростання, але й суспільного виробництва в цілому [1, с.132]. При цьому господарчий суб'єкт вільний у виборі аудитора, термінів здійснення аудиту і має можливість самостійно виправити недоліки та сплатити у бюджет відповідні податкові платежі за результатами аудиту. З іншої сторони, аудиторські фірми (аудитори) змушені розробляти і пропонувати у відповідності із запитами ринку затребувані споживачами нові види аудиторських послуг.

Ці обставини стали підґрунтям переосмислення класичного аудиту та передумовами виникнення окремого напрямку аудиторської діяльності – податкового аудиту.

Податкова система країни цього часу в контексті кардинальних економічних перетворень потребує реформ. Поштовхом для змін у напрямку коригування податкової політики з'явилися законодавчі акти - Указ Президента України «Про заходи щодо реформування податкової політики» від 31.07.1996р. № 621/96 та Постанова Верховної Ради України «Про основні положення податкової політики в Україні» від 04.12.1996р. №561/96-ВР, в яких задекларовані принципи реформування податкової системи. Саме з цього періоду йде пошук найбільш ефективних важелів щодо поліпшення роботи

податкових органів, їх докорінної модернізації.

На цьому етапі відбуваються численні безсистемні зміни у податковому законодавстві стосовно взімання податкових платежів (у частині зменшення ставок, пільг, розширення бази оподаткування,), при незмінному чиннику – фіскальної домінанти у роботі податкової служби.

Позитивним явищем цього періоду є спроба влади послабити надмірне державне втручання в бізнес господарчих суб'єктів, що перешкоджало економічному зростанню країни в цілому.

З введенням в дію Указу Президента України «Про деякі заходи щодо дерегулювання підприємницької діяльності» від 23.07.1998р. №817/98 визначено обмеження в роботі органів виконавчої влади під час проведення перевірок фінансово-господарської діяльності платників податків, але водночас розширено перелік контролюючих органів, за яким право проводити перевірки мають також: митні органи, органи державного казначейства, державної контрольно-ревізійної служби в межах їх компетенції.

Указом Президента України «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб’єктів малого підприємництва» від 3 липня 1998р. № 727/98 уведено спрощену систему оподаткування, що в цілому сприяло розвитку малого бізнесу та дійовому використанню його можливостей у національній економіці держави. З цього часу поступово розпочинається економічне зростання країни. Збільшується частка прибуткових компаній, простежується позитивна динаміка темпів покращення бізнесу малих підприємств.

Посилення фіскального фактору у податковій політиці країни позначається з 2001р. з введенням в дію Закону України «Про порядок погашення зобов’язань платників податків перед бюджетами та державними цільовим фондами» від 21.12.2000р. № 2181-III, яким встановлюються жорсткі заходи щодо погашення податкових зобов'язань та нові підходи стосовно примусового стягнення податкової заборгованості, нормативно розширюються повноваження контролюючих органів у сфері здійснення контролю із застосуванням непрямих методів перевірки.

Для узагальнення десятирічної практики реформування податкової системи країни доречним розглянути дослідження

Міжнародної Фінансової Корпорації (IFC) – члена Групи Всесвітнього Банку через опитування вітчизняних підприємств у сфері оподаткування за 2000р., яке показало, що найвищі перешкоди при веденні бізнесу, це – сфера вітчизняного оподаткування [2, с. 45].

Найбільш занепокоєння у суб'єктів підприємництва у даному періоді викликає частота змін у податковому законодавстві. Тільки за 2000рік у нормативні акти стосовно оподаткування внесено більш 100 кардинальних змін та доповнень, не включаючи внутрішніх розпоряджень державних органів або іншого податкового регулювання на місцевому рівні.

Податковій системі цього періоду властиво і надмірне навантаження. За даними дослідження перехідних економік, проведеного Європейським банком Реконструкції та Розвитку, Україна посідає друге місце серед країн Східної Європи та СНД за кількістю основних загальнодержавних податків [2, с. 48].

Проблеми оподаткування того часу є найвищим регуляторним тягарем для вітчизняних підприємств, який примушував їх оставляти прозорий бізнес і сприяв подальшому розквіту тіньової економіки з усіма належними складовими, як корупція, брак інвестицій, нерівна конкуренція тощо.

Отже, податкову систему першого десятиріччя можна назвати теоретично необґрунтованою, надмірно фіскальною, нестабільною, а тому - недостатньо ефективною.

З прийняттям у 2001році Стратегічного плану розвитку державної податкової служби України до 2013 року, реформування податкової системи стало відбуватися у напряму модернізації управління системою оподаткування. Але, незважаючи на прийняті законодавчі новації, погодимося з думкою дослідників з приводу того, що вітчизняна система оподаткування залишається однією з найбільш складних і найменш ефективних не тільки серед країн європейського регіону, а й у глобальному масштабі, що регулярно підтверджують міжнародні звіти та рейтинги, дослідження вітчизняних економістів, а також оцінки інвесторів, що працюють в Україні [6]. В рейтингу податкових систем Paying Taxes 2010, підготовленим Світовим Банком спільно з Price Waterhouse Coopers, українська система оподаткування виявилася однією з найобтяжливіших у світі: 181 місце із 183 досліджуваних країн світу [7].

З введенням в дію Податкового кодексу України (далі - ПКУ) з 2011року почався новий період реформування вітчизняної системи оподаткування у напрямку її гармонізації та адаптації до канонів європейського законодавства.

Але практика останніх років показує, що у сфері оподаткування для господарчих суб'єктів мало що змінилося. Незважаючи на законодавчі новації ПКУ, які спрямовані на удосконалення адміністрування податків, зниження податкового навантаження, створення стимулів для інноваційно-технологічного розвитку економіки України, на практиці до сьогоднішнього дня не здійснені заходи із реформування податкової системи, яки б заохочували бізнес до легалізації та прозорості.

Адміністрування податкових платежів у частині забезпечення сервісного обслуговування платників податків є неефективним й витратним, що зумовлено рядом причин, як:

– відсутність дієвих важелів захисту прав та інтересів платників податків;

– непрозорість податкової політики держави;

– неврегульованість норм податкової поведінки та низька податкова дисципліна;

– відсутність чітких меж відповідальності за порушення законодавства (зокрема, з боку фіскальних органів);

– перевищення службових обов’язків працівниками фіскальних органів і, як наслідок, корупція;

– низький рівень податкової культури;

– недовіра суспільства до органів державної влади [3].

Невтішна статистика спостерігається і у вирішенні спорів у судовому порядку між діями посадових осіб контролюючих органів та платників податків, зокрема, у частині визнання недійсними податкових рішень за результатами перевірок. Незважаючи на поступову динаміку зменшення кількості справ зі спорів з адміністрування податкових платежів, контролю за дотриманням вимог податкового законодавства за останні роки фактично не змінився та залишається низьким ступінь довіри платників податків до контролюючих органів та до судових інстанцій.

Отже, критичний огляд функціонування діючої податкової системи країни за всі часи існування дає підстави визначити її

недосконалість та неефективність. Податкова система так і не стала для платників податків простою, економічно справедливою, не вселила довіру, а переважна більшість оголошених реформ останніх років ще не призвела до жодного практичного поліпшення життя людей та бізнесу.

На такому підґрунті і набуває розвитку податковий аудит, як нагальна потреба платників податків у профілактиці правопорушень у сфері оподаткування, підвищенні податкової дисципліни, здійсненні податкових перевірок, альтернативних державному податковому контролю.

В цілому аудиторська практика за останні десятиліття свідчить про зміну парадигми здійснення аудиту – у сфері недержавного фінансового контролю аудит перетворився на інструмент забезпечення різноманітних інтересів суб'єктів діяльності, зокрема, у сфері оподаткування. Відбувається реальне розширення видів аудиторської діяльності за рахунок проведення послуг у вигляді перевірок обліку та звітності у системі оподаткування, що посередньо підтверджують контенти офіційних веб-сайтів аудиторських компаній України.

У практиці аудиторської діяльності податковий аудит частково відносять до загального аудиту (відбувається взаємне перетинання - у процесі загального аудиту здійснюється і податковий аудит [5, с. 6]), частково - до супутніх послуг.

Результати податкового аудиту оформлюють з метою адаптації до вимог МСА, як завдання з надання впевненості або погоджені процедури.

На даному етапі через відсутність статистичних досліджень стосовно обсягів виконання податкового аудиту не уявляється можливим точно визначити його частку в загальній структурі аудиторської діяльності, але, на погляд окремих спеціалістів у сфері вітчизняного аудиту, податковий аудит може досягати до 40% даного ринку, оскільки протягом декількох десятиліть є одним з основних напрямків аудиторської діяльності в Україні [4, с. 228].

Не представляється можливим і відокремити показники з обсягу діяльності по проведенню податкового аудиту на підставі звітності аудиторських фірм (аудиторів), яка подається до Аудиторської палати України за формами № 1-аудит (річна) та «Звіт аудиторської фірми (аудитора) про надані послуги» у зв'язку з тим, що

окреме відображення показників по такому виду діяльності не передбачено через відсутність інституційного закріплення податкового аудиту. З цього приводу, можна припустити, що зведена інформація щодо обсягів фактичного здійснення податкового аудиту, виходячи із поставлених перед аудитором задач, може міститься у складі показників:

- завдання з надання впевненості з подальшим розподілом: завдання з надання впевненості, що не є аудитом чи оглядом історичної фінансової інформації (форма № 1-аудит);
- супутніх послуг з подальшим розподілом: завдання з виконання погоджених процедур (Звіт про надані послуги);
- інших професійних послуг з подальшим розподілом: консультування з питань оподаткування або інші види аудиторських послуг (Звіт про надані послуги).

У сфері ініціативного аудиту, як показує сучасна практика, популярним становиться комплексний аудит, при здійсненні якого поряд з перевіркою фінансової звітності проводиться перевірка достовірності обліку та звітності у системі оподаткування. При цьому спостерігається тенденція поступового зміщення контрольних інтересів замовника: основна увага акцентується на результатах перевірки вимог податкового законодавства при формальному ставленні до перевірки бухгалтерського обліку та фінансової звітності.

Зміщення акцентів у сфері аудиторського контролю відбувається через:

- специфіку управління вітчизняним бізнесом;
- різну міру відповідальності суб'єктів господарювання при веденні обліку та звітності. Фактично на підприємстві у відповідності до внутрішніх нормативів контроль за правильністю ведення бухгалтерського обліку та звітності покладений на спеціальні підрозділи (служби) або на окремих уповноважених осіб, що зводить до мінімуму ризик понесення відповідальності у разі недотримання законодавчих вимог в обліковій сфері. Посадові особи можуть бути притягнути до адміністративної відповідальності з боку органів державної статистики за порушення в сфері бухгалтерського обліку лише при проведені камеральної перевірки (у разі неподання статистичних спостережень або подання їх недостовірними, не в повному обсязі, не за встановленою формою статистичної звітності, чи

із запізненням подання).

Інша міра відповідальності – за порушення у сфері оподаткування. Податковий контроль здійснюється державною фіскальною службою шляхом проведення перевірок, за результатами яких при необхідності донараховуються і стягуються у бюджет суми податків, застосовуються фінансові санкції, посадові особи притягуються до адміністративної, а при наявності доказової бази – до кримінальної відповідальності.

Як підсумок вищевикладеного, є констатація того факту, що неефективність вітчизняної податкової системи на всіх етапах її існування створила передумови виникнення податкового аудиту, який не підміняє функцій державного податкового контролю, не суперечить його доцільності, але виступає його альтернативним видом, як незалежний фінансовий контроль з метою захисту інтересів користувачів у сфері оподаткування.

Історичне узагальнення передумов становлення податкового аудиту наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Загальні передумови становлення податкового аудиту

Чинники	Загальна характеристика чинників	У тому числі, у сфері оподаткування
1	2	3
Економічні	Формування ринкової економіки. Глобалізація та диверсифікація організаційних структур бізнесу. Збільшення кількості економічних суб'єктів, розширення сфер діяльності та конкурентного середовища, поява новітніх господарських операцій. Поступова зміна парадигми управління бізнесом.	Неадекватність податкового навантаження та високий рівень тіньового сектору економіки (зворотній зв'язок). Неефективна система адміністрування та інтерес держави у зменшенні витрат від податкового контролю (зворотній зв'язок). Оптимізація оподаткування.
Інформаційні	Зростання обсягів фінансової та іншої економічної інформації та, одночасно, проблематика її адекватного використання користувачами. Ускладнення формування даних в обліку та звітності у системі оподаткування.	
Суспільні	Невпевненість користувачів у достовірності економічної інформації, наданої фахівцями з обліку (конфлікт інтересів користувачів).	Неналежний рівень якості податкового контролю. Наявність корупції.

Продовж. табл. 1

1	2	3
	Відсутність можливості оцінити користувачами якість, об'єктивність та повноту, наданої їм економічної інформації за результатами діяльності суб'єкта. Запит громадськості на забезпечення достовірності та якості фінансово-економічної інформації для прийняття оптимальних управлінських рішень через перевірку обліку та звітності (у тому числі, у системі оподаткування) з дотриманням вимог конфіденційності професійними фахівцями.	Недостатня компетентність фіскальних органів та посадових осіб підприємства у сфері оподаткування. Недовіра платників податків до фіскальної служби. Запит платників податків на захист їх інтересів у сфері оподаткування. Побудова партнерських відносин у трикутнику: незалежний фахівець-платник податків, орган податкового контролю
Правові	Законодавче закріплення аудиторської діяльності на національному рівні. Трансформація системи недержавного фінансового контролю у контексті вимог міжнародних стандартів аудиту.	Недосконалість, складність та нестабільність податкового законодавства
Організаційні	Організація аудиторських фірм, створення Аудиторської палати України, Спілки аудиторів України	
Наукові	Стан та тенденції розвитку методологічних та прикладних аспектів фінансового контролю, як науки у системі управління, зокрема, недержавного фінансового контролю.	

Висновки і перспективи подальших досліджень. Дослідження податкового аудиту в системі фінансового контролю через еволюцію процесів в сфері аудиторської діяльності та державного податкового контролю позволило розробити авторську класифікацію передумов його становлення та розвитку в Україні. Їх наявність забезпечує подальший розвиток незалежного податкового аудиту в Україні згідно з сучасними вимогами у сфері фінансового контролю, що відповідає і реаліям міжнародної аудиторської практики останніх років у сфері оподаткування.

Література

1. Горопко С.І. Податковий контроль за повнотою і правильністю сплати податків акціонерними товариствами /

С.І.Горопко, М.М. Мадяр // Журнал наукових праць «Науковий вісник Мукачівського державного університету», 2013.- Вип. № 14(9).- С. 132 -139.

2. Звіт Міжнародної Фінансової Корпорації про опитування підприємств в Україні [Електронний ресурс]: Проект сприяння підприємництву в Україні, травень 2001р.– Режим доступу:http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/5d538f804b5f7a879ddebd6eac26e1c2/IFC_Ukraine_BE_Survey_2001_Ukr.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=5d538f804b5f7a879ddebd6eac26e1c2

3. Кармінська-Белоброва М.В. Напрями реформування механізму адміністрування податків [Електронний ресурс]– Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tpdu/ 2010_3/doc/3/15.pdf

4. Риженко І. Є. Розвиток вітчизняного податкового аудиту на сучасному етапі становлення його системи [Електронний ресурс] / І. Є. Риженко - Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна №851, 2009 - с. 228 - 233 – Режим доступу: http://firearticles. com/ bugalterskiy-oblik-audit/9-rozvitok-vitchiznyanogo-podatkovogo-auditu-na-suchasnomu-etapi-stanovlennya-jogo-sistemi-rizhenko-i-ye.html

5. Сомов Л. Налоговый аудит / Л. Сомов – Финансовая газета. Региональный выпуск. - 2004. - №28. - с. 13.

6. Супруненко С.А. История становления и развития системы налогообложения Украины . 2013 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://opisdela.ru/?p=2065.

7. Paying Taxes 2010: The global picture / PricewaterhouseCoopers, World Bank Group. – Washington, D.C., 2009. – P. 77- 88.

1. Horopko S.I. Podatkový kontroĺ za povnotoju i pravyĺnistiu splaty podatkiv akcionernymy tovarystvamy / S.I. Horopko, M.M. Madiar // Žurnal naukovych prać «Naukový visnyk Mukačivśkoho deržavnoho universytetu», 2013.- Vypusk № 14(9).- c. 132 -139.(2013)

2. Zvit Mižnarodnoji Finansovoji Korporaciji pro opytuvannia pidprýemstv v Ukrajini [Elektronný resurs]: Proekt sprýannia pidprýemnyctvu v Ukrajini, traveń 2001r.– Režym dostupu:http: // www . ifc . org / wps/wcm/connect/5d538f804b5f7a879ddebd6eac26e1c2/IFC_Ukraine_BE_Survey_2001_Ukr.pdf?MOD=AJPERES (2001)

3. Karminśka-Belobrova M.V. Napriamy reformuvannia mechanizmu administruvannia podatkiv [Elektronný resurs]– Režym dostupu: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tpdu/ 2010_3/doc/3/15.pdf

4. Ryženko I. Je. Rozvytok vitčyznianoho podatkovoho audytu na sučasnomu etapi stanovlennia joho systemy [Elektronný resurs] / I. Je. Ryženko - Visnyk Charkivśkoho nacionaĺnoho universytetu imeni V. N. Karazina №851, 2009 - s. 228 - 233 – Režym dostupu: http://firearticles. com/ bugalterskiy-oblik-audit/9-rozvitok-vitchiznyanogo-podatkovogo-auditu-na-suchasnomu-etapi-stanovlennya-jogo-sistemi-rizhenko-i-ye.html (2009)

5. Somov L. Nalohovыy audyt / L. Somov – Fynansovaya hazeta. Rehyonal'nыy vыpusk. - 2004. - #28. - s. 13.(2004)

6. Suprunenko S.A. Ystoryya stanovlenyya y razvytyya systemы nalohooblozhenyya Ukraynы . 2013 [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: http://opisdela.ru/?p=2065.(2013)

7. Paying Taxes 2010: The global picture / PricewaterhouseCoopers, World Bank Group. – Washington, D.C., 2009. – P. 77- 88. (2010)

Рецензент: *Максімова В.Ф., д.е.н., професор, зав. кафедрою бухгалтерського обліку та аудиту.*

26.10.2015

УДК 330

Бровкова Олена, Ілінчук Марина, Мельникова Катерина

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

В статті розкрито сутність стратегічного менеджменту, як діяльність, яка забезпечую створення та підтримання стратегічної відповідальності між цілями організації, її потенціалом і можливостями у зовнішньому середовищі, проведено аналіз ієрархічної структури стратегії, розглянуто моделі стратегічного управління. Зроблено висновки стосовно ролі та місця стратегічного

планування в діяльності підприємства. Поява стратегічного управління зумовлена ускладнення умов виробництва і реалізації продукції. Стратегічне управління в конкретний момент визначає, як організація має діяти в сучасних умовах, щоб досягти бажаної мети в майбутньому, виходячи з того, що оточення змінюватиметься.

Ключові слова: стратегія, стратегічний менеджмент, модель стратегічного управління, ієрархічна структура стратегій.

Бровкова Елена, Илинчук Марина, Мельникова Екатерина

РОЛЬ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РАЗВИТИИ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье раскрыта сущность стратегического менеджмента, как деятельность, которая обеспечивает создание и поддержание стратегической ответственности между целями организации, ее потенциалом и возможностями во внешней среде, проведен анализ иерархической структуры стратегии, рассмотрены модели стратегического управления. Сделаны выводы относительно роли и места стратегического планирования в деятельности предприятия. Появление стратегического управления появилась в результате усложнения условий производства и реализации продукции. Стратегическое управление в конкретный момент определяет, как организация должна действовать в современных условиях, чтобы достичь желаемой цели в будущем, исходя из того, что окружение будет меняться.

Ключевые слова: стратегия, стратегический менеджмент, модель стратегического управления, иерархическая структура стратегий.

Brovkova Elena, Ilinchuk Marina, Melnikova Ekaterina

THE ROLE OF STRATEGIC MANAGEMENT IN ORGANIZATION DEVELOPMENT

The article reveals the essence of strategic management, as an activity which provides creation and maintenance of strategic responsibility between the goals of the organization, its potential and opportunities in the

external environment, the analysis of the hierarchical structure of the strategy discussed models of strategic management. Conclusions are drawn regarding the role and place of strategic planning in the enterprise. The emergence of strategic management emerged as a result of complication of conditions of production and sales. Strategic management in a particular moment determines how the organization should act in modern conditions to achieve the desired goal in the future, on the assumption that the environment will change.

***Keywords*:** strategy, strategic management, strategic management model, the hierarchical structure of the strategies.

Постановка проблеми. Стратегія – набір дій і підходів щодо досягнення кінцевого результату. Стратегія поєднує всі частини організації в єдине ціле, охоплює всі основні аспекти організації. Стратегію розглядають також як довгостроковий план розвитку організації, що забезпечую сумісність усіх частин планів організації [8, с. 5-6].

Визначення та реалізація стратегії відносяться до числа складних та трудомістких робіт, які раніше на підприємстві ніколи не виконувалися на належному рівні. Сьогодні ж управління більшості підприємств орієнтована головним чином на вирішення короткострокових проблем. В цих умовах часті зміни завдань, пріоритетів діяльності, рішень, наслідком чого є недосконалість структури показників діяльності, зниження конкурентоспроможності підприємств.

Аналіз останніх досліджень. Інтерес до поняття «стратегія» виник на початку 60-х рр. XX ст. Саме тоді з’явилась праця А. Д. Чандлер «Стратегія і структура» [6, с. 15-22], де він зазначив, що стратегія – це визначення основних довгострокових цілей організації, адаптації дій та розміщення ресурсів, необхідних для їх досягнення.

Невдовзі з’явились книга І. Ансофф «Корпоративна стратегія» [6, с 15-22], в якій була запропонована модель і ряд систематизованих схем, за допомогою яких виділено етапи прийняття та виконання стратегічних рішень. Цю роботу оцінено багатьма авторами, як першу наукову працю з стратегічного менеджменту.

Книга М. Портера «Стратегія конкуренції» тлумачить стратегічний менеджмент як управління на основі конкурентних переваг та

адекватного реагування на зміни зовнішнього середовища.

За визначення Х. Віссеми, стратегічне управління – це стиль управління та методи комунікації, передачі інформації, прийняття рішень і планування, за допомогою яких апарат управління й лінійні керівники своєчасно приймають і конкретизують рішення щодо цілей підприємницької діяльності [7, с 10-15].

Ціль статті. Розглянути основні поняття стратегічного менеджменту, його роль на розвиток підприємства.

Основний матеріал. Об'єктом стратегічного планування є організації, стратегічні господарські підрозділи та функціональні області організації.

Стратегія повинна:

- містити ясні цілі, досягнення яких є вирішальними для загального розвитку справи;
- підтримувати ініціативу;
- концентрувати зусилля в потрібний час і в потрібному місці;
- бути гнучким, відповідно до зовнішніх змін;
- мати коректний розклад дій;
- мати достатню кількість ресурсів.

Стратегічний менеджмент – це діяльність, щодо забезпечення реалізації цілей організації в умовах динамічного, невизначеного середовища, яке дозволяє оптимально використовувати існуючий потенціал і залишатися сприятливим до зовнішніх змін.

Основою стратегічного менеджменту є системний підхід. Згідно цього підходу організацію характеризують ряд особливостей:

- можливість змін її параметрів;
- унікальність і непередбачуваність поведінки в конкретних умовах;
- змінювати свою структуру;
- адаптуватися до зміни умов;
- формування цілей усередині системи.

Існує 5 задач стратегічного менеджменту, такі як:

1. Формування стратегічного бачення і місії компанії. На даному етапі визначається довгострокова перспектива розвитку, формується майбутній образ компанії та цілі організації.

2. Визначення мети. Визначення конкретних цілей, формування місії до окремих планів роботи за допомогою яких можна

досягти успіху.

3. Створення стратегії. Розробляється план дій чи стратегія, яка може адаптуватися під різні ситуації.

4. Реалізація стратегії: створюються організаційні можливості для успішного виконання стратегії; проводиться контроль бюджету; визначається політика фірми; мотивуються працівники фірми для більш ефективної роботи; створюються сприятливі умови в фірмі, для успішної реалізації поставленої мети; забезпечується внутрішнє керівництво, необхідним для просування по шляху реалізації стратегії.

Щодо моделі стратегічного менеджменту, то різні дослідники пропонують різні підходи. А. Томсон та Д. Стрікленд розглядають п'ять завдань: визначення сфери діяльності та формування стратегічних установок; поставка цілей і завдань для їх досягнення; формування стратегії для поставлених цілей і результатів діяльності виробництва; реалізація стратегічного плану; оцінка результатів діяльності та зміна стратегічного плану або методів його реалізації. Вихонський пропонує розглядати процес стратегічного управління як динамічну сукупність взаємозалежних управлінських процесів: аналізу середовища; визначення місії і цілей; вибору стратегії; виконання стратегії; оцінки і контролю виконання.

За основу найчастіше беруть класичну модель стратегічного управління, на рис. 1.1.

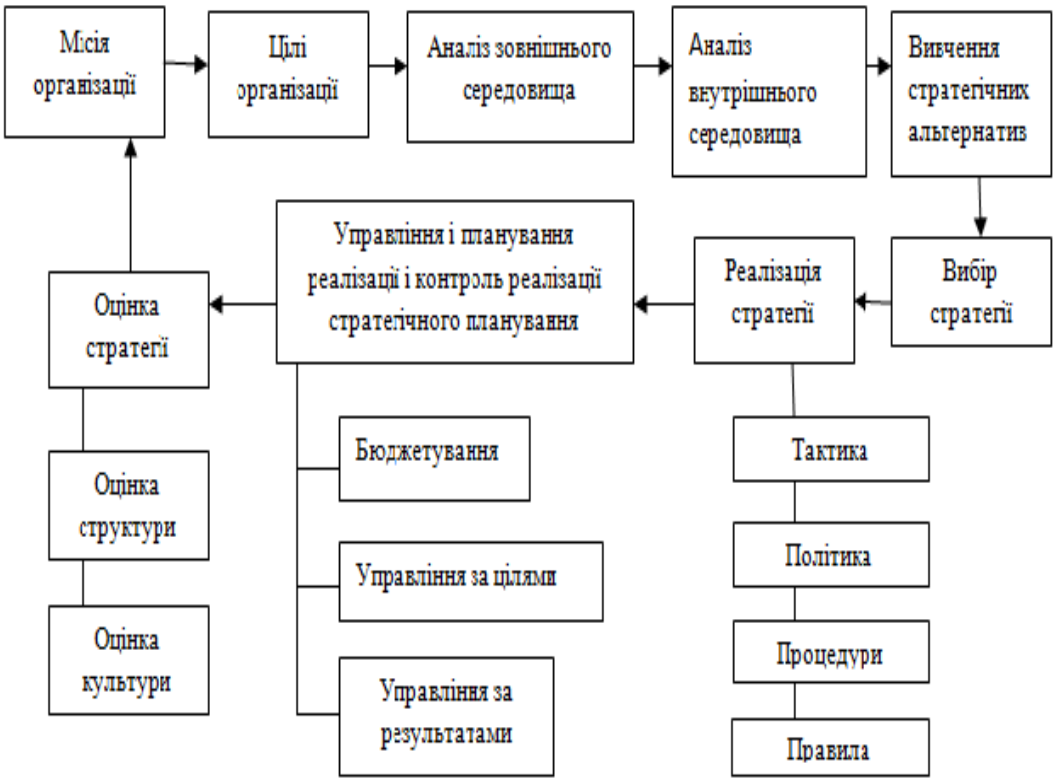

Рис. 1.1. Процес стратегічного планування

Процес розробки стратегії дозволяє:

а) підтримувати спрямований в майбутнє спосіб мислення та поведінки;

б) координувати рішення і дії в галузі маркетингу;

в) слугує для інформування співробітників по цілі та необхідні ресурси;

г) мотивує співробітників тим що, від досягнення цілей підприємства залежить їх заробітну плата та премії;

д) створює передумови для оцінки та контролю результатів.

Сучасний процес стратегічного планування включає: аналіз попиту та пропозиції на товари і послуги на місцевому, національному і міжнародному ринках, і насамперед, у тих його сегментах, що є пріоритетними у відповідності зі стратегією компанії; визначення ролі підприємства в забезпеченні товарами і послугами клієнтури; виявлення співвідношення витрат на здійснення господарських операцій у порівнянні з іншими підприємствами, проведення на сучасному рівні рекламної роботи.

Недоліки стратегічного планування:

- стратегія не дає точного й детального передбачення майбутнього, а лише намагається прогнозувати можливості підприємства в конкурентній боротьбі;

- стратегічний менеджмент не має уніфікованої процедури, яка передбачала б, що і як робити в конкретній ситуації;

- методологія використовую багато вузькопрофесійних термінів, що ускладнює порозуміння з неспеціалістами;

- розроблення стратегії потребує великих зусиль, витрат часу та ресурсів під час прогнозування;

- наявність сформованої стратегії може сприяти бюрократизації управління.

Виділяють три групи об'єктів стратегічного управління, що відповідають трьом структурним рівням підприємства:

- підприємство в цілому;

- стратегічне поле господарювання;

- функціональна сфера діяльності.

Підприємство в цілому включає в себе групи підприємств, концерн, самостійні заводи та фабрики.

Стратегічне поле господарювання – сукупність продуктово-ринкових сегментів і видів діяльності підприємства, які виділили для проведення самостійної технічної, виробничої, комерційної та регіональної політики.

Функціональна сфера діяльність – це структурні підрозділи підприємства, орієнтовані на виконання певних функцій і забезпечення успішної діяльності стратегічних одиниць бізнесу і підприємства в цілому.

Кульмінаційним моментом стратегічного планування є вибір стратегії, тобто якісно визначеного напряму розвитку організації. Якщо цілі окреслюють прагнення організації, то стратегія дає відповідь яким саме чином, за допомогою яких дій можна досягти цих цілей в умовах конкурентного оточення.

Особливості стратегічного планування в сучасних умовах:

− при традиційному підході організацію розглядають як «закриту» систему, її цілі та завдання вважають заданими і стабільними протягом тривалого часу. В сучасних умовах організацію розглядають як «відкриту» систему, головні передумови діяльності якої закладені не всередині, а поза нею, тобто успіх залежить від того наскільки організація пристосувалася до свого оточення;

− організацію можна трактувати одночасно як соціальну й економічну систему. На даний час особливого значення набула організаційна культура, ділова етика та мораль

− організацію часто перетворюють у сукупність різних господарських підрозділів, вони об’єднанні для досягнення однієї спільної мети, самостійно визначають стратегію.

− під час розроблення стратегії відбувається зміна психології планування, проходження шляху від майбутнього до теперішнього.

− планування стратегії характеризується посиленням гнучкості, зокрема, планових горизонтів.

Висновки. В даний час багато організацій відчувають ряд труднощів з підбором заходів, реалізації яких сприяла б досягненню бажаного, будь то отримання прибутку, збільшення ринкової вартості компанії, розширення ринків збуду, комплексу послуг і т.д.. Для досягнення ефективної діяльності організації необхідно замислюватися про опрацювання заходів, спрямованих на досягнення цих цілей, з допомогою організації системи стратегічного менеджменту [1, с. 380-382].

Стратегічне планування вимагає змін, коли проявляються такі симптоми:

а) систематичне недосягнення поставлених перед компанією цілей протягом декількох років;

б) непередбачуваність роботи деяких підсистем компанії. Ймовірність досягнення ними необхідних результатів складає менше 95%.

в) обмеження, що існують в організації, не є внутрішнім, а відносяться до ринку або іншим ланцюга поставок.

г) більше одного скорочення в компанії за останні 5 років.

Стратегічне управління – це процес застосування набору різних управлінських рішень, що сприяє досягненню головної мети функціонування організації. Основними функціями стратегічного управління можна назвати планування, організацію, мотивацію і контроль. Значення стратегічного менеджменту в рамках сучасної життєдіяльності компанії велике, тому грамотно створена система стратегічного менеджменту є основою успішного розвитку організації.

Література

1. Бровкова О.Г. Стратегічний менеджмент / О.Г. Бровкова // Навч.пос. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 223 с.

2. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы / Х. Виссема ; пер. с англ. — М. : ИНФРА-М, 1996. – 302 с.

3. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарика, 1998. – 186 с.

4. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник / О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарика, 1998. – 228 с.

5. Клейнер Г. Стратегічний менеджмент: актуальные проблемы и новые направления / Г.Клейнер // Проблемы теории и практики управления, 2009.– №1.– С.15-22

6. Козлова А. С. До питания про стратегічному менеджменту / А. С. Козлова // Молодий учений. — 2014. — №18. – 128 с.

7. Осовська Г.В., Фіщук О.А., Жалінська І.В.. Стратегічний менеджмент: теорія та практика/ Г.В. Осовська, О.А. Фіщук, І.В. Жалінська// Навч. пос. - К.: Кондор, 2012. - 196 с.

8. Шаповал С.С., Заєць М.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності та інноваційної діяльності/ С.С. Шаповал, М.А. Заєць// Навч. пос. – К.: Фенікс, 2009. – 589 с.

1. Brovkova O.G. Strategichny`j menedzhment / O.G. Brovkova // Navch.pos. – K.: Centr uchbovoyi literatury`, 2012. – 223 s.
2. Vy`ssema X. Menedzhment v podrazdeleny`yax fy`rmы / X. Vy`ssema ; per. s angl. — M. : Y`NFRA-M, 1996. – 302 s.
3. Vy`xansky`j O. S. Strategy`cheskoe upravleny`e : uchebny`k / O. S. Vy`xansky`j. – 2-e y`zd., pererab. y` dop. – M. : Gardary`ka, 1998. – 186 s.
4. Vy`xansky`j O. S. Strategy`cheskoe upravleny`e : uchebny`k / O. S. Vy`xansky`j. – 2-e y`zd., pererab. y` dop. – M. : Gardary`ka, 1998. – 228 s.
5. Klejner G. Strategichny`j menedzhment: aktual`nые problemы y` novые napravleny`ya / G.Klejner // Problemы teory`y` y` prakty`ky` upravleny`ya, 2009.– #1.– S.15-22
6. Kozlova A. S. Do py`tany`ya pro strategichnomu menedzhmentu / A. S. Kozlova // Molody`j ucheny`j. — 2014. — #18. – 128 s.
7. Osovs`ka G.V., Fishhuk O.A., Zhalins`ka I.V.. Strategichny`j menedzhment: teoriya ta prakty`ka/ G.V. Osovs`ka, O.A. Fishhuk, I.V. Zhalins`ka// Navch. pos. - K.: Kondor, 2012. - 196 s.
8. Shapoval S.S., Zayecz` M.A. Menedzhment zovnishn`oekonomichnoyi diyal`nosti ta innovacijnoyi diyal`nosti/ S.S. Shapoval, M.A. Zayecz`// Navch. pos. – K.: Feniks, 2009. – 589 s.

Рецензент: *Захарченко В.І., д.е.н., професор кафедри менеджменту ЗЕД, ОНПУ*

26.10.2015

УДК 629.7

Гавриш Олег, Войтко Сергій, Бухун Юрій

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОСТІ У ФУНКЦІОНУВАННІ ПІДПРИЄМСТВ КОСМІЧНОЇ ГАЛУЗІ

В статті розглядається проблема розвитку космічної галузі України з точки зору забезпечення її стійкого та стабільного функціонування. Особливо актуальною ця проблема стає в умовах економічної рецесії, переформатування ринку, розриву технологічних та економічних зв'язків та відкриття нових ринків в рамках євроінтеграції. Метою статті є визначення основних проблем на шляху забезпечення сталості функціонування підприємств космічної галузі та визначення шляхів їх подолання. Науковим результатом є діагностика проблем забезпечення економічної сталості підприємств космічної галузі та аналіз механізмів для подолання цих проблем, що має широке практичне та наукове застосування. Проблема сталого розвитку космічної галузі України є особливо актуальною з огляду на трансформаційний характер кризових явищ в українській економіці та активний процес переформатування зовнішніх ринків збуту.

Ключові слова: стале функціонування, космічна галузь, забезпечення сталості, економічна стійкість, подолання кризи

Гавриш Олег, Войтко Сергей, Бухун Юрий

ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ПРЕДПРИЯТИЙ КОСМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

В статье рассматривается проблема развития космической отрасли Украины с точки зрения обеспечения ее устойчивого и стабильного функционирования. Особенно актуальной эта проблема становится в условиях экономической рецессии, переформатирование рынка, разрыва технологических и экономических связей и открытие новых рынков в рамках евроинтеграции. Целью статьи является определение основных проблем на пути обеспечения устойчивости функционирования предприятий космической отрасли и определение

путей их преодоления. Научным результатом является диагностика проблем обеспечения экономической устойчивости предприятий космической отрасли и анализ механизмов для преодоления этих проблем, имеет широкое практическое и научное применение. Проблема устойчивого развития космической отрасли Украины является особенно актуальной ввиду трансформационный характер кризисных явлений в украинской экономике и активный процесс переформатирования внешних рынков сбыта.

Ключевые слова: устойчивое функционирование, космическая отрасль, обеспечение постоянства, экономическая устойчивость, преодоления кризиса

Gavrish Oleg Voitko Sergei, Buhun Yuri

ENSURING SUSTAINABILITY IN THE SPACE INDUSTRY FUNCTIONING

In the article the problem of Ukraine's space industry in terms of its sustainable and stable functioning. Particularly relevant is this problem during the economic recession, reformatting the market, technological gap and economic ties and opening of new markets within the European integration. The article is to define the main challenges to sustainability functioning space industry and identify ways to overcome them. For practical and scientific results, the following methods: economic and statistical, and structural analysis, economic diagnostics. A scientific diagnosis result is problems of economic sustainability space industry and analysis mechanisms to overcome these problems have wide practical and scientific applications. The problem of sustainable development of space industry in Ukraine is particularly relevant given the transformational nature of the crisis in the Ukrainian economy and active process of reformatting the external markets.

Keywords: sustainable functioning, space industry, ensure sustainability, economic stability, overcome the crisis

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв’язок із важливими науковими або практичними завданнями. Сучасний стан економіки України характеризується складністю та високим

рівнем динамічності середовища функціонування, в тому числі й для підприємств космічної галузі, що зумовлює необхідність постійного вдосконалення підходів до управління ними для забезпечення стійкості та протистояння впливу дестабілізуючих чинників. Функціональна сталість для підприємств космічної галузі, що працюють на ринкових засадах, забезпечується їх економічною стійкістю. У сучасних умовах досягнення економічної стійкості є запорукою ефективного розвитку підприємств зокрема та збереження космічного потенціалу країни в цілому.

Довгострокове забезпечення достатньої функціональної економічної стійкості для підприємств космічної галузі можливе тільки за рахунок усвідомлених, спрямованих дій на перспективу, що носять стратегічний і програмний характер. Тому забезпечення функціональної сталості та поступального розвитку, перехід до етапу довгострокового стійкого функціонування підприємств космічної галузі є стратегічною метою та першочерговим завданням для вітчизняної економічної думки. Особливо важливими є наукові розробки щодо забезпечення сталості функціонування підприємств космічної галузі в умовах трансформації ризиків на усіх ринках, де працюють дані підприємства, особливо на міжнародному рівні. Критична залежність від російської сировини та комплектуючих, втрата значної частини традиційних ринків та зародження високої конкуренції з боку держав, що претендують на космічний статус – все це робить вкрай актуальним питання забезпечення функціональної сталості підприємств космічної галузі України.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз головних аспектів управління функціональною й економічною сталістю підприємств в цілому та його ролі у системі господарювання був проведений низкою вітчизняних та зарубіжних вчених. Під час дослідження вивчені та узагальнені основні результати наукових доробок вітчизняних учених, зокрема В. В. Вітлінського [1], В.М. Кочеткова [2]; а також західних економістів, зокрема Ф. Брігхема [3], П. Друкера [4], Р. Акоффа [5], А. Берліна [6].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Однак, успішне вирішення теоретичних й науково-практичних питань, які пов’язані з напрацюванням методів забезпечення стійкого економічного

функціонування підприємств, накопиченням ефективного досвіду щодо планування, організації та управління діяльністю цих підприємств в умовах нестабільності ринкового середовища відбувається недостатньо швидко, тому ціла низка питань та проблем залишається без належної для цього уваги. В значному ряді випадків застосовувані методи забезпечення функціональної та економічної сталості розглядаються дослідниками ізольовано від системи управління підприємствами, особливо з врахуванням особливостей космічної галузі, серед яких – вкрай тривалий виробничий цикл, необхідність залучення значних обсягів інвестицій на підтримку виробничої та наукової бази, брак сучасного інвестиційного менеджменту на підприємствах, неефективна організаційна та виробнича структура підприємств тощо.

Тому, попри значний наробіток вітчизняних та зарубіжних вчених, гостро бракує досліджень, що розглядають стійкість функціонування підприємств з точки зору особливостей саме космічної галузі.

Формулювання цілей статті. Мета нашого дослідження – це аналіз умов забезпечення функціональної сталості підприємств космічної галузі України, зокрема шляхом досягнення економічної стійкості підприємств в умовах значних кризових впливів з боку зовнішніх ринків та скорочення державного фінансування.

Виклад основного матеріалу. Сталий розвиток підприємств космічної галузі залежить від забезпечення їх функціональної стійкості в сучасному швидкозмінному економічному середовищі, особливо з огляду на кризові явища, частково неекономічного характеру (агресія з боку Росії, політично заангажовані торговельні війни). В той же час, інтеграційні процеси останнього року, що спрямовані на розвинені країни, надають можливість для розширення міжнародної співпраці та поглиблення її ефективності.

Сталий розвиток підприємства в цілому знаходиться під впливом багатьох чинників – внутрішніх і зовнішніх, прямих і непрямих, об'єктивних і суб'єктивних, регульованих ринком, державою, безпосередньо самим підприємством.

Найважливішими внутрішніми факторами стійкості підприємства є:

– наявність інвестицій;

– інноваційна активність, що безпосередньо визначає конкурентоспроможність продукції та виробничої технології;

– нова технологія і техніка;

– інтелектуальні ресурси, резервні потужності;

– політика управління капіталом, якістю продукції, стратегією маркетингової політики, персоналом підприємства.

Великим є вплив на рівень економічної стійкості таких факторів, як:

– відсутність професійного досвіду у стратегічному менеджменті;

– фінансові прорахунки;

– погана організація праці;

– погана пристосованість до змін у ринковому, соціальному та екологічному середовищах.

Виходячи з вищезазначеного, економічну стійкість підприємства можна розглядати як функцію від якості її управління на всіх рівнях та всіх аспектах діяльності підприємства.

В той же час, для підприємств космічної галузі в Україні особливо важливим є зовнішнє середовище – залежність від зовнішніх ринків (іноді критична), залежність від державного фінансування тощо. В поєднанні з тривалим виробничим циклом, забезпечення економічної стійкості підприємств космічної галузі, навіть за умови ефективного управління, видається нетривіальною задачею. З іншого боку, потенціал галузі, особливо при застосуванні розробок у військово-промисловому комплексі (ВПК), дозволяє розраховувати в майбутньому на державні замовлення, які здатні сформувати стійкий внутрішній попит. Але лише державного замовлення недостатньо для збереження таких обсягів виробництва, що дозволить задіяти бодай наявні виробничі потужності.

Для великих промислових підприємств та корпорацій реальним і дієвим інструментом функціональної стійкості є ефективне використання таких способів адаптації до критичних змін зовнішнього середовища, як диверсифікація продукції, робіт, послуг, розширення ринкових зв'язків, оптимізація структури основних виробничих фондів і т.д. Особливо актуальною є проблема адаптації до нових умов роботи внаслідок кризи 2014 року, коли припинилась значна частина співпраці з РФ. Через втрату великої частки замовлень провідні

підприємства галузі опинилися у скрутному фінансовому становищі: повністю припинилося військово-технічне співробітництво з РФ, призупинено виробництво ракетносіїв «Зеніт» для проектів «Морський старт» і «Наземний старт». Ще одним дестабілізуючим чинником стало найнижче за останнє десятиліття фінансування Загальнодержавної космічної програми України в 2014 році [7]. Суб'єкти малого підприємництва в таких умовах не мають настільки широкий спектр адаптаційних можливостей і зміна навіть одного з параметрів зовнішнього середовища може виявитися для них критичною, тому в умовах економічної кризи створення невеликих підприємств, що займаються прикладними розробками в космічній галузі на кшталт бізнес-інкубаторів в розвинених країнах, несе вкрай високі ризики. Хоча в цілому невеликі підприємства космічної галузі можуть забезпечити собі функціональну стійкість, наприклад, як аутсорсингові підприємства для великих проектів або як венчурні компанії, що розробляють та випробовують інноваційну продукцію.

На відміну від малих, великі підприємства космічної галузі в кризових умовах можуть залучати інвестиції, кредити чи отримати підтримку від держави, мають значну кількість апробованих наукових розробок та певну частину проектів, від яких держава чи міжнародні партнери не можуть відмовитися (зокрема, розробки в галузі ВПК, робота над ракетно-космічним комплексом «Антарес» та міжнародний проект «Taurus 2» тощо).

Аналізуючи світовий досвід, відомі науковці В. Горбулін та В. Шеховцев, що займаються проблематикою розвитку космічної галузі України, розглядають важливою умовою забезпечення стійкості космічної промисловості створення потужних інтеграційних структур, що об’єднують кілька успішних компаній. Вони зазначають, що сьогодні успіх на зовнішньому аерокосмічному ринку мають ті компанії, які заздалегідь сконцентрували свій інтелектуальний, науково-технічний та промисловий потенціал у формі потужних інтегрованих структур, спроможних розробляти конкуренто-спроможну продукцію.

За їх прогнозами, очікується певне збільшення попиту на авіакосмічному світовому ринку. З іншого ж боку, держава не в змозі забезпечити фінансування потужностей галузей у достатніх обсягах. За рахунок створення міжнародних інтегрованих структур за участю

організацій і підприємств України для виконання масштабних комерційних проектів галузі зможуть отримати додаткове позабюджетне джерело фінансування [8].

При цьому В. Горбулін та В. Шеховцев спираються на світову практику космічних держав – так, у США основні інтеграційні перетворення в авіакосмічній сфері було проведено у 1992-1997 роках через зменшення фінансування програм закупівлі воєнної продукції аерокосмічних фірм (у 1990-1995 роках на ~ 59%) після завершення «холодної війни»; спад виробництва у високотехнологічному секторі промисловості внаслідок скорочення державних капіталовкладень у розвиток науки і техніки; дії урядів 90-х років, спрямованих на збалансування федерального бюджету.

Метою цих інтеграційних перетворень було досягнення якісно нового стану фірм і компаній, який дозволяв не тільки вижити в нових умовах, але й нарощувати конкурентні можливості за рахунок внутрішньої консолідації фірм і компаній, реалізації ефектів масштабу, синергії та диверсифікації виробництва.

За шість років по тому з понад двадцяти великих компаній було створено чотири потужні інтегровані структури – Lockheed Martin, Boeing, Northrop Grumman, Raytheon, які поділили між собою (за обсягами кінцевої продукції) внутрішній та більшу частку світового аерокосмічного ринку.

В Росії в цей період також було створено 9 інтегрованих структур – на кінець 2005 року запрацювали ФДУП «РСК МіГ», ВАТ «НВК «Іркут», ВАТ «Компанія «Сухой», ВАТ «Туполєв», ВАТ «МАК Іллюшин», ВАТ «ОПК Оборонпром», ВАТ «Корпорація «Аерокосмічне обладнання», ВАТ «Холдингова компанія «Авіаприлад-Холдинг», ВАТ «Концерн «Авіоніка» [8].

З огляду на втрату значної частини російського ринку, скорочення державних витрат на державну космічну Програму та зростання конкуренції на світовому ринку товарів та послуг у космічній галузі, можна розглядати американський інтеграційний досвід як близький для нинішнього стану вітчизняної космічної галузі.

Розглянемо детальніше питання економічної стійкості у розрізі управління підприємством космічної галузі у кризовий період в процесі пошуку нових ринків збуту.

Забезпечення економічної стійкості – це, перш за все, вибір слабких місць у діяльності об'єкта і потім планування стратегії щодо їх поліпшення, включаючи визначення необхідних засобів і обсягів фінансових ресурсів.

Для виявлення слабких місць у діяльності підприємства необхідно дати оцінку складових категорій економічної стійкості за допомогою сукупності показників, що характеризують ці категорії:

– показники виробничої стійкості (коефіцієнт придатності та оновлення основних фондів, коефіцієнт зносу основних фондів);

– показники соціальної стійкості (коефіцієнт чисельності обороту персоналу, коефіцієнт заміщення персоналу та ін.);

– показники стійкості ділової активності (широта ринків збуту, обсяг реалізації виробленої продукції (робіт, послуг), коефіцієнт загальної оборотності капіталу, фондовіддача та ін.);

– показники фінансової стійкості (коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт покриття та ін.).

Таким чином, в сучасних умовах стійкість підприємства формується під впливом складного комплексу чинників. При всьому їх різноманітті, спостерігається єдність, що характеризує економічно стійкі підприємства. Ця єдність полягає в:

-наявності ефективного підходу до організації виробничої фінансової, маркетингової діяльності;

- умінні вловлювати сигнали про зміну середовища і швидко реагувати на них;

- здатності керівництва ефективно використовувати «людський капітал»;

- постійному оновленні технологій та інноваціях.

Зазначимо, що постійний розвиток інноваційних процесів є найважливішою запорукою сталого розвитку як економічної системи в цілому, так і окремих підприємств.

У свою чергу, ключову роль в реалізації інноваційного потенціалу відіграє забезпечення сталого розвитку підприємств. Отже, можна вважати процеси забезпечення сталого розвитку та підвищення інноваційного потенціалу взаємообумовленими. Це доведено в працях А. В. Козаченко [9, с. 114-119], Л.Т. Гіляровської [10, с. 89-93], В. М. Гончарова [11, с. 65] та інших.

Практика також доводить важливість розвитку інноваційних виробництв: згідно статистичних даних ЮНКТАД [12], світовий ринок інноваційних технологій в 2014 р. оцінювався майже в 2,66 трлн. дол. США.

Наша країна належить до таких держав, чий рівень економіки не може повністю відповідати науково-технічному розвитку і освітньому потенціалу, особливо в космічній галузі. Причини цього мають комплексний характер. Зокрема, спостерігається занепад дослідно-виробничого підґрунтя в системі наукових розробок, що уповільнює, або й навіть унеможливлює комерціалізацію наукових досягнень. Також, у нашій державі досі не повною мірою реалізується комплексний підхід щодо управління космічною галуззю в цілому, через недостатнє фінансування існуючих державних програм розвитку космічної галузі. Зокрема, у 2014 році фактично профінансовано 96,8 % від запланованих держбюджетом видатків на виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, але по відношенню до обсягів фінансування, передбачених Законом України про Космічну програму на 2013–2017 роки, фактичні видатки становили лише 28% (з 230 млн. грн., запланованих у Програмі, фактично було виділено 70 млн. грн., з них використано 68 млн. грн.). Як зазначають експерти [13], недофінансування наукової діяльності призводить до затягування досліджень у часі та появи боргів за проведені роботи. Аналіз звітних документів лише підтверджує невтішні припущення. Як вказано в звіті про виконання паспорта бюджетної Космічної програми за 2014 рік, із усіх касових видатків у розмірі 67,8 млн. грн. на погашення кредиторської заборгованості, яка виникла в попередні роки, витрачено 57,5 млн. грн., що становить 85% від витрачених державних коштів [13].

Зменшення об’єму виробництва на підприємствах космічної галузі призводить до зменшення конкурентоспроможності, що, в свою чергу, зменшує можливість просування товарів на збутові ринки, особливо зарубіжні.

З іншого боку, продукція вітчизняних підприємств космічної галузі є доволі конкурентоспроможною. Згідно оцінок Євросоюзу, за результатами запуску програми Європейського Союзу з інновацій та досліджень «Горизонт-2020» наша країна залишається ключовим партнером ЄС. У сьомій рамковій програмі «FP7», що передувала

програмі «Горизонт 2020», Україна увійшла в десятку найбільш ефективних так званих «третіх» країн (за діючою класифікацією, треті країни – країни, які не є членами ЄС і не асоційовані з програмою) [14].

Також найбільші підприємства галузі – КБ «Південне» і ВО «Південмаш» уклали тривалий, на період до 2018 року контракт з корпорацією «Орбітал Саєнс» із США. Фінансування цієї програми відбувається за участі Національного управління аеронавтики й дослідження космічного простору Сполучених Штатів Америки (НАСА). Всього на реалізацію цього проекту було виділено 1900 млн. дол. Початком став пробний запуск ракетоносія «Антарес», що продовжив політику дальшого розвитку відносин між Україною і США у ракетно-космічній галузі як складової взаємного стратегічного партнерства між нашими державами [15].

З метою переведення інноваційно-інвестиційного розвитку виробництва підприємств космічної галузі із намірів та декларацій в забезпечення сталого розвитку, потрібно запровадити більш ефективну та раціональну модель інвестицій та фінансування. Світовий досвід вказує, що існують принаймні дві моделі інновацій, що вдало можуть бути реалізовані в розвинутих країнах. Франція свого часу вибрала модель так званих «ста провідних технологій», тобто там визначили доволі широке коло технологій, які мають найбільший потенціал і які слід максимально стимулювати на державному і приватному рівнях. Така політика дала можливість здійснити прорив у широкому діапазоні наукових відкриттів та створити конкурентоспроможну на світовому ринку інноваційну продукцію. Японія також розвивається за схожою моделлю. А Сполучені Штати Америки, взагалі приділили найбільшої уваги розвиткові військової галузі. Отримані технології і розробки вони поширюють на інші підгалузі економіки [16, с. 83-87]. Це, згодом, забезпечило США світове лідерство майже у всіх сферах космічної галузі. Україна також, ще з радянських часів, має левову частку продукції військового та подвійного призначення у підприємствах космічної галузі. Проблемою є впровадження військових технологій та їх окремих елементів у комерційне виробництво.

Вітчизняні підприємства в більшості своїй продовжують використовувати ще індустріальну модель розвитку виробництва, в той час як в розвинутих космічних країнах вже здійснений перехід до

інноваційно-інвестиційної моделі. На сьогодні інноваційна стратегія підприємств космічної галузі підпорядковується вузько-спеціалізованим інтересам державних програм, технічна і економічна експертиза інноваційних проектів є недосконалою, не задіяні конкурентні механізми виробництва, обмежені можливості для експериментальної перевірки ідей. Так, експерти виділяють наступні проблеми розвитку підприємств космічної галузі України [8]:

– неприйнятно низькі темпи структурної перебудови системи управління галуззю (на сьогодні вибір більш ефективної системи управління знаходиться на рівні дискусій);

– недостатні зусилля відповідальних структур щодо впровадження механізмів державно-приватного партнерства в інтересах розширення міжнародної ракетно-космічної діяльності галузі;

– залежність від поставок сировини, матеріалів та комплектуючих з інших країн, в першу чергу з Російської Федерації, у тому числі стратегічних алюмінієвого та титанового прокату, вуглець-вуглецевих та наноструктурних матеріалів;

– неприйнятний знос дослідного, технологічного та виробничого обладнання, який перевищує 50%, а для деяких підприємств сягає 80%; середній термін функціонування випробувальних засобів експериментальної та експериментально-промислової бази перевищує 35 років, що є неприпустимим;

– відсутність планового технологічного оновлення інфраструктури організацій і підприємств галузі;

– скорочення чисельності працюючих у сфері розробки нових технологій та галузевій науці (більш ніж у два рази у заводському секторі та майже в 1,6 рази у галузевому) ;

– неприйнятний стан технологічної та виробничої бази галузі [17].

Виходячи з вищезазначеного, можна стверджувати, що абсолютна більшість проблем у забезпеченні економічної стійкості підприємств космічної галузі полягає в низькій якості стратегічного менеджменту, особливо в інвестиційній сфері. Досі не подолані інерційні процеси неефективного перерозподілу державних коштів, характерні для радянської планової економіки. Зокрема, попри те, що в 2014 році підприємствами галузі вироблено та реалізовано продукції

на суму близько 2,9 млрд. грн., більшість із них є збитковими. Фактично гроші заробляють кілька підприємств, але розподіляється зароблене, згідно з регламентом Агентства, на всі підприємства космічної галузі України [13].

Існуюча проблема залежності від російського ринку значною мірою зумовлена політичними процесами та міцними зв'язками колись цілісного комплексу підприємств ракетно-космічної галузі. Так, участь України в Рамковій програмі ЄС з наукових досліджень та інновацій «Горизонт 2020» в якості асоційованого члена значною мірою зумовлена співпрацею в рамках підписаної угоди про Асоціацію з ЄС [14]. Існує цілий ряд розробок у сфері військово-промислового комплексу, які гальмувались в рамках російсько-українського партнерства, зокрема створення багатофункціонального ракетного комплексу (БФРК) «Сапсан» для Збройних сил України або іншої ракетної системи оперативно-тактичного рівня у вигляді експортних версій [18]. Водночас, саме українські підприємства космічної галузі є найбільшим конкурентом РФ на ринку доставки корисних вантажів. У різні роки, за оцінками експертів, Україна отримувала до 10% річного доходу від пускових робіт всієї аерокосмічної галузі світу. Зараз цей ринок послуг оцінюється приблизно у 360 млрд. доларів США. Таким чином, потенціал надходжень коштів від космічної діяльності для України може сягати 36 млрд. доларів щорічно [13].

Таким чином, забезпечення економічної стійкості підприємств космічної галузі є, на нашу думку, завданням переходу до сучасного інноваційно-інвестиційного менеджменту, що здатен забезпечити вихід підприємств на нові ринки збуту, залучення масштабних інвестицій, позбавлення від технологічної та сировинної залежності. В умовах складного фінансового становища найбільш економічно ефективних підприємств космічної галузі (зокрема, ПАТ «Хартрон», «КБ «Південне» і «СПБ «Арсенал») доцільним є розглянути світовий досвід зі створення інтегрованих структур, що здатні максимально повно використати синергетичний ефект і ефект масштабу.

Для того, щоб підприємства космічної галузі мали змогу перейти до інноваційно-інвестиційної моделі розвитку забезпечення сталого розвитку, необхідним є здійснення наступних заходів:

а) впровадити механізм ефективного держзамовлення на

розробку та впровадження нововведень на виробництвах;

б) залучити до процесу інвестування світових лідерів високотехнологічного бізнесу, для цього створити найбільш вигідні умови для інвестування саме у вітчизняні підприємства;

в) забезпечити динамічний розвиток інноваційних структур, що об’єднували б зусилля науки, освіти та виробництва за участю фінансового капіталу.

На наш погляд, протистояти об'єктивним причинам ринкової нестабільності і забезпечити економічну стійкість допоможе застосування компаніями космічної галузі стратегії диверсифікації, яка частково вже використовується в практичній діяльності зарубіжних і вітчизняних вертикально-інтегрованих великих космічних компаній та корпорацій, але не отримала ще в достатній мірі аналітичного узагальнення та необхідного теоретичного обґрунтування.

Неоднозначність фінансового стану підприємств і прибутку від реалізації продукції ускладнюють завдання вироблення оптимальної схеми диверсифікації, застосовної для всіх компаній космічної галузі України.

Диверсифікація діяльності стає ефективним рішенням в умовах:

– високої волатильності зовнішніх ринків;

– браку фінансових ресурсів, кількість яких менша за необхідні для підтримки конкурентних переваг у первісних сферах бізнесу;

– можливості компаній вийти на нові ринки товарів, послуг з отриманням більшого прибутку, ніж при нарощуванні виробництва;

– наявності нереалізованого виробничого потенціалу і технологічних можливостях альтернативного використання наявних технологій та наукових розробок;

– можливості виходу на нові ринки без значних витрат, після чого при позитивному результаті реалізується масштабна диверсифікація.

У цих випадках диверсифікація забезпечує:

– економічну стійкість в умовах зростаючої конкуренції і нестабільності ринків;

– мінімізацію ризиків за рахунок їх розподілу між різними сферами діяльності.

При цьому необхідно зазначити, що диверсифікація напрямків діяльності без інвестицій на модернізацію основних фондів на новій технологічній основі в кінцевому підсумку призведе до занепаду космічної галузі і, як наслідок – погіршенню макроекономічної ситуації в країні.

Тому диверсифікація космічних компаній, особливо вертикально-інтегрованих, повинна здійснюватися при збереженні пріоритетів підвищення інноваційності виробленої продукції та забезпечення наукової бази для подальших розробок.

Можна виділити такі основні форми диверсифікації:

1) інвестиції або придбання частки компанії, вже діючої на обраному ринку;

2) створення різного роду альянсів: концернів, синдикатів, консорціумів, а також структурних підрозділів компанії, що здійснюють нові види діяльності;

3) інвестиції в НДДКР;

4) здійснення агентських видів діяльності у сферах, пов'язаних з основною діяльністю.

Довгостроковою метою має стати не тільки економіка створення ефективної космічної продукції, але й формування суспільства, що здатне до її успішного створення та оновлення, до гнучкого реагування на зміни і тенденції динамічного ринку та забезпечення перспективного розвитку космічної галузі.

Висновки. У статті нами було встановлено, що основою діяльності сучасних підприємств космічної галузі, які діють в умовах нестабільності ринкового середовища, є рівень їх функціональної та економічної стійкості. Стійка робота підприємств є запорукою його ефективного функціонування сьогодні, а також у найближчій і віддаленій перспективі. Стан справ на підприємствах космічної галузі дозволяє зробити висновок про те, що зростання, яке намітилося в окремих підприємствах, носить нестабільний характер – середовище їх функціонування залежить від впливу великої кількості чинників, що важко передбачити; недостатньо ефективно функціонує ринкова інфраструктура; порушені господарські зв'язки.

Стан і тенденції сталості розвитку підприємств космічної галузі країни є незадовільними за усіма факторами забезпечення тривалої економічної стійкості та переходу до інноваційно-

інвестиційної моделі виробництва. Негативні фінансові наслідки обумовлені, передусім, низькою якістю концептуальних засад діючого механізму управління економічною сталістю, низьким рівнем стратегічного менеджменту й недостатнім науковим та методичним його забезпеченням.

Для покращення роботи підприємств необхідно вирішення таких масштабних завдань, як створення нових виробничих і невиробничих фондів, впровадження нових технологій міжнародного значення, розвиток і модернізація наукової інфраструктури. В цілому економічна стійкість підприємств космічної галузі досягається забезпеченням їх ринкової стійкості, яка характеризується:

а) конкурентоспроможністю підприємства,

б) конкурентоспроможністю продукції,

в) збільшенням ринкової частки, в тому числі і за рахунок збільшення інноваційних видів продукції.

В основному зниження ефективності, сталого розвитку та конкурентоспроможності відбувається з наступних причин:

– дезінтеграція космічної галузі, яка призвела до руйнування зв'язків між окремими підприємствами;

– вкрай малий обсяг інвестицій у розвиток науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт.

У світлі цього одним з найважливіших завдань, що стоять перед вітчизняними підприємствами космічної галузі, є формування інноваційного підходу до стратегічного управління підприємством з метою підвищення їх сталого розвитку, зростання якості продукції, скорочення тривалості виробничого циклу і зниження собівартості продукції.

Література

1. Вітлінський В.В. Аналіз, оцінка і моделювання економічного ризику / В.В. Вітлінський. – К.: Деміур, 2006. – 212 с.

2. Кочетков В.М. Забезпечення фінансової стійкості сучасного комерційного банку: теоретико-методологічні аспекти: Монографія. – К.: КНЕУ, 2002. – 256 с.

3. Брігхем Є.Ф. Основи фінансового менеджменту / Є. Ф. Брігхем; пер. з англ. – К.: Молодь, 1997. – 1000 с.

4. Друкер П. Управление, нацеленное на результаты / П.

Друкер; пер. с англ. – М.: Технол. школа бизнеса, 2012. – 786 с.

5. Акофф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Акофф. – М.: Наука, 2009. – 340 с.

6. Байделл Т. Как улучшить управление организацией / Т. Байделл. – М.: Инфра-М, 1999. – 122 с.

7. Берлин А. Планирование капитальных вложений на предприятии в условиях инвестиционного кризиса / А. Берлин, А. Арзямов // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 3. – С. 26-31.

8. У космічне майбутнє – разом із міжнародною спільнотою // Віче. – №7. – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.viche.info/journal/4678/

9. Корпоратизація авіаційної і космічної галузей України: «за» і «проти» в умовах глобалізації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://old.niss.gov.ua/book/Vlasyuk_mon/07-4.pdf

10. Козаченко А.В. Механизм стратегического управления крупными производственно-финансовыми системами промышленности / А.В. Козаченко. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2008. – 348 с.

11. Гиляровская Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций / Л.Т. Гиляровская, А.В. Ендовицкая. – М.: Юнити, 2006. – 159 с.

12. Гончаров В.М. Прогнозування динаміки фінансово-економічних показників і удосконалення управління економічною стійкістю промислового підприємства / В.М. Гончаров, В.Л. Іванов // Схід. – 2006. – № 6(78). – С. 64-68.

13. UNCTADstat Country Profiles [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=87017

14. Холошин М. Чи утримає Україна статус космічної держави / М. Холошин, 02.06.2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://blogs.lb.ua/matviy_kholoshyn/306843_chi_utrimaie_ukraina_status_kosmichnoi.html

15. Нові можливості для українських учених: «Горизонт 2020» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kpi.ua/horizon2020-about#sthash.NQB7CTl2.dpuf

16. «Антарес» – зірка українсько-американської космічної співпраці // Дзеркало тижня. – №28. – 09.08.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/science/antares-zirka-ukrayinsko-amerikanskoyi-kosmichnoyi-spivpraci-_.html

17. Васильева Л.Н. Методы управления инновационной деятельностью / Л.Н. Васильева. – М.: КНОРУС, 2011. – 320 с.

18. Проблемні питання розвитку міжнародної діяльності ракетно-космічної галузі України в сучасних умовах: Аналітична записка / Національний інститут стратегічних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/945/

19. Бадрак В. Україні не можна повертатися до критичної залежності від Росії у галузях ракетно-космічного комплексу / В. Бадрак // Урядовий кур'єр [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cacds.org.ua/ru/publications/238

1. Vitlins`ky`j V.V. Analiz, ocinka i modelyuvannya ekonomichnogo ry`zy`ku / V.V. Vitlins`ky`j. – K.: Demiur, 2006. – 212 p.

2. Kochetkov V.M. Zabezpechennya finansovoyi stijkosti suchasnogo komercijnogo banku: teorety`ko-metodologichni aspekty`: Monografiya. – K.: KNEU, 2002. – 256 p.

3. Brigxem Ye.F. Osnovy` finansovogo menedzhmentu / Ye. F. Brigxem; per. z angl. – K.: Molod`, 1997. – 1000 p.

4. Druker P. Upravleny`e, nacelennoe na rezul`tatu / P. Druker; per. s angl. – M.: Texnol. shkola by`znesa, 2012. – 786 p.

5. Akoff R. Plany`rovany`e budushhego korporacy`y` / R. Akoff. – M.: Nauka, 2009. – 340 p.

6. Bajdell T. Kak uluchshy`t` upravleny`e organy`zacy`ej / T. Bajdell. – M.: Y`nfra-M, 1999. – 122 p.

7. Berly`n A. Plany`rovany`e kapy`tal`nux vlozheny`j na predpry`yaty`y` v uslovy`yax y`nvesty`cy`onnogo kry`zy`sa / A. Berly`n, A. Arzyamov // Problemu teory`y` y` prakty`ky` upravleny`ya. – 2011. – № 3. – p. 26-31.

8. U kosmichne majbutnye – razom iz mizhnarodnoyu spil`notoyu // Viche. – №7. – 2015, available at: http://www.viche.info/journal/4678/

9. Korporaty`zaciya aviacijnoyi i kosmichnoyi galuzej Ukrayiny`: «za» i «proty`» v umovax globalizaciyi, available at:

http://old.niss.gov.ua/book/Vlasyuk_mon/07-4.pdf

10. Kozachenko A.V. Mekhanyzm stratehycheskoho upravlenyya krupnumy proyzvodstvenno-fynansovumy systemamy promushlennosty / A.V. Kozachenko. – Donetsk: YEP NAN Ukraynu, 2008. – 348 p.

11. Gilyarovskaya L.T. Analiz i otsenka finansovoj ustojchivosti kommercheskikh organizatsij / L.T. Gilyarovskaya, A.V. Endovitskaya. – M.: YUniti, 2006. – 159 p.

12. Honcharov V.M. Prohnozuvannya dynamiky finansovo-ekonomichnykh pokaznykiv i udoskonalennya upravlinnya ekonomichnoyu stiykistyu promyslovoho pidpryyemstva / V.M. Honcharov, V.L. Ivanov // Skhid. – 2006. – N 6(78). – p. 64-68.

13. UNCTADstat Country Profiles, available at: http://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=87017

14. Xoloshy`n M. Chu utry`maye Ukrayina status kosmichnoyi derzhavy` / M. Xoloshy`n, 02.06.2015, available at: http://blogs.lb.ua/matviy_kholoshyn/306843_chi_utrimaie_ukraina_status_kosmichnoi.html

15. Novi mozhly`vosti dlya ukrayins`ky`x ucheny`x: «Gory`zont 2020», available at: http://kpi.ua/horizon2020-about#sthash.NQB7CTl2.dpuf

16. «Antares» – zirka ukrayins'ko-amerykans'koyi kosmichnoyi spivpratsi – Dzerkalo tyzhnya, N28, 09.08.2014 [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://gazeta.dt.ua/science/antares-zirka-ukrayinsko-amerikanskoyi-kosmichnoyi-spivpraci-_.html

17. Vasil'eva L.N. Metody upravleniya innovatsionnoj deyatel'nost'yu / L.N. Vasil'eva. – M.: KNORUS, 2011. – 320 p.

18. Problemni py`tannya rozvy`tku mizhnarodnoyi diyal`nosti raketno-kosmichnoyi galuzi Ukrayiny` v suchasny`x umovax: Anality`chna zapy`ska / Nacional`ny`j insty`tut strategichny`x doslidzhen`, available at http://www.niss.gov.ua/articles/945/

19. Badrak V. Ukrayini ne mozhna povertaty`sya do kry`ty`chnoyi zalezhnosti vid Rosiyi u galuzyax raketno-kosmichnogo kompleksu / V. Badrak // Uryadovy`j kur'yer, available at : http://cacds.org.ua/ru/publications/238

Рецензент: *Балджи М.Д., д.е.н., проф., зав. каф. економіки та управління національним господарством Одеського національного економічного університету*

26.10.2015

УДК 330

Галіч Максим, Михайлов Андрій

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РИЗИКУ ТА РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ

Дане дослідження присвячене питанням невизначеності, ризику та ризик-менеджменту. Тематика статті є актуальною сьогодні, так як дуже багато підприємств у процесі своєї діяльності стикаються з ризиками та проблемами невизначеності, які являються неминучими умовами для ефективного господарювання. У статті описані основні поняття ризику та ризик-менеджменту. Розкрито ризик як фактор невизначеності. У даній роботі узагальнено основні підходи прийняття рішень у ризик-менеджменті. Проаналізовано головні умови формування невизначеності на підприємстві та класифікацію ризиків. Сформовані ключові завдання ризик-менеджменту та їх важливість. Також представлені основні групи факторів, які є причиною невизначеності в результаті здійснення підприємницької діяльності. Розглянута важливість та основні способи управління ризиками на підприємстві у період невизначеності зовнішнього середовища.

Ключові слова: невизначеність, ризик, види ризиків, управління ризиками, ризик-менеджмент, підприємство, процес, фактор.

Галич Максим, Михайлов Андрей

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РИСКА И РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА

Данное исследование посвящено вопросам неопределенности, риска и риск-менеджмента. Тематика статьи актуальна сегодня, так как очень многие предприятия в процессе своей деятельности сталкиваются с рисками и проблемами неопределенности, которые являются неизбежными условиями для эффективного хозяйствования. В статье описаны основные понятия риска и риск-менеджмента. Раскрыто риск как фактор неопределенности. В данной работе обобщены основные подходы принятия решений в риск-менеджменте. Проанализированы главные условия формирования неопределенности

на предприятии и классификация рисков. Сформированы ключевые задачи риск-менеджмента и их важность. Также представлены основные группы факторов, которые являются причиной неопределенности в результате осуществления предпринимательской деятельности. Рассмотрена важность и основные способы управления рисками на предприятии в период неопределенности внешней среды.

Ключевые слова: неопределенность, риск, виды рисков, управление рисками, риск-менеджмент, предприятие, процесс, фактор.

Halich Maksym, Mikhailov Andriy

THEORETICAL FOUNDATIONS OF RISK AND RISK MANAGEMENT

This investigation focuses on the issues of uncertainty, risk and risk management. The theme of the article relevant today, as many enterprises in the process of its activities faced with risks and problems of uncertainty, which are inevitable conditions for effective management. The article describes the basic concepts of risk and risk management. The risk as a factor of uncertainty has been disclosed. In this work main approaches of decision making in risk management have been generalized. The main conditions of formation of uncertainty in the company and risk classification have been analyzed. The key tasks of risk management and their importance have been formed. Also presents the main groups of factors which are the cause of uncertainty of the result of entrepreneurial activity. The importance and basic methods of enterprise risk management in a time of uncertainty in the external environment have been examined.

Keywords: uncertainty, risk, types of risks, risk management, enterprise, process, factor.

Постановка проблеми. За останні кілька років, роль ризик-менеджменту на глобальному рівні набуває все більшого значення. Процес управління ризиками стає все більш невід'ємною частиною повсякденного функціонування компанією. В сучасних компаніях ризик-менеджмент інтегруються в процеси стратегічного планування та займає не останнє місце в управлінні компанією. Загальновідомо, що ступінь впливу ризику, якому піддаються підприємства в процесі

своєї діяльності, залежить від численних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Саме тому зростає необхідність здійснення спеціалізованого антикризового управління. Іншими словами, щоб вижити в конкурентному середовищі, керівництву необхідно знати, що таке ризик; як оцінити його рівень та уникнути збитків, яких він може завдати; яким чином керувати ризиком та як створити систему ризикозахищеності підприємства та управляти нею. Слід зазначити, що питання формування управління ризиками завжди були в полі зору науковців, спеціалістів та практиків і дістали належне відображення в наукових працях багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Проте, при всій важливості проведених досліджень окремі аспекти управління ризиками підприємств не знайшли свого вирішення та залишаються предметом наукових дискусій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над проблематикою ризиків працювали відомі закордонні та вітчизняні вчені: Ф.Найт, О.Р.Савченко, Л.Г.Мельник, Б.А.Райзберг, О.Є.Кузьмін, І.В.Гончаров, І.І. Сахарцева, О.В. Шляга тощо. Вчені досліджують сутність наповнення категорії ризик та ризик-менеджменту [1,2,3,4] різновиди ризиків, що виникають в господарській діяльності підприємств [2,8,9,10], а також підходи щодо управління ними. Разом з тим в умовах непередбачуваності процесу здійснення господарської діяльності та швидких змін у зовнішньоекономічному середовищу підприємств питання формування ризик-менеджменту потребує поглибленого дослідження.

Тому метою даного наукового дослідження є поглиблення теоретичних засад ризик-менеджменту, узагальнення передумов в невизначеності господарської діяльності та обґрунтування підходів щодо управління ризиками.

Виклад основного матеріалу. Серед думок відомих нам вчених до сьогодні не існує однозначного розуміння сутності ризику. Це пояснюється, зокрема, як багатоаспектністю цього явища, так і практично повним ігноруванням його нашим господарським законодавством у реальній економічній практиці й управлінській діяльності. Крім того, ризик – це складне явище, що має безліч розбіжних, а іноді протилежних реальних основ, що в свою чергу зумовлює можливість існування декількох визначень поняття ризику з різних поглядів.

Відповідно до тверджень О.Р. Савченко [1] та Л.Г. Мельника [2, с. 389], під ризиком слід розуміти «ймовірність (загрозу) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоодержання доходів або появи додаткових витрат у результаті здійснення визначеної виробничої і фінансової діяльності». В своїй роботі Б.А Райзберг зазначає, що «ризик – це небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів або недоотримання доходів у порівнянні з варіантом, розрахованим за раціонального використання ресурсів» [3, с. 561]. Такого погляду притримується й Кузьмін О.Є. визначаючи ризик як «небезпеку виникнення непередбачуваних втрат у зв'язку зі зміною умов функціонування та певними несприятливими обставинами» [4, с. 409]. Гончаров І.В. [5] розуміє ризик як небезпеку несприятливого результату очікуваного явища, а можливість позитивного відхилення при заданих параметрах зветься «шанс». Водночас науковці І.І. Сахарцева та О.В. Шляга [6, с. 455] зазначають, що «ризик – ситуативна характеристика діяльності, що поєднує невизначеність її результату і можливі несприятливі наслідки в результаті невдачі».

Цілком підтримуємо думку про те, що ризик є елементом результатів виконання будь-якого господарського рішення внаслідок того, що невизначеність - неминуча умова господарювання, [7]. Вважаємо, що невизначеність і ризик відіграють дуже серйозну роль в підприємницькій діяльності, включаючи суперечливість між запланованим і дійсним. Підприємницький ризик має об'єктивну основу із-за невизначеності зовнішнього середовища по відношенню до підприємницької фірми. Зовнішнє середовище включає об'єктивні економічні, соціальні і політичні умови, в рамках яких фірма здійснює свою діяльність і до динаміки яких вона вимушена пристосовуватися. Тобто, невизначеність ситуації зумовлюється тим, що вона залежить від безлічі змінних, контрагентів і осіб, поведінку яких не завжди можна передбачити з прийнятною точністю.

Приходимо до висновку, що ризик є наслідком невизначеності, а головними умовами формування невизначеності підприємницької діяльності в основному, є три групи факторів, подані на рис. 1. Таким чином причинами невизначеності підприємницької діяльності виступають: незнання, випадковість та протидія [рис.1].

Виникнення невизначеності обумовлене, у першу чергу, тим, що більшість процесів, пов'язаних із підприємницькою діяльністю,

первісно не детерміновані (практично неможливо заздалегідь визначити темпи й напрямки науково-технічного розвитку, зміну кон'юнктури ринку, переваг споживачів, прояв тих або інших природно-кліматичних явищ тощо).

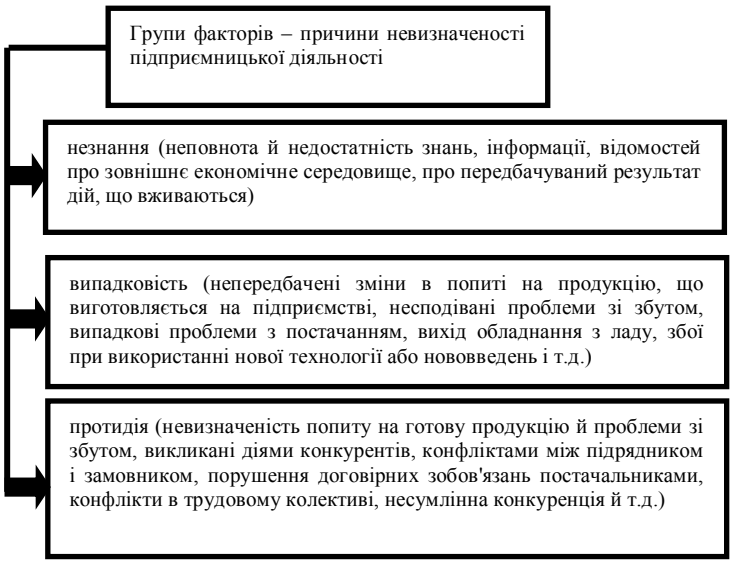

Рис. 1. Основні групи факторів, що є причиною невизначеності в результаті здійснення підприємницької діяльності

Незважаючи на досить велику кількість праць з проблем класифікації ризику, до сьогодні немає однозначного підходу щодо поділу ризиків підприємства, за різними класифікаційними ознаками.

Так, група науковців розглядають ризики за сферою виникнення відповідно до основних видів підприємницької діяльності (виробничої, комерційної, фінансової, посередницької, страхування) та поділяють їх на виробничі, комерційні, фінансові [2, 9].

Цілком правомірним, на нашу думку, є додання до ризиків за сферою виникнення ще й правових (юридичних) організаційно-управлінських, інвестиційних та страхових ризиків [11].

Слід зазначити, що один із основоположників теорії ризиків, економістом Ф.Найтом [8] найбільш просто і чітко розмежовано два види ризиків: 1) ризик, імовірність якого можна статистично

прорахувати і який, отже, можна застрахувати, наприклад ризик пожежі на складі готової продукції чи ризик стихійного лиха; 2) ризик (невизначеність), який принципово не страхують, наприклад, ризик у зв'язку з тим, що немає попиту на новий товар, у розробку і виробництво якого було вкладено значні кошти.

Ризики першого роду не так страшні підприємцеві – страхуючись від них, він включає страхові внески у свої виробничі витрати. Однак усі ризики другого роду підприємець бере на себе, приймаючи рішення про випуск тієї чи тієї продукції, установлення тієї чи тієї ціни на неї, вибираючи ту чи ту конкурентну стратегію для просування продукції на ринок. Отже, прибуток (збиток) у Найта – це виграш (програш) у грі з непередбаченим результатом.

Так як будь-яке підприємство здійснює свою діяльність в середовищі великої кількості ризиків, тому для забезпечення успішного функціонування, на нашу думку, ризиками варто управляти.

Багатозначність роз'яснення такого поняття, як управління ризиками, не в останню чергу викликана відсутністю єдиної позиції щодо визначення поняття управління. У сутнісному наповненні терміну «управління ризиками» лежить процес прийняття рішень і здійснення заходів, спрямованих на забезпечення мінімально можливого ризику. А от всю систему управління ризиками, яка включає в себе стратегію та тактику управління, направлені на досягнення основних бізнес-цілей підприємства слід називати ризик-менеджментом.

Ризик-менеджмент як процес управління стимулює створення і прийняття підприємством стратегічних і тактичних рішень. Ми гадаємо, що стратегія ризик-менеджменту є загальним довгостроковим курсом досягнення поставлених цілей, де за основу взято прогнозування ризику та шляхів зменшення його впливу. У залежності від обраної стратегії, планується подальша діяльність підприємства у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Метою тактики являється пропонування конкретних методів та прийомів для вибору найкращого та найефективнішого рішення для досягнення запланованих результатів в умовах ризику та невизначеності.

Система управління ризиками складається з двох підсистем: об'єкта (ризик чи то ризиковані вкладення капіталу й економічні

взаємозв'язки між суб'єктами в ході підприємницької діяльності) та суб'єкта управління (спеціальна група людей, що реалізує планомірне функціонування об'єкта управління, використовуючи різноманітні методи і способи управлінського впливу).Основними функціями об'єкта управління ризиком вважаються: ризиковане вкладення капіталу; робота зі зниження величини ризику; страхування ризиків; економічні взаємовідносини і зв'язки між підприємцями. Основними функціями суб'єкта управління ризиком вважаються: організація; координація регулювання; стимулювання; прогнозування та контроль.

Приходимо до висновку, що управління ризиками є важливим фактором ефективності організації, тому що без нього їй практично неможливо визначити свої цілі на майбутнє. Якщо компанія визначає цілі, не приймаючи ризики до уваги, є ймовірність того, що вона понесе збитки. А оскільки повністю уникнути ризиків неможливо, то ними можна й потрібно усвідомлено управляти, не забуваючи про те, що всі види ризиків пов'язані між собою та їх рівень не статичний, а постійно змінюється під впливом змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі. Тобто, завдання ризик-менеджменту полягає не лише у виявленні та запобігання цих ризиків, але й у можливостях управляти та мінімізувати їх, що допоможе компаніям діяти більш впевнено при прийнятті майбутніх бізнес-рішень.

Практика господарювання підтверджує, що будь-який ризик пов'язаний із необхідністю вибору з декількох варіантів, тобто з необхідністю прийняття рішення.

Такі автори як В.В. Лук'янова, Т.В. Головач [12], І.Ю. Івченко [13], виділяють такі основні правила прийняття рішень у ризик-менеджменті:

- правило максимізації виграшу – з можливих варіантів рішень вибирають те, яке забезпечує максимальний результат (дохід, прибуток тощо);
- правило оптимізації ймовірності результату – з усіх варіантів, які забезпечують допустиму ймовірність одержання позитивного результату, вибирають той, що забезпечує максимальний виграш;
- правило оптимального коливання результату – з можливих варіантів рішень вибирається те, при якому ймовірності виграшу чи програшу для того самого ризикового вкладення капіталу має найменший розрив;

- правило оптимального співвідношення виграшу і величини ризику – з усіх варіантів, що забезпечують допустимий ризик, вибирають той, у якого співвідношення доходу і втрат (збитків) є найбільшим.

Узагальнення основних підходів при прийнятті рішень у ризик-менеджменті дає підстави нам сформувати основні способи управління ризиками в організаціях у період невизначеності зовнішнього середовища:

Уникнення можливих ризиків, що припускає відмову від ненадійних програм, проектів і ненадійних партнерів.

Хеджування, яке являє собою форму страхування від можливих втрат шляхом укладення угоди врівноважувала б, перенесення ризику з однієї особи на іншу.

Попередження ризиків за допомогою створення спеціалізованих структурних підрозділів управління ризиками, формування резервів на покриття можливих збитків або завчасного фінансування венчурних програм і проектів розвитку.

Повне або часткове страхування ризиків.

Диверсифікація. Сутність диверсифікації полягає у зниженні максимально можливих втрат за одну подію, проте при цьому одночасно зростає кількість видів ризику, які необхідно контролювати.

Дисипація ризику. Сутність даного методу полягає в розподілі загального ризику шляхом об'єднання (з різним ступенем інтеграції) з іншими учасниками, зацікавленими в успіху загальної справи.

Висновки. Таким чином, узагальнення думок вчених бачення щодо тлумачення та розмежування сутності поняття ризику, ризик-менеджменту та управління ризиками дозволило прийти до висновку, що ризик є невід’ємною частиною, яка супроводжує функціонування будь-якого суб’єкта підприємницької діяльності. У проведеному досліджені були сформовані засади щодо основних правил прийняття рішень у ризик-менеджменті та розглянуті основні способи управління ризиками. Основними передумовами, що формують невизначеність середовища бізнесу, виступають незнання, випадковість та протидія, як складові характеристики підприємницької діяльності. Управління ризиками є складовою управління підприємством, а система управляння ними (стратегія та тактика) формує ризик-менеджмент. На

основі досліджень, ми прийшли до висновку, що для того, щоб управління ризиками дійсно було ефективним, слід здійснювати його на безперервній основі протягом усього життєвого циклу того чи іншого проекту. Вважаємо, що повторний аналіз ризиків дозволить уточнити оцінки ймовірності прояву і наслідків, а регулярні звіти керівництва підприємства про найбільш суттєві ризики дозволять покращити інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень та підвищити якість управління компанією. Вище проаналізовані основні способи зменшення кількості ризиків та узагальнені підходи при прийнятті рішень у ризик-менеджменті хоча і знижують ймовірність ризику, але не в змозі нейтралізувати всі пов'язані з ним негативні фінансові наслідки. Саме тому перспективами подальших досліджень є визначення та розробка економічного обґрунтування у процесі формування заходів з підвищення ефективності управління ризиком.

Література

1. Савченко О.Р. Роль і місце ризик-менеджменту в діяльності підприємств / О.Р. Савченко // Наукові записки ТДПУ ім. В. Гнатюка, 2003. – № 15. – с. 155-160.
2. Мельник Л.Г. Экономика предприятия / Л.Г Мельник. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 632 с.
3. Райзберг Б.А. Курс экономики / Б.А. Райзберг. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 716 с.
4. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: «Академвидав», 2003. – 416 с.
5. Гончаров І.В. Ризик та прийняття управлінських рішень/ І.В. Гончаров. — Х.: ХПІ, 2003. – 150 с.
6. Сахарцева І.І. Ризики економічної діагностики підприємства / І.І. Сахарцева, О.В. Шляга. – К.: Кондор, 2008. – 380 с.
7. Ігнатовська П. Інновації та економічне зростання // Російський економічний інтернет-журнал, 2002. – № 1.
8. Найт Ф. Х. Поняття ризику та невизначеності / Ф. Х. Найт // THESIS. – Вип. 5 — 1994.
9. Грачов В.І. Класифікація ризиків та управління ними / В.І. Грачов, Т.П. Коюда //Фінанси України. – 2002. – №10. – с. 56-60.
10. Беднарська О. Суть та види ризиків у плануванні діяльності

машинобудівного підприємства / О. Беднарська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. №23 (606). – с. 8-15.

11. Левченко М. О. Генезис та класифікація ризиків у діяльності промислових підприємств /М. О. Левченко // Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки». – 2009. – №5. Т. 2. – с.174-178.

12. Лук'янова В.В., Головач Т.В.Економічний ризик: Навч. посібник. – К.:Академвидав, 2007.– 462 с.

13. Івченко І.Ю. Моделювання економічних ризиків і ризикових ситуацій: Навч. посібник. –К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 344 с.

1. Savchenko O.R. Rol` i misce ry`zy`k-menedzhmentu v diyal`nosti pidpry`yemstv / O.R. Savchenko // Naukovi zapy`sky` TDPU im. V. Gnatyuka, 2003. – # 15. – s. 155-160.

2. Mel`ny`k L.G. Эkonomy`ka predpry`yaty`ya / L.G Mel`ny`k. – Sumы: Y`TD «Uny`versy`tetskaya kny`ga», 2002. – 632 s.

3. Rajzberg B.A. Kurs эkonomy`ky` / B.A. Rajzberg. – M.: Y`NFRA-M, 1999. – 716 s.

4. Kuz`min O.Ye. Osnovy` menedzhmentu / O.Ye. Kuz`min, O.G. Mel`ny`k. – K.: «Akademvy`dav», 2003. – 416 s.

5. Goncharov I.V. Ry`zy`k ta pry`jnyattya upravlins`ky`x rishen`/ I.V. Goncharov. — X.: XPI, 2003. – 150 s.

6. Saxarceva I.I. Ry`zy`ky` ekonomichnoyi diagnosty`ky` pidpry`yemstva / I.I. Saxarceva, O.V. Shlyaga. – K.: Kondor, 2008. – 380 s.

7. Ignatovs`ka P. Innovaciyi ta ekonomichne zrostannya // Rosijs`ky`j ekonomichny`j internet-zhurnal, 2002. – # 1.

8. Najt F. X. Ponyattya ry`zy`ku ta nevy`znachenosti / F. X. Najt // THESIS. – Vy`p. 5 — 1994.

9. Grachov V.I. Klasy`fikaciya ry`zy`kiv ta upravlinnya ny`my` / V.I. Grachov, T.P. Koyuda //Finansy` Ukrayiny`. – 2002. – #10. – s. 56-60.

10. Bednars`ka O. Sut` ta vy`dy` ry`zy`kiv u planuvanni diyal`nosti mashy`nobudivnogo pidpry`yemstva / O. Bednars`ka // Visny`k Nacional`nogo universy`tetu «L`vivs`ka politexnika». – 2007. #23 (606). – s. 8-15.

11. Levchenko M. O. Genezy`s ta klasy`fikaciya ry`zy`kiv u diyal`nosti promy`slovy`x pidpry`yemstv /M. O. Levchenko // Visny`k

Xmel`ny`cz`kogo nacional`nogo universy`tetu. Seriya «Ekonomichni nauky`». – 2009. – #5. T. 2. – s.174-178.

12. Luk'yanova V.V., Golovach T.V.Ekonomichny`j ry`zy`k: Navch. posibny`k. –K.:Akademvy`dav, 2007.– 462 s.

13. Ivchenko I.Yu. Modelyuvannya ekonomichny`x ry`zy`kiv i ry`zy`kovy`x sy`tuacij: Navch. posibny`k. –K.: Centr navchal`noyi literatury`, 2007. – 344 s.

***Рецензент**: Михайлова Л.І., д.е.н., проф., зав. каф. менеджменту ЗЕД та євроінтеграції Сумського національного аграрного університету.*

26.10.2015

УДК 658

Егоращенко Ирина

СТРУКТУРА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА И ПЕРВООЧЕРЕДНЫЕ ЗАДАЧИ ЕГО РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрена динамика структуры сельскохозяйственного производства Украины за 20-летний период независимости, степень использования земель, доминирующие тенденции в изменении основных показателей. В результате исследования выявлено наличие растущих диспроппорций между основными структурными элементами сельскохозяйственного производства – животноводством и растениеводством в пользу последнего.

Показана возникновение нового доминирующего фактора в сельскохозяйственном производстве – зерновыми и подсолнечником увеличением долей площадей, занятых под и уменьшением площадей, занятых под производство кормов, что привело к уменьшению на порядок поголовья скота, производства мяса и молока, уменьшило на порядок объемы внесения органических удобрений и создало угрозу сохранности основного богатства народа Украины – почв и их плодородия.

Сформулирован тезис о необходимости повышения регулирующей роли государства с целью корректировки тенденций развития прежде всего, для сохранения основного национального богатства – почв и их плодородия, которое является основой жизнеобеспечения народа Украины.

Подчеркнуто, что ключевым в развитиии сельского хозяйства должен стать агросферный поход, который интегрирует экономический результат хозяйствования, интересы сельского населения и экологический принцип сохранения основного ресурса сельхозпроизводства.

Определены основные факторы, способные восстановить баланс сельськохозяйственного производства и сформулировать первоочередные требования к совершенствованию доктрини сельскохозяйственного развития села Украины.

.***Ключевые слова:*** агросфера, динамика развития, дисбаланс, животноводство, оптимизация, потенциал развития, сельское хозяйство, структура землепользования, сельское хозяйство, сбалансированность производства, плодородие почв, растениеводство.

Єгоращенко Ірина

СТРУКТУРА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРШОЧЕРГОВІ ЗАВДАННЯ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

В статті розглянута динаміка структури сільсько-господарського виробництваУкраїни за 20-ти річний період незалежності, рівеь використання земель, домінуючі тенденції в зміненні основних показників. В результаті дослідження виявлена наявність зростаючих діспропорцій поміж основними структурними елементами сільськогосподарського виробництва – тваринництвом та рослинництвом.

Показано виникнення нового домінуючого фактору сільськогосподарського виробництва – зростання виробництва зернових та соняшника та зменшення виробництва м’яка та молока, з відповідним зменшенням площ, зайнятих підкормовими культурами та зменшенням на рівень об’ємів внесення органічних добрив на оранку та виникненням загрози збереження основгого національного

багатства ґрунтів та їх родючості, які є основою життєзабезпечення народу України.

Сформульована теза про необхідність підвищення регулюючої ролі держави з ціллю коригування тенденцій розвитку поперез за все для збереження основного національного багатства – ґрунтів та їх родючості, які є основою життєзабезпечення народу України.

Підкреслено, що ключовим в розвитку сільського гоподарства повинен стати агросферний підхід, який інтегрує економічний результат господарювання, інтереси сільського населення та екологічний принцип збереження основного ресурса сільгоспвиробництва.

Визначені основні фактори, які можуть відновити баланс сільськогосподарського виробництва та сформулювати першочергові вимоги до удосконалення доктрини сільськогосподарської розвитку села України.

Ключові слова: агросфера, динаміка розвитку, дисбаланс, тваринництво, оптимізація, потенціал розвитку, сільське господарство, структура землевикористання, збалансованість виробництва, родючість ґрунтів, рослинництво.

Yegorashchenko Irina

STRUCTURE OF AGRICULTURAL PRODUCTION AND PRIORITIES OF ITS DEVELOPMENT IN UKRAINE

In this article dynamics of structure of agricultural production of Ukraine for the 20-year period of independence, extent of use of lands, the dominating tendencies in change of the main indicators is considered. As a result of research existence of the growing disproportions between the basic structural elements of agricultural production – animal husbandry and plant growing in favor of the last is revealed.

It is shown emergence of the new dominating factor in agricultural production – grain and sunflower by increase in shares of the areas occupied under and reduction of the areas occupied under production of forages that led to reduction much of a livestock of cattle, production of meat and milk, reduced much volumes of introduction of organic fertilizers and created threat of safety of the main wealth of the people of Ukraine –

soils and their fertility.

The thesis about need of increase of the regulating role of the state for the purpose of correction of tendencies of development first of all, for preservation of the main national wealth – soils and their fertility which is a basis of life support of the people of Ukraine is formulated.

It is emphasized that in development of agriculture the agrospherical campaign which integrates economic result of managing, interests of country people and the ecological principle of preservation of the main resource of agricultural production has to become key.

The major factors capable to restore balance of agricultural production are defined and to formulate prime requirements to improvement to the doctrine of agricultural development of the farming of Ukraine.

***Keywords*:** agrosphere, dynamics of development, imbalance, animal husbandry, optimization, development potential, agriculture, structure of land use, agriculture, balance of production, fertility of soils, plant growing.

Постановка проблемы. Сельскохозяйственное производство Украины за годы независимости пережило кризис спада, а затем рост и , наконец, выдвижение аграрной отрасли в первый ряд флагманов экономики. Вместе с тем бурное развитие АПК в последние годы привела к возникновению ряда перекосов и дисбалансов, непропорциональному развитию отдельных сегментов АПКВ при сужении ряда важнейших, системообразующих элементов сельскохозяйственного производства – таких, как состояние земельных ресурсов, сужение социальной базы села, демографическим перекосам, созданию напряжения на рынке труда. Перекосы развития сельского хозяйства непосредственно сказываются на уровне жизни прежде всего сельского населения и проявляются в сужении социальной базы села.

Важной задачей является корректировка трансформационных процессов на сельскохозяйственном производстве и на селе, необходимость обеспечения многообразия разных форм собственности при активном участии государства, направленном на поддержку как крупных производителей так и мелких хозяйств.

Целью статьи является анализ дисбалансов развития АПК и разработка предложений для оптимизации процессов развития сельского хозяйства и села Украины, как такового.

Обзор исследований.

Тема развития сельскохозяйственного производства в Украине и проблем, возникающих по ходу развития, широко исследуется научным сообществом.

Так, основными причинами современного кризисного состояния аграрного сектора, по мнению Ю.Билыка, является «отсутствие до настоящего времени стратегически направленной и, всесторонне отработанной государственной аграрной политики; ошибочность сформированной на первых шагах независимости под влиянием части политиков и экономистов мысли о том, что в условиях рынка регулирующая роль государства не только не целесообразна, но и вредна …» [2].

Свою обеспокоенность несбалансированностью развития государство отобразило в Законе Украины "Об основных принципах (стратегий) государственной экологической политики Украины на период до 2020 года" (2010 г.), где состояние земельных ресурсов определено как близкое к критическому, и за период проведения земельной реформы значительное количество проблем в этой сфере только прибавилось [1].

В мировой практике реализуются схемы согласия, например агроэкологические (от английского agri-environment schemes), "взаимное согласие" (получение сельскохозяйственными производителями рыночных платежей поддержки при условии соблюдения ими базовых экологических требований – от английского cross-compliance); модулятивные - "модуляция" (перераспределение средств аграрного бюджета в пользу поддержки развития села – от английского modulation).

В декларации римского мирового продовольственного форума по плану действий (ФАО, 1996 год) в качестве ключевых направлений решения продовольственной проблемы принята догма « Обеспечить устойчивость сельскохозяйственного производства на основе рационального использования производственного потенциала, сохранения плодородия почв, предотвращения водной и ветровой эрозии, создания экономических условий для ресурсосберегающего земледелия и животноводства» [6].

Современный подход к развитию сельскохозяйственного производства определяет понятие «село», принятое в Украине в понятие «агросфера», отмечает О.Попова, которое фиксирует сознание многофункциональности сельского хозяйства в обществе, декларирует социоекономический подход, который определяет, «что економическое развитие – не самоцель Он должен служить общественному прогрессу, отдельно развитию …, охране природноресурсного потенциала и окружающей среды» [5] .

Изложение основного материала исследования.

Сельскохозяйственное производство в Украине после 1991 года находится в стадии коренных преобразований.

С момента обретения Украиной независимости, фактической смены общественного строя и переходом на принципы рыночной экономики, условным рубежом чего является 1990-91 годы, произошли коренные изменения в организации сельскохозяйственного производства. Ключевой позицией стала отмена общественной собственности на землю и введение института частной собственности на землю, расформирование сельскохозяйственных предприятий общественной формы собственности, то есть был осуществлен переход от доминирования общественного сельскохозяйственного производства на принципы рыночной экономики, что подразумевает, прежде всего, достижение максимальной эффективности производства, в отличие от социалистического способа производства, который декларировал удовлетворение общественных потребностей.

Вместе с тем ценности сугубо рыночной экономики, в данном случае производителей и торговцев сельскохозяйственной продукцией, не всегда совпадают с потребностями подавляющей части общества и должны корректироваться государством.

Анализ развития сельскохозяйственного производства в Украине за период1990-2011 г.г. выявил ряд основных тенденций в развитии агропромышленного производства.

Анализ изменений в структуре землепользования согласно данням Госкомстата Украины [4] (таблица 1) и в структуре продукции (таблица 2) выявил ряд тенденций.

Необходимо отметить, что уровень развития сельскохозяйственного производства в 1990 году унаследовал все организационные структурные черты социалистического сельско-

хозяйственного производства, важнейшей доминантой которого являлось рациональное, основанное на почвозащитных принципах, сбалансированное по сегментам – растениеводству и животноводству, землепользование. В современном способе производства, основанном на рыночных принципах, доминантой является удовлетворение потребностей рыбка.

Таблица 1

Площадь сельскохозяйственных угодий в Украине за период 1990-2011 г.г. (по данным Госкомстата Украины)

Показатель	1990		2000		2011	
Площадь	млн.га	%	млн.га	%	млн.га	%
	31,71		26,675		25,409	
в том числе:						
зерновые	14,583	46,0	13,646	51,2	15,724	61,9
сахарная свекла	1,607	5,1	0,856	3,2	0,532	2,1
подсолнечник	1,636	5,2	2,943	11,0	4,739	18,7
картофель	1,429	4,5	1,629	6,1	1,439	5,7
овощи	0,456	1,4	0,538	2,0	0,498	2,0
кормовые культуры	11,999	37,8	7,063	26,5	2,477	9,7

Доминирующими процесами в землепользовании за период с 1990-2011 г.г. в Украине являются следующие:

- уменьшение площади земель, занятых под сельскохозяйственное производство уменьшилась с 31,7 до 25,4 млн. га - на 19,9%;

- увеличение площади земель под зерновыми и подсолнечником в абсолютном выражении от 16,0 до 20,5 млн.га – на 28%, причем их доля в структуре увеличилась с 51,2% до 80,6%.

Вместе с тем, площади под кормовыми культурами – а это показатель развития животноводства, составили величину на уровне 2011 года всего 9,7% от общей площади, то есть уменшились от уровня 1990 года в 5 раз в абсолютных величинах, в 4 раза в процентном отношении.

Если первый факт говорит о наличии резерва земель, то второй факт показывает отклонение от принципов структуризации посевов земель – нарушении догмы севооборота.

Налицо создание основного дисбаланса в развитии:

- нарушение догмы севооборота, как основного элемента сохранения плодородия;

- сварачивание животноводства проппорционально уменьшению площадей под кормовими культурами и, соответственно, в такой же проппорции уменьшение внесения органических удобрений в почву с соотеветственным запуском процесса истощения последней;

- опережающие темпы роста земель занятих под масличными культурами – главными факторами истощения земель;

- сползание сельскохозяйственного в монокультурное.

Вместе с тем, обходимо отметить, что наличие неиспользуемых площадей сельскохозяйственного назначения, свидетельствует о потенциале развития производства сельскохозяйственной продукции в Украине.

Выявленые тенденции дают основание заявлять о не обходимости государственного вмешательства в восстановлении структуры сельскохозяйственного землепользования как в разрезе страны, так и в разрезе областей и регионов, на принципах соблюдения севооборотов в целях сохранения плодородия.

Структура производимой сельскохозяйственной продукции также выявила доминирующие тенденции (таблица 2).

Таблица 2.

Показатели сельскохозяйственного производства (растениеводство) в Украине за период 1990-2011 г.г. (по данным Госкомстата Украины)

Сельскохозяйственная продукция	1990		2000		2011	
	млн. т	%	млн. т	%	млн. т	%
Зерно	51,009	41,1	24,459	35,8	56,747	47,2
Сахарная свекла	44,264	35,7	13,199	19,3	18,74	15,6
Подсолнечник	2,571	2,1	3,457	5,1	8,671	7,2
Картофель	16,732	13,5	19,838	29,1	24,248	20,2
Овощи	6,666	5,4	5,821	8,5	9,833	8,2
Плоды и ягоды	2,902	2,3	1,453	2,1	1,896	1,6
Валовой сбор	124,144	100	68,227	100	120,135	100
в % от 1990 г.	100		55		96,8	

Доминирующими процесами в производстве продукции растениеводства за период с 1990-2011 г.г. в Украине являются следующие:

- падение а затем восстановление валовых объемов сельскохозяйственного производства в Украине по основным видам продукции растениеводства на фоне уменьшения площадей сельскохозяйственных угодий на 19,9%, то есть рост урожайности культур на фоне уменьшения внесения органических удобрений;

- рост объема производства по зерну составил 5,738 млн. т. или 11,24%, по картофелю 7,516 млн. т. или 44,9%, подсолнечнику 6,1 млн. т, или 336%;

- падение производства, по сахарной свекле (на 25,524 млн. т или на 57,6%);

- опережающие на порядок остальные темпы роста производства подсолнечника – 16,0% в год.

Таблица 3.

Показатели сельскохозяйственного производства (животноводство) в Украине за период 1990-2011 г.г. (по данным Госкомстата Украины)

Животноводческая продукция	1990	2000	2011
	млн. т		
Мяса всех видов	4,3578	1,6628	2,1438
в % от 1990 г.		38,2	49,2
Молоко	24,5083	12,658	11,086
в % от 1990 г.		51,6	45,2
Яйца млн. шт.	16286,7	8808,6	18689,8
в % от 1990 г.		54,1	114,8
Шерсть	29,804	3,4	3,877
в % от 1990 г.		11,4	13,0

*шерсть, тыс. т

Доминирующими процесами в производстве продукции животноводства за период с 1990-2011 г.г. в Украине являются следующие:

- падение производства мясной продукции всех видов вдвое - на 2,2 млн.т или на 50,8%;

- падение производства молока болем чем вдвое - на 13,5 млн.т или на 54,8%;

- падение производства шерсти в 7,7 раза - на 26 тыс.т или на 54,8%;

По сути приведенные показатели производства сельхоз продукции подтверждают выводы, полученные на основании анализа использования земельных ресурсов – доминирование роста производства зерновых и масличных с преобладание масличных – то есть продукции экспортоориентированной, и обвальное падение продукции животноводства, как показатель незаинтересованности во внутреннем рынке, то есть фактически означает снижение жизненного уровня основной части населения.

Выводы.

Государство, взявшее на себя обязательство обеспечения и повышения жизненного уровня существующего и будущего поколений украинского народа, гарантом чего является с одной стороны обеспечение народа сбалансированным питанием, с другой стороны сохранение главного ресурса жизнеобеспечения украинского народа – земельных ресурсов сельскохозяйственного назначения, должно на государственном вмешаться в процесс сельскохозяйственного производства как экономическими регуляторными методами (стимулирования и дотации), так и административными регуляторными методами, а именно:

- привести структуру землепользования в разрезе областей, регионов, географических зон с целью сохранения плодородности основного ресурса жизнеобеспечения – земельных ресурсов;

- обеспечить государственную поддержку развитию животноводства, что с одной стороны улучшает структуру питания и, соответственно уровень здоровья населения, с другой – способствует сохраниению плодородия основного ресурса через увеличение объема внесения органических удобрений и уменьшению его химизации.

Література

1. Закон Украины “Об основных принципах (стратегий) государственной экологической политики Украины на период до 2020 года” (2010 г.)

2. Билык Ю. Новая аграрная политика – основа преодоления кризиса в АПК / Ю. Билык // Экономика Украины. – 1998. – № 8. – С. 54-61.

3. Веб-сайт Державного комітету статистики. [Електронний ресурс]. - Режим доступу - http://ukrstat.gov.ua/operativ/

4. Попова О. Агросфера: соціоекономічний зміст і засади сталого розвитку. // Агросфера. – №1. – 2013. – С. 3-5

5. FAO 1996. Rome Declaration of World Food Summit it Plan of Action. htpp: / www.fao.org / wfs / final.

1. Zakon Ukraynы “Ob osnovnыkh pryntsypakh (stratehyy) hosudarstvennoy эkolohycheskoy polytyky Ukraynы na peryod do 2020 hoda” (2010 h.)

2. Bylыk Yu. Novaya ahrarnaya polytyka – osnova preodolenyya kryzysa v APK / Yu. Bylыk // Эkonomyka Ukraynы. – 1998. – # 8. – S. 54-61.

3. Veb-sayt Derzhavnoho komitetu statystyky. [Elektronnyy resurs]. - Rezhym dostupu - http://ukrstat.gov.ua/operativ/

4. Popova O. Ahrosfera: sotsioekonomichnyy zmist i zasady staloho rozvytku. // Ahrosfera. – #1. – 2013. – S. 3-5

***Рецензент**: Ковавльов В.Г. д.е.н., проф., зав. каф. менеджменту природоохоронної діяльності Одеського державного екологічного університету*

19.10.2015

УДК 665.57:65.012.16

Захарчук Валентина, Неруца Лілія

ТОВАРОЗНАВЧА ЕКСПЕРТИЗА ПАРФУМЕРНИХ ТОВАРІВ В КОНТЕКСТІ ВИМОГ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ

У статті визначено основні методи та інструменти для проведення товарознавчої експертизи парфумерних товарів згідно

національних стандартів та європейських нормативних документів. Розглянуто основні методичні підходи щодо оцінки якості, маркування та пакування парфумерних товарів для оновлення методики проведення експертизи парфумерних товарів відповідно до сучасних вимог. Приведена порівняльна характеристика технічних вимог міжнародних стандартів до якості парфумерних товарів та технічних вимог національних стандартів. Встановлено, що основними факторами формування якості парфумерних товарів є вихідна сировина, кількісний і якісний склад виробу, особливості його виробництва (консистенція, характер упаковки, вид споживчої тари, місткість одиниці виробу). Проведено товарознавчу експертизу та аналіз якості парфумерних товарів для виявлення їх відповідності сучасним нормативним документам за основними органолептичними та фізико-хімічними показниками якості, в тому числі проведена оцінка відповідності тари, в яку фасуються парфумерны рідини, маркування та пакування за методиками, які приведені у європейських нормативних документах.

Ключові слова: парфумерні товари, товарознавча експертиза, показники якості, методи оцінки якості, маркування, нормативний документ.

Захарчук Валентина, Неруца Лилия

ТОВАРОВЕДЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА ПАРФЮМЕРНЫХ ТОВАРОВ В КОНТЕКСТЕ ТРЕБОВАНИЙ ЕВРОПЕЙСКИХ СТАНДАРТОВ

В статье определены основные методы и инструменты для проведения товароведческой экспертизы парфюмерных товаров согласно национальных стандартов и европейских нормативных документов. Рассмотрены основные методические подходы к оценке качества, маркировки и упаковки парфюмерных товаров для обновления методики проведения экспертизы парфюмерных товаров в соответствии с современными требованиями. Приведена сравнительная характеристика технических требований международных стандартов к качеству парфюмерных товаров и технических требований национальных стандартов. Установлено, что

основными факторами формирования качества парфюмерных товаров является исходное сырье, количественный и качественный состав изделия, особенности его производства (консистенция, характер упаковки, вид потребительской тары, емкость единицы изделия). Проведена товароведческая экспертиза и анализ качества парфюмерных товаров для выявления их соответствия современным нормативным документам по основным органолептическим и физико-химическим показателям качества, в том числе проведена оценка соответствия тары, в которую фасуются парфумерные жидкости, маркировки и упаковки по методикам, приведены в европейских нормативных документах .

Ключевые слова: парфюмерные товары, товароведческая экспертиза, показатели качества, методы оценки качества, маркировка, нормативный документ.

Zakharchuk Valentina, Nerutsa Liliia

COMMODITY EXPERT EXAMINATION OF PERFUME COMMODITIES IN THE CONTEXT OF EUROPEAN STANDARDS

The article defines the basic methods and tools for commodity expertise of perfumes according to national standards and European regulations. The basic methodological approaches to the assessment of the quality, labeling and packaging of perfumes to update the methodology of the examination of perfumery goods in accordance with modern requirements are reviewed. The comparative characteristic of the technical requirements of international standards for quality perfumes and technical requirements of national standards are given. It was found that the main factors shaping the quality of perfumes are raw materials, the quantitative and qualitative composition of the product, especially its production (texture, character packing, type of consumer packaging, container product unit). The commodity expert examination and analysis of the quality of perfumes to determine their compliance with modern regulations on the basic organoleptic and physico-chemical indicators of quality, including an assessment of compliance of containers, which are packed of perfumery liquids, labeling and packaging according to the procedures given in European regulations was conducted.

Keywords: perfume commodities, commodity expertise, quality indicators, methods for assessing the quality, labeling, regulatory document.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Парфумерний ринок в Україні є досить насиченим. Проте, експерти оцінюють його розвиток як дуже перспективний. Скорочення власного виробництва парфумерних товарів призвело до різкого збільшення в Україні кількості продукції іноземного походження. Близько 60 % парфумерних товарів, які реалізуються в Україні, не мають нічого спільного з товарним знаком, який зображений на його упакуванні [4].

Значення парфумерних товарів росте відповідно до підвищення культурного розвитку споживачів, які стають все більш вимогливими відповідно до розвитку ринкових відносин. Однак, питання якості парфумерних товарів є завжди актуальним, оскільки ці товари контактують зі шкірою людини і безпосередньо впливають на стан здоров'я людини.

У зв'язку з цим виникає потреба в проведенні експертизи, яка необхідна для підтвердження якості імпортних парфумерних товарів відповідно до національних стандартів та європейських нормативних документів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема дослідження асортименту і якості парфумерних товарів вивчали такі вчені: Л.В. Пешук, Л.І. Бавіка, І.М. Демідов, І.І. Васильєва, С.А.Вілкова, Л.А. Яковлєва, Г.С. Кутакова, О.В. Вотченікова, Т.П.Писаренко, А.О. Реміга і т. д. Наукові роботи зазначених вчених відзначаються ґрунтовністю, що притаманна розробкам загальнотеоретичного плану.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Експертна практика парфумерної галузі потребує наукової систематизації накопиченого матеріалу, урахування нової нормативної бази і економічних умов. Що стосується нормативної документації в парфумерній галузі, склалася така ситуація – частина нормативних документів, яка залишилась в спадок ще з часів Радянського Союзу була доопрацьована в зв'язку з новими вимогами науково-технічного прогресу. Як результат, за останні роки прийнято та надано чинності національним стандартам [1, 2, 6] та запроваджено такі європейські нормативні документи [3, 7, 8, 9, 10], які напряму пов'язані із

визначенням якості та товарознавчою експертизою парфумерних товарів.

Таким чином, виникає необхідність проведення актуальних досліджень в напрямку товарознавчої експертизи парфумерних товарів, оскільки такі результати досліджень будуть відігравати роль конкретної основи для розробки сучасної методики експертизи парфумерних товарів.

Метою даної статті є проведення товарознавчої експертизи та аналізу якості парфумерних товарів для виявлення їх відповідності національним стандартам та європейським нормативним документам.

Виклад основного матеріалу дослідження. Парфумерні вироби – спиртові, спиртоводні чи водноспиртові розчини багатокомпонентних сумішей запашних речовин.

Основними факторами формування якості парфумерних товарів є вихідна сировина, кількісний і якісний склад засобу, а також особливості його виробництва (консистенція, характер упаковки, вид споживчої тари, місткість одиниці виробу та ін.).

Для парфумерії основну групу сировини становлять запашні речовини, які бувають натуральними рослинного (ефірні масла, смоли, бальзами) і тваринного походження (продукти виділення залоз деяких тварин – мускус, амбра, цибет), а також синтетичними. Багатокомпонентна суміш запашних речовин (до 100 і більше) утворює парфумерну композицію – основу парфумерного виробу, від якої залежить і характер запаху, і його стійкість, тобто головні споживчі властивості парфуму. Використання сировини тваринного походження надає запаху парфумерного засобу особливого відтінку – ніжності, єдності, збільшує його тривалість (стійкість). Синтетичні запашні речовини дають можливість створювати парфуми й одеколони з різними фантазійними запахами, які не зустрічаються у природі. Чим більше запашних речовин у складі парфумерної композиції виробу, тим вища його якість. У парфумах екстра-класу їх повинно бути не менше 300. Рецепт такої композиції є таємницею і відомий лише розробникові. До складу рідких парфумерних виробів входять спирт (як розчинник запашних речовин), вода, іноді барвники. Їхні кількість і якість також визначають якість виробу і створюють асортимент [5].

Велике значення для парфумерії має упаковка і зовнішнє оформлення виробів. Упаковка повинна не тільки сприяти збереженню якості товару, а бути, як і зовнішнє оформлення, одночасно його рекламою, маркою виробника і показником якості, конкурентоспроможності, від яких залежать споживчий попит і ціна товару. Тому передові фірми приділяють велику увагу не тільки пошуку нового аромату парфуму, а й створенню флакону, назви, упаковки. Над цим працюють не один рік фахівці із запахів, дизайнери, модельєри, навіть скульптори. Існують цілі школи парфумерного мистецтва.

Асортимент імпортних парфумів, які надходять на ринок України, класифікується так [5]:

- духи (Parfum або Extrait), містять 20 – 30 % парфумерної композиції, міцність спирту не менше 90 %;
- парфумерні води (Eau de Parfum або Parfum de Toilette, або Exprin de Parfum), вміст композиції 15 – 20%, міцність спирту не менше 90 %;
- туалетні води (Eau de Toilette), вміст композиції 6 – 12 %, міцність спирту не менше 85 % ;
- одеколон (Eau de Cologne) містить 3 – 5 % парфумерної композиції, міцність спирту 70 – 80 % ;
- запашні води (L'Eau Fraoche, Eau de Sport), вміст композиції 1 – 3 %, міцність спирту 70 – 80 % або менше.

За вмістом парфумерної композиції (запашних речовин) і за призначенням згідно з ДСТУ 4710:2006 [1] поділяють на концентровані духи (вміст запашних речовин не менше 30 %), духи (вміст запашних речовин не менше 15 %), парфуми-еспрі (вміст запашних речовин не менше 10 %), парфумерні води (вміст запашних речовин не менше 8,0 %), туалетні води (не менше 4,0 %), одеколони (не менше 1,5 %), запашні води (не менше 1,0 %). Духи і туалетні води використовуються як засоби для ароматизації; одеколони – як гігієнічні, освіжаючі та ароматичні засоби; запашні води – як освіжаючі та гігієнічні.

Парфумерні товари, які реалізує досліджуване підприємство, за органолептичними та фізико-хімічними показниками мають відповідати вимогам, наведеним у табл. 1 (згідно ДСТУ 4710:2006).

Таблиця 1

Органолептичні та фізико-хімічні показники парфумерних виробів

Назва показника	Характеристика і норма						
	Концентро-вані	Духи	Парфуми-	Парфумерна вода	Туалетна вода	Одеколон	Запашна вода
Зовнішній	Прозора рідина. Допустима наявність поодиноких волокон						
Колір	Властивий кольору, встановленому у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви						
Запах	Властивий запаху, встановленому у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви						
Стійкість запаху,год., не менше ніж	60	60	50	50	40	24	Не нормується
Прозорість	Відсутність помутніння за температури, °С						
	+3	+3	+3	+3	+3	+5	+5
Об'ємна частка етилового спирту,% об	55,0	70,0	75,0	75,0	75,0	60,0	20,0
Сума масових часток запашних речовин,%, не менше ніж	30,0	15,0	10,0	8,0	4,0	1,5	1,0

Для знаходження значень показників якості продукції використовуються вимірювальні, реєстраційні, органолептичні і розрахункові методи [1].

Відповідність парфумерних виробів встановленим органо-лептичним та фізико-хімічним показникам визначаємо за наступним методиками, які приведені у чинних нормативних документах.

Особливістю експертизи якості парфумерних виробів є одночасна перевірка якості парфумерії і тари (туби, банки, флакони, пенали і т.д.), в яку засоби фасуються. До поняття «парфумерний виріб» входять дві складові частини: вміст і тара (індивідуальна).

Іншою особливістю є те, що експерт не встановлює відсоток зниження рівня якості товару, що має дефекти або що втратили (частково або цілком) товарний вигляд. В актах експертизи констатується фактичний стан виробу (тари і вмісту), дається опис дефектів. Вироби, що мають дефекти або втратили товарний вигляд експерт відносить до неякісних. Вони належним чином пакуються, і

вироби-опломбовуються особистим штампом експерта, про що в акті експертизи робиться відповідний запис.

Відповідність маркування споживчої тари з парфумерними виробами визначається згідно з ДСТУ 5010:2008 Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання [6], Регламентом (ЄС) № 1223/2009 [7], «Керівництвом для маркування косметичної продукції в Європейському Союзі» (Розроблене «COLIPA», грудень 2012 року) [3].

Маркування може бути нанесено на етикетки або безпосередньо на корпус баночки, коробочки, пеналу, флакона та пакета.

Маркування для парфумерно-косметичних товарів містить у собі таку інформацію:

- найменування товару, країна та фірма виробника, його товарний знак або товарна марка;
- юридичну адресу виробника;
- характеристику товару та його штрих-код;
- позначення нормативного документа, по якому він вироб-ляється;
- інформацію про обов'язкову сертифікацію та номер партії;
- дату виготовлення, строк придатності;
- об'єм у мл;
- запобіжні, екологічні або інші товарні знаки.

Відомості, які характеризують косметичний засіб, призначені для споживачів.

На флакони з парфумерними товарами наклеюється художньо оформлена етикетка із зазначенням на лицьовій стороні етикетки найменування виробу; на звороті – найменування підприємства, його місцезнаходження або його товарний знак, місяця – і року виготовлення, роздрібної ціни, позначення стандарту, найменування групи виробу.

При випуску парфумерних виробів в футлярах з флаконами без етикеток все маркування розміщують на футлярі.

На паперових клеевих стрічках, якими обклеюють коробки, друкарським способом чи штемпельною фарбою мають бути зазначені найменування виробу і номер артикулу; найменування підприємства його місцезнаходження; кількість одиниць виробів, упакованого в

коробки; дата виготовлення, номер бригади; найменування групи виробу; позначення стандарту.

На ящиках з парфумерними товарами мають бути зазначені найменування виробу і номер артикулу; найменування підприємства-виготовлювача та його місцезнаходження чи найменування вантажовідправника; найменування вантажоодержувача; порядковий номер ящика й час виготовлення; кількість виробів на штуки; номер пакувальника; позначення стандарту. На кришках ящиків повинно бути написи: «Вгору», «Не кидати!», «Скло».

Мінімальний термін придатності зазначають, використовуючи слова: «Придатний до (місяць, рік)» або «Термін придатності (місяців, років)» із зазначенням місця на пакуванні, де ця дата знаходиться [6,7].

Номінальний обсяг парфумерних виробів зазначають на момент пакування. Не зазначають обсяг парфумерних виробів у споживчі тарі обсягом менше ніж 5 мл та безкоштовних зразків.

Склад парфумерних виробів треба починати заголовком «Інгредієнти». Інгредієнти, масова частка яких становить менше ніж 1%, можна перераховувати в будь-якому порядку після тих інгредієнтів, масова частка яких становить більше ніж 1%.

Суміш запашних речовин дозволяють зазначати як єдиний інгредієнт з використанням слів: «ароматична композиція», «парфумерна композиція» без розкриття її складу.

Барвники можуть бути перераховані в будь-якому порядку після інших інгредієнтів. Відповідність пакування парфумерних виробів визначаємо згідно з ДСТУ 5010:2008 з такими доповненнями.

Споживче упакування парфумерних виробів може складатися із внутрішнього пакування – тари, у яку фасують парфумерні рідини, та зовнішнього упакування – виріб або футляр, у який укладають споживчу тару з парфумерними виробами, або без зовнішнього пакування. Допустимі від’ємні відхили за обсягом парфумерних виробів у споживчі тарі встановлюють у технічних вимогах на парфумерний виріб певної назви і становлять не більше ніж 6%. Відповідність зовнішнього вигляду, кольору та запаху парфумерних виробів визначаємо згідно з ДСТУ 5009:2008 Вироби парфумерно-косметичні. Правила приймання, відбирання проб, методи органолептичних випробувань [2].

Зовнішній вигляд виробів, які мають рідку консистенцію та упаковані у прозорі флакони, визначають переглядом флаконів з рідиною у денному світлі або світлі електричної лампи після перевертання флакону пробкою донизу два- три рази.

Запах рідких виробів визначають органолептичним методом з використанням полоси щільного паперу розміром 10*160 мм, який змочений приблизно на 30 мм зануренням у аналізуєму рідину.

Прозорість парфумерної рідини визначаємо згідно з ДСТУ 4710:2006, пункт 11.7 [1].

Метод базується на візуальному оцінюванні прозорості парфумерної рідини у добре освітленому приміщенні. У пробірку циліндром наливають (10-20) см³ парфумерної рідини. Пробірку закривають пробкою, у яку встановлено термометр (кульку термометра треба повністю занурити у досліджувану парфумерну рідину). Пробірку з парфумерною рідиною охолоджують до температури 5 °С, а під час випробування одеколонів і запашних вод охолоджують до температури 3 °С. Потім виймають із охолодженої суміші, струшують та проглядають при денному світлі або при світлі електричної лампи.

Стійкість запаху парфумерних виробів визначаємо згідно з ДСТУ 4710:2006, пункт 11.6 [1].

Метод базується на органолептичному оцінювання запаху. У порцелянову чашку для випарювання наливають (0,5-1,0) см³ парфумерної рідини. У ній змочують шматочок сухої, попередньо випраної в гарячій воді без мила, підбіленої марлі розміром 5 * 10 см, виймають її пінцетом і, не віджимаючи, просушують у приміщенні за температури повітря 15-20 °С. Стійкість запаху парфумерної рідини визначають органолептичним методом в інтервалі 12 годин.

Зразок 1. Парфумерна вода Creed.

Споживче упакування складається з внутрішнього та зовнішнього пакування. У якості зовнішнього упакування виступає коробка картонна. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку пульверизаційним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та вид

виробу – парфумерна вода для жінок Creed (eau de parfum); найменування країни-виробника – Франція; найменування фірми-виробника – Бріліант Ентерпрайзес; юридична адреса виробника – Дорога Ансон,10, Інтернешинал Плаза Сінгапур, 079903; об'єм у мл – 60; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, запашні речовини; термін використання – придатний до 12.2015; застереження: вогненебезпечно; не розпилювати біля вогню, розпечених предметів, джерела тепла або працюючих електроприладів; уникати попадання в очі та на подразнену шкіру; берегти від дітей; використовувати тільки за призначенням; номер партії товару; штрих-код товару.

На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу – парфумерна вода для жінок Creed (eau de parfum); найменування країни-виробника – Франція; об'єм у мл – 60; міцність спирту у % - 80.

Зразок 2. Туалетна вода Burberry.

Споживче пакування туалетної води Burberry складається з внутрішнього та зовнішнього упакування. У якості зовнішнього упакування виступає картонна коробка. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку з пульверизаційним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та вид виробу – туалетна вода Burberry для жінок; найменування країни-виробника – Великобританія; найменування фірми-виробника – Franschesko Smalto; юридична адреса виробника – 08006 London England; товарний знак; об'єм у мл – 100; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, запашні речовини; термін використання – придатний до 12.2015; застереження: вогненебезпечно; не розпилювати біля вогню, розпечених предметів, джерела тепла або працюючих електроприладів; уникати попадання в очі та на подразнену шкіру; берегти від дітей; номер партії товару; штрих-код товару.

На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу – туалетна вода Burberry для жінок; найменування країни-виробника – Великобританія; об'єм у мл – 100; міцність спирту у % - 80.

Зразок 3. Духи Salvador Dali for women.

Споживча упаковка духів Salvador Dali for women складається з внутрішнього та зовнішнього упакування. У якості зовнішнього упакування виступає коробка картонна у поліетиленовій плівці. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку пульверизаційним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та вид виробу – духи Salvador Dali for women; найменування країни-виробника Іспанія; найменування фірми-виробника – Fragrances; товарний знак; об'єм у мл – 50; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, запашні речовини; термін використання – придатний до 12.2016; номер партії товару; штрих-код товару.

На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу - духи Salvador Dali for women; об'єм у мл – 50.

Зразок 4. Туалетна вода Kenzo.

Споживче упакування туалетної води Kenzo складається з внутрішнього та зовнішнього упакування. У якості зовнішнього упакування виступає коробка картонна у поліетиленовій плівці. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку аерозольним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та

вид виробу – туалетна вода для жінок Kenzo (eau de toilette); найменування країни-виробника – Франція; найменування фірми-виробника – Kenzo; юридична адреса виробника – Paris Franse; товарний знак; об'єм у мл – 30; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, парфумерна композиція; термін використання – придатний до 02.2016; застереження: вогненебезпечно; не розпилювати біля вогню, розпечених предметів, джерела тепла або працюючих електроприладів; уникати попадання в очі та на подразнену шкіру; берегти від дітей; номер партії товару; штрих-код товару.

На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу – туалетна вода для жінок Kenzo (eau de toilette); найменування країни-виробника – Франція; об'єм у мл – 30; міцність спирту у % - 80.

Зразок 5. Парфумерна вода Kenzo.

Споживче упакування парфумерної води Kenzo складається з внутрішнього та зовнішнього упакування. У якості зовнішнього упакування виступає коробка картонна у поліетиленовій плівці. Внутрішнє упакування – скляний флакон під закупорку з пульверизаційним клапаном.

На картонній коробці, в яку упаковано флакон з парфумерним виробом, нанесено маркування трьома мовами: українською, російською та англійською. На коробці вказано: найменування та вид виробу – парфумерна вода для жінок Kenzo (eau de parfum); найменування країни-виробника – Франція; найменування фірми-виробника – Kenzo; юридична адреса виробника – Paris Franse; товарний знак; об'єм у мл – 50; перелік компонентів – спирт денатурований, демінералізована вода, парфумерна композиція; термін використання – придатний до 11.2016; застереження: вогненебезпечно; не розпилювати біля вогню, розпечених предметів, джерела тепла або працюючих електроприладів; уникати влучення в очі та на подразнену шкіру; берегти від дітей; номер партії товару; штрих-код товару. На флаконі з парфумерним виробом вказано: найменування та вид виробу – парфумерна вода для жінок Kenzo (eau de parfum); найменування країни-виробника – Франція; об'єм у мл – 50; міцність спирту % - 80.

Виходячи з проведеного аналізу маркування і пакування парфумерних товарів, можна зробити висновок, що усі представлені зразки відповідають вимогам ДСТУ 5010:2008 [6] та вимогам європейських нормативних документів [3, 7, 8].

Результати досліджень зразків парфумерних товарів за основними показниками якості при проведенні товарознавчої експертизи представлені у таблиці 2.

Аналізуючи таблицю 2, можна зробити висновок, що за основними показниками відповідають усім вимогам ДСТУ 5009:2008 та ДСТУ 4710:2006 зразки 2, 4 та 5 – туалетна вода Burberry, туалетна вода Kenzo та парфумерна вода Kenzo.

Таблиця 2

Основні показники якості парфумерних виробів

Назва показника	Характеристика				
	Туалетная вода Creed	Туалетна вода Burberry	Духи Salvador Dali for women	Туалетна вода Kenzo	Парфуме р-на вода Kenzo
Зовнішній вигляд та колір	Прозора рідина	Прозора рідина	Прозора рідина	Прозора рідина	Прозора рідина
Прозорість	Відсутність помутніння за температури, ° С				
	+3	+3	+3	+3	+3
Запах	Квітковий, насичений, теплий	Квітково-фруктовий, легкий	Квітковий, з мускатними відтінками, насичений	Квітково-фруктовий, легкий	Квітково-цитрусовий, легкий
Стійкість запаху, год.	39,5	75,0	59,0	75,0	75,0

Зразки 1 і 3 (парфумерна вода Creed та духи Salvador Dali for women) не відповідають вимогам нормативного документу за показником стійкість запаху, так як мають мінімальне значення цього показника: 39,5 та 59,0 відповідно.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Виходячи з проведеного аналізу маркування та упакування парфумерних товарів, при проведенні товарознавчої експертизи якості, можна зробити висновок, що усі представлені зразки відповідають вимогам нормативних документів.

За органолептичними показниками відповідають усім вимогам нормативних документів зразки 2, 4 та 5 - туалетна вода Burberry, туалетна вода Kenzo та парфумерна вода Kenzo. Зразки 1 і 3 парфумерна вода Creed та духи Salvador Dali for women) не відповідають вимогам нормативного документу за показником стійкість запаху.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є формування бази результатів досліджень рівня якості парфумерних товарів при проведенні товарознавчої експертизи якості парфумерних товарів з урахуванням Регламенту (ЄС) №1223/2009, Керівництва для маркування косметичної продукції в Європейському Союзі. Одержані результати досліджень парфумерних товарів будуть відігравати роль

конкретної основи для розробки сучасної методики експертизи парфумерних товарів.

Література

1. Вироби парфумерні рідинні. Загальні технічні умови: ДСТУ 4710 : 2006.– [Чинний від 2008–07–01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. – 14 с.

2. Вироби парфумерно-косметичні. Правила приймання, відбирання проб, методи органолептичних випробувань. ДСТУ 5009:2008.– [Чинний від 2008–06–12]. – К. : Держспоживстандарт України, 2008. –8 с.

3. Керівництво для маркування косметичної продукції в Європейському Союзі (Розроблене "COLIPA", грудень 2012 року), Електронний ресурс]. – Режим доступу: eur-lex.europa.eu/.../LexUriServ.do?uri=OJ:L.

4.Крюк Т. А. Ідентифікація парфумерних рідинних виробів, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tr.knteu.kiev.ua/files/2013/16/18.

5. Пешук Л. В. Технологія парфумерно-косметичних продуктів: навч. посібник / Л. І. Бавіка, І. М. Демидов . – Київ: ЦУЛ, 2007. – 372 с.

6. Продукція парфумерно-косметична. Пакування, маркування, транспортування і зберігання. ДСТУ 5010 : 2008. – [Чинний від 2008–09–01]. – К.: Держспоживстандарт України, 2008. – с.10.

7. Регламент (ЄС) №1223/2009, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.icqc.eu/userfiles/File/Regulation%20EC%201223-2009.doc,.

8. DIRECTIVE 76/768/EEC COSMETICS DIRECTIVE, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.icqc.eu/userfiles/File/Cosmetics_Directive.pdf.

9. DIRECTIVES COMMISSION DIRECTIVE 2010/4/EU of 8 February 2010, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010_4.pdf.

10. DIRECTIVES COMMISSION DIRECTIVE 2010/3/EU of 1 February 2010, [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010_3.pdf

1.Vy`roby` parfumerni ridy`nni. Zagal`ni texnichni umovy`: DSTU 4710 : 2006.– [Chy`nny`j vid 2008–07–01]. – K. : Derzhspozhy`vstandart Ukrayiny`, 2008. – 14 s.

2. Vy`roby` parfumerno-kosmety`chni. Pravy`la pry`jmannya, vidby`rannya prob, metody` organolepty`chny`x vy`probuvan`. DSTU 5009:2008.– [Chy`nny`j vid 2008–06–12]. – K. : Derzhspozhy`vstandart Ukrayiny`, 2008. –8 s.

3. Kerivny`cztvo dlya markuvannya kosmety`chnoyi produkciyi v Yevropejs`komu Soyuzi (Rozroblene "COLIPA", gruden` 2012 roku), Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: eur-lex.europa.eu/.../LexUriServ.do?uri=OJ:L.

4.Kryuk T. A. Identy`fikaciya parfumerny`x ridy`nny`x vy`robiv, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://tr.knteu.kiev.ua/files/2013/16/18.

5. Peshuk L. V. Texnologiya parfumerno-kosmety`chny`x produktiv: navch. posibny`k / L. I. Bavika, I. M. Demy`dov . – Ky`yiv: CzUL, 2007. – 372 s.

6. Produkciya parfumerno-kosmety`chna. Pakuvannya, markuvannya, transportuvannya i zberigannya. DSTU 5010 : 2008. – [Chy`nny`j vid 2008–09–01]. – K.: Derzhspozhy`vstandart Ukrayiny`, 2008. – s.10.

7. Reglament (YeS) #1223/2009, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: www.icqc.eu/userfiles/File/Regulation%20EC%201223-2009.doc,.

8. DIRECTIVE 76/768/EEC COSMETICS DIRECTIVE, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://www.icqc.eu/userfiles/File/Cosmetics_Directive.pdf.

9. DIRECTIVES COMMISSION DIRECTIVE 2010/4/EU of 8 February 2010, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010_4.pdf.

10. DIRECTIVES COMMISSION DIRECTIVE 2010/3/EU of 1 February 2010, [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://www.icqc.eu/userfiles/File/2010_3.pdf

Рецензент: *Кулініч О.А., д.ф.м.н., проф., зав. каф. експертизи товарів та послуг Одеського національного економічного університету*

26.10.2015

УДК 336.717.22:659.1

Kerekesha Olga, Piddubna Viktoriia

OPTIMIZATION OF THE BANK INCOME AND ADVERTISING EXPENSES OF DEPOSITS

The relevance of researching costs spent on online advertising as an important institutional factor in ensuring the competitiveness of banks in the new economic conditions, is justified by strengthening of the role of such advertising in the marketing communications caused by its benefits, the possibility of rapid replacement of the content of advertising messages, a focus on well-defined target group, combined optical and acoustic forms of information, two-way communication between the advertiser and the consumer. The author studied how various types of advertising tools orient customers on a service, influence the promotion of banking products, and in the sphere of accounting and control over advertising expenditures- the structure of costs, depending on the period of life of a promotional tool in the banking market has been studied.

***Keywords*:** information technology, marketing communications, advertising, income, promotion of bank products.

Керекеша Ольга, Піддубна Вікторія

ОПТИМІЗАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО ДОХОДУ І ВИТРАТ НА РЕКЛАМУ ДЕПОЗИТІВ

Актуальність дослідження витрат на інтернет-рекламу, як важливого інституційного чинника забезпечення конкуренто-спроможності банків в нових умовах господарювання обгрунтована посиленням ролі такої реклами в системі маркетингових комунікацій, обумовлена її перевагами, можливістю швидкої заміни змісту рекламних звернень, орієнтацією на певну цільову групу, поєднанням оптичної і акустичної форм надання інформації, двостороннім зв'язком між рекламодавцем і споживачем. Авторами проведено вивчення як на практиці різні види рекламного інструментарію орієнтують клієнтів на послугу, діють на просування банківського продукту, а в плоскості обліку і контролю вивчена структура витрат на рекламу залежно від

періоду життя рекламного інструменту на банківському ринку.

Ключові слова: інформаційні технології, маркетингові комунікації, реклама, доход, просування банківських продуктів.

Керекеша Ольга, Поддубная Виктория

ОПТИМИЗАЦИЯ БАНКОВСКОГО ДОХОДА И ЗАТРАТ НА РЕКЛАМУ ДЕПОЗИТОВ

Актуальность исследования затрат на интернет-рекламу, как важного институционного фактора обеспечения конкурентоспособности банков в новых условиях ведения хозяйства обоснована усилением роли такой рекламы в системе маркетинговых коммуникаций, обусловленной ее преимуществами, возможностью быстрой замены содержания рекламных обращений, ориентацией на четко определенную целевую группу, совмещением оптической и акустической форм представления информации, двусторонней связью между рекламодателем и потребителем. Авторами проведено изучение как на практике различные виды рекламного инструментария ориентируют клиентов на услугу, действуют на продвижение банковского продукта, а в плоскости учета и контроля расходов на рекламу изучена структура затрат в зависимости от периода жизни рекламного инструмента на банковском рынке.

Ключевые слова: информационные технологии, маркетинговые коммуникации, реклама, доход, продвижение банковских продуктов.

Statement of a problem: In Ukrainian economy, as a result of globalization, there is a transformation which allows the society to create new industries in the traditionally conservative areas of life. So Internet advertising is detached as a separate sub-sector. Its volume is constantly growing, promotional items are modified, transformed and, accordingly, expenses for promotional events are increasing, the systematic research of the costs spent on certain types of Internet advertising is necessary. The purpose of this article is to analyse the influence of different types of advertising on the processes of promoting banking products, improving practical approaches of accounting Internet advertisement costs in today's competitive market mechanism for ordering advertising tools

Analysis of the last researches and publications: Questions assessing the effectiveness of the use of media in order to generate additional revenue by business entities are detailed in the works of Ukrainian scientists [7, p45], [8, p92] The main aspects of the bank's deposit capital formation are deeply analysed in [9, p167]. An important task of accounting practices is to identify, to show professionally, to control the dynamics of the cost. Ukrainian national accounting system was formed under the conditions of absence of market institutional environment, which is reflected in science. Ukrainian researchers interpret differently the notion of spending. Some scientists while defining the concept of "expenses" see it as an economic category [10, p29], [11, p25]. The second part of scientists view it as an element of accounting. [12, P 33], [13, P. 37],[14, P. 41]; [15, P.28], [16, P.43] Other authors define the concept of expenses both as an economic category and as an element of accounting. [17, P.56]. Some researchers believe that costs are assets (or economic resources, funds, property, etc.), which are used partially or completely. [12, P. 29];[10, P 33];[11, P.37], [17,P. 16].

Now Ukrainian researchers are slowly beginning to build basic signs to identify the costs accounted for using the economic philosophy of Friedrich Hayek, whose studies involve changes which occurred in the twentieth century in society, in economy and costs of raw materials. and materials for production [18, P.37] .However the study of the essence of economic categories of expenditure can not be considered complete due to the fact that in the neoclassical model there is also "no correct definition of the cost of production" [19, p29].

Part of a common problem unresolved earlier: The need to study the impact of information market and advertising on the development of banking activity, is justified by the necessity of scientific understanding of the conditions and factors that determine the strengthening of the role of information and advertising services, as well as by the expediency of using the experience of various countries in the formation of banking information systems to improve the competitiveness of the banking institutions.

Article purpose: Study the most effective advertising channels at the time of decision-making.

Main materials of research: The existence of the bank directly depends on the availability of customers. Therefore, the key task of the bank is to attract more and more customers. To maintain its position in the

global market, banks use a variety of tools. Ukrainian banks have started to use the program (CRM - Customer Relationship Management), which allows you to record all the history of communication with customers - letters, phone calls, meetings; deliver e-mails; call customers in one click directly from his cards via Internet.

As a result of the global financial turmoil and instability of the national economy the consumer attaches increasing importance to financial stability of banks. This requires a careful choice of the development strategy of personalized customer relationships. Any mistakes made by advertising service under these conditions are costly to the bank. "The question is not, which tools constitute the marketing mix, but rather which tools are the most important "[1, p78]. Economic globalization has led to an increasing distrust of the younger generation of consumers to financial institutions [2, p14]. Young people, who are accustomed to the availability of information through the Internet and the easiness of handling funds on the accounts, can easily change their bank for convenience or as a result of poor quality of service. Every detail in advertising can affect the formation of preferences and consumer's emotional attachment to a particular bank.

One of the patriarchs of the advertising industry, the founder of advertising agency Ogilvy & Mather says: "The easiest way to gain new customers is to make a good advertisement" [3, p58].

Information and communication technologies have ensured the development of national financial markets and have determined the possibility of the formation of financial globalization, which in turn has affected the growth rate and the size of the market of banking services. In the context of economic integration of Ukraine into the EU, when the market is saturated with imported goods, competition is a powerful factor in the expansion of advertising. Participants of the advertising market are concerned about the profitability of the advertising budget, proper accounting of costs, evaluation of the effectiveness of advertising tools, the harmonious combination of advertising costs and the expected increase in revenue from the use of advertising. In this article we will look at the practical issues of cost allocation based on the type of advertising tools. To predict how much advertising costs contribute to the growth of income of the bank we can use the graph below (Figure1).

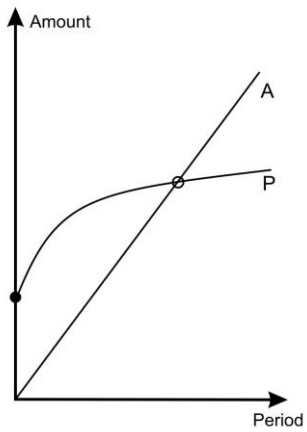

Figure 1. The ratio of the dynamics of advertising costs and income of the bank.

Advertising costs are shown in Figure 1 with the help of the curve marked with the letter ***A***, the bank's income shows the line marked with the letter ***P***. In this case we abstract from the fact that the bank's income depends on the economic, political and social factors, the rule of law, and even the weather conditions and suggest dependence of the income on the advertising costs.

To construct the curve, which characterizes the cost of advertising, consider the following formula

$$A_{(t)} = k \cdot t, \qquad (1)$$

where: *k*- is an option indicating the percentage change in the cost of advertising,

t- duration of this option.

To construct a curve that characterizes the change in income as a result of the impact of the advertising factor the formula below is offered:

$$P_{(t)} = a_0 + a_1 \cdot t + a_2 \cdot t^2, \qquad (2)$$

where: *a*-parameter showing the percentage change in income,

t- duration of the advertising factor.

The point of intersection of the lines in the figure shows the limits of the advertising costs effectiveness. We consider how the bank uses each type of promotional tools, whether they correspond to the wishes of the customers, and we will not dwell on the problems of the content, accuracy

and objectivity of information on earnings and seek no answers to the questions whether the bank is profitable or not.

How effective different advertising media for different types of banking products are, we have studied based on the results of advertising activity of one of the system banks in Ukraine. This is a public joint-stock association "Imeksbank", which occupies the 16th place in the rating of Ukrainian banks in terms of deposits of individuals [4]. For comparison, we have taken one and the same product, the same advertising idea of that bank. Deposits of individuals were taken as examples of advertised products. Taking into account that promotional products for all vehicles listed in the table were prepared by employees of the bank, we can assume that they are all made at the same high level of quality. Effects of different types of advertising on motivation of customer demand has been recorded by employees of the bank within two months by surveying every individual who comes to the bank for deposits and the results were published by the author of this article [5, P. 87]. The results have shown that the bank received the highest feedback from advertising on the Internet.

Getting to the bank's website, customers feel that they are involved in a dialogue with their financial institution. Despite the fact that television has the highest coverage of the Ukrainian audience, the potential customer does not have time to analyse the television news, while you can safely consider and examine in detail Internet messages. Each potential consumer of banking products considers the key to success in the relationship with the financial institution the opportunity to make a decision on the basis of a thorough analysis of the situation.

Internet banking allows individuals to operate their account from anywhere, at any time, neglecting geographical constraints.

Strengthening the role of Internet advertising in the system of marketing communications is due to: the ability to replace the content of advertising appeal quickly, focus on clearly defined target groups, combined optical and acoustic forms of information, two-way communication between the advertiser and the consumer creates a special need to improve cost accounting for this type of advertising tool. Bank orders online advertising hoping that his proposal will be seen by millions of people. The bank advertisement may be sent by email to all customers or to local newspapers. According to the calculations of «Cisko IBSG» in 2015 the number of Internet-connected devices will reach 15 billion, and by

2020- 40 billion [6, p77]. Therefore, we will consider only advertising on the Internet, which is more structured and focused on a particular consumer.

Management of the bank is concerned about cost-benefit of the advertising budget, accounting and taxation, however it isn't possible now to get specific answers to all of these questions. Internet allows you to turn it into a global interactive advertising, through which advertisers can count on the fact that millions of people will see its products.

During the presentation of the problem the overall state of the advertising on the Internet should be considered and banks are obliged to take it into account when developing appropriate strategies for increasing the level of business in the market. To analyse cost of advertising on the Internet we need to find out first what these promotional materials are. In this area, the following members of the advertising market can be distinguished: an advertiser, producer of advertisements, distributor of advertising and the consumer.

Advertising on the Internet is distributed on banners, contextual advertising and video advertising. Until recently, the banners held the largest share in the Internet advertising. They are gradually superseded by contextual advertising, which can be directed on the target audience, a particular region, the specific interests of Internet users. Costs of contextual advertising are more convenient to handle, which allows you to control the budget and accurately determine what, when and how the investment was spent. Video advertising is more dialogic and emotional, offers the possibility of the relationship between the advertiser and the consumer. The main sites where we can advertise are: promo-sites, portals and corporate websites. The site may have an account, which displays information stored on a computer, a set of data necessary for users' identification and their orders.

Note that the principles of advertising activity on the Internet, which provide a high income to the bank, have not yet been adequately addressed in the literature.

Significant contribution to the study of the accounting aspect of the marketing costs on the Internet has been made by Ukrainian scientists. In the paper by T. Bochulia [20, P. 22] this theme is well developed. In this paper by N. Gura [21, P.274] the procedure for accounting for advertising costs is described in detail.

At the same time, the existing methodology may only be partially

used for the search of new methods of analysis and evaluation of the effectiveness of bank advertising policy. Accordingly, the formulation of the problem of improving accounting costs is justified by the need for scientific understanding of the conditions and factors that determine the accuracy of the calculations of expenditures on Internet advertising.

The cost of advertising on the Internet is not a subject to the new accounting reflection; therefore, first of all we need to find out what these promotional materials are. While distributing on the Internet the ownership of the advertising is not referred to the client of the bank and, of course, it affects the features of its accounting. Advertising on the Internet cannot be considered as a benefit and it cannot be used for their needs. For advertisers there costs are associated with economic activity.

Site requires certain expenses for its acquisition (development). For advertisers advertising spending is an increase in liabilities that result in a decrease in equity. This suggests that they should be classified as operating costs (cost of sales). If the bank orders advertisement of a specialist organization and copyrights become the property of the customer, Web site is reflected in the tax and accounting report as an intangible asset, followed by depreciation. In tax accounting costs of the company for the acquisition or the creation of a web - site is not included in the expenses accounted for the tax and is the subject to amortization as an intangible asset. Placing a site on the Internet (so-called hosting) and maintenance (service) - administration, performing backups, creating new links, performing security checks, deployment of new information and other materials, etc. - are the current costs of supporting the work of the site, the bank's costs on advertising on the Internet for certain types of advertising of the product are shown in [22, p.85]. From these data we can determine the effect of the conditions of promotional products life cycle on the Internet on the composition and structure of costs.

Specific types of costs, typical for each period of the life cycle, differ greatly depending on the type of the advertisement product. So the costs of developing a promotional product, sketches, brand image, text, tables and graphics for the site, payment of workers engaged in product development for animation are three times higher than the costs for films, six times higher - for contextual advertising and thirty times higher - for banners. During the production costs for the purchase of materials for the manufacture of an advertising product, debugging site, depreciation of fixed

assets and non-current assets for movies are twice higher than similar costs for animation, seven times - for contextual advertising and thirty-seven times - for banners. For the period of distribution of Internet advertising costs to pay for hosting, updating the web site designer, compensation of employees, who distribute promotional products look completely different. For banners they are 20% higher than the content, and twenty times higher than for films and animation. This difference is due to the fact that placing the site on the Internet (so-called hosting) and maintenance (service) - administration, performing backups, creating new links, performing security checks, the placement of new information materials, that is, the current cost of maintaining the operation of the site has the largest volume for banners. Unlike other kinds of promotional products, Internet advertising has practically no waste disposal costs and labour costs of employees engaged in the recycling of products.

This causes the need for an analysis of specific types of costs typical to each particular period of the life cycle of an advertising product.

Conclusions and prospects of further research: Reforms of the banking sector in Ukraine changed the traditional way of doing this business. Now the customer has become the most important link, and focus on customer satisfaction is the main goal of Ukrainian banks. We have begun to actively introduce new advertising technology based on open information capabilities and the use of advanced tools of advertising. One of the promising directions of development of advertising banking products have become Internet technologies that allow customers to establish a close and trusting relationships, reduce business risks and improve the quality of banking services. We have established that various promotional tools do not equally affect the preferences and expectations of customers regarding service and banking product demand. Cost structure of advertising on the Internet is significantly different from other types of advertising. First of all, there are no disposal costs of advertising on the Internet.

Practical approaches to cost accounting of online advertising are far behind the level of its organization in other sub-sectors of marketing communications and the growth of this market scale. In order to improve cost accounting the main phases of the cycle of contact of an advertising tool with the consumer, the difference between sites of online advertising and other sites is shown, as well as the difference between cost accounting for the acquisition or creation of sites and cost accounting directly for

advertising.

Cost structure of advertising on the Internet is significantly different from other types of advertising. First of all, there are no disposal costs of advertising on the Internet. Costs for developing sketches, brand image, the purchase of materials for the production of advertising, debugging site, pay for hosting, updating the web site design, depreciation of fixed assets, compensation of employees for a variety of promotional products differ a lot depending on the specific period of the life cycle.

The results of this study allow us to use the most effective advertising channels at the time of decision-making. While ordering promotional products customer can not only consider the issues of increasing sales, but at the same time, using the results of our study, determine for each period of online advertising life cycle certain manufacturers, based on the maximum effect of investment.

In our opinion it will be promising for further research to identify the characteristics of the cost of advertising on the Internet, scientific understanding of factors causing such significant differences that will improve the process of accounting and taxation, and to fully identify the net effect of cash invested in different types of advertising tools.

The literature

1. Kotler, F.(2008).300 key marketing issues: Philip Kotler responsible. Moscow: ZAO "Olympus - Business".

2. Mamontov, A.(2007).Mistrust of banks is not without reason. Kiev: Banking practice abroad №11 (107) P.14.

3.. Ogilvy,D.(2007). Ogilvy on Advertising. Moscow: "Expo".

4.Internet source(2013). (banker.ua/officialrating) Ofitsiflny rating of Ukrainian banks. Article: The amount of the deposit portfolio of individuals .

5. Piddubna,V.(2014).Choice of advertising tool for a bank product. Odessa: In the collection. «Scientific announcer» Departments of education and science of Ukraine, Odessa National Economic University and Allukrainian association of youths of scientists, 86-93, 214 P.

6. Chembers,J.(2013).Comprehensive Internet as a future catalyst. Moscow: "Marketing and Advertising" №1 (96), 83 P.

7. Vovk,V.J.(2013).Consumer finance market: problems and prospects of development in the post-crisis period. Kharkov: Collection of

scientific works of the Kharkov Institute of Banking of the NBU №1 (14).

8. Kraevaya,A.(2007).How to increase the loyalty of the Internet - customers. Kiev: Banking practice abroad. №8 (104).

9. Varenik,V.A.(2007).The main aspects of the formation of the deposit bank's capital. Kiev: Scientific Bulletin№ 6(17).

10. Grinchenko,A.V.(2012).Distinction between the concepts expenses, costs, expenses and losses / A.V. Grinchenko / / Economic Forum№ 3 / [Internet source]. - Mode of access: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/ekfor/2012.3/1.pdf

11.Deriy,V.(2010).The term "costs" and its interpretation for the needs of accounting and control. Lviv: Galitsky Economic Bulletin № 1 (26). P. 154 - 160.

12. Adamenko,T.M.(2009).Costs and expenses of the enterprise as an object of management / T.M. Adamenko. [Interent source] .Rezhimdostupa: http: //www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_ Gum / Emp / 21 / 63Adam.htm.

13. Bezverkhy,K.V.(2007).Once again, the interpretation of the essence of the concepts of "costs" and "expenses", "production costs" and "cost of production" K.V. Bezverkhy. Kiev: Bulletin ZHDTU. № 2 (52). P. 222 - 228.

14. Bondarenko,T.Y.(2011).Production costs as part of the formation and development of the economic mehanizma T.Y. Bondarenko "Economics". - A series of "Accounting and Finance". - Issue 8 (29). Ch 2. [Internet source] .Operation access: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/en.oif/2011.8.2/9.pdf.

15. Zonova,A.V.(2003).Accounting for costs and expenses: base and differentiation technique accounting .A.V.Zonova Economy agricultural and processing enterprises. № 10. P. 34 – 36.

16. Ilchenko,L.B.(2006).Recording and analysis of the cost of production (on materials of the food industry of Ukraine).Economy. Sciences: spec. 08.06.04 "Accounting and Audit" Kiev. P. 19.

17. Skrypnik,M.I.(2013).Defining the essence of the concepts of "costs" and "costs" M.I .Kiev: International collection of scientific papers. № 2 (17). P. 308 - 312.

18. Drury,K.(2003).Management and Cost Accounting: a textbook C. Drury. Trans. from English. Moscow: UNITY-DANA, 1071 P.

19. Egertson,T.(2001).Economic behavior and institutions. Trauinn

Egertson. Trans. from English. Moscow: Case, 408 P

20. Bochulya,T.(2013).Registration-information aspect of goods movement in the e-commerce system. Kiev: Accounting and auditing. № 4, 57P.

21. Gura,N.A.(2010).Accounting economic activities. Kiev: "Center of educational activity", 390 pp

22. Piddubna,V.(2014).Increase of efficiency of accounting in internet trade of advertising expenses. Varna: International journal "Sustainable development" .ISSN: 1314-4138 (print) ISSN: 2367-5454 (online) .Vol: 20 august 144R.

Рецензент: *Ковальов А.І. д.е.н., проф., проректор з наукової роботи Одеського національного економічного університету*

20.10.2015

УДК 339.138.001.12

Кузнецова Інна

МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА РИНКУ ПРОМИСЛОВИХ ПОКУПЦІВ

В статті обґрунтовано роль маркетингової складової у забезпеченні конкурентоспроможності продукції. З використанням методології системного аналізу визначено цілі, завдання та складові маркетингової програми хлібоприймальних підприємств. Узагальнено характеристики маркетингового середовища хлібоприймальних підприємств як підприємств, що діють на ринку промислових покупців. Систематизовано специфічні характеристики ринку зерна. Визначено склад вихідної інформації для прогнозування обсягу послуг хлібоприймальних підприємств. З використанням методу угрупувань виділено сегменти клієнтів, які відрізняються за низкою ознак. Визначено особливості конкуренції на ринку послуг хлібоприймальних підприємств. Доведено переважно ціновий характер конкуренції на цьому ринку. Запропоновано низку

показників за якими доцільно проводити конкурентний аналіз. Обґрунтовано послідовність формування маркетингової програми, яка враховує особливості функціонування ринку послуг хлібоприймальних підприємств та сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність; маркетингове середовище; маркетингова програма; підприємства хлібопродуктів; ринок промислових покупців; ринок зерна.

Кузнецова Инна

МАРКЕТИНГОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ

В статье обоснована роль маркетинговой составляющей в обеспечении конкурентоспособности продукции. С использованием методологии системного анализа определены цели, задачи и составляющие маркетинговой программы хлебоприемных предприятий. Обобщены характеристики маркетинговой среды хлебоприемных предприятий как предприятий, действующих на рынке промышленных покупателей. Систематизированы специфические характеристики рынка зерна. Определен состав исходной информации для прогнозирования объема услуг хлебоприемных предприятий. С использованием метода группировок выделены сегменты клиентов, отличающиеся по ряду признаков. Определены особенности конкуренции на рынке услуг хлебоприемных предприятий. Доказано преимущественно ценовой характер конкуренции на этом рынке. Предложен ряд показателей по которым целесообразно проводить конкурентный анализ. Обосновано последовательность формирования маркетинговой программы, которая учитывает особенности функционирования рынка услуг хлебоприемных предприятий и способствует повышению их конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность; маркетинговая среда; маркетинговая программа; предприятия хлебопродуктов; рынок промышленных покупателей; рынок зерна.

Kuznetsova Inna

MARKETING COMPONENT TO ENSURE THE COMPETITIVENESS OF PRODUCT ON THE INDUSTRIAL MARKET BUYERS

In the article the role of marketing component in ensuring the competitiveness of products is grounded. The goals, objectives and components of the marketing program of grainproducts enterprises are defined with using the methodology of the system analysis. Characteristics of marketing environment of grainproducts enterprises as companies operating in the market of industrial buyers are generalized. Specific characteristics of the grain market are systematized. The composition of the initial information for forecasting the volume of services of grainproducts enterprises are defined. Customer segments that differ on a number of characteristics are selected with using the method groups. The features of competition in the market of grainproducts enterprises services are defined. Character proved mainly price competition in this market. A number of indicators which it is advisable to conduct competitive analysis. Grounded sequence forming a marketing program that takes into account the functioning of the grainproducts enterprises services and improves their competitiveness.

***Keywords*:** competitiveness; marketing environment; marketing program; grainproducts enterprises; market of industrial buyers; grain market.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Конкурентоспроможність забезпечує підприємству міцність позиції на ринку та його розвиток. Вона не є іманентною, тобто внутрішньо існуючою властивістю підприємства, а визначається результатом використання певних ключових факторів успіху. Довготривалість останніх ніколи не може бути гарантованою, бо знаходяться у залежності від умов розвитку галузі і тому з часом змінюються, що потребує постійного пильнування за еволюцією конкурентного контексту та урахування особливостей певної галузі в якій функціонує підприємство.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблема конкурентоспроможності привернула увагу дослідників досить давно.

Так, поняття порівняльної, або конкурентної переваги вперше було застосовано ще представниками класичної школи А.Смітом та Д.Рікардом. Суттєвий вклад у формування сучасної методології конкурентоспроможності внесли зарубіжні та вітчизняні вчені: І.Ансофф, Ж.-Ж.Ломбен, Г.Мінцберг, М.Портер, А.Дж.Стрікленд, А.А.Томпсон, Б.В. Буркинський, А.Е.Воронкова, А.П.Наливайко, І.В.Смолін, А.Ю.Юданов та інші.

Аналіз останніх наукових досліджень дозволяє дійти висновку, що значну увагу вітчизняні вчені приділяють системам показників рівня конкурентоспроможності [1, с.335-342; 2, с.179-191]. Використовуючи інтегральні коефіцієнти автори надають рекомендації щодо визначення конкурентної позиції організації на ринку. В умовах інтеграції України у світові структури та загострення проблеми конкурентоспроможності підприємств не менш значущими є питання формування і підтримки факторів, що її визначають. Тобто мова йде про ключові фактори успіху, які нами визначено як загальні для всіх підприємств однієї галузі фактори, які визначають успіх підприємства на ринку [3, с.34], На їх підставі формують конкурентні переваги, які в кінцевому висліді надають можливість підприємству отримувати більш високі прибутки за рахунок надання споживачу очікуваних цінностей.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.

У сімдесятих роках XX ст. вчені виокремлювали групи ключових факторів успіху у сфері матеріальних активів. В останніх дослідженнях науковці перейшли від фокусування на матеріальних активах до нематеріальних, до складу яких відносять знання [4, с.160], імідж бренда або корпоративну культуру [5].

Разом з тим все більшого значення набуває питання задоволення споживачів. К.К. Прахалад і В.Рамасвалі переконливо доводять, що традиційні уявлення про ринок як місце взаємодії, де визначається економічна вартість продукту, треба замінити концепцією «ринок як форум», в якій підприємство і споживач розглядаються як спільники у творенні цінностей [6, с.113-129].

За таких умов фактор успіху «маркетингова діяльність» набуває істотного значення, що потребує певного дослідження. Це у повній мірі стосується хлібоприймальних підприємств інтенсивність конкуренції між якими останнім часом посилилась у зв’язку з

привабливістю зернового ринку для суб'єктів підприємницької діяльності.

Ціллю статті є визначення етапів формування маркетингової програми як складової конкурентоспроможності хлібоприймальних підприємств з урахуванням особливостей їх діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Найважливішим елементом управління конкурентоспроможності підприємства є планування його діяльності. Процес поточного планування конкретизує дії на нетривалий період шляхом складання системи деталізованих планів за певними видами діяльності підприємства, виражених в кількісних і вартісних показниках на основі встановлених стратегічних орієнтирів на поточний рік та є одним з найрезультативніших способів ефективного використання ресурсів. За умов підсилення конкуренції свої цілі, в першу чергу отримання прибутку, підприємство досягає через задоволення вимог споживачів. Тому процес планування поточної діяльності слід починати з розробки маркетингової програми.

Все вищесказане повною мірою відноситься і до хлібоприймальних підприємств (ХПП). Впровадження процесу планування маркетинговою діяльністю ХПП й забезпечення тим самим конкурентоспроможності послуг потребує формування його технології, тобто визначення складових процесу та їх послідовності.

У відповідності до методології системного аналізу складові маркетингової програми доцільно окреслити на підставі її цілей та завдань.

Ми вважаємо, що маркетингова програма для ХПП повинна розроблятися з метою:

- забезпечити виробництво послуг, що відповідають потребам ринку;
- забезпечити такий обсяг послуг, який дозволить максимально завантажити ємності хлібоприймального підприємства і отримати дохід від його діяльності;
- забезпечити конкурентоспроможність підприємства.

Виконання зазначених цілей в ході складання маркетингової програми потребує вирішення наступних завдань:

- виявити потенційних клієнтів на послуги хлібоприймального підприємства;

- визначити можливі обсяги послуг і тарифи на них;

- визначити конкурентів хлібоприймального підприємства, їх сильні і слабкі сторони;

- скласти план реалізації послуг і маркетингові заходи для забезпечення виконання цього плану.

Відповідно до визначених цілей та завдань, маркетингова програма ХПП повинна містити наступні основні розділи:

- аналіз конкурентного середовища;

- встановлення планових тарифів;

- планування обсягів послуг та їх реалізації;

- формування маркетингових заходів, що забезпечують план реалізації послуг.

Специфіка складання маркетингової програми ХПП пов'язана насамперед з особливостями маркетингового середовища, в якому діють ці підприємства. Вони спеціалізуються на наданні послуг промисловим споживачам на зерновому ринку.

Огляд наукових джерел дозволяє виділити низку факторів, за якими ринок промислових покупців відрізняється від споживчого. Вони пов'язані з природою придбаних товарів та послуг і природою самих ринків [7, с. 25; 8, с. 237; 9, с. 92]:

- товари та послуги купують для використання в подальшому виробництві або перепродажу, а не для особистого користування;

- попит на товари промислового призначення є цільовим, тобто він виникає не сам по собі, а внаслідок попиту на споживчі товари та послуги, для виготовлення або надання яких і потрібні ці товари промислового призначення і таким чином є похідним від попиту кінцевих споживачів;

- кількість споживачів на ринку товарів промислового призначення зазвичай обмежена;

- промислові споживачі більш раціонально підходять до вибору товарів і послуг, оскільки цим займаються професіонали з точки зору економічної доцільності. На відміну від кінцевого споживача ділове підприємство орієнтується на отримання прибутку і оцінює свої покупки з точки зору їх ефективності. У більшості випадків спонукальними мотивами, що визначають вибір того чи іншого товару постачальниками, є якість, ціна, технічне обслуговування та економія, яку можна чекати від взаємодії трьох перших факторів;

- у процесі прийняття рішення про закупівлю для потреб організації формально бере участь більше число осіб, ніж коли йдеться про споживчі покупки;

- збут товарів зазвичай проводиться без посередників.

Хлібоприймальні підприємства діють в умовах товарного ринку зерна. Представляється можливим виділити такі специфічні характеристики цього ринку:

По-перше, зерно займає особливе місце серед інших видів сировинних ресурсів, що обумовлює стійкий попит на нього, безперервність функціонування товарного ринку зерна і високий потенціал використання хлібоприймальних підприємств.

По-друге, збіжжя збирають сезонно, що впливає на нерівномірність робіт хлібоприймальних підприємств.

По-третє, валовий збір зерна відрізняється від його товарної частини. Обсяг валового виробництва зерна характеризує кількість зібраного зерна в сільськогосподарському році, товарна частина - це кількість зерна, яка надходить для продажу. Обсяг товарного зерна характеризує обсяг пропозиції зерна на ринку, або ту його кількість, яку сільгоспвиробники можуть виставити на продаж.

По-четверте, хлібоприймальні підприємства не використовують посередників для знаходження клієнтів на їхні послуги і часто самі виступають у ролі посередників між сільгоспвиробниками та споживачами зерна.

По-п'яте, хлібоприймальні підприємства займають особливе географічне положення. Протягом багатьох десятиліть продумано і планомірно створювалася мережу заготівельних підприємств з метою закупівлі та приймання зернових ресурсів державою у сільгоспвиробників. Практично в кожному районі області є хлібоприймальне підприємство, тому ринок збуту послуг хлібоприймального підприємства окреслюється насамперед, районом, в якому воно розташоване.

Оцінку можливостей збуту свого товару підприємства зазвичай починають з розгляду ринкового попиту та визначення місткості ринку [10, с.75]. Визначені нами особливості маркетингового середовища дозволяють місткість ринку послуг хлібоприймального підприємства прирівняти до товарної частини зерна в районі розміщення цього підприємства.

Тому доцільно спочатку визначити обсяг зерна, що надходить на підприємство, від якого в прямій залежності перебуває обсяг всіх послуг ХПП. Тобто, ми вважаємо, що вихідною інформацією для прогнозування обсягу послуг повинна бути товарна частина зерна в районі розташування підприємства і кількість зерна, що надходить на це підприємство. Ці дії є першим етапом у складанні маркетингової програми.

Наступним етапом має бути розгляд товарного ринку як диференційованої структури, що складається з груп споживачів. Виділені особливим чином, що мають певні загальні ознаки, вони складають сегмент ринку.

Зазвичай сегментування проводиться з метою оцінити ступінь привабливості кожного отриманого сегмента і вибрати об'єкти, на які буде спрямована маркетингова діяльність підприємства, тобто вибрати цільові сегменти ринку. В силу особливостей географічного розташування хлібоприймальних підприємств та орієнтації їх на послуги зі зберігання та доробки зерна, цим підприємствам немає необхідності вибирати цільові сегменти. Проте сегментування споживачів є необхідним для прогнозування обсягів послуг та вибору найбільш вдалого поєднання елементів маркетингу.

З використанням методу угрупувань нами були виділені наступні сегменти клієнтів ХПП: державні замовники, сільгоспвиробники, переробні підприємства та комерційні організації. Ці сегменти відрізняються за низкою ознак:

- терміни укладання договорів на надання послуг;
- обсяги та склад комплексу послуг;
- терміни оплати реалізованих послуг;
- цілі використання послуг хлібоприймальних підприємств.

Як наслідок, у виокремлених сегментах різна реакція на спонукальні маркетингові стимули.

Проаналізувавши зміни в структурі клієнтів підприємства за ряд років, можна приступати до наступного етапу складання маркетингової програми: прогнозування плану обсягів надходження зерна за сегментами споживачів послуг хлібоприймального підприємства. Прогноз можна виконати виходячи з передбачуваного обсягу товарного зерна планованого року, частки надходження товарного зерна на дане підприємство та визначених тенденцій у зміні

структури споживачів послуг ХПП. Отримані прогнозні розрахунки є основою плану надходження хлібопродуктів на підприємство та плану обсягу послуг. Формування останнього потребує виконання аналізу конкурентного середовища.

У науковій літературі згаданий аналіз виконується за різними критеріями. Г.Дж. Болт рекомендує порівнювати конкуренто-спроможність залежно від частки на ринку і її зміни [11, с.49]. Канадські економісти роблять акцент на ціни, якість товарів, асортимент, місце розташування підприємств [12, с.53-54]. Найбільш повною методикою оцінки конкурентоспроможності підприємства є методика, розроблена експертами Американської асоціації управління [13, с.119-122]. Вона включає для оцінки всі сторони діяльності підприємства і його конкурентів: фінанси, виробництво, організація і управління, маркетинг, склад робочої сили, технологія. Збір всієї зазначеної інформації є трудомістким і вимагає значних матеріальних витрат. Тому ми вважаємо, що за вказаною методикою доцільно визначати конкурентні позиції підприємства під час формування конкурентної стратегії. У розробці поточної маркетингової програми можна використати обмежене коло показників.

Конкуренція на ринку послуг ХПП має низку особливостей. Передусім немає складнощів з визначенням конкурентів, - ними є всі хлібоприймальні підприємства, розташовані в сусідніх районах з досліджуваним підприємством. Це пов'язано з особливостями географічного розташування даних підприємств і обмеженням транспортними витратами завезення зерна з віддалених районів. Найбільш важливим є те, що конкуренція на послуги ХПП носить характер переважно цінової конкуренції. Тому аналіз конкурентоспроможності тісно пов'язаний з встановленням тарифів на послуги ХПП.

Враховуючи особливості зернового ринку і ринку послуг хлібоприймальних підприємств, ми пропонуємо виконувати конкурентний аналіз за наступними показниками:

- рівень тарифів на основні види послуг;
- частка зерна, що надходить на підприємство (частка на ринку);
- коефіцієнт завантаженості ємності підприємства;
- надання нових видів послуг;

- наявність гнучкої системи знижок.

За результатами аналізу визначається тактика цінової переваги та розглядаються можливості зайняти найбільш вигідне положення на ринку відносно конкурентів у рамках обраної стратегії, а також виявляється можливість відторгнення частини послуг і робляться необхідні корегування в плані надходження хлібопродуктів.

Остаточно сформований план надходження хлібопродуктів є основою для складання плану обсягу послуг на поточний сільськогосподарський рік.

Забезпечити плановий обсяг послуг та мають маркетингові заходи. До них відносять системи знижок за попереднє укладання угод на послуги хлібоприймальних підприємств, за великі партії зерна і тривалі терміни зберігання. Ці знижки вносяться в умови договорів, які укладатимуться з клієнтами. Крім того, хлібоприймальні підприємства можуть надавати крім традиційних (приймання, зберігання, відпуск, доробка) додаткові види послуг. До них відносять: сертифікація зерна; надання свого обладнання для відвантаження партії зерна власника; здійснення договорів консигнації, коли підприємство не тільки здійснює зберігання зерна, а й бере участі в пошуку покупця і т. п. Все наведене дозволяє запропонувати послідовність формування маркетингової програми ХПП на поточний період у вигляді схеми (рис. 1).

Рис. 1. Етапи складання маркетингової програми хлібоприймальних підприємств

Таким чином, при складанні маркетингової програми для ХПП можна виділити наступні етапи:

- визначення частки товарного зерна, що надходить на дане підприємство;
- аналіз тенденцій зміни структури по секторах споживачів за попередні два-три роки;
- прогнозування обсягів надходження зерна за сегментами споживачів послуг хлібоприймального підприємства;
- встановлення планових тарифів на послуги хлібоприймального підприємства;
- аналіз конкурентного середовища та внесення коригувань в план надходження зерна на хлібоприймальне підприємство;
- визначення планових обсягів послуг та розрахунок плану реалізації послуг;
- розробка маркетингових заходів для забезпечення виконання маркетингової програми.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Отримані результати дослідження дають змогу стверджувати:

1. За умов підсилення конкуренції підприємство досягає своїх цілей через задоволення вимог споживачів, що підвищує роль маркетингової складової у забезпеченні конкурентоспроможності продукції.
2. Особливості маркетингового середовища визначають доцільність місткість ринку послуг хлібоприймального підприємства прирівняти до товарної частини зерна в районі розміщення цього підприємства.
3. Доцільно виділити наступні сегменти клієнтів ХПП: державні замовники, сільгоспвиробники, переробні підприємства та комерційні організації. Вони відрізняються за низкою ознак: терміни укладання договорів на надання послуг; обсяги та склад комплексу послуг; терміни оплати реалізованих послуг; цілі використання послуг хлібоприймальних підприємств;
4. Конкуренція на послуги ХПП носить характер переважно цінової;
5. Об’єктом майбутніх досліджень є формування цінової стратегії підприємств хлібопродуктів.

Література

1. Буркинський Б.В. Трансформація моделей розвитку підприємства: Монографія. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2001. – 356с

2. Смолін І.В. Стратегічне планування розвитку організації: Монографія. – К.: Київ. нац.торг.-екон.ун-т, 2004. – 344с.

3. Кузнецова І.О. Моніторинг як складова процесу управління підприємством хлібопродуктів: теорія та методологія (Монографія) / І.О. Кузнецова. – Одеса: ВПП „Друкарський дім“, 2009 – 228 с.

4. Winter S.G. Knowledge and Competence as Strategic Assets//The Competitive Challenge. D. Teece (Ed.) - Cambridge, MA: Ballinger, 1987- p.159-184.

5. Itami H. Mobilizing Invisible Assets. — Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 1987

6. Прахалад К.К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / К.К.Прахалад, Венкат Рамасвамі. Пер. з англ. М. Ставицького – К.: Видавництво Олексія Капусти, 2005. – 258с.

7. Дихтль Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген. Пер. с нем. – М.: Высшая школа: ИНФРА, 1996 – 255 с.

8. Никелс У., Макхью Д., Макхью С. Постижение бизнеса / У. Никелс, Д. Макхью, С. Макхью. Пер. с англ. – Тольяти: “Издательский дом ДОВГАНЬ”, 1996. – 928 с.

9. Эванс Дж.Р. Маркетинг / Дж.Р. Эванс, Б. Берман. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1990. – 350с.

10. Котлер Ф. Управление маркетингом / Ф. Котлер. Сокр. пер. с англ. – М.: Экономика, 1980. – 224 с.

11. Болт Г.Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г.Дж. Болт. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1991. – 271 с.

12. Как составить план по маркетингу производственной компании / Пер. с англ. – М.: Дело, 1997. – 80 с.

13. Бревнов А.А. Маркетинг малого предприятия: Практическое пособие / А.А. Бревнов – К.: ВИРАР, 1998. – 384 с.

1. Burky`ns`ky`j B.V. Transformaciya modelej rozvy`tku pidpry`yemstva: Monografiya. – Odesa: IPREED NAN Ukrayiny`, 2001. – 356s

2. Smolin I.V. Strategichne planuvannya rozvy`tku organizaciyi: Monografiya. – K.: Ky`yiv. nacz.torg.-ekon.un-t, 2004. – 344s.

3. Kuzneczova I.O. Monitory`ng yak skladova procesu upravlinnya pidpry`yemstvom xliboproduktiv: teoriya ta metodologiya (Monografiya) / I.O. Kuzneczova. Odesa: VPP „Drukars`ky`j dim“, 2009 228 s.

4. Winter S.G. Knowledge and Competence as Strategic Assets//The Competitive Challenge. D. Teece (Ed.) - Cambridge, MA: Ballinger, 1987- r.159-184.

5. Itami N. Mobilizing Invisible Assets. — Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 1987

6. Praxalad K.K. Majbutnye konkurenciyi. Tvorennya unikal`noyi cinnosti spil`no z kliyentamy` / K.K.Praxalad, Venkat Ramasvami. Per. z angl. M. Stavy`cz`kogo – K.: Vy`davny`cztvo Oleksiya Kapusty`, 2005. – 258s.

7. Dy`xtl` E. Prakty`chesky`j markety`ng / E. Dy`xtl`, X. Xershgen. Per. s nem. – M.: Vыsshaya shkola: Y`NFRA, 1996 – 255 s.

8. Ny`kels U., Makx`yu D., Makx`yu S. Posty`zheny`e by`znesa / U. Ny`kels, D. Makx`yu, S. Makx`yu. Per. s angl. – Tol`yaty`: “Y`zdatel`sky`j dom DOVGAN`”, 1996. – 928 s.

9. Эvans Dzh.R. Markety`ng / Dzh.R. Эvans, B. Berman. Per. s angl. – M.: Эkonomy`ka, 1990. – 350s.

10. Kotler F. Upravleny`e markety`ngom / F. Kotler. Sokr. per. s angl. – M.: Эkonomy`ka, 1980. – 224 s.

11. Bolt G.Dzh. Prakty`cheskoe rukovodstvo po upravleny`yu sbыtom / G.Dzh. Bolt. Per. s angl. – M.: Эkonomy`ka, 1991. – 271 s.

12. Kak sostavy`t` plan po markety`ngu proy`zvodstvennoj kompany`y` / Per. s angl. – M.: Delo, 1997. – 80 s.

13. Brevnov A.A. Markety`ng malogo predpry`yaty`ya: Prakty`cheskoe posoby`e / A.A. Brevnov – K.: VY`RAR, 1998. – 384 s.

Рецензент: *Балджи М.Д., д.е.н., проф., зав. каф. економіки та управління національним господарством Одеського національного економічного університету*

27.10.2015

УДК 330.342.3

Кузнецова Інна, Кюне Олена

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено існуючі підходи до визначення економічної безпеки підприємства. В ході дослідження виявлено та систематизовано найбільш ефективні підходи: захищеність від всіх можливих загроз, конкурентний, системний, ресурсно-функціональний, комплексний. Проведено детальний аналіз визначень у різних підходах та узагальнено їх спільні риси. Виокремлено істотні ознаки поняття економічна безпека підприємства в рамках ресурсно-функціонального підходу. За результатами критичного аналізу доведено доцільність використання комплексного підходу та необхідність удосконалення визначення поняття економічна безпека підприємства. Виокремлено істотні властивості економічної безпеки підприємства, а саме: захист від внутрішніх та зовнішніх загроз, здатність адаптуватися, захищеність ланцюга цінності, максимальне досягнення основних цілей функціонування підприємства. За результатами дослідження запропоновано нове визначення економічної безпеки підприємства.

Ключові слова: економічна захищеність, економічна безпека підприємства, життєдіяльність підприємства, адаптивність, ланцюг цінності, стійкість функціонування підприємства.

Кузнецова Инна, Кюне Елена

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДРИЯТИЯ

В статье исследованы существующие подходы к определению экономической безопасности предприятия. В ходе исследования выявлены и систематизированы наиболее эффективные подходы: защищенность от всех возможных угроз, конкурентный, системный, ресурсно-функциональный, комплексный. Проведен детальный анализ определений в перечисленнях подходах и обобщены их общие черты. Выделены существенные признаки понятия экономическая безопасность предприятия в рамках ресурсно-функционального подхода. По результатам критического анализа доказана целесообразность использования комплексного подхода и необходимость совершенствования определения понятия экономическая безопасность предприятия.

Выделены существенные свойства экономической безопасности предприятия, а именно: защита от внутренних и внешних угроз, способность адаптироваться, защищенность цепочки ценности, максимальное достижение основных целей функционирования предприятия. По результатам исследования предложено новое определение экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: экономическая защищенность, экономическая безопасность предприятия, жизнедеятельность предприятия, адаптивность, цепь ценности, устойчивость функционирования предприятия.

Kuznetsova Inna, Kuehne Olena

MODERN APPROACHES TO THE DEFINITION OF THE ECONOMIC SECURITY OF AN ENTERPRISE

The article investigates the existing approaches to the definition of economic security. The study identified and systematized the most effective approaches: protection against all possible threats, competitive, systematic, resource-functional, comprehensive. The definitions in the different approaches were critically analyzed, their common features were generalized. The essential features of the economic security concept within the resource-functional approach were marked. The critical analysis proved appropriateness of the comprehensive approach and the need to enhance the definition of the economic security of an enterprise designation. The essential features of the economic security of an enterprise were marked, videlicet: protection against internal and external threats, adaptability, value chain security, maximal achievement of the main goals of functioning of an enterprise. According to the results of the work the new definition of the economic security of an enterprise was proposed.

Keywords: economic security, economic security of an enterprise, the vital activity of an enterprise, sustainability of an enterprise, adaptability, value chain

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний стан економіки, з його швидкими та постійними змінами, вимагає від українських підприємств адаптації до умов нестабільності і ведення пошуку управлінських рішень зниження погроз своєму існуванню. За таких умов підсилюється значення систематизації знань стосовно забезпечення економічної безпеки підприємства та нівелювання погроз розвитку бізнесу. Рівень економічної безпеки діяльності підприємства є важливою складовою національної економічної безпеки, що визначає її забезпечення як ключову економічну проблему. Першочерговим питанням у цьому сенсі є визначення поняття економічної безпеки підприємства, тобто окреслення та характеристика найбільш важливих елементів його змісту.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Проблеми економічної безпеки підприємства вивчаються українськими вченими відносно нещодавно. Проте актуальність цієї задачі пригорнула увагу великої кількості вчених. Чимало досліджень присвячено концептуальним засадам економічної безпеки підприємства, що відображено у працях С.Б. Довбні, Л.І. Донець, Д. В. Зеркалова, С. Н. Ілляшенко, К.В. Коваленко, Г. Я. Левківа, В. П. Пономарьова та інших. У статті наведено посилання на тлумачення різних науковців щодо поняття економічної безпеки суб’єкту господарювання. Спираючись на різноманітні думки стосовно функціонування системи забезпечення економічної безпеки підприємства та нівелювання погроз розвитку бізнесу, авторами доведено, що у науковій економічній літературі досі не існує однозначного визначення щодо економічної безпеки сучасного підприємства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Кожний з науковців має своє власне бачення щодо визначення економічної безпеки підприємства і факторів, які складають її сутність. Це сформувало низку підходів до визначення явища, але єдиного формулювання, яке полегшило б загальний підхід рішення цієї проблеми, відсутній й досі. Велика кількість підходів до визначення поняття економічної безпеки підприємства породжує різні

бачення щодо її сутності, а відсутність єдиного бачення надає шкоду перспективі створення систематизованого сегменту пізнання. Загальновідомо, що чітке визначення базових понять є важливим фактором розвитку будь-якої теорії. Аналіз останніх досліджень дозволяє стверджувати, що перелік істотних ознак економічної безпеки підприємства потребує деталізації, а саме визначення потребує вдосконалення.

Ціллю статті є систематизувати існуючі наукові погляди до визначення поняття економічна безпека підприємства. Виділити найбільш ефективний з них. Визначити перелік істотних ознак економічної безпеки підприємства і на цій підставі надати своє визначення останньої.

Виклад основного матеріалу дослідження. Первинно термін «безпека» у значенні спокійного стану духу людини, що вважала себе захищеною від будь-якої небезпеки, почали вживати ще у 17 ст. Представники різних галузей знань по-різному трактують поняття «безпека» [1, с.128-133]: у психології – як відчуття, сприйняття і переживання потреби захисту життєвих інтересів суб'єкта; юристи – як систему встановлених законом правових гарантій захищеності, забезпечення нормальної життєдіяльності, прав і свобод особи або соціуму; в соціології – як захищений стан розвитку та умови життєдіяльності суб'єкта.

Застосовується це поняття і в менеджменті. Відомий американський дослідник А. Маслоу в своїй теорії мотивації розробив ієрархію задоволення потреб людини, в якій після задоволення звичайних фізіологічних потреб людини (їжа, вода, житло, одяг) поставив потреби в безпеці, що включають «захист від фізичних і психологічних загроз з боку зовнішнього середовища і впевненість в тому, що фізіологічні потреби будуть задоволені».

Отже, категорія безпека не може досліджуватися поза конкретного зв’язку з об’єктом. Традиційно прийнято виділяти три рівня безпеки [2]: особиста, суспільна і державна, які трансформуються в поняття національної безпеки. Поняття національної безпеки було введено у політичний лексикон Т. Рузвельтом у 1904 р., а в нормативний обіг - у 1947 р. під час прийняття закону США «Про національну безпеку». Тобто національна безпека є родовим поняттям економічної безпеки. Цю

думку підтверджує і визначення економічної безпеки, надане в Концепції національної безпеки України як «спроможність національної економіки забезпечити свій вільний, незалежний розвиток і утримати стабільність громадянського суспільства та його інститутів, а також достатній оборонний потенціал країни за всіляких несприятливих умов і варіантів розвитку подій, та здатність Української держави до захисту національних економічних інтересів від зовнішніх та внутрішніх загроз».

На сьогодні немає однозначного визначення сутності економічної безпеки підприємства і останнім часом кількість підходів щодо її визначення постійно розширюється.

Базовим є визначення економічної безпеки підприємства як стану захищеності від всіх можливих видів загроз. Так, на думку В. Шликова економічну безпеку підприємства доцільно розглядати як «стан захищеності життєво важливих інтересів підприємства від реальних і потенційних джерел небезпеки або економічних погроз» [3]. М. А. Бендиков характеризує економічну безпеку як «захищеність науково-технічного, технологічного, виробничого і кадрового потенціалу підприємства від прямої (активної) або непрямої (пасивної) економічної загрози (наприклад, пов'язаних з неефективною науково-промисловою політикою держави або формуванням несприятливого зовнішнього середовища, і здатність до його відтворення)» [4, с.17-29]. С. А. Самаль та Л. С. Самаль акцентують, що це стан захищеності від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, дестабілізуючих факторів, який забезпечує стійку реалізацію основних економічних інтересів та цілей підприємства [5, с.99].

Низка науковців розглядають економічну безпеку, як захищеність у вузькому значенні. В. Н. Алексеєнко, Б. Е. Сокольский, В. Бєлов, А. Поланский, В. А. Гавриш, В. А. Деружинський, Е. Соловьйов трактують її як забезпечення умов для збереження внутрішніх секретів підприємства, і в першу чергу його комерційної таємниці. А. Г. Шаваєв, В. І. Ярочкин економічну безпеку розглядають як синонім інформаційної безпеки. Ступінь надійності збереження інформації науковці визначають через рівень безпеки персоналу підприємства, який вони розглядають як «найслабкішу ланку» системи. Цілком очевидно, що зведення сутності економічної безпеки до одного з її елементів – інформаційного, не зважаючи на його важливість, є занадто вузьким.

Цей же недолік має і визначення економічної безпеки як стану, що дозволяє забезпечувати здатність протидіяти негативному впливу зовнішнього середовища. Так, М. А. Коваленко, І. І. Нагорна та Н. В Радванська визначають економічну безпеку підприємства «як стан збалансованої економічної системи внутрішнього середовища підприємства, що здатний адекватно реагувати на динаміку зовнішнього середовища» [6, с.26]. Цю точки зору поділяють Д. Ковальов й Т. Сухорукова, В. Забродський.

Обмеженими є і вузькофункціональний підхід, коли поняття економічної безпеки розглядається з позиції тільки одного аспекту діяльності.

Крім спроб визначити сутність економічної безпеки підприємства як захищеності та визнання негативного впливу на його діяльність зовнішнього середовища, існують і інші точки зору з даного питання. В якості засобів забезпечення економічної безпеки підприємства пропонується наявність конкурентних переваг, яка на думку В. Белокурова та Н. О Лоханової зумовлена відповідністю матеріального, фінансового, кадрового, техніко-технологічного потенціалів і організаційної структури підприємства його стратегічним цілям і завданням.

Виходячи з того, що загальною метою будь-якого підприємства є досягнення бажаного стану попри всі загрози, що є у внутрішньому та зовнішньому середовищі має місце системний підхід до визначення економічної безпеки як «захисту від погроз на системному рівні» [2]. В межах системного підходу працюють науковці Л. П. Гончаренко, В. К. Буторин, А. Н. Ткаченко і С.А.Шипілов, що розглядають економічну безпеку підприємства як здатність підтримувати задовільні умови життєдіяльності підприємства.

Також можна віднести до системного підходу визначення Н. М. Яценко і С. А. Михайлюк, Е. Н. Барикаева, але у вузькому значенні, оскільки використовуються окремі властивості системи, визначення, що трактують економічну безпеку з точки зору стійкості, в якому розглядається здатність управлінської системи підприємства ефективно управляти ресурсами з метою забезпечення певного резерву стійкості для адекватної реакції на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі. На одній із властивості системи, а саме – адаптивності акцентує увагу О. С. Шуміло, який визначає її як стан

економічного розвитку підприємства, який характеризується максимальним досягненням основних цілей функціонування підприємства в поточному і майбутньому періодах, та його здатність адаптуватися до мінливого зовнішнього і внутрішнього середовища [7, с.342].

Доволі розповсюдженим визначенням економічної безпеки є ресурсно-функціональний підхід. Проведений нами критичний аналіз визначень (табл.1) дозволяє стверджувати, що спільними рисами для них є вимога ефективного використання ресурсів для запобігання погрозам та виокремлення функціональних складових щодо створення умов стабільного функціонування підприємства.

Таблиця 1

Аналіз визначень економічної безпеки підприємства ресурсно-функціонального підходу

Автор	Визначення	Істотні ознаки
1	2	3
Грунін О.А, Грунін С.О. [5, с.28]; Донець Л.І., Ващенко Н.В. [9, с.19]	стан господарського суб'єкта, при якому він при найбільш ефективному використанні корпоративних ресурсів домагається запобігання, ослаблення захисту від існуючих небезпек і погроз їм чи інших непередбачених обставин і в основному забезпечує досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції і господарського ризику	ефективне використання корпоративних ресурсів; захист від існуючих небезпек і погроз; досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції і господарського ризику
Зеркалов Д.В. [10, с.20],	стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування підприємства в сьогоденні і майбутньому	використання корпоративних ресурсів; стабільне функціонування підприємства
Іванюта Т. М., Заїнчковський А.О. [11, с.16]	стан ефективного використання ресурсів підприємства та існуючих ринкових можливостей, що дає змогу запобігати внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) і забезпечити його тривале виживання і стійкий розвиток	ефективне використання ресурсів; запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам; стійкий розвиток
Ілляшенко С.Н. [12,с.12-19]	стан ефективного використання ресурсів підприєм-ства та існуючої ринкової можливості, що дозволяє запобігати внутрішнім і зовнішнім загрозам і забезпечує його довготривале виживання і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії	ефективне використання ресурсів; запобігання загрозам; стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії
Мацеха Д.С. [1, с.154]	адекватне реагування системи менеджменту на динамічні внутрішні та зовнішні загрози через ефективне використання його ресурсів з метою стабільного функціонування і розвитку в певному сегменті ринку	ефективне використання ресурсів в системі менеджменту

Продовж. табл. 1

1	2	3
Левків Г.Я., Батюк Б.Б. [13,с.97-99]	стан корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, інформації, технології) і підприємницьких можливостей, за якого гарантується максимально ефективне їх використання з метою забезпечення стабільного функціонування і динамічного науково-технічного і соціального розвитку, запо-бігання внутрішнім і зовнішнім негативним діям	стан корпоративних ресурсів і підприємницьких можливостей, стабільне функціонування і динамічний розвиток, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним діям
Циглик І.І., Паневник Т.М. [14,с.3-5]	стан корпоративних ресурсів (капіталу, персоналу, інформації, технології та техніки, устаткування, прав) і підприємницької можливості, при якому гарантується максимально ефективне їх використання для забезпечення стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціального розвитку, (загрозам)	стан корпоративних ресурсів; запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам

Останнім часом все більшого розповсюдження набуває комплексний підхід в якому економічна безпека визначається відповідно як комплекс заходів та засобів щодо підтримання господарюючого суб'єкта в такому стані, в якому він здатний стійко функціонувати, розвиваючись в розширеному масштабі, задовольняти реальні економічні потреби на рівні не нижче критичної межі, забезпечувати економічну незалежність, протистояти існуючим і раптово виникаючим небезпекам і загрозам [15,с.129-133]. П. Попович вважає, що «економічну безпеку господарського суб’єкта можна визначити як комплексну систему забезпечення і захисту економічних інтересів організації, підприємства від внутрішніх і зовнішніх загроз (джерел небезпеки), створювану і регульовану шляхом здійснення комплексу заходів, спрямованих на підтримку стійкості функціонування і можливості розвитку підприємства» [16,с.93-96]. Цю ж позицію більш широко відстоює П. А. Колпаков, який економічну безпеку підприємства трактує як «стан господарюючого суб'єкта, який характеризується організованою сукупністю концептуальних і прагматичних факторів (теорію, методологію, послідовність конкретних заходів), що забезпечують даній системі: захист від небажаних впливів; динамічний розвиток; ефективність життєво важливих процесів; незалежність; можливість досягнення цілей» [17].

Розвивають цей підхід В. П. Пономарьов та О. М. Ляшенко, які підкреслюють комплексність економічної безпеки, що виражається на їхню думку через неможливість повністю захищати діяльність підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища та водночас визнають його позитивний вплив. Тому важливим є узгодженість інтересів підприємства та інтересів суб'єктів зовнішнього середовища. Виходячи з цього науковці розглядають економічну безпеку підприємства "як гармонізацію у часі і просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють за межами підприємства" [18, с.16-17].

Підводячи підсумок проведеного критичного аналізу, можна стверджувати, що у науковій економічній літературі не існує однозначного визначення економічної безпеки підприємства.

Нами систематизовано підходи щодо визначення економічної безпеки, які представлено у таблиці 2.

Таблиця 2

Систематизація підходів щодо визначення економічної безпеки підприємства

Підходи	Сутність
Захищеність від всіх можливих видів загроз	Стан захищеності від реальних і потенційних внутрішніх і зовнішніх загроз
Захищеність у вузькому значенні	Захищеність інформації
	Протидія негативному впливу зовнішнього середовища
Конкурентний підхід	Стан, що гарантує можливість існування та розвитку в конкурентному середовищі
Системний підхід	Захист від погроз на системному рівні
	Здатність підтримувати задовільні умови існування організації життєдіяльності підприємства
Акцент на окремі властивості системи	Стійкість
	Адаптивність
Ресурсно-функціональний	Ефективного використання ресурсів для запобігання погрозам та виокремлення функціональних складових
Комплексний	Комплексна система захисту

Проведена авторами систематизація дозволяє стверджувати, що підходи до визначення економічної безпеки підприємства визначені як «захищеності від всіх можливих видів загроз», «захищеності у вузькому значенні», «акцент на окремі властивості

системи» є обмеженими, оскільки вузько направлені на окремі складові безпеки. Те ж саме можна стверджувати і стосовно «конкурентного підходу», який висвітлює лише ринкову позицію та стосовно «ресурсно-функціонального» підходу, зосередженого на ефективному використанні ресурсів. Найбільш правомірним, на нашу думку, є комплексний підхід, який ми будемо використовувати у подальшому. Проте з нашої точки зору він потребує удосконалення.

Узагальнюючи розглянуті нами визначення економічної безпеки підприємства можна відзначити такі їх спільні риси:

- забезпечення надійної захищеності від негативних факторів,
- запобігання внутрішнім та зовнішнім загрозам.

Безумовно економічна безпека націлена на захист підприємства як економічної системи від негативних зовнішніх та внутрішніх впливів. Разом з тим будь-яке підприємство створюється для досягнення певних цілей. Наявність цілі управління є одним з головних принципів функціонування й розвитку системи управління. Внутрішні відхилення або зміни зовнішнього середовища обумовлюють погрози невиконання цілей підприємства. З цих причин досягнення цілей підприємства також треба розглядати як істотну властивість його економічної безпеки.

У динамічному зовнішньому середовищі забезпечити свою стійку позицію на ринку підприємство може лише через створення унікальної цінності для споживача. Для того щоб успішно маневрувати у складних перетвореннях бізнес-середовища можливість створення споживчої цінності повинна бути включена в усі бізнес-процеси підприємства і бути захищеним від негативних впливів. У такий спосіб нами логічно обґрунтовано ще одну істотну властивість економічної безпеки.

Через швидкоплинні зміни зовнішніх умов забезпечення стійкого розвитку організації у відповідності до принципів управління потребує адаптації. В силу того що йде безперервний процес ламання старих правил ведення бізнесу, перемагати у конкурентній боротьбі будуть гнучкі підприємства, які можуть швидко реагувати на зміни та використовувати можливості, що з’являються. Отже, ще однією істотною властивістю економічної безпеки є адаптивність.

Як відомо, визначення предмету відбиває його істотні властивості, тобто властивості, котрі є необхідними для того, щоб його

відрізнити від всіх інших. Тому виходячи з виокремлених нами істотних властивостей економічної безпеки підприємства та комплексного підходу (Рис. 1), пропонуємо таке її визначення:

економічна безпека підприємства – це комплексна система підтримання підприємства у такому стані в якому воно забезпечує захист від внутрішніх та зовнішніх загроз, здатність адаптуватися до змін зовнішнього середовища, захищеність ланцюга створення цінності та можливість максимального досягнення основних цілей його функціонування.

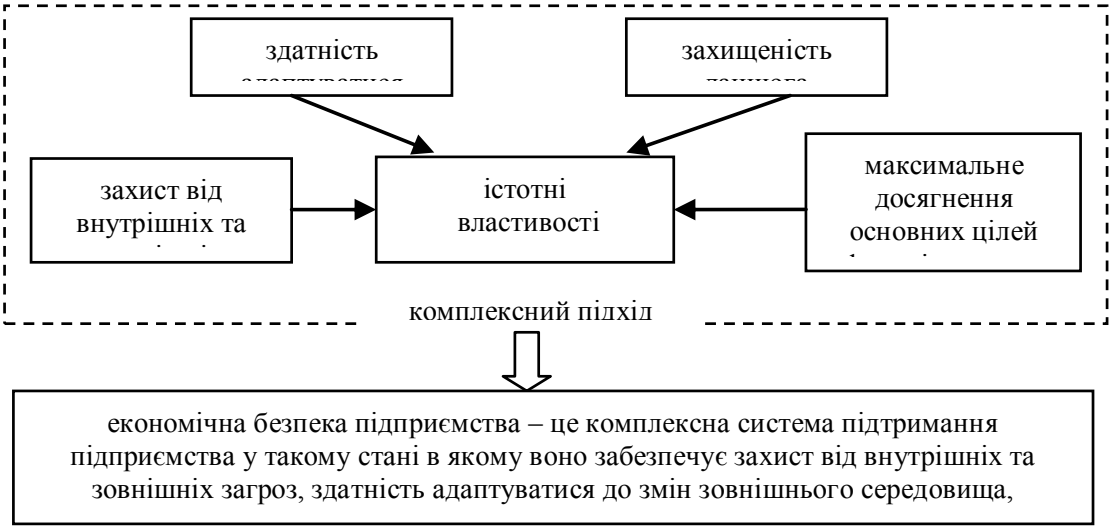

Рис. 1. Істотні ознаки визначення поняття «економічна безпека підприємства»

Висновки і перспективи подальших розробок. Отримані результати дослідження дають змогу стверджувати:

1. Різноманіття сучасних визначень щодо сутності економічної безпеки підприємства можно систематизувати за низкою підходів: захищеність від всіх можливих загроз, конкурентний, системний, ресурсно-функціональний, комплексний. Серед перелічених підходів доцільним є використання комплексного;

2. Узагальнення розглянутих визначень економічної безпеки підприємства дозволяє відзначити такі їх спільні риси: забезпечення надійної захищеності від негативних факторів та запобігання внутрішнім й зовнішнім загрозам;

3. Істотними властивості економічної безпеки підприємства є: захист від внутрішніх та зовнішніх загроз, здатність адаптуватися, захищеність ланцюга цінності, максимальне досягнення основних цілей функціонування підприємства;

4. На підставі комплексного підходу та узагальнених істотних властивостей надано власне визначення економічної безпеки підприємства: це комплексна система підтримання підприємства у такому стані в якому воно забезпечує захист від внутрішніх та зовнішніх загроз, здатність адаптуватися до змін зовнішнього середовища, захищеність ланцюга створення цінності та можливість максимального досягнення основних цілей його функціонування.

5. З використанням наданого визначення в подальших дослідженнях буде проведено дослідження загроз підприємства та складових економічної безпеки.

Література

1. Мацеха Д.С. Економічна безпека підприємства / Д.С. Мацеха // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – Вип.1(48). – С. 128-133.

2. Минаев Г.А. Безопасность организации / Г.А. Минаев. – К.: КНТ. – 2009. – 440 с.

3. Шлыков В. В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия / В. В. Шлыков – СПб : "Алетейя".– 1999. – 138 с.

4. Бендиков М.А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития / М.А. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом. − 2000. - № 2.− С. 17−29.

5.Самаль С.А. Устойчивое развитие предприятия и экономическая безопасность государства / С.А. Самаль, Л.С. Самаль // Механізм регулювання економіки. – 2012. – №3. – С.92-99

6.Коваленко М.А. Економічна безпека корпоративного підприємства / М.А. Коваленко, І.І. Нагорна, Н.В. Радванська Н.В.; під заг. ред. М.А. коваленка. – Херсон: Олді-плюс, 2009. – 404 с.

7.Шуміло О. С. Особливості наукових підходів до визначення поняття «економічна безпека підприємства»/ О.С. Шуміло // Проблеми економіки – 2014 - № 4 – С. 339-344

8. Грунин О. А. Экономическая безопасность организации : [учеб. пособие] / О. А. Грунин, С. О. Грунин. – СПб.: Питер.– 2002. – 160 с.

9. Донець Л.І. Економічна безпека підприємства / Л.І. Донець, Н.В. Ващенко. – К.: Центр учбової літератури. – 2008. – 240 с.

10. Зеркалов Д. В. Экономическая безопасность: Монография.– К. : Основа.– 2011. – 586 с.

11. Іванюта Т.М. Економічна безпека підприємства / Т.М. Іванюта, А.О. Заїнчковський. – К.: Центр учбової літератури.– 2009. – 256 с.

12. Ильяшенко С.Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке / С.Н. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки.– 2003. - № 3 (21). - С. 12-19.

13. Левків Г.Я. Психологічні чинники економічної безпеки підприємств АПК / Г.Я. Левків, Б.Б. Батюк // Вісник Хмельницького національного університету: Зб. наук. пр. – Хмельницький.– 2011. – Т.3, № 5. – С. 97-99.

14. Цигилик И. И., Паневник Т. М. Экономическая безопасность предприятия в системе внутреннего экономического механизма // Экономика.– 2007.– № 8.– С. 3 – 5.

15. Локтионова Ю. А. Механизм Идентификации состояний экономической безопасности предприятия. Журнал Социально-экономические явления и процессы. Выпуск № 5(051). – 2013. – С. 129 – 133.

16. Попович П. Економічна безпека підприємства на сучасному етапі розвитку економіки України / П. Попович // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2002. – Випуск 2. – С. 93-96

17. Колпаков П.А. Система экономической безопасности фирмы // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступу: http://ekonomika.snauka.ru/2013/01/1567

18. Пономарев В.П. Эволюция понятия экономической безопасности предприятия / В.П. Пономарьов, О.М. Ляшенко // Наукові праці Донецького державного технічного університету. – 2002. - № 47. – С. 16-17.

1. Macexa D.S. Ekonomichna bezpeka pidpry`yemstva / D.S. Macexa // Visny`k social`no-ekonomichny`x doslidzhen`. - 2013. □ Vy`p.1(48). – S. 128-133.

2. My`naev G.A. Bezopasnost` organy`zacy`y` / G.A. My`naev. – K.: KNT. – 2009. – 440 s.

3. Shlыkov V. V. Kompleksnoe obespecheny`e эkonomy`cheskoj bezopasnosty` predpry`yaty`ya / V. V. Shlыkov – SPb : "Aletejya".– 1999. – 138 s.

4. Bendy`kov M.A. Эkonomy`cheskaya bezopasnost` promыshlennogo predpry`yaty`ya v uslovy`yax kry`zy`snogo razvy`ty`ya / M.A. Bendy`kov // Menedzhment v Rossy`y` y` za rubezhom. − 2000. - # 2.− S. 17−29.

5.Samal` S.A. Ustojchy`voe razvy`ty`e predpry`yaty`ya y` эkonomy`cheskaya bezopasnost` gosudarstva / S.A. Samal`, L.S. Samal` // Mexanizm regulyuvannya ekonomiky`. □ 2012. □ #3. □ S.92-99

6.Kovalenko M.A. Ekonomichna bezpeka korporaty`vnogo pidpry`yemstva / M.A. Kovalenko, I.I. Nagorna, N.V. Radvans`ka N.V.; pid zag. red. M.A. kovalenka. – Xerson: Oldi-plyus, 2009. – 404 s.

7.Shumilo O. S. Osobly`vosti naukovy`x pidxodiv do vy`znachennya ponyattya «ekonomichna bezpeka pidpry`yemstva»/ O.S. Shumilo // Problemy` ekonomiky` – 2014 - # 4 – S. 339-344

8. Gruny`n O. A. Эkonomy`cheskaya bezopasnost` organy`zacy`y` : [ucheb. posoby`e] / O. A. Gruny`n, S. O. Gruny`n. – SPb.: Py`ter.– 2002. – 160 s.

9. Donecz` L.I. Ekonomichna bezpeka pidpry`yemstva / L.I. Donecz`, N.V. Vashhenko. – K.: Centr uchbovoyi literatury`. – 2008. – 240 s.

10. Zerkalov D. V. Эkonomy`cheskaya bezopasnost`: Monografy`ya.– K. : Osnova.– 2011. – 586 s.

11. Ivanyuta T.M. Ekonomichna bezpeka pidpry`yemstva / T.M. Ivanyuta, A.O. Zayinchkovs`ky`j. – K.: Centr uchbovoyi literatury`.– 2009. – 256 s.

12. Y`l`yashenko S.N. Sostavlyayushhy`e эkonomy`cheskoj bezopasnosty` predpry`yaty`ya y` podxodы k y`x ocenke / S.N. Y`l`yashenko // Aktual`ni problemy` ekonomiky`.– 2003. - # 3 (21). - S. 12-19.

13. Levkiv G.Ya. Psy`xologichni chy`nny`ky` ekonomichnoyi

bezpeky` pidpry`yemstv APK / G.Ya. Levkiv, B.B. Batyuk // Visny`k Xmel`ny`cz`kogo nacional`nogo universy`tetu: Zb. nauk. pr. – Xmel`ny`cz`ky`j.– 2011. T.3, # 5. – S. 97-99.

14. Cy`gy`ly`k Y`. Y`., Panevny`k T. M. Эkonomy`cheskaya bezopasnost` predpry`yaty`ya v sy`steme vnutrennego эkonomy`cheskogo mexany`zma // Эkonomy`ka.– 2007.– # 8.– S. 3 – 5.

15. Lokty`onova Yu. A. Mexany`zm Y`denty`fy`kacy`y` sostoyany`j эkonomy`cheskoj bezopasnosty` predpry`yaty`ya. Zhurnal Socy`al`no-эkonomy`chesky`e yavleny`ya y` processы. Vыpusk # 5(051). – 2013. – S. 129 – 133.

16. Popovy`ch P. Ekonomichna bezpeka pidpry`yemstva na suchasnomu etapi rozvy`tku ekonomiky` Ukrayiny` / P. Popovy`ch // Visny`k Ternopil`s`koyi akademiyi narodnogo gospodarstva. – 2002. – Vy`pusk 2. – S. 93-96

17. Kolpakov P.A. Sy`stema эkonomy`cheskoj bezopasnosty` fy`rmы // Эkonomy`ka y` menedzhment y`nnovacy`onnых texnology`j. – 2013. – #1 [Эlektronnыj resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://ekonomika.snauka.ru/2013/01/1567

18. Ponomarev V.P. Эvolyucy`ya ponyaty`ya эkonomy`cheskoj bezopasnosty` predpry`yaty`ya / V.P. Ponomar`ov, O.M. Lyashenko // Naukovi praci Donecz`kogo derzhavnogo texnichnogo universy`tetu. – 2002. - # 47. – S. 16-17.

Рецензент: *Ковальов А.І. д.е.н., проф., проректор з наукової роботи Одеського національного економічного університету*

20.10.2015

УДК 336.71:007.8

Паляничко Катерина

ОЦІНКА МОДЕЛІ ПРОГНОЗУВАННЯ БАНКІВСЬКИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ НА ОСНОВІ ЛІНІЙ ТРЕНДУ

У статті на підставі вхідних значень банківських ресурсів України за період 2005 – 2014 рр. побудовані моделі прогнозування на

основі ліній тренду. Побудова ліній тренда здійснювалась засобами MS Excel на основі точкової діаграми. Отримані різноманітні типи апроксимуючої залежності: лінійна, логарифмічна, поліноміальна, степенева, експонентна. Кожний результат моделі прогнозування банківських ресурсів оцінений шляхом ранжування за відповідними критеріями, що характеризують достовірність, відповідність, надійність та інші параметри прогнозу. Приведені результати ранжування моделей за значенням коефіцієнту детермінації і за відхиленням прогнозу від фактичного значення банківських ресурсів. В результаті визначений остаточний результат оцінки моделі прогнозування банківських ресурсів за розглянутими параметрами у вигляді сумарного рангу. Здійснено порівняльний аналіз отриманих результатів і обрана максимально прийнятна модель прогнозування банківських ресурсів

Ключові слова: прогнозування, модель прогнозування, лінія тренду, ранг, банківські ресурси, коефіцієнт детермінаціх, модель прогнозування, прогнозні результати.

Паляничко Екатерина

ОЦЕНКА МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКОВСКИХ РЕСУРСОВ УКРАИНЫ НА ОСНОВЕ ЛИНИЙ ТРЕНДА

В статье на основании входящих значений банковских ресурсов Украины за период 2005 - 2014 гг. построены модели прогнозирования на основе линий тренда. Построение линий тренда осуществлялось средствами MS Excel на основе точечной диаграммы. Получены различные типы аппроксимирующей зависимости: линейная, логарифмическая, полиномиальная, степенная, экспонентная. Каждый результат модели прогнозирования банковских ресурсов оценен путем ранжирования по соответствующим критериям, которые характеризуют достоверность, соответствие, надежность и другие параметры прогноза. Приведены результаты ранжирования моделей по значению коэффициента детерминации и по отклонению прогноза от фактического значения банковских ресурсов. В результате определен окончательный результат оценки модели прогнозирования банковских ресурсов по рассмотренным параметрам

в виде суммарного ранга. Осуществлен сравнительный анализ полученных результатов и выбрана максимально приемлемая модель прогнозирования банковских ресурсов.

Ключевые слова: прогнозирование, модель прогнозирования, линия тренда, ранг, банковские ресурсы, коэффициент детерминации, модель прогнозирования, прогнозные результаты.

Palianuchko Ekaterina

ASSESSMENT OF FORECASTING MODELS OF BANK RESOURCES OF UKRAINE BASED ON TRENDLINE

The article is based on the input values of bank resources of Ukraine for the period 2005 - 2014 pp. based on prediction model from the trend line. Construction of the trend line was made in MS Excel-based point chart. Received various types of approximating dependencies: linear, logarithmic, polynomial, power law, exponential. Each outcome prediction model of bank resources estimated by ranking according to criteria that characterize the accuracy, relevance, reliability and other parameters of the forecast. The results of ranking models for the value of the coefficient of determination and prediction deviation of the actual value of bank resources. As a result, determined the final outcome assessment model prediction of bank resources considered parameters as total rank. The comparative analysis of the results and selected the most affordable model prediction of bank resources

Keywords: forecasting, forecasting model, trend line, rank, bank resources, coefficient of determination, forecasting model projected results.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Одним із головних питань, що постає перед банківським сектором в умовах складної ситуації на грошово-кредитному ринку, є розробка стратегії динамічного фінансового розвитку. Найважливішим завданням фінансового розвитку банківських установ є їх вихід на міжнародні грошово-кредитні ринки з метою залучення грошових коштів, що можуть бути направлені на збільшення власних коштів для забезпечення ефективної діяльності банків.

У зв'язку з цим одним з найголовніших та найвідповідальніших складових менеджменту є фінансове планування, необхідне для стратегічного розвитку банку і підвищення ефективності його фінансової діяльності у перспективі. Процес планування включає аналіз та прогнозування внутрішнього стану банківських установ і зовнішніх економічних показників. Успішний розвиток і надійність банківської системи в умовах ринкової економіки багато у чому залежить від результатів статистичного аналізу в банках, що дозволяє виявляти їхні слабкі та сильні сторони, визначати конкретні шляхи розв'язання проблем. Тому оцінка моделі прогнозування банківських ресурсів є актуальним питанням сьогодення.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Дослідженню теоретичних і практичних питань методичного забезпечення статистичної обробки даних, планування та прогнозування показників діяльності фінансово-кредитних установ, у тому числі і банків, присвячені праці як аналітиків банків, так і таких провідних вчених, як: О.М. Горбач, Н.А. Цейтлін [1], В.М. Калініна, В.І. Соловйов [2], І.О.Кацко, М.Б. Паклін [3], Н.І. Костіна, А.А. Алєксєєв, О.Д. Василик [4], В.М. Костин, Н.А. Тішина [5], Н.В. Купрієнко, О.О. Пономарьова, Д.В.Тихонов [6], Б.В. Самородов [7], В.В. Пурдик [8], Г.І. Карімов, О.О. Муравйова [9], О.С. Доценко [10] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Наукове дослідження статистичної обробки даних та прогнозування показників діяльності банківських установ є досить актуальним. Але на сьогодні виникла потреба в прогнозуванні саме банківських ресурсів, що не знайшло достатнього розвитку в дослідженнях учених даного напрямку економічної науки.

Постановка завдання. Мета даної статті - побудова моделей прогнозування банківських ресурсів на основі ліній тренду.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Під прогнозуванням мається на увазі науково обгрунтоване передбачення майбутнього стану предмета чи явища на основі аналізу його минулого і сучасного, систематична інформація про якісні й кількісні характеристики розвитку цього предмета чи явища в перспективі. Застосування прогнозування в банківській діяльності дає можливість виробити стратегію подальшого динамічного фінансового

розвитку. Чим точніше передбачення майбутнього, тим більша ефективність процесу прийняття рішень [9].

Прогнозування базується на зберіганні загальної тенденції розвитку явищ у часі, тому на практиці процес прогнозування зводиться до добору на підставі даних минулих періодів аналітичних залежностей досліджуваного параметра від чинників, що впливають, і екстраполяції цих залежностей на майбутнє. Прогноз показника отримується підстановкою необхідного значення чинника в отримане регресійне рівняння. Таким чином, прогнозне значення є точковою оцінкою середнього значення показника при даних рівнях чинників [11, с. 56].

Спочатку виявимо основну тенденцію розвитку банківських ресурсів України за 2005 – 2014 рр. Вихідні дані наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Вихідні значення банківських ресурсів України
за період 2005 – 2014 рр. [12]

№з/п	Період	Банківські ресурси, млн.. грн.
1	1.01.2006	213878
2	1.01.2007	340179
3	1.01.2008	599396
4	1.01.2009	926086
5	1.01.2010	880302
6	1.01.2011	942088
7	1.01.2012	1054280
8	1.01.2013	1127192
9	1.01.2014	1278095
10	1.01.2015	1316852

На підставі таблиці 1 з 2005 до 2008 і з 2010 – 2014 року простежується поступове збільшення показника «Банківські ресурси», що свідчить про позитивні тенденції та стабільний розвиток економіки. В 2009 році кризові явища негативно вплинули на цей показник, в результаті чого банківські ресурси зменшились на 45784 млн. грн.

Наступним етапом дослідження є побудова ліній тренду на базі теоретично придатних залежностей (рис.1).

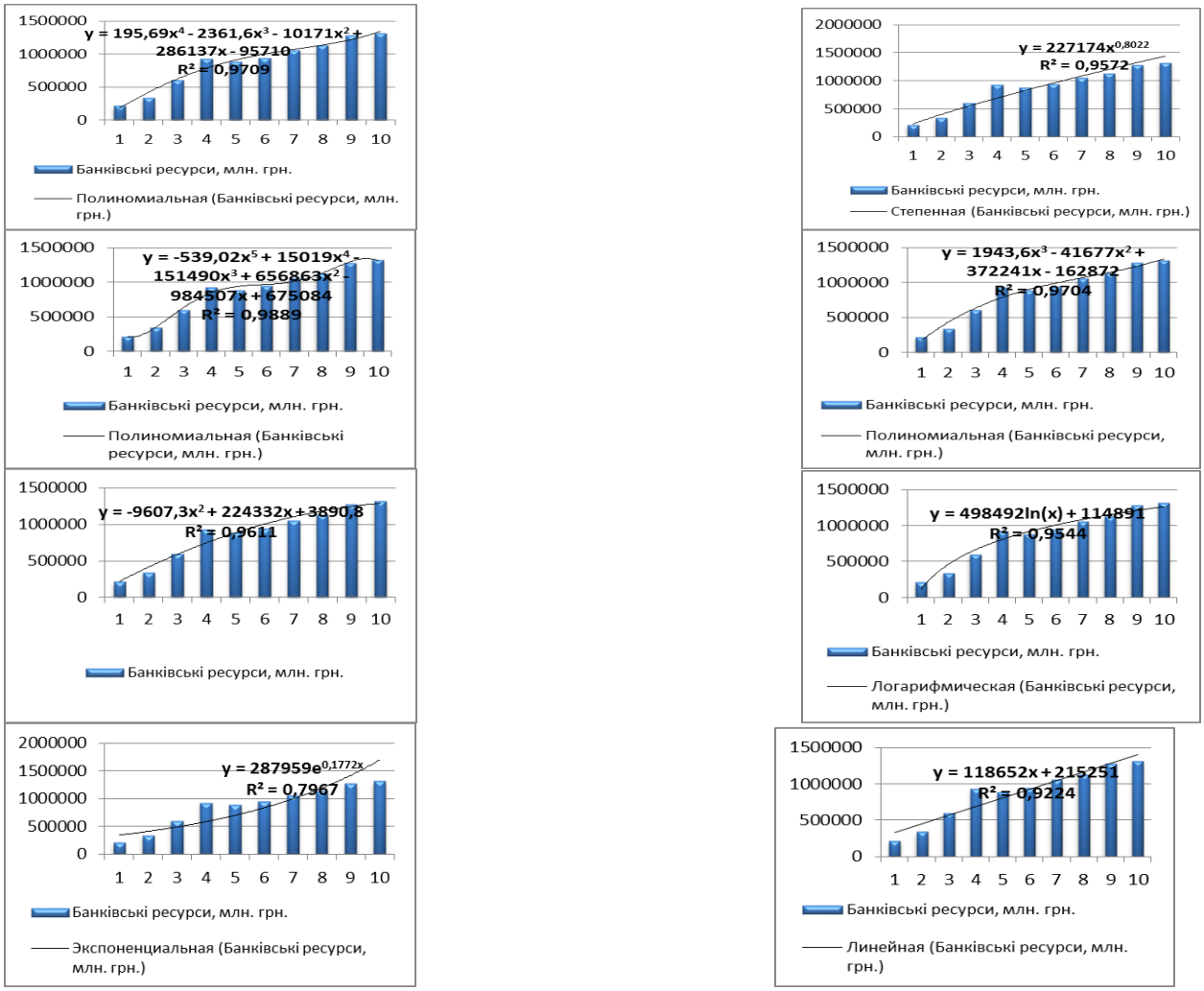

Рис.1. Моделі прогнозування банківських ресурсів України на основі ліній тренду

Побудова ліній тренда засобами MS Excel на основі точкової

діаграми за фактичними даними минулих періодів є одним з найбільш поширених засобів прогнозування. Якісні властивості і характеристики розвитку виражають різні рівняння трендів. За допомогою програми MS Excel можна отримати різноманітні типи апроксимуючої залежності: лінійна, логарифмічна, поліноміальна, степенева, експонентна, лінійна фільтрація. Але реалізація запропонованих моделей призводить до значно різних чисельних результатів, які до того ж, часто мають різний напрямок розвитку. Тому необхідно оцінити можливості використання тієї чи іншої моделі прогнозування [9].

Після побудови ліній тренду нами пропонується кожний результат моделі прогнозування банківських ресурсів оцінити шляхом ранжування за відповідними критеріями, що характеризують достовірність, відповідність, надійність та інші параметри прогнозу.

Для визначення достовірності прогнозу можна використати значення коефіцієнту детермінації (R^2). Чим ближе значення (R^2) до одиниці, тим точніше обрана модель відбивае тенденцію розвитку, тобто, тим більше можна довіряти результатам прогнозування. При ранжуванні за цим критеріем моделі з максимальним значенням коефіцієнту детермінації присвоюється мінімальний ранг і т.д [9].

Результати ранжування представлені в таблиці 2.

Таблиця 2.

Результат ранжування моделей за значенням коефіцієнту детермінації (R^2)

Вид апроксимації	Прогнозна модель	R^2	Ранг 1
1	2	3	4
1. Лінійна	y = 118652x + 215251	0,9224	7
2. Експонент-на	$y = 287959e^{0,1772x}$	0,7967	8
3. Логариф-мічна	y = 498492Ln(x) +114891	0,9544	6
4. Поліно-міальна 2-го ступеню	$y = -9607,3x^2 + 224332x + 3890,8$	0,9611	4
5. Поліно-міальна 3-го ступеню	$y = 1943,6x^3 - 41677x^2 + 372241x - 162872$	0,9704	3
6. Поліно-міальна 4-го ступеню	$y = 195,69x^4 - 2361,6x^3 - 10171x^2 + 286137x - 95710$	0,9709	2

Продовж. табл. 1

1	2	3	4
7. Поліно-міальна 5-го ступеню	$y = -539{,}02x^5 + 15019x^4 - 151490x^3 + 656863x^2 - 984507x + 675084$	0,9889	1
8. Степенева	$y = 227174x^{0{,}8022}$	0,9572	5

В розглянутих моделях прогнозування банківських ресурсів України існує тісний кореляційний зв'язок між змінними, про що свідчить достатньо високе значення коефіцієнта детермінації. Значення коефіцієнтів Фішера і Стьюдента вказують на статистичну значущість як параметрів моделей, так і моделей загалом. Всі розглянуті моделі прогнозування є адекватними та статистично значущими, тому їх можна використовувати для прогнозування показників банківської системи. Але лінія тренду, що найбільш адекватно описує динаміку поведінки значень показника «Банківські ресурси» - поліноміальна 5-го ступеню.

Особливого значення надається вибору типу моделі тренду, яка би найдостовірніше відображала існуючу тенденцію розвитку та за допомогою якої можна було б робити найточніші прогнози у банківській системі України [8].

Для того, щоб визначити відповідність прогнозу пропонується порівняти значення, отримані за допомогою кожної моделі прогнозування з фактичними банківськими ресурсами за 2014 рік. Зрозуміло, чим ближче спрогнозоване значення до фактичного, тим більше обрана модель відповідає реальному стану справ. При ранжуванні за цим критерієм моделі з мінімальним значенням відхилення присвоюється мінімальний ранг і т.д. Відхилення прогнозу від факту приймається в абсолютному виразі (за модулем) [9]. Результати ранжування представлені в таблиці 3.

Представимо остаточний результат оцінки моделі прогнозування банківських ресурсів за розглянутими параметрами у вигляді сумарного рангу, отриманого шляхом додавання часткових рангів. Мінімальна сума рангів відповідає максимально прийнятній моделі за всіма критеріями, що брали участь в оцінці. Загальні оцінки сумарного рангу наведені в таблиці 4.

Таблиця 3.

Результат ранжування моделей за відхиленням прогнозу від фактичного значення банківських ресурсів

Вид апроксимації	Фактичне значення банківських ресурсів за 2014 рік, млн.грн.	Прогнозне значення банківських ресурсів за 2014 рік, млн. грн.	Відхилення за модулем	Ранг2
1. Лінійна	1316852	1401771	84919	6
2. Експонентна	1316852	1693950	377098	8
3. Логарифмічна	1316852	1262711	54141	5
4. Поліноміальна 2-го ступеню	1316852	1286481	30371	4
5. Поліноміальна 3-го ступеню	1316852	1335438	18586	2
6. Поліноміальна 4-го ступеню	1316852	1343860	27008	3
7. Поліноміальна 5-го ступеню	1316852	1314314	2538	1
8. Степенева	1316852	1440650	123798	7

Таблиця 4

Сумарні ранги моделей

Вид апроксимації	Ранг 1	Ранг 2	Сумарний ранг
1. Лінійна	7	6	13
2. Експонентна	8	8	16
3. Логарифмічна	6	5	11
4. Поліноміальна 2-го ступеню	4	4	8
5. Поліноміальна 3-го ступеню	3	2	5
6. Поліноміальна 4-го ступеню	2	3	5
7. Поліноміальна 5-го ступеню	1	1	2
8. Степенева	5	7	12

Таким чином, з наведених вище розрахунків чітко видно, що максимальна прийнятна для прогнозування банківських ресурсів – це поліноміальна 5-го ступеню:

$$y = -539{,}02x^5 + 15019x^4 - 151490x^3 + 656863x^2 - 984507x + 675084$$

Висновки і перспективи подальших розробок. Нами оцінено наступні моделі прогнозування банківських ресурсів України на

основі ліній тренду: лінійна, експонентна, логарифмічна, поліноміальна 2-го ступеню, поліноміальна 3-го ступеню, поліноміальна 4-го ступеню, поліноміальна 5-го ступеню, степенева. Всі розглянуті моделі є адекватними та статистично значущими, тому їх можна використовувати для прогнозування показників банківської системи. Лінія тренду, що найбільш адекватно описує динаміку поведінки значень показника «Банківські ресурси» - поліноміальна 5-го ступеню. Але у зв'язку поточною економічною ситуацією в Україні даний показник схильний до коливань, тому різкий зріст (поліноми), як правило не мають якісної інтерпретації. Отже, нами пропонується для прогнозу все ж використовувати лінійну трендову модель, яка є однією з найважливіших у групі економіко-статистичних моделей.

При розробці перспективних напрямків прогнозування банківських ресурсів необхідно, крім загальної тенденції, оцінити вплив макроекономічних факторів на їх динаміку.

Література

1. Горбач А. Н. Анализ спонтанных последовательностей и регрессионных моделей в маркетинге: научное издание / А. Н. Горбач, Н. А. Цейтлин. - Харьков: ФО-П Шейпіна О. В., 2008.– 182 с.
2. Калинина В. Н. Введение в многомерный статистический анализ: Учебное пособие / В. Н. Калинина, В. И. Соловьев. - М.: ГУУ, 2003.– 92 с.
3. Кацко И. А. Практикум по анализу данных на компьютере: Учеб. пособие для вузов / И. А. Кацко, Н. Б. Паклин. - М.: Издательство «КолосС», 2009.– 278 с.
4. Костіна Н. І. Фінанси: система моделей і прогнозів: Навчальний посібник // Н. Костіна, А. А. Алєксєєв, О. Д. Василик. - К.: Четверта хвиля, 1998.– 304 с.
5. Костин В. Н. Статистические методы и модели: Учебное пособие / В. Н. Костин, Н. А. Тишина. - Оренбург: ГОУ ОГУ, 2004.– 138 с.
6. Куприенко Н. В. Статистические методы изучения связей. Корреляционно-регрессионный анализ. Учебное пособие / Н. В. Куприенко, О. А. Пономарева, Д. В. Тихонов . - Изд-во СпбГПУ, 2008.– 118 с.
7. Самородов Б.В. Прогнозування показників банківської діяльності на прикладі банківського сектору Харківського регіону / Б.В. Самородов // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». – 2011. – Вип. 14. – с.94 – 102.

8. Пурдик В.В. Прогнозування основних показників банківської діяльності, які визначають доцільність проведення реорганізації / В.В. Пурдик // International scientific and practical conference in 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://asconf.com/eng/archive_view/193

9. Карімов Г.І. Про оцінку прогнозної моделі на основі ліній тренду / Г.І. Карімов, О.О. Муравйова // Економічні науки. Математичні методи в економіці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/21_NNP_2010/Economics/70435.doc.htm

10. Доценко О.С. Статистичний аналіз діяльності банків України: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.10 / О.С. Доценко / Держ. акад. статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. — К., 2007. — 20 с.

11. Карімов І. К. Інформаційно-обчислювальні системи в економіці: Навч. посібник / І.К.Карімов – Дніпродзержинськ: ДДТУ, 2009.– 250 с.

12. Національний банк України / Офіційне інтернет-представництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=36798

13. Підгорний А.З. Статистика ринку товарів і послуг: Навчальний посібник / А.З. Підгорний, О.В. Самотоєнкова. – Одеса: ОДЕУ, 2008. – 238 с.

14. Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону: Монографія // За заг. ред. канд. економ. наук, професора А.З. Підгорного – Одеса: Атлант, 2012. – 303 с.

15. Витковская Е. В. Статистические методы – инструмент изучения социально-экономических процессов / Е. Витковская, А.Подгорный и др. // Историк-экономист С.Я.Боровой и проблемы современной истории экономики: к 110-летию со дня рождения С.Я.Борового: монографія. - 2013. – С. 211-256.

16. Подгорный А. З. Статистика: учебное пособие для иностранных студентов / А.З.Подгорный, О. Г. Мылашко, С. М. Киршо, Н. М. Шилофост. – Одесса: Атлант, 2012. – 194 с.

1. Gorbach A. N. Analy`z spontannых posledovatel`no¬stej y`

regressy`onnых modelej v markety`nge: nauchnoe y`zdany`e / A. N. Gorbach, N. A. Cejtly`n. - Xar`kov: FO-P Shejpina O. V., 2008.– 182 s.

2. Kaly`ny`na V. N. Vvedeny`e v mnogomernыj staty`sty`¬chesky`j analy`z: Uchebnoe posoby`e / V. N. Kaly`ny`na, V. Y`. So¬lov`ev. - M.: GUU, 2003.– 92 s.

3. Kaczko Y`. A. Prakty`kum po analy`zu dannых na kom¬p`yutere: Ucheb. posoby`e dlya vuzov / Y`. A. Kaczko, N. B. Pakly`n. - M.: Y`zdatel`stvo «KolosS», 2009.– 278 s.

4. Kostina N. I. Finansy`: sy`stema modelej i prognoziv: Navchal`ny`j posibny`k // N. Kostina, A. A. Alyeksyeyev, O. D. Vasy`¬ly`k. - K.: Chetverta xvy`lya, 1998.– 304 s.

5. Kosty`n V. N. Staty`sty`chesky`e metodы y` modely`: Uchebnoe posoby`e / V. N. Kosty`n, N. A. Ty`shy`na. - Orenburg: GOU OGU, 2004.– 138 s.

6. Kupry`enko N. V. Staty`sty`chesky`e metodы y`zucheny`ya svyazej. Korrelyacy`onno-regressy`onnыj analy`z. Uchebnoe posoby`e / N. V. Kupry`enko, O. A. Ponomareva, D. V. Ty`xonov . - Y`zd-vo SpbGPU, 2008.– 118 s.

7. Samorodov B.V. Prognozuvannya pokazny`kiv bankivs`koyi diyal`nosti na pry`kladi bankivs`kogo sektoru Xarkivs`kogo regionu / B.V. Samorodov // Visny`k Nacional`nogo texnichnogo universy`tetu «XPI». – 2011. – Vy`p. 14. – s.94 – 102.

8. Purdy`k V.V. Prognozuvannya osnovny`x pokazny`kiv bankivs`koyi diyal`nosti, yaki vy`znachayut` docil`nist` provedennya reorganizaciyi / V.V. Purdy`k // International scientific and practical conference in 2014 [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://asconf.com/eng/archive_view/193

9. Karimov G.I. Pro ocinku prognoznoyi modeli na osnovi linij trendu / G.I. Karimov, O.O. Muravjova // Ekonomichni nauky`. Matematy`chni metody` v ekonomici [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://www.rusnauka.com/21_NNP_2010/Economics/70435.doc.htm

10. Docenko O.S. Staty`sty`chny`j analiz diyal`nosti bankiv Ukrayiny`: avtoref. dy`s. ... kand. ekon. nauk: 08.00.10 / O.S. Docenko / Derzh. akad. staty`sty`ky`, obliku ta audy`tu Derzhkomstatu Ukrayiny`. — K., 2007. — 20 s.

11. Karimov I. K. Informacijno-obchy`slyuval`ni sy`stemy` v

ekonomici: Navch. posibny`k / I.K.Karimov – Dniprodzerzhy`ns`k: DDTU, 2009.– 250 s.

12. Nacional`ny`j bank Ukrayiny` / Oficijne internet-predstavny`cztvo [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=36807&cat_id=36798

13. Pidgorny`j A.Z. Staty`sty`ka ry`nku tovariv i poslug: Navchal`ny`j posibny`k / A.Z. Pidgorny`j, O.V. Samotoyenkova. – Odesa: ODEU, 2008. – 238 s.

14. Metodologiya staty`sty`chnogo zabezpechennya rozvy`tku regionu: Monografiya // Za zag. red. kand. ekonom. nauk, profesora A.Z. Pidgornogo – Odesa: Atlant, 2012. – 303 s.

15. Vy`tkovskaya E. V. Staty`sty`chesky`e metodы – y`nstrument y`zucheny`ya socy`al`no-эkonomy`chesky`x processov / E. V. Vy`tkovskaya, A. Z. Podgornыj, Yu.O. Ol`vy`nskaya [y` drugy`e] // Y`story`k-эkonomy`st S.Ya.Borovoj y` problemы sovremennoj y`story`y` эkonomy`ky`: k 110-lety`yu so dnya rozhdeny`ya S.Ya.Borovogo: monografiya. - 2013. – S. 211-256.

16. Podgornыj A. Z. Staty`sty`ka: uchebnoe posoby`e dlya y`nostrannыx studentov / A.Z.Podgornыj, O. G. Mылashko, S. M. Ky`rsho, N. M. Shy`lofost. – Odessa: Atlant, 2012. – 194 s.

Рецензент: *Балджи М.Д., д.е.н., проф., зав. каф. економіки та управління національним господарством Одеського національного економічного університету*

30.09.2015

УДК 65.012.32:631.1.027

Пітель Ніна, Вернюк Наталія

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВАМИ АПК В УМОВАХ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

У статті проаналізовано сучасні тенденції зовнішньої торгівлі України товарами та, зокрема, продукцією АПК. Обґрунтовано, що застосування системи маркетингового менеджменту в зовнішньоекономічній діяльності підприємств є одним із інструментів підвищення їх міжнародної конкурентоспроможності. В умовах глобалізації маркетингове управління підприємствами АПК розвивається із врахуванням загальносвітових тенденцій, які передбачають стратегічне бачення, креативні підходи, інтерактивні засоби зв'язку та інтернет-технології, індивідуалізацію маркетингу, прямий зв'язок із споживачами, програми лояльності. З метою підвищення міжнародної конкурентоспроможності та більш повного використання експортного потенціалу маркетинговий менеджмент підприємств АПК - суб’єктів міжнародного бізнесу повинен формуватись на основі чотирьох взаємодоповнюючих підсистем: інформаційного забезпечення, агромаркетингових досліджень, інфраструктури маркетингового менеджменту, системи стратегічного й оперативного управління. Лише комплексне функціонування даних підсистем сприятиме підвищенню прибутковості і міжнародної конкурентоспроможності підприємств АПК в умовах розвитку міжнародних ділових операцій.

Ключові слова: менеджмент, маркетинг, маркетинговий менеджмент; управління; зовнішньоекономічна діяльність, міжнародний бізнес; підприємства АПК.

Питель Нина, Вернюк Наталия

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЯМИ АПК В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

В статье проанализированы современные тенденции внешней торговли Украины товарами и, в частности, продукцией АПК.

Обосновано, что применение системы маркетингового менеджмента во внешнеэкономической деятельности предприятий является одним из инструментов повышения их международной конкуренто-способности. В условиях глобализации маркетинговое управление предприятиями АПК развивается с учетом общемировых тенденций, предусматривающих стратегическое видение, креативные подходы, интерактивные средства связи и интернет-технологии, индивидуализацию маркетинга, прямую связь с потребителями, программы лояльности. С целью повышения международной конкурентоспособности и более полного использования экспортного потенциала маркетинговый менеджмент предприятий АПК - субъектов международного бизнеса должен формироваться на основании четырех взаимодополняющих подсистем: информационного обеспечения, агромаркетингових исследований, инфраструктуры маркетингового менеджмента, системы стратегического и оперативного управления. Только комплексное функционирование данных подсистем будет способствовать повышению прибыльности и международной конкурентоспособности предприятий АПК в условиях развития международных деловых операций.

Ключевые слова: менеджмент, маркетинг, маркетинговый менеджмент; управление; внешнеэкономическая деятельность, международный бизнес; предприятия АПК.

Pitel Nina, Verniuk Nataliia

FORMATION OF MARKETING MANAGEMENT SYSTEM BY AIC ENTERPRISES IN CONDITIONS OF INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT

The article analyzes current trends of foreign trade of Ukraine and in particular of AIC products. It is proved that the application of marketing management system in foreign economic activity of enterprises is one of the instruments to enhance their international competitiveness. In conditions of globalization marketing management of AIC enterprises develops taking into account global trends that provide a strategic vision, creative approaches, interactive communications and Internet technologies, marketing individualization, direct communication with consumers and

loyalty programs. In order to improve international competitiveness and for better use of export potential marketing management of agroindustrial enterprises-International Business entities should be formed based on four complementary subsystems: information management, agricultural marketing research, infrastructure of marketing management, system of strategic and operational management. Only comprehensive functioning of these subsystems will improve profitability and international competitiveness of agroindustrial enterprises in the development of international business operations.

Keywords: management, marketing, marketing management, governance, foreign economic activity, international business, agroindustrial enterprises.

Постановка проблеми. Глобалізація економічної діяльності є однією з найбільш обговорюваних тем протягом останніх років. Вона несе в собі як нові можливості, так і нові загрози, охоплюючи всіх суб'єктів світового господарства, незалежно від їх ставлення до цього явища. Тому аграрний сектор України може посилити свої позиції на міжнародному рівні завдяки постійному вивченню тенденцій процесу глобалізації. Також назріла об’єктивна необхідність підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств АПК для їх активного включення в світові інтеграційні процеси, а для цього необхідно шукати нові можливості застосування маркетингового менеджменту з метою використання новітніх глобальних стратегій і технологій.

У нинішніх умовах посилення процесів інтернаціоналізації світової економіки маркетингова діяльність відіграє особливо важливу роль у забезпеченні стійких ринкових позицій підприємства. Значно збільшується вагомість функції комунікації, активізується обмін інформацією та знаннями між різними суб'єктами світового господарства. Мінливість зовнішнього середовища потребує встановлення чіткого узгодження між маркетинг-міксом підприємства АПК і потребами відповідного цільового ринку. Також нині досить вагомим є глобальне зростання конкуренції, що спричиняє застосування підприємством індивідуального підходу до кожного окремо взятого споживача.

Вирішення поставлених проблем вимагає того, щоб у програмах

міжнародного маркетингу використовувалась мережа Інтернет, адже при цьому спрощується та прискорюється взаємодія між суб'єктами світового ринку. Маркетингова політика, розроблена на основі інформаційних технологій, є досить ефективним методом підвищення конкуренто-спроможності бізнесу. Таким чином, актуальність теми дослідження обумовлена важливістю приєднання українського аграрного бізнесу до міжнародних ринків та об'єктивною необхідністю формування і розвитку системи маркетингового менеджменту підприємств АПК із врахуванням загальносвітових тенденцій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питаннями проблематики управління маркетингом займалися як українські, так і закордонні вчені. Широко відомі праці таких науковців, як В. Андрійчук, М. Афанасьєв, Г. Багієв, Л. Балабанова, М. Вачевський, А. Войчак, С. Гаркавенко, В. Герасимчук, П. Діксон, Ф. Котлер, М. Портер та ін. Особливості застосування маркетингу підприємствами АПК вивчали Г. Армстронг, П. Березівський, О. Варченко, О. Гудзинський, П. Зав'ялов, В. Збарський, С. Захарін, С. Камілова, М. Сахацький, В. Юрчишин та інші. Проте у їхніх працях досліджується маркетинговий менеджмент як економічна категорія і теоретичні аспекти його розвитку. Разом з тим, специфіка формування маркетингового менеджменту в умовах зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) – це відокремлений проблемний аспект, який потребує постійного вивчення. Необхідність з'ясування особливостей та напрямів розвитку сучасного маркетингового менеджменту підприємств АПК в умовах міжнародних ділових операцій визначили актуальність даної статті.

Формування цілей статті. Метою роботи є аналіз сучасних тенденцій зовнішньої торгівлі у сфері АПК та дослідження особливостей формування маркетингового менеджменту підприємствами АПК – суб'єктами міжнародного бізнесу з метою підвищення їх конкурентоспроможності на глобальному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні тенденції розвитку ринкових відносин в Україні та процеси міжнародної інтеграції зумовлюють необхідність досягнення високого рівня конкурентоспроможності економіки країни, її галузей, підприємств і видів продукції. Серед головних факторів впливу на рівень розвитку економіки країни і світового господарства в цілому виділяють

міжнародне економічне співробітництво. Традиційною формою зовнішньоекономічних відносин є міжнародна торгівля, і саме вона, значною мірою, визначає зовнішньоекономічну політику держави.

Дослідження динаміки обсягів експорту-імпорту товарів Україною за 2008-2014 роки (рис. 1) свідчить про нестійкі тенденції. Внаслідок світової фінансової кризи 2008 р. відбулося різке зниження як експортних, так і імпортних поставок. Проте в наступні роки ситуація стабілізувалась і починаючи із 2009 року відбувався поступовий ріст обсягів зовнішньоторговельних операцій.

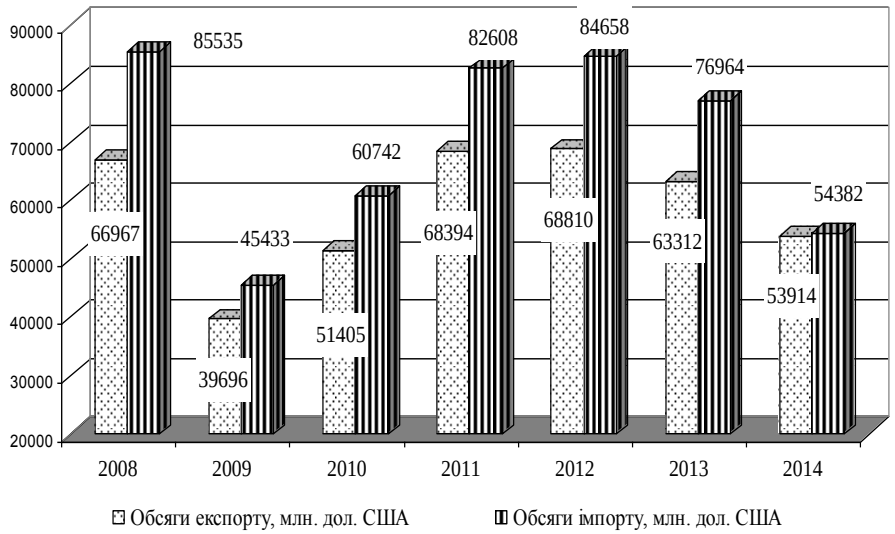

Рис. 1. Динаміка обсягів зовнішньої торгівлі України товарами (побудовано автором за матеріалами Державної служби статистики України [1]; дані за 2014 р. наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя)

Загалом впродовж 2009-2012 рр. обсяги експорту товарів українськими підприємствами зросли в 1,7 раза (із 39,7 до 68,8 млрд. дол. США), а імпорту – в 1,9 раза (із 45,4 до 84,7 млрд. дол. США). Але через глобальні виклики, економічну й політичну нестабільність та військовий конфлікт із Росією впродовж 2013-2014 рр. зовнішньоторговельні операції скорочуються. За останні два роки обсяг експорту зменшився в 1,3 раза, або на 14,9 млрд. дол. США, а імпорту – в 1,4 раза, або на 30,3 млрд. дол. США. Отже, аналіз експортно-імпортних операцій товарами засвідчує негативну динаміку. Тому, для покращення ситуації в Україні, необхідно шукати

можливості для удосконалення механізму ринкових інструментів менеджменту суб'єктів підприємництва.

Схожі тенденції спостерігаються і в динаміці зовнішньоторговельних операцій продукцією АПК (табл. 1).

За досліджуваний період найбільші обсяги експорту агропромислових товарів надходили з України у 2012 р., тоді як в наступні роки – показники знижувались, проте темпи скорочення були набагато нижчими, ніж по інших галузях економіки України. Загалом протягом 2008-2014 рр. експорт зріс на 5,8 млрд. дол. США, або в 1,5 раза, при цьому питома вага продукції АПК в загальних обсягах експорту товарів Україною зросла із 16,2 до 30,9 %. Обсяги імпорту продукції АПК за аналогічний період зменшились на 0,4 млрд. дол. США, або на 6%, а питома вага в загальних обсягах імпорту товарів до України зросла із 7,6 до 11,1 %.

Незважаючи на загальне збільшення обсягів експорту продукції АПК українськими підприємствами протягом 2008-2014 рр., починаючи із 2012 року показник неухильно знижується, – це вказує на те, що більшість підприємств галузі неспроможні повною мірою розкрити власний експортний потенціал, адже вітчизняні товари мають низький рівень конкурентоспроможності на закордонних ринках.

Одним із інструментів, здатних активізувати зовнішньо-торговельні операції та поліпшити міжнародну конкурентоспроможність українських підприємств АПК, є використання системи маркетингового менеджменту ЗЕД. Адже маркетингова політика орієнтована на вивчення потреб і запитів потенційних споживачів, оперативне і своєчасне реагування на вимоги світового ринку, аналіз специфіки використання різних методів просування і збуту товарів і послуг. Визначальною метою управління маркетингом для підприємства є виявлення, розробка й утримання конкурентних позицій на внутрішньому і міжнародному ринку.

В сучасних умовах глобалізації розвиток маркетингової діяльності підприємств АПК є одним із найважливіших резервів підвищення їх прибутковості та посилення конкурентоспроможності. Проте, апарат управління багатьох підприємств не приділяє належної уваги використанню інструментів маркетингової політики у виробничо-господарській та комерційній діяльності.

Таблиця 1

Динаміка обсягів експорту-імпорту продукції АПК Україною, млн. дол. США* (побудовано автором за матеріалами Державної служби статистики України [1])

Назва товарів згідно з УКТЗЕД	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.**
Експорт							
I. Живі тварини, продукти тваринного походження	783,4	596	771,4	936,6	961,3	1084,1	1014,6
II. Продукти рослинного походження	5577,4	5034,9	3976,3	5532	9213,9	8875,9	8736,2
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	1945,7	1796	2617,3	3396,4	4211,5	3507,1	3823,7
IV. Готові харчові продукти	2518,2	2088,1	2571,1	2939,1	3493,9	3557,2	3096,7
Всього по АПК	10824,7	9515,0	9936,1	12804,1	17880,6	17024,3	16671,2
Питома вага АПК в загальних обсягах	16,16	23,97	19,33	18,72	25,99	26,89	30,92
Імпорт							
I. Живі тварини, продукти тваринного походження	1702	1267,6	1241,7	1035,4	1718,4	1892,1	1122,7
II. Продукти рослинного походження	1462,5	1259,9	1563,7	1815,9	2429,7	2669,8	2027,1
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	612,9	374,3	451,5	468,7	406,3	403,3	301,5
IV. Готові харчові продукти	2679,2	2034,3	2504,9	3026,7	2965,4	3218,8	2600,7
Всього по АПК	6456,6	4936,1	5761,8	6346,7	7519,8	8184,0	6052,0
Питома вага АПК в загальних обсягах	7,55	10,86	9,49	7,68	8,88	10,63	11,13

* без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя

Серед групи факторів, які гальмують даний процес, доцільно виділити наступні: інерційність мислення керівників; відсутність у менеджерів та керівників підприємств достатніх знань і досвіду у цій сфері; нестачу фінансових ресурсів і кваліфікованих кадрів; невпевненість у тому, що формування маркетингового підрозділу і виділення коштів на маркетингове управління дозволить у нинішніх умовах активізувати обсяги реалізації продукції [2, с. 225].

Розвиток маркетингу супроводжувався формуванням і уточненням концептуальних основ його визначення, однак в більшості випадків в явній чи неявній формі існує правило задоволення потреб

споживачів. Маркетингові принципи сучасного управління виробництвом (marketing management), засновані на клієнтоорієнтованій концепції (customer relationship management - CRM) та індивідуалізованому маркетингу (one-to-one marketing), що вимагають всебічного уявлення про потреби й уподобання споживачів, тісно пов'язані з відомою дефініцією А. Сміта: "Споживання – єдина мета усього виробництва: й до інтересу виробника слід виявляти уваги стільки, наскільки це може бути необхідним для того, щоб просунути товар до споживача" [3, с. 230].

У сучасній ринковій економіці виробництво і основні функції маркетингу об'єднує концепція створення цінностей – тих якостей товарів і послуг, за які споживач готовий платити. П. Друкер стверджує: "Є лише одне обґрунтоване визначення мети бізнесу – створювати споживача. Те, що фірма думає про свою продукцію, не найголовніше, особливо для майбутнього бізнесу... Що споживач думає про свою покупку, в чому бачить її цінність – ось що має вирішальне значення, визначає сутність бізнесу, його спрямованість на успіх" [4, с. 49].

Суб’єкти підприємництва, які планують працювати не лише на національному, а й діяти та зміцнювати існуючі позиції на міжнародному рівні, повинні проводити активну і чітко збалансовану маркетингову політику. Оскільки це – комплексно-системний метод забезпечення виробництва і збуту продукції для певної організації, то маркетинг має охоплювати весь виробничо-збутовий цикл: починаючи від діагностики та конкретизації потреб споживачів, систематичного прогнозування попиту на товар, формування й оновлення асортименту і до організації виробництва, просування, збуту й сервісного обслуговування. Тому застосування на практиці інструментів маркетингу сприяє дієвому та ефективному функціонуванню підприємств і позитивно впливає на просування продукції до споживача, стимулюючи збут на внутрішньому і зовнішньому ринку.

Нинішній етап розвитку АПК України вимагає використання працівниками аграрного сектора на всіх рівнях новітніх методів управління, оскільки – як зазначають провідні вчені-аграрники, сільське господарство рік у рік перебуває на межі лише простого відтворення, причиною чого слугують неефективні міжгалузеві економічні відносини [5, с. 7], а метою реформування АПК є

«...перетворення його на високоефективний, конкурентоспроможний на внутрішньому і зовнішньому ринках сектор економіки держави» [5, с. 8]. Зрозуміло, що таке перетворення не може відбутися без підняття вітчизняних сільськогосподарських підприємств до рівня їх зарубіжних конкурентів за багатьма параметрами, найважливішими з яких у контексті впливу тенденцій глобалізації можна вважати технологічні та маркетингові.

В умовах розвитку ЗЕД менеджмент – це процес управління всіма видами ресурсів суб'єкта підприємництва з метою досягнення поставленої зовнішньоекономічної мети. При формуванні стратегічних напрямів діяльності в центрі уваги апарату управління і всієї системи менеджменту повинен бути споживач, тому концепція маркетингу й менеджменту має об'єднувати усі зусилля для максимального задоволення потреб споживачів.

Маркетинговий менеджмент в АПК – це управління всіма загальними та окремими підрозділами агропромислового підприємства, а також усіма його службами на основі маркетингу. Суть такого маркетингового менеджменту в ЗЕД передбачає здійснення процедур планування, аналізу, втілення в життя і контролю за реалізацією комплексу заходів, виконання яких спрямоване на пошук, встановлення і підтримку взаємно вигідних ринкових дій задля досягнення поставлених зовнішньоекономічних цілей підприємства, які можуть носити як стратегічний, так і тактичний характер.

Сучасне становлення українського маркетингу відбувається з урахуванням загальносвітових тенденцій, які спричинені інтернаціоналізацією бізнесу і процесами глобалізації економіки на тлі потужного розвитку інформаційних технологій. Серед них варто виокремити наступні: об'єктивна необхідність прямого зв'язку із кінцевими споживачами та індивідуалізація маркетингових інструментів; формування й активне застосування програм лояльності; використання креативних підходів до прийняття маркетингових рішень; поширення серед суб'єктів міжнародного бізнесу інтерактивних засобів зв'язку та інтернет-технологій, які стають невід'ємними елементами маркетинг-міксу; розвиток перспективного стратегічного бачення пріоритетних напрямів розвитку компанії і максимальне використання ефекту синергії; демпінгові та цінові і війни; об'єднання зусиль у використанні маркетингових інструментів

та формування спільної, або узгодженої маркетингової політики кількома фірмами-конкурентами.

В багатьох підприємств АПК - суб'єктів міжнародного бізнесу, як правило, відсутні маркетингові стратегії просування продукції на зовнішніх ринках, а планування зовнішньоекономічних операцій обмежується звичайною оцінкою майбутніх продажів без прив'язки до виробничого процесу. Разом з тим, маркетинговий менеджмент на підприємстві повинен базуватись на знаннях основних потреб світового ринку, процесів виробництва, фінансово-господарських операцій, соціально-економічних принципів управління. Адже сучасний маркетинг – це процес пристосування підприємства-суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності до використання найбільш вигідних із нових ринкових можливостей [6, с. 243]. Тому систему маркетингового управління слід розглядати як важливу складову, сформовану з чотирьох взаємодоповнюючих підсистем: інформаційного забезпечення, агромаркетингових досліджень, інфраструктури маркетингового менеджменту, системи стратегічного і оперативного управління (рис. 2).

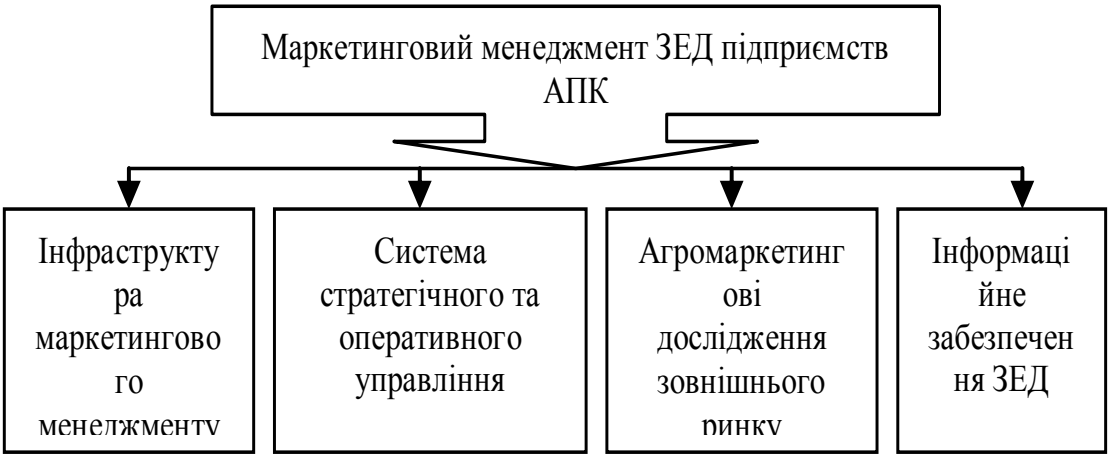

Рис. 2. Структура системи маркетингового менеджменту ЗЕД підприємств АПК (розроблено автором на основі [6, с. 243])

Особливо важливою складовою маркетингового менеджменту міжнародних ділових операцій є організація та проведення маркетингових досліджень, які нині, в умовах глобалізації розвитку ЗЕД, потребують використання сучасного інтерактивного програмного забезпечення. Така система дозволяє в режимі реального часу (on-line) одержувати великий масив даних, що всебічно характеризують поведінку реальних і потенційних споживачів міжнародного ринку;

проводити анкетування й інтерактивні опитування; оперативно систематизувати за допомогою інструментів математичного програмування і статистики одержані матеріали. Використання можливостей веб-сайтів прискорює, полегшує і спрощує роботу маркетологів, при цьому ліквідується дисбаланс між покупцем і продавцем, ціноутворення відбувається в режимі реального часу, можлива поява нових інформаційних посередників, активізуються інтернет-комунікації та з'являються інтернет-магазини. Така концепція маркетингу, орієнтована на інформатизацію дозволяє оперативно і з мінімальними затратами часу й ресурсів вести веб-аналітику міжнародного реального ринкового середовища роботи підприємства.

Формуючи систему маркетингового менеджменту ЗЕД в АПК доцільно враховувати ряд визначальних чинників, серед яких: використання інформаційної концепції маркетингу з метою оперативного одержання достовірних даних про кон'юнктуру зовнішнього ринку, стратегії ціноутворення та співвідношення попиту і пропозиції; формалізація обов'язків та відповідальності керівників структурних підрозділів підприємства; координація зусиль і заходів менеджменту, спрямованих на досягнення зовнішньоекономічних цілей; виділення і конкретизація маркетингових цілей і способів їх досягнення; розробка і застосування системи показників для аналізу і подальшого контролю виробничо-збутової діяльності підприємства та постійний аналіз ринку і потреб споживачів. Тому удосконалення управління маркетингової політики на засадах інформаційної концепції маркетингу в умовах глобалізації є важливою складовою успіху підприємства на світовому ринку товарів, капіталу і робочої сили.

Висновки. В умовах посилення інтеграційних та глобалізаційних процесів основні тенденції розвитку українського маркетингового управління визначаються загальносвітовими тенденціями, а саме: спостерігається об'єктивна необхідність прямого зв'язку із кінцевими споживачами; індивідуалізація маркетингових інструментів; застосування програм лояльності; креативні підходи до маркетингових рішень; формування узгодженої маркетингової політики фірмами-конкурентами; поширення інтерактивних засобів зв'язку та інтернет-технологій; розвиток стратегічного бачення і максимальне використання ефекту синергії.

З метою більш повного використання експортного потенціалу та підвищення міжнародної конкурентоспроможності маркетинговий менеджмент підприємств АПК - суб'єктів міжнародного бізнесу повинен формуватись на основі чотирьох взаємодоповнюючих підсистем: інформаційного забезпечення, агромаркетингових досліджень, інфраструктури маркетингового менеджменту, системи стратегічного й оперативного управління. Лише комплексне та взаємоузгоджене функціонування даних підсистем забезпечить ефективну діяльність підприємства, сприятиме підвищенню прибутковості і гнучкому реагуванню на зміни внутрішнього і зовнішнього середовища.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність. Статистична інформація офіційного веб-сайту Державної служби статистики України. 08.05.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
2. Варченко О.М. Формування системи управління маркетинговою діяльністю аграрних підприємств / О.М. Варченко // Сталий розвиток економіки. Всеукр. наук. - вир. журнал. – 2011. – № 2. – С. 224-227.
3. Ларіна Я.С. Сучасні стратегії та маркетингові інструменти підприємств АПК в умовах глобалізації / Я.С.Ларіна // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип. 168, ч. 1. – С. 229-234
4. Друкер П. Практика менеджмента. / П. Друкер – М. : Вильяме, 2000. – 426 с.
5. Присяжнюк М. Про необхідність і напрями поглиблення аграрної реформи / М. Присяжнюк, П. Саблук, М. Кропивко // Економіка України. – 2011. – № 4. – С.4-16.
6. Бакай В.Й. Розвиток маркетингової діяльності у сфері агробізнесу. // Сталий розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – №2 (5). – С. 239-243.

1. Zovnishn`oekonomichna diyal`nist`. Staty`sty`chna informaciya oficijnogo veb-sajtu Derzhavnoyi sluzhby` staty`sty`ky` Ukrayiny`.

08.05.2015 r. [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://www.ukrstat.gov.ua/

2. Varchenko O.M. Formuvannya sy`stemy` upravlinnya markety`ngovoyu diyal`nistyu agrarny`x pidpry`yemstv / O.M. Varchenko // Staly`j rozvy`tok ekonomiky`. Vseukr. nauk. - vy`r. zhurnal. – 2011. – # 2. – S. 224-227.

3. Larina Ya.S. Suchasni strategiyi ta markety`ngovi instrumenty` pidpry`yemstv APK v umovax globalizaciyi / Ya.S.Larina // Naukovy`j visny`k Nacional`nogo universy`tetu bioresursiv i pry`rodokory`stuvannya Ukrayiny`. – 2011. – Vy`p. 168, ch. 1. – S. 229-234

4. Druker P. Prakty`ka menedzhmenta. / P. Druker – M. : Vy`l`yame, 2000. – 426 s.

5. Pry`syazhnyuk M. Pro neobxidnist` i napryamy` pogly`blennya agrarnoyi reformy` / M. Pry`syazhnyuk, P. Sabluk, M. Kropy`vko // Ekonomika Ukrayiny`. – 2011. – # 4. – S.4-16.

6. Bakaj V.J. Rozvy`tok markety`ngovoyi diyal`nosti u sferi agrobiznesu. // Staly`j rozvy`tok ekonomiky`. Vseukrayins`ky`j naukovo-vy`robny`chy`j zhurnal. – 2011. – #2 (5). – S. 239-243.

Рецензент: *Пенькова О.Г., д.е.н., доцент кафедри економычноъ теорії Уманського національного університету садівництва*

26.10.2015

УДК 658

Побережець Ольга

НАУКОВІ ЗАСАДИ З ОПЕРАТИВНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Дана стаття розкриває наукові засади оперативного дослідження фінансового стану підприємства на підставі вивчення впливу операційної діяльності та її беззбитковості на фінансові результати промислового підприємства. Розглянуто залежність витрат та обсягу виробничої діяльності на підставі економічної та

бухгалтерської моделі, сформованих у відповідності з національними стандартами бухгалтерського обліку. Запропоновано дослідження фінансового стану промислового підприємства з використанням матриці фінансової стратегії промислового підприємства. Матриці фінансової стратегії суб'єкта господарювання допомагають спрогнозувати відповідний критичний шлях промислового підприємства і визначити допустимі межі ризику, визначити межи можливостей підприємства. Запропоновано оперативна оцінка як процес, в системі дослідження результатів діяльності підприємства. Визначено роль системи контролінгу в оперативному дослідженні фінансового стану промислового підприємства.

***Ключові слова*:** система управління, доходи, витрати, чистий фінансовий результат, контролінг, облік, аналіз, оцінка, оперативне дослідження, промислове підприємство.

Побережец Ольга

НАУЧНЫЕ ОСНОВЫ ПО ОПЕРАТИВНОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Данная статья раскрывает научные основы оперативного исследования финансового состояния предприятия на основании изучения влияния операционной деятельности и ее безубыточности на финансовые результаты промышленного предприятия. Рассмотрена зависимость затрат и объема производственной деятельности на основании экономической и бухгалтерской модели, сформированных в соответствии с национальными стандартами бухгалтерского учета. Предложено исследование финансового состояния промышленного предприятия с использованием матрицы финансовой стратегии промышленного предприятия. Матрицы финансовой стратегии предприятия помогают спрогнозировать соответствующий критический путь промышленного предприятия и определить допустимые пределы риска, определить пределы возможностей предприятия. Предложена оперативная оценка как процесс, в системе исследования результатов деятельности предприятия. Определена роль системы контроллинга в оперативном исследовании финансового

состояния промышленного предприятия.

***Ключевые слова*:** система управления, доходы, расходы, чистый финансовый результат, контроллинг, учет, анализ, оценка, оперативное исследование, промышленное предприятие.

Poberezhets Olga

SCIENTIFIC PRINCIPLES OF OPERATIONAL RESEARCH FINANCIAL CONDITION OF THE INDUSTRY

This article reveals the scientific principles of operational research financial condition on the basis of studying the impact of operating break-even and its financial results of industrial enterprises. Dependence cost and volume production activities on the basis of economic and financial models generated in accordance with national accounting standards. A study of the financial condition of the industrial enterprises using matrix financial strategy of industrial enterprise. Matrix entity's financial strategy to help predict the appropriate industrial enterprise critical path and determine the acceptable limits of risk, determine the boundaries of business opportunities. An operational assessment as a process system research enterprise performance. The role of the controlling system operationally study the financial condition of the industrial enterprise.

Keywords: system management, income, expenses, net financial result, controlling, accounting, analysis, evaluation, operational research, industrial enterprise.

Постановка проблеми. Актуальним для вітчизняної економіки є питання фінансово-економічного стану промислових підприємств. У сучасних умовах ринкових відносин збільшується самостійність підприємств, їх економічна, соціальна і правова відповідальність. Підприємство самостійно відповідає за діяльність та ухвалює відповідні рішення щодо подальшого сталого розвитку. Лідерами є підприємства, які активно використовують свої активи з метою задоволення потреб суспільства та отримання максимального чистого прибутку за результатами здійснення всіх видів діяльності. При цьому суттєво зростає значення дослідження оцінки фінансово-

господарської діяльності суб'єктів господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробці питань системи дослідження фінансового стану суб'єктів господарювання та методів її оцінки присвячені праці українських та зарубіжних учених: Е. Альтмана, І. Ансоффа, О. Базілінської, Є. Масленнікова, І. Бланка, Ф. Бутинця, Є. Мниха, Г. Савицької, П. Самуэльсона, В. Савчука, Р. Сайфуліна, Т. Таффлера, О. Терещенко, А. Шеремета, Р. Цифрової, Д. Чампі, А. Чернявського та інших. Однак, питанням з оперативного дослідження фінансового стану промислових підприємств не розглядаються на достатньому рівні та потребують подальшого дослідження.

Метою статі є формування наукових засад з оперативного дослідження фінансового стану промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. У наукових роботах вчених-економістів оперативне дослідження фінансового стану суб'єкта господарювання зводиться до вивчення впливу операційної діяльності та її беззбитковості на фінансові результати промислового підприємства. Відповідна інформація необхідна для прийняття оптимальних короткострокових рішень у системі управління фінансовим станом промислового підприємства. Метою дослідження беззбитковості є визначення його впливу на фінансові результати при зміні певного рівня продуктивності або обсягу результатів операційної діяльності. Дане дослідження передусім необхідно для менеджменту промислового підприємства, оскільки однією з найбільш важливих змінних, яка впливає на фінансовий результат від операційної діяльності є результати виробничої діяльності в натуральних вимірниках. Знання цієї залежності дозволяє менеджменту підприємства визначити практичні рівні виробництва готової продукції, за якими буде збільшення чистого фінансового результату діяльності підприємства, у тому числі збільшення власного капіталу промислового підприємства.

Оперативне дослідження фінансового стану промислового підприємства, засноване на аналізі беззбитковості, оцінює залежність між чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) і чистим фінансовим результатом діяльності протягом короткого періоду, коли

продукція (товари, роботи, послуги) промислового підприємства обмежені рівнем наявних в даний час діючих виробничих потужностей. Протягом короткого періоду часу випуск готової продукції (товарів, робіт, послуг) обмежений, тому що не можуть бути збільшені виробничі потужності промислового підприємства. Виробничим підприємствам для скорочення консервації потужностей необхідний відповідний час, на підставі чого відповідний період промислове підприємство повинне працювати на заздалегідь сформованих виробничих запасах. Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) та собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) можуть бути визначені заздалегідь, тому областю невизначеності, на наш погляд, вважається обсяг реалізації промислового підприємства. Вчені-економісти [1,2,3,4,5,6] виявили теоретичну залежність чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) і чистого фінансового результату діяльності промислового підприємства від обсягу виробництва. Вчені-економісти досліджують залежність витрат та обсягу виробничої діяльності на підставі економічної та бухгалтерської моделі, сформованих у відповідності з національними стандартами бухгалтерського обліку. Необхідно дотримуватися відповідних допущень при використанні даних моделей:

– обсяг виробничої діяльності формує єдиний фактор, який може викликати зміни у чистому доході від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), собівартості реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) і чистому фінансовому результаті діяльності, що впливає на фінансовий стан промислового підприємства, але необхідно звернути увагу на те, що інші змінні (номенклатура, ціна, продуктивність та ін.) також можуть вплинути на фінансовий результат діяльності підприємства;

– розрахунок чистого фінансового результату здійснюється за змінними витратами, якщо передбачається, що постійні витрати, які здійснювалися у відповідному періоді враховуються як витрати цього періоду; якщо розрахунок чистого фінансового результату здійснюється виходячи з повного розподілу витрат, то необхідного враховувати допущення – обсяг виробничої діяльності дорівнюється обсягу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), в іншому випадку

рівень виробничих запасів зміниться, що вплине на постійні накладні витрати підприємства. Фактичні постійні накладні витрат промислового підприємства будуть дорівнюватися сумі врахованих постійних накладних витрат, коли обсяг виробничої діяльності буде дорівнюватися обсягу реалізації на підприємстві;

– дослідження беззбитковості здійснюється тільки для тих управлінських рішень, які приймаються в можливому діапазоні обсягу виробничої діяльності; поширення даних про доходи та витрати за можливий діапазон обсягу виробничої діяльності призведе до невірних результатів;

– запропонована система орієнтована на один вид продукції (товару, роботи, послуги) або постійну номенклатуру реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг). З розрахунків даної системи видно, що точка беззбитковості не виражається єдиним числом, вона змінюється в залежності від номенклатури реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), при цьому точка беззбитковості і очікуваний чистий фінансовий результат діяльності підприємства при різних рівнях виробничої діяльності також буде змінюватися, тому, якщо початкові припущення щодо номенклатури продукції (товарів, робіт, послуг) не враховуються, то до висновків за даними такого дослідження щодо фінансового стану промислового підприємства необхідно ставитися обережно;

– розглянута система передбачає, що змінні витрати на одиницю продукції (товарів, робіт, послуг) і ціна реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) будуть постійні у дослідженні; дане допущення дійсно тільки в межах можливого діапазону обсягів виробничої діяльності промислового підприємства;

– при дослідженні беззбитковості передбачається необхідність розмежування на постійні та змінні витрати промислового підприємства. Необхідно звернути увагу, що точність впливу беззбитковості на фінансовий стан підприємства залежить від правильності поділу витрат суб’єкта господарювання на постійні та змінні.

Для точного поділу витрат промислових підприємств на постійні та змінні необхідно використовувати математичні методи. Нами пропонується метод припущення, за яким досліджуються мінімальні та максимальні показники діяльності підприємства за

певний період часу. Сутність даної методики полягає у вивченні витрат і продуктивності промислового підприємства за попередні періоди, виборі найбільш високого і найбільш низького рівня продуктивності та порівнянні змін у витратах діяльності підприємства, які відбулися у результаті виробничої діяльності суб'єкта господарювання за мінімальним та максимальним значеннями.

Вітчизняними вченими і практиками [4,5,6] для дослідження фінансового стану промислового підприємства пропонується використовувати матриці фінансової стратегії суб'єкта господарювання. Матриці фінансової стратегії суб'єкта господарювання допомагають спрогнозувати відповідний критичний шлях промислового підприємства і визначити допустимі межі ризику, визначити кордони можливостей підприємства.

В якості обліково-аналітичних показників використовують показники результативності діяльності суб'єктів господарювання.

Перший аналітичний показник – результат господарської діяльності підприємства, де віднімають витрати з оплати праці та єдиний соціальний внесок (нарахований) з доданої вартості, наступним етапом, віднімається зміна величини фінансово експлуатаційних потреб промислового підприємства.

Наступний показник – результат фінансової діяльності підприємства, де визначаються зміни у зобов'язаннях підприємства за досліджуємий період та віднімаються сума податку на прибуток підприємства, банківські відсотки, дивіденди. Промислові підприємства, які залучають позикові засоби, можуть теоретично або практично мати позитивний (негативний) результат фінансової діяльності, при належній системі управління. У результатах фінансової діяльності підприємства відображається фінансова політик суб'єкта господарювання.

Заключний показник – результат фінансово-господарської діяльності промислового підприємства, де відображається сума результатів господарської та фінансової діяльності суб'єкта господарювання.

Досягти ідеального значення результатів фінансово-господарської діяльності промислового підприємства важко, але в цьому немає необхідності, тому що достатньо утримуватися в рамках безпечної зони. Науковці ставлять задачу поєднання результатів

господарської та фінансової діяльності суб'єктів господарювання в оптимальних значеннях. Для вирішення даного завдання необхідно розв'язання комплексу взаємопов'язаних питань. Визначається необхідність негативного результату діяльності промислового підприємства в період збільшення інвестиційного потенціалу підприємства, при цьому ставиться допустима межа негативного рівня та його тимчасової відрізок в діяльності суб'єкта господарювання. Результат фінансової діяльності підприємства, позитивний або негативний, розглядається з точки зору протидії своїм негативним або позитивний значенням, але сила даної протидії проявляється у маневрах господарської діяльності підприємства. Науковці, за допомогою матриці фінансових стратегій, розглядають певні квадрати, які характеризують різні умови фінансового стану промислового підприємства.

Система експлуатаційного ризику пояснює, що у випадку зменшення результатів виробничої діяльності, деякі суб'єкти господарювання вважають, що краще уникнути кризи, переводячи постійні витрати в змінні витрати діяльності. Необхідно пам'ятати, що при переведенні постійних витрат діяльності можливо збільшити обсяг змінних витрат діяльності суб'єкта господарювання більшою мірою, ніж це потрібно для збереження пропорційної зміни в системі витрат промислового підприємства.

З присутності постійних витрат на відсотки з обслуговування поточних або довгострокових зобов'язань формується фінансовий ризик, але для визначення чистого фінансового результату необхідно змінити лише рівень ділової активності і визначити чутливість показника після фінансових втрат підприємства. Фінансовий ризик підприємства збільшується, коли збільшуються зобов'язання або частка постійних витрат у загальній сумі витрат суб'єкта господарювання. У випадку зниження ділової активності, наприклад, витрати на постійні відсотки за довгостроковими зобов'язаннями будуть відніматися з зменшеної суми чистого фінансового результату діяльності підприємства.

Дослідники по різному підходять до оцінки фінансового стану промислового підприємства, але їх сутність повторює дану оцінку. Науковці [5,6] відзначають взаємозв'язок між виробничою і фінансової діяльністю промислового підприємства, як ключовий

елемент для розуміння концепції фінансової стану суб'єкта господарювання. Активи промислових підприємств досить непросто поділяти на виробничі та фінансові. Останні частіше представляють собою лише відповідну форму за якою знаходяться виробничі активи підприємства. На основі дослідження проміжного споживання пропонується вибір підприємству між фінансовою та економічною вартістю, що у сутності формує вибір відповідного квадрату в матрицях фінансових стратегій суб'єктів господарювання. Дослідження короткострокової фінансової рівноваги підприємства проводиться вченими-економістами за рівнями поточної або довгострокової заборгованості. Концепції експлуатаційного та фінансового ризику промислового підприємства з точки зору фінансового стану суб'єкта господарювання засновані на наступних принципах. При заснуванні або розширенні підприємства, власники або інвестори прогнозують певний розрахунковий рівень прибутковості даних операцій при визначенні економічної активності суб'єкта господарювання, але якщо змінюється рівень даної активності змінюється і рівень фінансової прибутковості даної операції. Ризик капіталу підприємства у міжнародній та вітчизняній науці оцінюють рівнем коливання середньої ставки прибутковості. Інвестовані ресурси будуть більш ризикованими, ніж значнішими будуть зміни рівня активності діяльності промислового підприємства. Однака, необхідно мати на увазі, що власники (інвестори) будуть вимагати більш високу прибутковість, ніж більш високим буде ризик, пов'язаний з їх інвестуванням в активи промислового підприємства.

Реакція фінансової прибутковості на зміну активів промислового підприємства виражається у змінах витрат діяльності суб'єктів господарювання. Необхідно звернути увагу, якщо частка постійних витрат діяльності у загальній сумі витрат має значний рівень, то зміни його результату діяльності будуть відбуватися у разі коливань обсягу реалізації продукції (товарів, робіт, послуг).

Наведені приклади матриці фінансової стратегії промислового підприємства в певному вигляді зустрічаються дуже рідко на практиці, так як підприємству доводиться постійно переміщатися в матричній системі. Найчастіше це переміщення є незапланованим для суб'єкта господарювання, у тому числі він не в змозі визначити як далеко знаходиться від стратегічного курсу в наслідок цього переміщення

фінансовий стан промислового підприємства. На нашу думку, це питанні є відкритим, тому що матриці фінансових стратегій не дають повної, правдивої відповіді. Однака керівництву підприємства, як відповідальному за фінансовий стан суб'єкта господарювання, необхідно мати визначену мету стратегічного курсу, погоджену з власниками (інвесторами) підприємства. Дане узгодження здійснюється в період формування мети діяльності промислового підприємства. Треба звернути увагу, що у майбутньому доведеться змінювати напрями стратегічного курсу діяльності суб'єкта господарювання, але вихідні і кінцеві показники при цьому залишаться у повній відповідності з метою фінансово-господарською діяльністю промислового підприємства. Для оцінки відхилень і можливості зміни напрямків курсу фінансового стану підприємства необхідне методичне забезпечення проведення стратегічного дослідження діяльності промислового підприємства. До теперішнього часу наукові дослідження в цій області не здійснювалися, хоча необхідність їх для промислових підприємств очевидна.

Детальний опис оперативного аналізу фінансового стану, заснованого на факторах операційної діяльності, наведено у багатьох наукових роботах [4,5,6]. У своїх наукових роботах, дослідники виділяють релевантні витрати, зміна яких залежить від прийнятого управлінського рішення. Доходи та витрати підприємства які не залежать від прийнятих управлінських рішень називають іррелевантними і не враховують у визначенні фінансовому стані підприємства. Релевантні фінансові витрати діяльності підприємства, які досліджуються в процесі прийняття управлінських рішень, включають в себе збільшення грошової маси, величина якої залежить від запропонованої альтернативи. При розрахунках до уваги береться тільки темп зростання і приросту готівкових ресурсів, величина яких змінюється в залежності від прийнятого управлінського рішення підприємства. Витрати підприємства залишаються незмінними при будь якій альтернативі, та по відношенню до фінансового стану суб'єкта господарювання не є релевантними.

З метою оперативної оцінки короткострокових подій необхідно, щоб управлінці підприємства постійно отримували деталізовані дані зіставлення фактичних результатів діяльності підприємства з затвердженими плановими показниками. Система, де

передбачається складання відповідних звітів на підставі порівняння планових і фактичних показників, називається оцінкою за центрами відповідальності промислового підприємства. Оперативна оцінка зі зворотним зв'язком включає в себе систему контролю фінансового стану підприємства, досягнутий в порівнянні з плановим рівнем, а також здійснення будь-яких коригувальних дій, якщо це необхідно, у разі відхилення від запланованого. Оперативна оцінка з прямим зв'язком надає аналітичну інформацію очікуваного рівня відповідного показника підприємства замість того, щоб порівнювати фактичне значення з плановим. Якщо аналітична інформація очікуваного рівня відрізняється, то суб'єкт господарювання застосовує відповідні дії, щоб звести до мінімуму дані відмінності в аналітичній інформації. Таким чином, при оперативній оцінці, з зворотним зв'язком, фактичні помилки розпізнаються, як постфактум і коригування проводять для того, щоб досягти необхідного рівня фінансового стану промислового підприємства, а при прямому зв'язку можливі відхилення (помилки) можуть бути відвернені заздалегідь у діяльності підприємства. Оперативна оцінка є елементом як управління підприємством зі зворотним або з прямим зв'язком.

Оперативна оцінка як процес, в системі дослідження результатів діяльності підприємства, йде знизу вгору на базі узгоджених цільових установок суб'єкта господарювання. Методологія оперативної оцінки повинна розглядатися у взаємодії з оперативним плануванням промислового підприємства. Дослідження та аналіз децентралізованих робочих планів з відображення в фінансових результатів діяльності підприємства представляється як деталізація стратегічних цілей суб'єкта господарювання. Визначення тенденцій зростання належного фінансової стану за рахунок зростання чистого фінансового результату, проводиться після маркетингової діяльності та утворюють в процесі оперативного планування систему даних для подальшої оптимізації за чистим доходом від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), витратам і прибутком від операційної діяльності. Рішення, які приймаються на підставі оперативного дослідження, є регулярними і характеризуються відповідними ознаками. Основні ознаки: впливають на ресурси підприємства і показники успіху промислового підприємства; вимагають при прийнятті особливої відповідальності від структурних

одиниць; приймаються на різних рівнях управління діяльністю підприємства; діють в короткостроковій перспективі і приймаються відносно часто; приймаються з урахуванням компетенції управлінського персоналу та інші.

Оперативне дослідження відіграє значну роль в системі контролінгу промислового підприємства [8,9]. На розвиток оперативного дослідження в системі контролінгу впливають зовнішні та внутрішні фактори. У багатьох наукових дослідженнях переважає історично-облікове бачення системи контролінгу. Фахівець-контролер виконує облікові та контрольні функції вже здійсненних господарських операцій. На сьогодення ці функції розширені, що призвело до необхідності інтерпретації контролінгу та його функцій в системі управління суб'єктом господарювання, орієнтованих на обліково-аналітичне забезпечення діяльності промислового підприємства. Відповідно даних аспектів, розширюється спектр завдань фахівців-контролерів, їх праця стає все більше пов'язана з питаннями аналітичної роботи, плануванням та контролю в системі управління підприємством.

З початку XXI-го століття у вітчизняній економічній літературі формується певний підхід до системи контролінгу. Проте у ряді джерел уточнюється, що й до цього дану систему використовували економічні підрозділи суб'єктів господарювання, при цьому, як правило, вказують на окремі завдання, які сьогодні прийнято вважати завданнями контролінгу, але які існували в національній економічній практиці до того, як система контролінгу прийшла в Україну з далекого зарубіжжя. Мета системи контролінгу залежить від мети суб'єкта господарювання. Основна мета полягає в збереженні та успішному розвитку промислового підприємства на основі підвищення його належного фінансового стану. З метою реалізації цієї мети промислове підприємство здійснює операційну діяльність, яка формує його фінансові результати з урахуванням поставлених виробничих та соціальних цілей. Система контролінгу сприяє досягненню основної мети промислового підприємства – оптимізації чистого фінансового результату діяльності, через його максимізацію та збільшення власного капіталу з урахуванням планової ліквідності його активів. На основі системи контролінгу досягнення даної мети формується з досягненням соціальних цілей підприємства.

Оптимізація чистого фінансового результату при плановій ліквідності розглядається як головна мета системи контролінгу, для досягнення якої вирішуються поставлені завдання контролінгу. Основне завдання системи контролінгу на промисловому підприємстві полягає в інформаційно-аналітичному забезпеченні орієнтованих на відповідний результат процесів планування, прогнозування, регулювання та контролю у суб'єкта господарювання. Система контролінгу на промисловому підприємстві базується на облікових показниках, які фахівці отримують з даних оперативного, фінансового, податкового, управлінського та стратегічного обліку.

На нашу думку, система контролінгу повинна забезпечувати управлінський персонал промислового підприємства аналітичною інформацією й налаштовувати його на координування та адаптацію до мінливих внутрішніх і зовнішніх факторів з тим, щоб реалізувати намічені цілі операційної діяльності підприємства. Контролінг, таким чином, повинен сприяти здійсненню орієнтованого на відповідний результат системи управління промисловим підприємством. Багато науковців приділяє особливу увагу орієнтації контролінгу на відповідний результат і бачать його основне завдання в забезпеченні наданні аналітичної інформації, для оперативної оцінці фінансового стану промислового підприємства.

Основна проблема контролінгу знаходиться в координації системи управління суб'єктом господарювання. Необхідність функції координації випливає з поділу системи управління підприємством на відповідні складові: облікова система, оперативна оцінка, система планування та прогнозування, система контролінгу та система забезпечення. Виконуючи координуючу функцію система контролінгу сприяє досягненню відповідної мети промислового підприємства. На нашу думку, за такою широкою інтерпретацію системи контролінгу існує небезпека того, що її завдання стають всеосяжними і не можуть бути відокремлені від завдань інших систем управління промисловим підприємством.

Оперативне дослідження фінансового стану промислового підприємства в рамках відповідної задачі фінансової рівноваги орієнтовано виключно на реалізацію фінансового плану суб'єкта господарювання. До нього відносяться всі грошові потоки у розрізі всіх видів діяльності підприємства. Система фінансового контролінгу

суб'єкта господарювання повинна забезпечувати координування відповідних планів на підставі оперативного дослідження фінансового стану промислового підприємства. В даній системі плановані (прогнозні) надходження співвідносяться з урахуванням початкового стану платіжних засобів з виплатами підприємства. У будь-який момент часу, коли очікувані акумульовані надходження грошових коштів разом з початковими параметрами виявляються менше очікуваних акумульованих виплат підприємства, може виникнути додаткова потреба в надходженні грошових коштів. Виявлені відповідні ліквідні активи, не враховані у затвердженому плані, наприклад, у вигляді фінансових інвестицій, повинні бути враховані фінансовим контролингом у встановленому плані.

В ситуації, коли виникає перевищення виплат над надходженнями грошових ресурсів, оперативне дослідження вимагає проведення перегляду встановленого плану підприємства. За результатами даної процедури відбувається переміщення допустимих виплат на наступні періоди виплат грошових коштів. В ситуації, коли надходження грошових ресурсів значно перевершують виплати, то це означає відмову від додаткового доходу та зниження рентабельності діяльності підприємства. Оперативне дослідження фінансового стану дозволяє знайти можливість розміщення даних ресурсів у прибуткові короткострокові активи.

Оперативне дослідження фінансового стану підприємства можливо розглядати як оцінку потреби в оборотному капіталі суб'єкта господарювання. Потреба в даному капіталі знаходиться під впливом різних факторів: умови придбання виробничих запасів та реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), умови отримання кредитів та умови розрахунків з контрагентами. Співвідношення між вартістю продукції (товарів, робіт, послуг), які реалізуються в кредит і заборгованістю контрагентів, визначає кількість кредитних днів за розрахунками з контрагентами. Розрахунок потреби промислового підприємства в оборотному капіталі для кредитування контрагентів повинно здійснюватися на підставі розрахунку вартості продукції (товарів, робіт, послуг), які реалізуються в кредит, і термінів погашення кредитів перед підприємством.

Необхідно звернути увагу, що поточні витрати на закупівлю товарів, робіт, послуг, виплату заробітної платні, погашенні

податкових платежів, платежів з єдиного соціального внеску покриваються поточними надходженнями грошових коштів від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Отже, витрати в бюджеті підприємства за податками (податок на додану вартість, акцизний податок, податок на прибуток) вираховуються з виручки від реалізації до того, як розраховується чистий фінансовий результат діяльності підприємства. Розрахований чистий фінансовий результат підприємство може направити на фінансування відповідних виробничих програм. Дана система не відноситься до майбутніх витрат, які оплачуються згідно договірних відносин з контрагентами, наприклад за авансовими розрахунками, орендній платі на перед та ін. Перелічені витрати повинні враховуватися в оперативному дослідженні фінансового стану промислового підприємства. Промислові підприємства повинні у будь-який момент мати певну кількість готівкових або безготівкових ресурсів. Це пояснюється тим, що завжди виникає тимчасовий касовий розрив між поточними платежами та надходженнями підприємства. Певну кількість готівкових та безготівкових ресурсів слід враховувати при розрахунку загальної потреби в капіталі промислового підприємства. У промислових підприємствах іноді виникають ситуації, коли вони мають доступ до постійних джерел фінансування (банківські овердрафти), якими вони заздалегідь припускають користуватися у фінансово-господарській діяльності. У даному випадку не враховують витрати, що фінансуються за рахунок даного банківського кредиту при визначенні потреби в капіталі, з тим, щоб визначити, які витрати потрібно здійснити з інших джерел фінансування підприємства.

Промислові підприємства складають більш деталізований бюджет фінансово-господарської діяльності, що є запорукою їх належного фінансового стану.

Оперативне дослідження фінансового стану підприємства застосовують як спосіб оцінки його діяльності. Об’єктом дослідження виступають фінансові ресурси та поведінка підприємства на ринках капіталів суб’єктів господарювання. Основний аспект формується на оперативному дослідженні розрахунків підприємства. При розгляді суті передбачуваних процедур оперативного дослідження значну увагу приділяють показникам: структура активів, фінансові ризики, капіталізація підприємства, фінансова та операційна незалежність від

зовнішніх суб'єктів. Фінансова залежність, або співвідношення між активами підприємства та його зобов'язаннями – це показник до фінансової стабільності та надійності підприємства, з одного боку, до інтенсивності використання його капіталів і рентабельності ресурсів підприємства в цілому – з іншого боку. Науковцями доведено, що чим активніше суб'єкт господарювання використовує позиковий капітал, тим більше у власників потенційних можливостей отримання чистого фінансового результату. Необхідно звернути увагу, що одночасно зростає ризик невиконання всіх поточних та довгострокових зобов'язань, взятих підприємством з залученням цього капіталу для фінансово-господарської діяльності. Аналогічне значення у сфері виробничої діяльності відіграє операційна залежність, яка відображається на ліквідності та управлінні економічним ризиком промислового підприємства. Між фінансовою та операційною залежністю існує тісний взаємозв'язок, яка впливає на ступінь економічного ризику в цілому і в кінцевому підсумку на належний фінансовий стан промислового підприємства.

Оперативне дослідження фінансового стану також зводиться до розрахунку та інтерпретації відповідних фінансових коефіцієнтів. Застосування цих прийомів дозволяє оцінити фінансове становище промислового підприємства. На думку П. Самуельсона [9] оперативна оцінка фінансового стану повинна забезпечувати реальне економічне зростання суб'єкта господарювання. Кращим показником даного зростання є реальний валовий продукт, чисельне значення якого безпосередньо залежить від кількісних параметрів чистого фінансового результату діяльності суб'єкта господарювання. Не забезпечивши необхідне зростання чистого фінансового результату кожного конкретного підприємства не можна розв'язати питання економічного зростання. Необхідно зауважити, що чистий фінансовий результат діяльності промислового підприємства представляє собою головний елемент гарантій для зовнішніх користувачів результатами оперативного дослідження та одним з найбільш важливих його критеріїв.

Висновки. Таким чином, оперативне дослідження фінансового стану промислового підприємства є точним визначенням чистого фінансового результату діяльності та факторів, під впливом яких він знаходиться. Необхідно зауважити, що прагнення промислових

підприємств знизити витрати діяльності не завжди дає планове зростання чистого фінансового результату. У прагненні мінімізувати витрати, треба пам'ятати, про формування достовірної інформації з обліково-аналітичної системи, яка вбереже підприємство від незапланованих витрат. Оперативне дослідження повинно відслідковувати дані аспекти, в іншому випадку фінансовий стан можливо буде погіршуватися.

Література

1. Азарова А.О. Комплексне оцінювання фінансового стану підприємства / А.О. Азарова, Л.Л. Леонтьєва // Вісн. Вінниц. політехн. ін-ту. – 2005. – N 3. – С. 17–24.

2. Базілінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб./ О.Я. Базілінська – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 328 с.

3. Діагностика стану підприємства: теорія і практика: [Монографія] / А.Е. Воронкова, Р.З. Вечоровські, Д.К. Воронков та інш.; В.о. Харк. нац. екон ун-т; За заг. ред. А. Е. Воронкова. – Харків: ВД «ІНЛСЕК», 2006. – 448с.

4. Масленніков Є.І. Методологічні та практичні засади дослідження системи управління фінансовою стійкістю промислового підприємства [моногр.] / Є.І. Масленніков. – Одеса : Прес-кур'єр, 2015. – 316 с.

5. Maslennikov E.I. Strategic assessment of the financial sustainability of the industrial enterprise : [Електронний ресурс] / E.I. Maslennikov // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 6 (16). – С. 111–115. – Режим доступу: http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No6/111-115.pdf.

6. Масленніков Є.І. Концептуальна модель контролінгу в системі управління фінансовою стійкістю промислового підприємства / Є.І. Масленніков // Економіка. Фінанси. Право. – 2014. – № 11/1. – С. 42-45.

7. Масленніков Є.І. Методика контрольно-аналітичного забезпечення системи бюджетування підприємств машинобудівної галузі / Є.І. Масленніков // Науковий вісник – ОНЕУ. ВАМН. - Науки: економіка, політологія, історія. – 2013. – № 10 (189). – С. 57-68.

8. Нєнно І.М. Засади формування та управління державно-

приватним партнерством у портах: [Електронний ресурс] / І.М. Нєнно // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 2 ((18), 2015. – с. 256 – 262. – Режим доступу: http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No2/256-262.pdf.

9. Самуэльсон П.А. Экономика в 2-х томах. М.: Алгон – 1992 – 715с.

1. Azarova A.O. Kompleksne otsinyuvannya finansovoho stanu pidpryyemstva / A.O. Azarova, L.L. Leont'yeva // Visn. Vinnyts. politekhn. in-tu. – 2005. – N 3. – S. 17–24.

2. Bazilins'ka O.Ya. Finansovyy analiz: teoriya ta praktyka: navch. posib./ O.Ya. Bazilins'ka – K.: Tsentr uchbovoyi literatury, 2009. – 328 s.

3. Diahnostyka stanu pidpryyemstva: teoriya i praktyka: [Monohrafiya] / A.E. Voronkova, R.Z. Vechorovs'ki, D.K. Voronkov ta insh.; V.o. Khark. nats. ekon un-t; Za zah. red. A. E. Voronkova. – Kharkiv: VD «INLSEK», 2006. – 448s.

4. Maslennikov Ye.I. Metodolohichni ta praktychni zasady doslidzhennya systemy upravlinnya finansovoyu stiykistyu promyslovoho pidpryyemstva [monohr.] / Ye.I. Maslennikov. – Odesa : Pres-kur’yer, 2015. – 316 s.

5. Maslennikov E.I. Strategic assessment of the financial sustainability of the industrial enterp

6. Maslennikov Ye.I. Kontseptual'na model' kontrolinhu v systemi upravlinnya finansovoyu stiykistyu promyslovoho pidpryyemstva / Ye.I. Maslennikov // Ekonomika. Finansy. Pravo. – 2014. – № 11/1. – S. 42-45.

7. Maslennikov Ye.I. Metodyka kontrol'no-analitychnoho zabezpechennya systemy byudzhetuvannya pidpryyemstv mashynobudivnoyi haluzi / Ye.I. Maslennikov // Naukovyy visnyk – ONEU. VAMN. - Nauky: ekonomika, politolohiya, istoriya. – 2013. – № 10 (189). – S. 57-68.

8. Nyenno I.M. Zasady formuvannya ta upravlinnya derzhavno-pryvatnym partnerstvom u portakh: [Elektronnyy resurs] / I.M. Nyenno // Ekonomika: realiyi chasu. – 2015. – № 2 ((18), 2015. – s. 256 – 262. – Rezhym dostupu: http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No2/256-262.pdf.

9. Samuэl'son P.A. Эkonomyka v 2-kh tomakh. M.: Alhon – 1992 – 715s.

***Рецензент**: Масленніков Є.І., д.е.н., доцент кафедри економіки та управління ОНУ імені І.І. Мечникова*

20.10.2015

УДК 330.341.1

Продиус Юлия, Чикунова Надежда, Богословов Владислав

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УКРАИНЕ

В статье рассмотрены вопросы роли инноваций в экономической системе, исследованы проблемы инновационного развития экономики, а также раскрыта суть стратегического управления и возможность внедрения его на промышленных предприятиях Украины в целом. Инновационную стратегию предложено рассматривать как комплекс действий, направленных на укрепление жизнеспособности и конкурентоспособности промышленного предприятия. Авторами выявлены и исследованы основные текущие проблемы внедрения стратегического менеджмента на предприятиях Украины. Исследованы возможные пути их решения в контексте активизации одного из важнейших средств инновационного развития отечественной экономики государственного финансового сектора. Предложено формирование и поочередное использование инновационно-инвестиционного инструментария, обеспечивающий масштабный приток денежных средств с целью модернизации производства и отвечающий текущим финансовым и общественно-политическим реалиям экономики государства.

Ключевые слова: инновации, инновационная стратегия, стратегическое управление, инновационно-инвестиционный инструментарий, государственное стимулирование, промышленное предприятие.

Продіус Юлія, Чикунова Надія, Богословов Владислав

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто питання ролі інновацій в економічній системі, досліджено проблеми інноваційного розвитку економіки, а також розкрито суть стратегічного управління і можливість його впровадження на промислових підприємствах України в цілому. Інноваційну стратегію запропоновано розглядати як комплекс дій, спрямованих на зміцнення життєздатності і конкурентоспроможності промислового підприємства. Авторами виявлено та досліджено основні поточні проблеми впровадження стратегічного менеджменту на підприємствах України. Досліджено можливі шляхи їх вирішення у контексті активізації одного з найважливіших засобів інноваційного розвитку вітчизняної економіки державного фінансового сектора. Запропоновано формування і почергове використання інноваційно-інвестиційного інструментарію, який забезпечує масштабний приплив грошових коштів з метою модернізації виробництва і відповідає поточним фінансовим і суспільно-політичним реаліям економіки держави.

Ключові слова: інновації, інноваційна стратегія, стратегічне управління, інноваційно-інвестиційний інструментарій, державне стимулювання, промислове підприємство.

Prodius Julia, Chikunova Nadija, Bogoslovov Vladislav

FEATURES OF INNOVATIVE STRATEGIES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN UKRAINE

In the article the questions of the role of innovation in economic system, the problems of innovative development of the economy, and the essence of strategic management and the possibility of introducing it at industrial enterprises of Ukraine in General. Innovation strategy are considered as a set of actions aimed at strengthening the viability and competitiveness of industrial enterprises. The authors identified and

analyzed the major current problems of implementation of strategic management at the enterprises of Ukraine. Investigated possible ways of their solution in the context of the revitalization of one of the most important tools of innovation development of the domestic economy state of the financial sector. The proposed formation of the successive use of innovative investment tools, ensuring a large-scale inflow of funds to upgrade production and meet current financial and socio-political realities of the state's economy.

Keywords: innovation, innovation strategy, strategic management, innovative investment tools, government incentives, industrial enterprise.

Постановка проблемы в ее общем виде. Инновационная деятельность имеет особое значение в современной экономике. Инновации рассматриваются в качестве основного средства, обеспечивающего стабильный эффективный рост экономики. Глобальным мировым трендом последних 10 лет было постепенное увеличение затрат государства на финансирование инноваций. Лидерами в финансировании инновационной деятельности являются Швеция, Финляндия, Япония, США, Германия. В этих странах объемы финансирования инновационной деятельности составляют от 5 до 10 процентов от ВВП. В Украине этот показатель составляет менее одного процента. Это означает, что в нынешних нестабильных рыночных условиях, сочетающих в себе множество как возможностей, так и угроз, предприятие может рассчитывать только лишь на свои силы и должно концентрировать свое внимание не только на текущих задачах, но и вырабатывать долгосрочную инновационную стратегию.

Анализ современных исследований и публикаций. Вопросам выбора инновационного развития предприятий посвящено много научных работ, в которых исследуются этапы и методы внедрения инновационного развития, который в свою очередь влияет на процессы, связанные с развитием всего государства, а также отдельных ее регионов, отраслей и предприятий. Вопрос роли инноваций в экономической системе, исследование проблем инновационного развития экономики заняли одно из ведущих мест в исследованиях отечественных и зарубежных экономистов и ученых. К ним, прежде всего, относятся труды Й.Шумпетера, Б. Твиста, Б. Санто, П. Друкера, Ф. Никсона, Г. Меньшая,

К.Найта, В. Александровой, А. Пригожина, А.Гальчинского, Б.А.Райзберга, Л.Ш.Лозовського, Р.А. Фатхутдинова.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Эффективность деятельности промышленного предприятия, уровень его развития во многом определяется правильным пониманием руководства роли и значения инновационных стратегий. Инновации сегодня один из важнейших инструментов формирования качественной системы управления на предприятии и повышения его эффективности. К сожалению, сегодня менеджмент большинства отечественных промышленных предприятий основное внимание по-прежнему уделяет проблемам снижения издержек, максимизации прибыли. Вместе с тем, стратегическому управлению в контексте инновационного развития промышленного предприятия не уделяется должного внимания.

Постановка задания. Целью статьи является раскрытие сути стратегического управления и возможности его применения на предприятиях в Украине для обеспечения эффективного инновационного развития экономики.

Изложение основного материала исследования. Понятие "стратегия" в современном понимании - это совокупность всех действий управленческого характера, направленных на укрепление позиций организации (предприятия, корпорации) и удовольствие потребителей, которые способствуют достижению миссии и целей организации.

Стратегия – это комплексный план, ориентирует организацию не на настоящее, а на перспективу [1].

Целью стратегии является обеспечение не столько текущего успеха, сколько ускоренного постоянного развития организации в условиях конкуренции и достижения лидерства на рынке.

Инновационная стратегия - одно из средств достижения целей организации, отличающихся от других целей своей новизной, как и для данной организации, так и для отрасли рынка, потребителей, и даже страны в целом [1].

На каждом уровне управления (национальная экономика, регион, предприятие) инновационная стратегия имеет свои особенности. Например, на макроуровне она связана с фундаментальными исследованиями, разработками новых технологий,

появлением новых видов интеллектуальной деятельности, то есть с радикальными инновациями. На мезо- и микроуровнях - с общей стратегией субъектов, уровнем их инновационности или готовности к изменениям.

Инновационная стратегия характеризуется взаимосвязанным комплексом действий, направленных на укрепление жизнеспособности и конкурентоспособности фирмы. Ее выбор специалисты считают важнейшей составляющей цикла инновационного менеджмента. Отметим, что любые стратегические шаги организации имеют инновационный характер, поскольку они так или иначе основываются на нововведениях в экономической, производственной, сбытовой или управленческой сферах[2].

Однако с целью планирования инновационных процессов целесообразно стратегии касающиеся инноваций рассматривать отдельно. Стратегия нововведений (инновационная политика) предполагает объединение целей технической политики и политики капиталовложений и направлена на внедрение новых технологий и видов продукции, услуг. В этом смысле стратегическое управление инновациями ориентируется на достижения будущих результатов непосредственно через инновационный процесс.

По содержанию инновационная стратегия учитывает основные базисные процессы в организации и в ее внешней среде, возможности роста инновационного потенциала организации. Именно инновационные стратегии является основой современного инновационного менеджмента в условиях постоянных изменений окружающей среды.

В основе разработки инновационной стратегии должны лежать стратегические управленческие решения, которые:

- ориентированы на будущее и на постоянные изменения среды;
- связаны с привлечением значительных материальных ресурсов, широким использованием интеллектуального потенциала;
- характеризуются гибкостью, способностью адаптироваться к изменениям рыночных условий;
- учитывают неконтролируемые организацией внешние факторы [3].

Инновационными стратегиями могут быть: инновационная

деятельность организации, направленная на получения новых продуктов, технологий и услуг; применение новых методов НИОКР, производства, маркетинга и управления; переход к новым видам организационных структур; применение новых видов ресурсов и новых подходов к использованию традиционных ресурсов. Относительно внутренней среды инновационные стратегии подразделяются на несколько больших групп: продуктовые (портфельные, предпринимательские, бизнес-стратегии, направленные на создание и реализацию новых изделий, технологий и услуг); функциональные (научно-технические, производственные, маркетинговые, сервисные) ресурсные (финансовые, трудовые, информационные, материально-технические) организационно-управленческие (технологии, структуры, методы управления). Это специальные инновационные стратегии [4].

Инновационные стратегии также является одним из составляющих экономической стратегии и с этой стороны могут рассматриваться как набор правил, методов и средств поиска научно-технических исследований, ресурсной политики для их реализации.

В основе разработки инновационной стратегии лежат следующие подходы:

1) определение приоритетных направлений инновационной деятельности, исходя из целей и задач базисных стратегий фирмы;

2) сокращение количества уровней в управлении с целью ускорения процесса "исследование - производство - сбыт »;

3) максимальное сокращение сроков разработки инновационных проектов и внедрение нововведений, используя определенные принципы организации работы: параллельное и интегральное решения инновационных задач [5].

Принятие инновационной стратегии осуществляется на высшем уровне руководства организацией и управления службой НИОКР. Высшее руководство устанавливает ориентиры для руководителей служб НИОКР, которые они используют для определения локальных целей и стратегий, принимают решения относительно объема, интенсивности работы, характера использования полученных результатов.

Ограниченные ресурсы и материально-техническая база должны использоваться таким образом, чтобы обеспечить

максимальный рост стоимости капитала. Обычно это связано с выбором определенной линии поведения из некоторого количества альтернатив. Для того, чтобы в условиях неопределенности выбрать ее оптимальный вариант, необходимо иметь комплекс правил для принятия инновационных решений, которые максимизируют или минимизируют ожидаемые результаты, а также учитывать инфраструктурное обеспечение инновационной стратегии [6].

Вывод из финансового кризиса неосуществим в отсутствии оживления инновационно-инвестиционного процесса, в отсутствии обновления ключевого капитала в новейшей, конкурентоспособной базе. Потому необходимо формирование и поочередное использование инновационно-инвестиционного инструментария, который обеспечивает масштабный приток денежных средств с целью модернизации производства и отвечает текущим финансовым и общественно-политическим реалиям.

Текущие процессы в экономике Украины не способствуют научно-техническим изменениям надлежащей интенсивности. Высочайшая стагнация экономики, неизменная смена институциональной среды, плохая промышленная политика способствовали тому, что большое количество инновационных планов перестали функционировать. Внезапные и непредсказуемые изменения в условиях функционирования экономики Украины способствовали тому, что динамика обновления продукции была крайне низкой и неравномерной [7].

Одним из важнейших средств инновационного развития отечественной экономики является государственный финансовый сектор. Поддержкой муниципальных средств необходимо стимулировать таковых производителей, какие имеют слабые шансы раскручиваться и работать без помощи заемных средств за счет личных ресурсов, в особенности это относится к субъектам инновационной сферы. Из всех источников пополнения бюджета стоит выделить средства, полученные от приватизации государственного имущества, которые имеют все шансы служить существенным источником финансирования инновационного обновления и модернизации государственных предприятий.

Неотъемлемым элементом стратегии финансовой помощи инновационного развития является создание условий для широкого

привлечения различных источников финансирования субъектов инновационного процесса. Одной из главных проблем банковской системы Украины является преобладание краткосрочных кредитов, которые не способны функционально обеспечить целый цикл реализации инновационных товаров [8].

В Украине на данный момент крайне слабо развита институциональная инфраструктура финансового обеспечения инновационной деятельности. Таким образом, внебюджетные отраслевые фонды, фонды помощи научных инициатив и специальные финансово-кредитные учреждения не стали эффективными помощниками реализации на макро- и микро-уровнях инвестиционно-инновационной политики, направленной на техническую модернизацию компаний, введение новейших научно-технических разработок и восстановление отечественного конкурентоспособного производства.

В Украине не хватает соответствующих информационных частей инновационной инфраструктуры - информационно-инновационных центров и рекламных компаний, которые вовремя снабжали бы нужной информацией субъектов инновационного предпринимательства. Сбор и классификация сведений о свойствах новаций, срок их применения, вероятный результат от внедрения, а также компетентность в отслеживании потребностей и требований мирового рынка инноваций позволят стимулировать вовлечение денежных ресурсов [9].

Эффективность реструктуризации компаний и экономики на инновационной базе в целом зависит от рационального соотношения источников финансирования инновационного развития. В промышленно развитых странах для решения проблемы поиска источников финансирования инновационного развития, привлекаются пенсионные фонды, страховые фирмы и венчурные фонды. Главную роль играет венчурное финансирование как одна из самых удачных форм организации инновационной деятельности в экономике [10].

Анализ экономической ситуации в Украине, наглядно демонстрирует, что современное формирование экономики страны нуждается в увеличении объемов интеллектуального капитала, способствующих инновационному развитию промышленных предприятий, что невыполнимо без реструктуризации рынка труда и,

следовательно, роста эффективности применения имеющегося кадрового потенциала.

Как следствие, финансовая политика инновационного развития обязана базироваться на логике реализации инновационного продукта, а конкретно - подключать финансовое снабжение образования и науки (научно-исследовательские работы и программы), производство и реализации инновационных товаров. Эффективность стратегии инновационного развития зависит от восприятия инновационного продукта потребителем и роста спроса на него.

Выводы и перспективы дальнейших разработок. Сейчас в Украине внедрение инновационных стратегий имеет особенную актуальность. Это обусловлено необходимостью реструктуризации и техническим обновлением большей части секторов экономики государства. Наличие устаревших производственных фондов не позволяет освоить необходимые темпы финансового становления. На данный момент в Украине основными направлениями инновационного развития должны быть поднятие квалификации уже действующих в данной сфере менеджеров, а также привлечение новых кадров. Также формирующемуся предпринимательству стоит уделить внимание вектору стратегического инновационного менеджмента в своем становлении. Со стороны государства также должно присутствовать стимулирование и поощрение инновационной деятельности и новейших разработок управленческими и финансовыми рычагами.

Литература

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н.Азрилияна. – М.: Институт новой экономики, 2009. – 444 с.
2. Гагин В. Чарльз Шваб: биржу – в народ! [Электронный ресурс] / В. Гагин. - Режим доступа: http://www.dengi-info.com.
3. Гринев В. Ф. Инновационный менеджмент: Учеб. Пособие / В.Ф. Фахрудинов. - 2-е изд.,стереотип. – К.: МАУП, 2011. – 152 с.
4. Долгов С.И. Глобализация экономики: новое слово или новое явление? / С.И. Долгов. - М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 2012. – 171с.
5. Иванов Н. Глобализация и проблемы оптимальной стратегии развития. / Н. Иванов // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 2. – С. 15.
6. Кох Р. Менеджмент и финансы от А до Я. – СПб:

Издательство «Питер», 2013. – С. 65.
7. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник / Н.В. Краснокутська – К.: КНЕУ, 2013. – 504 с.
8. Мартин Г.П. Западня глобализации: атака на процветание и демократию / Г. П. Мартин, Х. Шуман/ Пер. с нем. – М.: Издательский дом «АЛЬПИНА», 2011. – С. 52-53.
9. Продіус О.І. Проблеми впровадження стратегічного управління на українських підприємствах / О.І. Продіус, В.Б. Богословов // Економіка: реалії часу. – 2014. – №5 (15). – С.30-35.
10. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. – 9-е изд., испр. и доп. - М,: Дело, 2005. – 448 с.

1. Bol'shoy эkonomycheskyy slovar' / Pod red. A.N.Azrylyyana. – M.: Ynstytut novoy эkonomyky, 2009. – 444 s.
2. Hahyn V. Charl'z Shvab: byrzhu – v narod! [Эlektronnыy resurs] / V. Hahyn. - Rezhym dostupa: http://www.dengi-info.com.
3. Hrynev V. F. Ynnovatsyonnыy menedzhment: Ucheb. Posobye / V.F. Fakhrudynov. - 2-e yzd.,stereotyp. – K.: MAUP, 2011. – 152 s.
4. Dolhov S.Y. Hlobalyzatsyya эkonomyky: novoe slovo yly novoe yavlenye? / S.Y. Dolhov. - M.: OAO «Yzd-vo «Эkonomyka», 2012. – 171s.
5. Yvanov N. Hlobalyzatsyya y problemы optymal'noy stratehyy razvytyya. / N. Yvanov // Myrovaya эkonomyka y mezhdunarodnыe otnoshenyya. – 2010. – # 2. – S. 15.
6. Kokh R. Menedzhment y fynansы ot A do Ya. – SPb: Yzdatel'stvo «Pyter», 2013. – S. 65.
7. Krasnokut·s'ka N. V. Innovatsiynyy menedzhment: Navch. posibnyk / N.V. Krasnokut·s'ka – K.: KNEU, 2013. – 504 s.
8. Martyn H.P. Zapadnya hlobalyzatsyy: ataka na protsvetanye y demokratyyu / H. P. Martyn, Kh. Shuman/ Per. s nem. – M.: Yzdatel'skyy dom «AL'PYNA», 2011. – S. 52-53.
9. Prodius O.I. Problemy vprovadzhennya stratehichnoho upravlinnya na ukrayins'kykh pidpryyemstvakh / O.I. Prodius, V.B. Bohoslovov // Ekonomika: realiyi chasu. – 2014. – #5 (15). – S.30-35.
10. Fatkhutdynov R.A. Stratehycheskyy menedzhment: Uchebnyk / R.A. Fatkhutdynov. – 9-e yzd., yspr. y dop. - M,: Delo, 2005. – 448 s.

***Рецензент**: Захарченко В.І., д.е.н., професор кафедри МЗЕІД, ОНПУ*
20.10.2015

УДК 331.103

Продіус Оксана,Олексієв Максим

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК ГОЛОВНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В статті досліджено процес створення ефективної системи мотивації персоналу та її вплив на ефективність діяльності підприємства. Проведено аналіз публікацій, присвячених мотивації працівників вітчизняних підприємств, який засвідчив багатий спектр досліджень з цієї проблематики. Розглянуто основні проблеми зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, що перешкоджають створенню ефективної системи мотивації персоналу в сучасних умовах господарювання. Запропоновано низку першочергових заходів щодо удосконалення мотивації персоналу як головного фактору підвищення ефективності підприємства. Стимулювання праці буде забезпечувати високий результат лише за наявності системного, комплексного характеру, коли матеріальне стимулювання органічно доповнюватиметься моральним і соціальним заохоченням. Надано рекомендації щодо формуванню системної мотивації персоналу з урахуванням їх особистих характеристик та внутрішніх та зовнішніх спонукальних чинників.

Ключові слова: мотивація персоналу, підприємство, система мотивації, фактори мотивації, ефективність, методи стимулювання

Продиус Оксана, Алексеев Максим

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА КАК ГЛАВНЫЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследован процесс создания эффективной системы мотивации персонала и ее влияние на эффективность деятельности

предприятия. Проведен анализ публикаций, посвященных мотивации работников отечественных предприятий, который показал богатый спектр исследований по этой проблематике. Рассмотрены основные проблемы внешней и внутренней среды предприятия, препятствующие созданию эффективной системы мотивации персонала в современных условиях хозяйствования. Предложен ряд первоочередных мероприятий по совершенствованию мотивации персонала как главного фактора повышения эффективности предприятия. Стимулирование труда будет обеспечивать высокий результат только при наличии системного, комплексного характера, когда материальное стимулирование органично дополняется моральным и социальным поощрением. Даны рекомендации по формированию системной мотивации персонала с учетом их личных характеристик и внутренних и внешних побудительных факторов.

Ключевые слова: мотивация персонала, предприятие, система мотивации, факторы мотивации, эффективность, методы стимулирования

Prodius Oksana, Alekseev Maksim

STAFF MOTIVATION AS A MAIN FACTOR OF INCREASE OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

The paper investigates the process of creation of effective system of staff motivation and its impact on the efficiency of the company. The analysis of publications devoted to the motivation of employees of domestic enterprises, which showed a broad spectrum of research on the subject. The main problems of the external and internal environment of enterprises, prevent the establishment of an effective system of staff motivation in the current economic conditions. Proposed a number of priority measures to improve staff motivation as the main factor in increasing the efficiency of the enterprise. The remuneration will ensure a high result only in the presence of systemic, complex nature, when monetary incentives complements the moral and social promotion. Recommendations about formation of system of personnel motivation based on their personal characteristics and internal and external motivating factors.

Keywords: motivation of personnel, company, motivation, factors of motivation, efficiency, incentives.

Постановка проблеми у її загальному вигляді. Світова криза стала найважливішою реальною характеристикою сучасної економічної системи, однією з найбільш впливових сил, що визначають хід розвитку нашої планети. Вона торкається практично всіх сфер громадського життя, включаючи економіку, політику, ідеологію, соціальну сферу, культуру, екологію, безпеку, спосіб життя, а також самі умови існування людства. Заради збереження переваги конкурентоспроможних ринків при наявності чітких правил та політичних і географічних кордонів і спрямованості цих перетворень на задоволення потреб людини, управління має ставати більш ефективним і скоординованим. В першу чергу це стосується управління персоналом, тому що саме людський фактор є одним з визначальних для підприємств в умовах кризи [1].

Аналіз досліджень та публікацій останніх років. Питання вивчення мотивації персоналу знайшли своє відображення у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених Т. Базарова, С. Бєлозерова, О. Виханського, В. Єрьоміна, М. Живко, Є. Ільїна, О. Кузьміна, Н. Любомудрова, П. Мартина, А. Наумова, Ю. Ровенського, Е. Смірнова.

У роботах вітчизняних і зарубіжних авторів досліджено теоретичні й практичні аспекти мотивації праці, однак, деякі питання щодо розробки системної мотивації у контексті підвищення ефективності підприємства в сучасних складних умовах господарювання потребують подальшого вивчення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Ефективність діяльності промислового підприємства, рівень його розвитку багато в чому визначається правильним розумінням керівництва ролі й значення мотивації персоналу. Мотивація є одним з найважливіших інструментів формування якісної системи керування на підприємстві. Нажаль, сьогодні менеджмент більшості вітчизняних промислових підприємств основну увагу як і раніше приділяє проблемам зниження витрат, максимізації прибутку. Іншими словами, пріоритет належить цілям виробничого характеру. Разом з тим, управлінню процесами консолідації трудової діяльності персоналу,

забезпеченню відповідності інтересів і цілей окремих працівників і підприємства в цілому, формуванню зразків нового організаційного поводження, ефективних систем мотивації й стимулювання людей не приділяється належної уваги.

Постановка завдання. Метою дослідження є пошук шляхів удосконалення системи мотивації персоналу вітчизняних підприємств у контексті підвищення ефективності їх діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційний характер виробництва, його висока наукоємність змінили вимоги до персоналу, підвищили значимість творчого підходу в роботі й високому професіоналізмі. Це привело до змін у принципах, методах і соціально - психологічних питаннях керування персоналом. Зміни в принципах керування персоналом спрямовані, у першу чергу, на реалізацію політики мотивації, що придбала велике значення в умовах переходу до ринкової економіки. Політика мотивації в умовах розвитку колективних форм власності й залучення працівників до керування спрямована на розширення співробітництва персоналу з адміністрацією для досягнення загальних цілей. Це сприяє розвитку потенційних здатностей персоналу, більше інтенсивній і продуктивній праці, творчому відношенню до праці [2; 3].

Основою сучасного менеджменту стали теорії глобалізації, для яких характерне зростання конкурентноздатності робочої сили, оскільки більшість працівників має високий освітній рівень. Зростає ступінь інтелектуалізації праці, наявність висококваліфікованих та мобільних кадрів отримує значення стратегічного ресурсу. Це набирає глобального масштабу, чому, сприяє об’єднання європейських держав у Європейський Союз.

На зміну фізичному навантаженню працівника приходить оцінування інтелектуального капіталу працівників. На даний час підприємства зацікавлені у формуванні стабільного складу персоналу, який є мотивованим на зростання особистого професіоналізму, кваліфікації, підвищення свого трудового внеску в досягнення кінцевих цілей фірми. З іншого боку глобалізація виробництва, тобто поширення у всесвітньому масштабі, змушує розробляти нові, цілком відмінні системи стимулювання з урахуванням менталітету, економічного та морального стану суспільства, де планується відкриття підприємства.

В умовах глобалізації потрібні нові підходи, що містять у собі не тільки стратегії, що забезпечують ефективність діяльності компанії, але й стратегії, що дозволяють розвивати творчі, парадоксальні й ризиковані підходи до діяльності компанії як новий ресурс для її розвитку. Актуальність і значимість проблеми підвищення ефективності функціонування мотиваційного механізму визначається радикальними перетвореннями економічної системи суспільства. За тривалий період часу в Україні сформувалася деформована структура виробництва, що не відповідає реальним потребам людей. У практиці централізовано встановлювалися нормативи, ліміти, ціни, тарифні ставки, оклади й інші показники. У суспільстві сформувався стійкий стереотип неприйняття приватної власності, підприємницької діяльності, конкуренції й ін. Проведені реформи обумовили зміна структури виробництва, його спад, зниження життєвого рівня народу, поляризацію населення за рівнем доходів, безробіття, у результаті чого в значної маси людей сформувалося розчарування проведеним курсом реформування економіки. Удосконалювання мотиваційного механізму є одним з методів вирівнювання й зм'якшення деформації, що з'явилася, ряду соціальних імперативів.

Дослідження методів і напрямків трансформації механізму мотивації праці в ринковому середовищі, що формується, являє собою одну з найбільш важливих і складних завдань економічної науки. Це пояснюється тим, що в перехідний період колишня структура виробництва не може бути швидко перебудована на основі ринкових механізмів. В економіці йде процес переосмислення ідей, теорій, методів керування. Формується новий категорійний і понятійний апарат, що не завжди розділяється всіма фахівцями, що приведе до непорозуміння або марної дискусії про терміни. Становлення справді ринкового господарства й відповідних йому методів мотивації праці обумовлюють необхідність їхнього осмислення, теоретичного обґрунтування, що неможливо без критичного розгляду вітчизняного досвіду й творчого запозичення закордонних моделей, категорій, понять і їхньої адаптації стосовно до українських реалій [4].

Незважаючи на всю складність дослідження проблеми підвищення ефективності функціонування механізму мотивації праці через невизначеність у розвитку нових умов і форм господарювання,

розгляд її не може відкладатися на більше пізніше час, коли остаточно зложаться ринкові структури. Уже на даному етапі необхідно виявити й проаналізувати основні (як позитивні, так і негативні) тенденції в мотиваційних відносинах, у першу чергу визначальний ріст ефективності праці в нових умовах господарювання.

Актуальність розглянутої проблеми обумовлена тим, що перехід до соціально орієнтованого ринку припускає необхідність створення адекватного механізму мотивації праці. Без цього не можна розглядати на практиці об'єктивні передумови для підвищення ефективності виробництва - основи зростання реальних доходів і рівня життя населення. При цьому кінцевим пунктом здійснення всіх реформ є підприємство, де безпосереднє відбувається з'єднання робочої сили із засобами виробництва, здійснюється процес трудової діяльності.

Мотивація являє собою найважливішу функцію менеджменту, що полягає в активізації, стимулюванні, керуванні й реалізації цілеспрямованого поводження людей по досягненню власних цілей і цілей підприємства. Вона базується на сукупності внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які змушують людину діяти, визначають форми й границі дії, напрямку, орієнтацію на досягнення певної мети.

Таким чином, управлінська діяльність пов'язана з подоланням великого числа найрізноманітніших труднощів на шляху досягнення різних цілей колективу. У подоланні цих труднощів проявляється воля колективу й воля керівника. Управлінська діяльність спрямована насамперед на зміну дійсності, що неможливо без наявності самої широкої гами вольових якостей, що проявляють із боку керівника.

Проблеми підприємств, пов'язані з низькою мотивацією персоналу до роботи, можуть бути найрізноманітнішими й проявлятися у вигляді наслідків в інші, на зовнішній погляд, мало зв'язаних областях діяльності організації. Приведемо далеко не повний список типових утруднень і проблем, що мають відношення до мотивації персоналу, що був зареєстрований у ході досліджень багатьох підприємств: висока плинність кадрів; нераціональність мотивів поводження виконавців; слабкий зв'язок результатів праці виконавців і заохочення; відсутність умов для самореалізації потенціалів співробітників; низька ефективність впливу керівників на підлеглих; низький рівень міжособистісних комунікацій; проблеми

при створенні погодженої команди; слабка перспектива кар'єрного росту, що відбивається на робочому тонусі співробітників; протиріччя у відносинах між підприємцем і працівником; низький професійний рівень персоналу; безініціативність співробітників; незадовільний морально психологічний клімат; недостатня увага до навчання й стажування резерву; неврахування соціально-культурних потреб персоналу; небажання співробітників підвищувати кваліфікацію.

Таким чином, для успішного досягнення цілей організації керівникові необхідно вирішити найважливіші із соціально-психологічної точки зору завдання: мотивація персоналу; організація професійного росту співробітників; формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі.

При плануванні й організації роботи керівник визначає, що конкретно повинна виконати дана організація, коли, як і хто, на його думку, повинен це зробити. Керівники завжди усвідомлювали, що необхідно спонукувати людей працювати на організацію. Вся діяльність людини обумовлена реально існуючими потребами, тому люди прагнуть або чогось досягти, або чогось уникнути. У вузькому змісті слова, мотивована діяльність - це вільні, обумовлені внутрішніми спонуканнями дії людини, спрямовані на досягнення своїх цілей, реалізацію своїх інтересів. Тут працівник сам визначає міру своїх дій залежно від внутрішніх спонукань і умов зовнішнього середовища.

Система мотивації на рівні підприємства повинна: створювати атмосферу довіри між керівництвом і працівниками: і ті й інші можуть вільно виражати свою думку; припускати позитивну реакцію керівництва на пропозиції й проблеми працівників; передбачати гарантії зайнятості для всіх працівників, рівні можливості для зайнятості й просування й використати як основний критерій результати праці; гарантувати працівникам оплату відповідно до результатів їхньої праці; забезпечувати безпечні умови роботи й використати відповідні професійні послуги з охорони здоров'я; підвищувати професійну майстерність робітників; передбачати програми навчання на робочому місці й підвищення кваліфікації.

У цей час все більше число організацій намагається вводити системи участі в прибутках залежно від продуктивності. До таких систем мотивацій, орієнтованим на показники діяльності, ставляться:

система преміальних оплат, система оцінки заслуг, система колективного стимулювання. На противагу широко поширеній думці, гроші не завжди є найбільш ефективним мотивуючим засобом. Людина – істота соціальна, тому до діяльності її спонукують не тільки матеріальні, але й моральні стимули. Так, враховуючи думки німецьких дослідників, можна запропонувати наступні напрямки управлінської діяльності, необхідні для морального стимулювання: співробітник повинен бути знайомим з успіхом. Успіх - це реалізована мета. Необхідно разом зі співробітником формулювати цілі, у досягненні яких він зацікавлений; співробітник повинен мати можливість показати себе в результатах своєї праці, виразити себе в праці; співробітник повинен відчувати свою значимість.

Умілий керівник прагне створити у своїх підлеглих почуття перспективності у своїй роботі. Працівники повинні знати, що в даній організації вони мають умови для свого професійного росту. Просування по службі допомагає організації, оскільки дозволяє їй заповнювати вакансії що служать, які вже виявили свої здатності. Воно допомагає й працівникам, оскільки задовольняє їхнє прагнення до успіху, досягнень і самоповазі. Однак при прийнятті рішень про просування по службі керівництво повинне підвищувати тільки тих, хто має здатності для ефективного виконання обов'язків на новій посаді. На жаль, іноді підвищують тих працівників, які добре виконують свої нинішні обов'язки, але не мають у своєму розпорядженні потенціал для ефективної роботи в новій посаді.

Керівник повинен розбиратися в мотивах діяльності підлеглих йому людей і, висуваючи перед ними ті або інші завдання, розкривати перспективи для кожного працівника. Керівник, що має досвід роботи з людьми, прагне підтримувати в колективі атмосферу схвалення. Вона дозволяє підвищувати вимоги, для того, щоб ставити й вирішувати більше важкі завдання. Для високої продуктивності необхідно підтримувати в співробітників досить високий рівень домагань. У працівника повинна бути впевненість, що він здатний до більших досягнень у своїй праці.

Важливий стимулюючий вплив на працівника роблять соціально-психологічні властивості колективу, у якому здійснюється його діяльність. Колектив - це не просто сума індивідів, а якісно нова категорія. Кожний керівник повинен знати соціально-психологічну

структуру колективу й соціально-психологічні закономірності, які діють у групах людей, – у противному випадку йому буде важко управляти їм.

Соціально-психологічний клімат колективу є показником рівня розвитку його соціально-психологічної спільності. У ньому відбивається настрій, думка й традиції колективу. При керуванні колективом його морально-психологічний клімат повинен бути об'єктом підвищеної уваги.

У структуру соціально-психологічного клімату входять два основних компоненти – відношення людей до праці й відносини людей у колективі. Відносини друг до друга, у свою чергу, диференціюються на відносини між колегами й відносини в системі керівництва й підпорядкування. Найважливішими факторами соціально-психологічного клімату колективу в рамках соціальної організації є культура людських відносин, людського спілкування, з одного боку, і культура організації праці – з іншої.

Особливу роль серед факторів формування соціально-психологічного клімату колективу виконує система відносини керівництва й підпорядкування, весь комплекс функцій, виконуваних керівником. Цей показник характеризує один з істотних результатів специфічної саме для керівника функції, що спрямована на організацію, підвищення соціальної й соціально-економічної ефективності діяльності всього колективу. Звідси виходить очевидна значимість характеристики соціально-психологічного клімату колективу як показника діяльності самого керівника, бо саме від активності, ступеня творчої участі якого в справах колективу вирішальним образом залежить і стан цього клімату. Зростаюча роль керівництва колективом як фактору покращення соціально-психологічного клімату випливає з багатьох обставин і умов існування й функціонування колективу.

Також має значення почуття приналежності особистості до колективу, що виражається насамперед у ступені внутрігрупових комунікаційних зв'язків. Кожний зі членів конкретного колективу виробляє в собі відповідному соціально-психологічному клімату свідомість, сприйняття, оцінку й відчуття свого «Я». Самопочуття особистості в певній мірі може служити й вагомим показником ступеня розгорнення її духовного потенціалу. У цьому випадку

мається на увазі психічний стан людини, багато в чому обумовлений атмосферою виробничого колективу. Із цього погляду самопочуття особистості, самооцінка, ступінь задоволеності положенням у групі може розглядатися як показник соціально-психологічного клімату [5].

Таким чином, значимість клімату, що безпосередньо впливає на соціальну й соціально-економічну ефективність праці колективу, і зростаюча потреба його членів у сприятливій морально-психологічній атмосфері - все це ставить керівника перед необхідністю освоєння науково обґрунтованих методів регуляції соціально-психологічного клімату і їхнього вдосконалювання в практичній роботі.

Слід зазначити, що останні тенденції в розвитку великого бізнесу вказують на подальше збільшення частки довгострокової компенсації в доходах менеджерів і причини цього зрозумілі. Акціонери хочуть бути впевненими в тім, що вищий менеджмент організації зацікавлений у її розвитку. Діяльність вищого менеджменту підприємства повинна гідно оплачуватися і їхня оплата праці повинна залежати від конкретних результатів діяльності організації. Але якщо вся мотивація менеджера буде реалізовуватися винятково за рахунок заробітної плати й бонусу, то існує цілком обґрунтований ризик, що такий менеджер основну увагу буде приділяти тактичним, а не стратегічним завданням і може пропустити небезпечні для майбутнього розвитку організації тенденції. Тому у великих західних компаніях практикується система мотивації вищого менеджменту, що передбачає наявність у менеджера трьох джерел доходу: зарплата, як правило, сама незначна із трьох складових; бонус за досягнуті результати, часом досягає досить значних розмірів; довгострокова компенсація.

Зарплата менеджера вищої ланки повинна відповідати середньому рівню оплати подібних фахівців з галузі або бути трохи нижче її. Бонус, як правило, обмовляється при прийманні менеджера на роботу або ж на початку звітного періоду й повинен чітко підходити до результатів, які ставляться перед менеджером, наприклад, % від прибутку або від збільшення обсягів продажів. Довгострокова компенсація звичайно є самою значною статтею доходу, але виплачується вона, звичайно, не готівкою, а цінними паперами компанії по фіксованій на деякий момент часу вартості. Ця компенсація стимулює менеджера до роботи над стратегією розвитку компанії, збільшення її капіталізації.

Говорячи про мотиваційні механізми для менеджерів високого рівня, не можна забувати й про такі, як: суспільне визнання досягнень і заслуг керівника; довіра й повага з боку акціонерів; перспективи кар'єрного росту як частина перспектив росту організації; можливість професійного росту й розвитку за рахунок навчання, участі у конференціях, круглих столах та інших професійних заходах; можливість впливати на кадрову політику в довіреному менеджерові підрозділі.

Слід зазначити, якщо акціонери ігнорують перераховані вище нематеріальні стимули, то навіть при наявності пристойної зарплати, бонусу й компенсаційного забезпечення менеджери будуть шукати собі інше місце роботи. Треба сказати, що менеджери високого класу, як правило, люди творчі, захоплені, що мають стійкий світогляд і погляди на життя, що інтуїтивно почувають особливості керування тим або іншому процесу. Матеріальні питання для них, безумовно, важливі, але тривалий час працювати в недружній до себе атмосфері або у відсутності довіри й поваги з боку акціонерів, вони не стануть. Будучи фахівцями високого класу, вони завжди в стані знайти для себе прийнятну альтернативу.

Найбільш розумним при визначенні системи мотивації є поділ персоналу на категорії. У найпростішому випадку можна виділити, принаймні, три таких категорії. Говорячи про умови, які організація може надати фахівцям кожної з категорій, ми маємо на увазі не тільки заробітну плату, хоча заробітна плата є ключовим елементом у переліку надаваних персоналу мотивацій. Також необхідно застосовувати інші мотиваційні механізми, наприклад, такі, як: медичне страхування співробітників; створення на підприємстві недержавних пенсійних фондів; можливість одержувати пільгові путівки; регулярне підвищення професійного рівня за рахунок тренінгів, проведених на підприємстві; наявність на підприємстві їдальні, фітнес центру й інших структур, що полегшують життя персоналу підприємства й зберігають їхній вільний час. Саме ці механізми найчастіше виявляються дуже істотними для персоналу й активно використаються багатьма прибутковими підприємствами в країнах с розвинутою економікою.

Висновки і перспективи подальших розробок. На сучасному етапі розвитку ринкової економіки ефективне функціонування

підприємства в значній мірі залежить від узгодження інтересів його учасників. Ігноруючи бажання, потреби й духовні цінності людини, досить складно створити оптимальні умови для розвитку будь-якої соціально-економічної системи. Тому саме вдосконалення системи мотивації персоналом промислових підприємств в реальних умовах становлення і розвитку ринкових відносин відноситься до числа найскладніших і актуальніших задач, які потребують негайного вирішення.

Ефективний розвиток підприємства в сучасних умовах стає неможливим без комплексної системи мотивації на основі мотивуючих та демотивуючих факторів для кожної окремої категорії робітників, з урахуванням статі, віку та темпераменту кожної особистості. Тому керівникам необхідно не тільки стимулювати матеріально, але і прагнути, щоб підлеглі отримували задоволення від роботи; відчували себе особистостями; вірили в надійність і стабільність підприємства; бачили необхідність своєї роботи; були задоволеними від свого статусу в колективі.

Розвиваючи традиційні технології підбору і атестації персоналу з обраховуванням сучасних підходів для цілей забезпечення підприємств кваліфікованими кадрами, необхідно будувати механізм послідовного підвищення мотиваційного потенціалу підприємств на основі виявлення мотиваційних потреб працівників. Мало мати кваліфікованих фахівців, треба зацікавити їх ефективно реалізувати свій потенціал.

Таким чином, мотиваційна модель є одним із ключових інструментів при формуванні системи управління підприємством, оскільки результати діяльності будь-якого підприємства багато в чому визначаються тим, які люди там працюють, наскільки вони задоволені умовами своєї роботи, наскільки повно вони можуть розкрити свій творчий потенціал.

Література

1. Соколовская, В. Поддержка со стороны / В. Соколовская // Статус. — 2009. — № 17 — 18. — С. 38 - 41.

2. Фіщук Н.Ю. Сучасні чинники мотивації праці в контексті теорії життєвого циклу організації / Н.Ю. Фіщук, Л.В. Поліщук, О.В. Поляруш // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія Економічні науки. -

2011. - №1. – С. 125 – 130.

3. Продіус О.І. Мотивація трудової діяльності персоналу промислових підприємств в умовах глобалізації економіки / О.І. Продіус // Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. - Випуск 22. – 2009. – С. 114-118.

4. Козловський С.В. Мотивація персоналу як засіб підвищення ефективності діяльності підприємства / С.В. Козловський, О.С. Кухар // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія Економічні науки. – 2012. – №4 (70). – С. 43 – 47.

5. Бериславська Г.В. Мотивація управлінського персоналу в сучасних економічних умовах . Г.В. Бериславська, І.А. Крутий // Вісник ХНУ. – 2011. - № 6. – Т. 2. – С. 217 – 220.

1. Sokolovsky, V. Support / W. Sokolovsky // Status. – 2009. - №17. – 18. – S. 38-41

2. Fishchuk N. Yu. Modern factors of labour motivation in the context of the theory of organization life cycle / N. Yu. Fishchuk, L. V. Polishchuk, A. V. Polyarush // Collected] g of the Vinnytsia national agrarian University. Series Economic Sciences. - 2011. - №. 1. – S. 125 – 130.

3. Prodius O. Motivation of labor activity of personnel of industrial enterprises in conditions of globalization of economy / O. Prodius // Collection of scientific papers of Cherkasy state technological University. Series: Economic science. Edition 22. – 2009. – S. 114-118.

4. Kozlovsky S. V. Motivation as a means of increasing the efficiency of activity of the enterprise / S.In. Kozlovsky, A. S. Cook // Collected] g of the Vinnytsia national agrarian University. Series: Economic science. - 2012. - № 4 (70). – S. 43 – 47.

5. Berislav V. G. Motivation of management personnel in the current economic environment / Berislav V. G., I. A. // Bulletin of KhNU. – 2011. – №. 6. – T. 2. – S. 217 – 220.

***Рецензент**: Захарченко В.І., д.е.н., професор кафедри МЗЕІД, ОНПУ*

20.10.2015

УДК 336.146/148

Тополенко Надія, Терещенко Вікторія

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО КОНТРОЛЮ ВИКОРИСТАННЯ ПУБЛІЧНИХ КОШТІВ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ “ВІДКРИТИЙ БЮДЖЕТ”

Метою дослідження є аналіз зарубіжного досвіду та пошук ідей та підходів до методів контролю за використання бюджетних коштів органами місцевого самоврядування з боку громадськості через програмний проект “Відкритий бюджет” та розробка методичних рекомендацій по впровадженню принципів і механізмів відкритого бюджетного управління в Україні. Дане дослідження дозволить нам оцінити індекс відкритості бюджету України, а саме: прозорість використання бюджетних коштів органами влади та рівень участі громадськості в бюджетних процесах, необхідних для забезпечення дієвого механізму функціонування бюджетних установ. Застосування світового досвіду в нашій країні може сприяти появі можливостей для удосконалення використання бюджетних коштів органами місцевого самоврядування.

Ключові слова: відкритий бюджет, місцеве самоврядування, міський бюджет, зарубіжний досвід, Дарессаламська декларація, бюджет, інтернет – ресурс.

Тополенко Надежда, Терещенко Виктория

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО КОНТРОЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПУБЛИЧНЫХ СРЕДСТВ ЧЕРЕЗ СИСТЕМУ “ОТКРЫТЫЙ БЮДЖЕТ”

Целью исследования является анализ зарубежного опыта и поиск идей и подходов к методам контроля за использование бюджетных средств органами местного самоуправления со стороны общественности через программный проект “Открытый бюджет” и разработка методических рекомендаций по внедрению принципов и механизмов открытого бюджетного управления в Украине. Данное исследование позволит нам оценить индекс открытости бюджета

Украины, а именно: прозрачность использования бюджетных средств органами власти и уровень участия общественности в бюджетных процессах, необходимых для обеспечения действенного механизма функционирования бюджетных учреждений. Применение мирового опыта в нашей стране может способствовать появлению возможностей для усовершенствования использования бюджетных средств органами местного самоуправления.

Ключевые слова: открытый бюджет, местное самоуправление, городской бюджет, зарубежный опыт, Дарессаламська декларация, бюджет, интернет – ресурс.

Topolenko Nadija, Tereshchenko Vika

PROBLEMS OF EFFECTIVE CONTROL OF THE PUBLIC MONEY USE THROUGH THE “OPEN BUDGET” SYSTEM

The aim of the study is the analysis of foreign experience, the ideas and methods of monitoring the use of budget funds by local governments from the public through an "Open Budget" software project and development of methodical recommendations on the implementation of principles and mechanisms of public budget management in Ukraine. This study will allow us to evaluate the index of transparency of the budget of Ukraine, namely: the use of budgetary funds by the authorities and the level of public participation in budgetary processes, which are necessary to ensure an effective mechanism of public institutions functioning. The application of world experience in our country may contribute to the emergence of opportunities for improving the use of budget funds by local governments.

***Keywords*:** Open Budget, local government, city budget, foreign experience, Daressalam Declaration, budget, Internet resource.

Постановка проблеми. В умовах суспільно-політичної кризи, яку переживає наша країна, актуальними постають питання формування ефективних місцевих бюджетів, які б враховували реальні потреби громади, а також здійснення контролю за прозорим використанням бюджетних коштів, з боку громадськості. Саме тому, зараз відбувається докорінне реформування механізму

господарювання на всіх рівнях економіки, в тому числі й на регіональному, але використання фінансових ресурсів органами місцевого самоврядування багато в чому продовжує ґрунтуватись на старих засадах адміністративної системи, що проявляється у відсутності реальних критеріїв, за якими можна оцінити якісне та ефективне витрачання бюджетних ресурсів.

Прозорість використання бюджетних коштів є однією із складових демократичного суспільства, а бюджети – це найпотужніший інструмент уряду та місцевих рад для задоволення потреб країни та її громадян. З метою сприяння прозорості бюджетного процесу та підзвітності громадськості органів місцевого самоврядування, Центр політичних студій та аналітики (далі – ЦПСА) започаткував проект "Створення і впровадження державної системи контролю за коштами "Відкритий бюджет"", який підтримала Європейська комісія.

Мета проекту полягає у забезпеченні громадськості повною, своєчасною та достовірною інформацією про те, як відбувається бюджетний процес.

Задля впроваждення дієвого механізму контролю за витрачанням бюджетних коштів за програмою "Відкритий бюджет", необхідно розробити: програмне забезпечення (далі – ПЗ) аналізу місцевих бюджетів та навчити громадськість основним теоретичним знанням з цього питання.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Вивченню та аналізу міжнародного досвіду використання бюджетних коштів органами місцевого самоврядування та контролю з боку громадськості присвячена незначна кількість теоретичних та практично спрямованих досліджень. В цьому аспекті заслуговують на увагу роботи таких українських учених, як Л. Михайлишина [1], С.Е. Прокофьева [6], В. В. Руденка [5]. Особливу наукову цінність представляють праці М. П. Латиніна [4], А. Малярчука [3] та ін. У своїх роботах учені розглядають фінансові системи, механізми та особливості формування місцевих бюджетів, процес здійснення громадського контролю за використанням бюджетних ресурсів у розвинених країнах, звертають увагу на необхідність детального вивчення успішного досвіду із зазначених питань, а також визначають можливості застосування цього досвіду в Україні. Питання, що

підлягають більш глибокому розгляду вченими:

1. Приведення законодавства України з питань місцевого самоврядування у відповідність до базових міжнародних документів.

2. Застосування певних варіантів технологій оцінки якості із зарубіжного досвіду і розробка на основі цього аналізу напрямів удосконалення використання бюджетних коштів місцевими органами влади в Україні.

3. Запровадження ефективних методів контролю, аудиту достовірності інформаційної бази та прогнозів бюджетних показників, залучення громадськості до бюджетного процесу через систему "Відкритий бюджет" на місцевому рівні.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Недостатнє наукове опрацювання проблеми адаптації зарубіжного досвіду у сфері контролю за використанням бюджетних коштів з боку громадськості до реалій розвитку вітчизняної економіки обумовлює актуальність проведення даного дослідження.

Метою статті є аналіз зарубіжного досвіду та пошук ідей та підходів до методів контролю за використання бюджетних коштів органами місцевого самоврядування з боку громадськості через програмний проект "Відкритий бюджет" та розробка методичних рекомендацій по впровадженню принципів і механізмів відкритого бюджетного управління в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливі питання удосконалення використання бюджетних коштів пов'язані із розмежуванням їх між державним та місцевими рівнями управління. Порівняти пропорції розмежування функцій між рівнями фінансової системи у різних країнах дає змогу показник централізації, який характеризує частку видатків центрального уряду в повному обсязі витрат бюджетної системи. Розвинені держави мають різні моделі централізації фінансової системи. В унітарних державах загалом спостерігається дещо вищий рівень централізації, а у федеративних, де фінансова система є трирівневою, дещо менший. Так, у США цей показник становить 57 %, у Франції – 71 %, у Канаді – 40 %. В Україні показник централізації коливається на рівні 65-70 % [1, с. 343 – 351].

Необхідно зазначити, що в економічній літературі немає єдиної точки зору на оптимальний показник рівня централізації, але переважна більшість вчених вважає, що зміцнення акцентів у

пропорціях розподілу ресурсів бюджетної системи на користь місцевих бюджетів свідчить про наявність широких можливостей в органів місцевої влади ефективно вирішувати ті завдання, які на них покладаються. Треба розуміти, що міський бюджет – це головний фінансовий документ, по якому буде жити місто протягом року. Він визначає джерела надходження та передбачає видатки. Суспільство має усвідомити, що бюджет – це гроші територіальної громади певного міста, а не кошти міського голови, його заступників чи групи депутатів міської ради. Завдяки активній громадській позиції людей вдасться зменшити необґрунтовані витрати з бюджету та перерозподілити кошти на потреби, які відповідають сьогоденню [6, с. 62-64].

До того ж, доказовістю дієвості громадського контролю слугує міжнародний досвід. Безліч відомостей свідчить, що участь громадськості може значно поліпшити якість бюджетування, сприяти покращенню ситуації в боротьбі з корупцією, трансформуючи умови життя людей і діяльність держави в кращу сторону. Одним із шляхів, який в подальшому ми можемо запровадити, як приклад світової практики - "Відкритий бюджет". Майже 15 років знадобилося сотням активістів, щоб 18 листопада 2011 в місті Дар-Ес-Салам, Танзанія, 116 учасників Глобальної асамблеї з понад 80 країн підписали декларацію про прозорість, підзвітність і громадському участь у бюджетному процесі [7].

У тексті "Дарессаламській декларації" говориться, що "відкритий державний бюджет та бюджетні процеси, що забезпечують громадянам можливість участі в них, критично важливі для повної реалізації всіх прав людини - громадянських, політичних, соціальних, економічних і культурних". Основоположний принцип, закладений у проекті "Відкритий бюджет", полягає в участі кожного в процесі прийняття рішень у сфері державного бюджету. Це є фундаментальним правом та обов'язком усіх громадян, наголошуємо, не тільки правом, але й обов'язком.

За даними міжнародної організації International Budget Partnership - IBP, яка розраховує індекс відкритості бюджету та оцінює рівень його прозорості, участі та нагляду громадськості в цьому процесі, Україна займає 35 місце - між Намібією і Гондурасом [1].

Опитування за 2012 рік засвідчило, що національні бюджети

77 зі 100 досліджуваних держав, де живе близько половини всього населення планети, не дотримуються базових стандартів бюджетної прозорості. Результати дослідження підтвердили, що можливості окремих громадян та громадських організацій брати участь у бюджетних процесах не забезпечені на достатньому рівні урядами держав. У першій п'ятірці рейтингу щодо відкритості бюджетних показників опинились Нова Зеландія, Південно-Африканська Республіка (ПАР), Велика Британія, Швеція і Норвегія.

Україна отримала 54 бали зі 100 можливих за рівень відкритості інформації про бюджет. Сусідами України в підгрупі країн з "певною" інформацією про бюджет стали Грузія (55 балів), Намібія (55 балів) і Гондурас (53 бали). За два роки з моменту складання останнього рейтингу Україна втратила 16 позицій. Нуль балів за відкритість бюджетів отримали Екваторіальна Гвінея, Бірма (М'янма) і Катар. Географічні сусіди України посіли значно вищі місця - Польща (25-е місце), Росія (10 місце), Словаччина (15 місце). Однак Румунія має ще гірші результати за Україну, попри членство в Євросоюзі, - 49 місце.

Індекс відкритості бюджету визначає, чи надає уряд доступ до основних бюджетних документів, а також чи є ці документи зрозумілими, вчасними і корисними. Міжнародне бюджетне партнерство вважає опитування "Відкритий бюджет за 2012 рік" регулярним мірилом бюджетної прозорості та підзвітності у світі. Опитування роблять кожні два роки неурядові експерти [2].

"Відкритий бюджет" становить собою сотні онлайн-ресурсів єдиного інформаційного простору, де інформаційні та телекомунікаційні технології поставлені на службу управління суспільними фінансами. Вони забезпечують прозорість, відкритість та підзвітність діяльності органів влади та місцевого самоврядування, підвищують якість фінансового менеджменту організацій сектору державного управління.

Учасниками проекту "Відкритий бюджет" є уряди більшості розвинених країн світу, а саме: Великобританії, США, Франції, Німеччини, Австралії, Нової Зеландії, Індії, Канади. Правління зазначених країн у режимі реального часу надають найбільш повну інформацію про свої держбюджети. Це дозволяє отримувати від громадян зворотний зв'язок у вигляді поправок, уточнених даних,

експертиз, ініціатив про нові можливі джерела доходу держскарбниці.

На національних сторінках Open Budget у вигляді інфографіки та з динамікою змін за кілька років можна знайти інформацію по дохідній та видатковій частинах бюджету, про хід виконання федеральних і регіональних програм, кількості коштів, які держава витрачає в день на утримання міністерств і відомств, куди і як використовуються податки і збори.

Найбільш успішним прикладом функціонування програмних проектів "Відкритий бюджет" у зарубіжних країнах є діяльність неурядової організація Open Knowledge, яка працює у Сполученому Королівстві Великої Британії та Північної Ірландії. Створений організацією інформаційний портал спрямований на прозорість та участь громадян в ході аналізу та візуалізації інформації про державні витрати Великобританії. Перша версія сайту та ПЗ була розроблена у 2007 році, ідею надав член організації Open Knowledge Джонатан Грей [8].

У 2010 році проект отримав фінансування від Channel 4 4IP для підтримки подальшого розвитку, який має дуже цікаву структуру, де людина, яка мешкає у об'єднаному королівстві, може дізнатись, скільки грошей витрачається кожен день з її податків та на які цілі. А багаторівнева система дозволяє заглибитись на декілька рівнів донизу. У Великобританії дуже багато муніципалітетів, департаментів та інших установ, які представляють органи влади та витрачають бюджетні кошти. Кожен з них викладає сотні фінансових документів на свої сайти. Інформації дуже багато і вона різноманітна. Саме через складність пошуку, замість бюджетної інформації у таблицях та цифрах, яку надають державні портали, щоб відобразити звітні дані, вони можуть відображатися у відповідності з інтересами користувача. Тому користувач може бачити дані свого регіону в національному контексті, та зрозуміти підґрунтя політики, яка проводиться у тому чи іншому регіоні.

Цікавий досвід "Відкритого бюджету" муніципалітетів є у міста Окленд, що знаходиться у Сполучених Штатах Америки. Даний портал є результатом роботи багатьох громадських діячів, правозахисників, програмістів та міських чиновників. "Відкритий бюджет" Окленда сприяє більш глибшому розумінню міського бюджету, таким чином, що зацікавлені громадяни, посадові особи та

інші зацікавлені особи можуть брати участь у предметному обговоренні того, як місто Окленд в даний час працює і як воно буде працювати у майбутньому [8].

На сьогодні, доводиться констатувати, що в порівнянні з учасниками проекту “Відкритий бюджет”, впродовж останніх років, бюджетна політика України є вкрай непередбачувана, бюджетна система стала предметом критики, багато питань впровадження реформ у бюджетній сфері залишилось відкритими. Перебіг бюджетного процесу на обласному та місцевому рівнях залишається непрозорим, а громада практично усунута від участі у бюджетному процесі, реальні потреби місцевих громад влада ігнорує. В таких умовах особливої актуальності набуває проблема здійснення зовнішнього моніторингу виконання місцевих бюджетів, що сприятиме наближенню до світових стандартів [5].

Основними цілями, які ставить перед собою урядове правління нашої держави, щодо функціонування системи “Відкритий бюджет” є:

1. Підвищення прозорості бюджетних процесів на місцях.
2. Оптимізація витрат бюджетних коштів.
3. Зростання довіри громадян.

Для досягнення поставлених цілей, місцевим органам влади потрібно вирішити наступні завдання та забезпечити:

– загальнодоступну публікацію тексту бюджету;
– публікацію проекту бюджету;
– публікацію попереднього проекту бюджету та пропозицій до нього;
– публікацію даних про терміни і хід бюджетного процесу;
– публікацію поточного звіту про витрати;
– публікацію піврічного звіту про виконання бюджету;
– публікацію річного звіту за виконанням бюджету;
– публікацію аудиторського звіту за підсумками виконання бюджету;
– “цивільний бюджет” – публікація бюджету у доступній, зрозумілій, наочній формі (з використанням інфографіки, коротких пояснень, інтерактивних інструментів, гіперпосилання);
– організацію зворотного зв’язку – збір пропозицій по скороченню, оптимізації видатків бюджету

– “народний бюджет” – розподіл частки бюджету на підставі підсумків обговорення, голосування. Як правило, реалізується на місцевому рівні у формі підтримки локальних ініціатив та місцевих проектів.

Пропонується наступний алгоритм реалізації програмного продукту в процесі функціонування системи “Відкритий бюджет”:

1. Формування робочої групи з представників зацікавлених органів влади, громадських (експертних) рад.

2. Аналіз існуючої системи надання інформації про бюджет. Розробка та затвердження регламенту публікації основних бюджетних документів Затвердження списку необхідних компонентів інтернет - ресурсу “Відкритий бюджет”.

3. Підготовка технічного завдання на розробку:

– “електронної оболонки” інтернет - ресурсу з зручним і зрозумілим інтерфейсом;

– регламентів наповнення, адміністрування інтернет - ресурсу і реагування на зворотний зв’язок від зареєстрованих у системі користувачів;

– регламенту проведення публічних обговорень проекту бюджету і його виконання відповідальними особами на інтернет - ресурсі.

4. Проведення конкурсів/тендерів.

5. Розробка “електронної оболонки” і регламентів роботи з інтернет - ресурсом.

6. Випуск місцевих нормативно-правових актів, які затверджують регламенти відповідальних за наповнення та адміністрування інтернет-ресурсу.

7. Навчання операторів системи.

8. Наповнення інтернет- ресурсу встановленої інформацією.

9. Запуск інтернет-ресурсу в тестовому режимі.

10. Аналіз поведінки користувачів, збір зворотного зв’язку, вимір задоволеності користувачів.

11. Корекція та доопрацювання інтернет-ресурсу.

12. Підтримка функціонування інтернет-ресурсу.

Відкритість урядування означає право усіх громадян на доступ до інформації, впровадження політик по забезпеченню прозорості, підзвітності та участі громадян у врядуванні. Найслабшою складовою

відкритого врядування в Україні виявилося забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації політики. Законодавство та адміністративна практика у цій сфері відповідають або частково відповідають показникам дослідження на 48,5 %, з них законодавство – на 65,6 %, адміністративна практика – на 40,6 %. Більше половини – 59,4 % - показників громадської участі не забезпечено на практиці [7].

Така оцінка зумовлена переважно недоліками у діяльності органів влади та органів місцевого самоврядування і меншою мірою – низькою активністю громадян. Для посилення можливостей участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики необхідно запровадити такі зміни:

1) Кабінету Міністрів України:

- розробити та подати на розгляд Верховної Ради України проект закону України "Про публічні консультації з громадськістю", який визначатиме порядок проведення публічних консультацій всіма органами публічної влади (парламентом, центральними органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування), чіткий перелік випадків, коли консультації обов'язкові, механізм зупинення розгляду та (або) дії нормативно – правових актів у разі порушення вимог щодо консультацій з громадськістю в процесі їх підготовки;

- розробити та подати на розгляд Верховної Ради України зміни до Бюджетного кодексу України, якими включити публічні консультації з громадськістю до етапів підготовки проектів державного та місцевого бюджетів;

- внести зміни до Порядку сприяння проведенню громадської експертизи діяльності органів виконавчої влади, якими передбачити можливість здійснення громадської експертизи діяльності бюджетних установ, які надають адміністративні та соціальні послуги.

2) Національному агентству з питань державної служби:

- розробити та включити до програм підвищення кваліфікації державних службовців навчальні модулі щодо практичних питань залучення громадськості до формування та реалізації політики.

3) Громадським експертам та активістам:

- ініціювати внесення змін до рішень місцевих рад (регламентів роботи місцевих рад, положень, статутів територіальних громад) для створення зручних процедур громадської участі на місцевому рівні, зокрема таких: процедур проведення консультацій з

громадськістю щодо проектів рішень місцевих рад, процедур участі громадськості у підготовці проектів місцевих бюджетів, процедур сприяння проведенню громадської експертизи діяльності органів місцевого самоврядування та їх бюджетних установ, процедур проведення громадських слухань;

- ініціювати створення на інформаційно – комунікаційних платформ на зразок "Відкритий бюджет" для забезпечення доступності інформації про планування та витрачання бюджетних коштів з можливістю отримання від громадян зворотнього зв'язку;

- оскаржувати у судовому порядку нормативно – правові акти місцевого рівня у випадку недотримання вимог щодо консультацій з громадськістю в процесі їх розробки (зокрема, документів, що складають містобудівну документацію).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Відкритість бюджету є ключовою умовою функціонування демократичного суспільства. Прозорість бюджету дозволяє суспільству, а особливо активній частині, яка представляє інтереси різних верств населення, скласти уявлення про складність та альтернативи прийняття різних бюджетних рішень. Надає можливість впливати на органи виконавчої влади, активно захищаючи свої громадянські права.

Принцип публічності та прозорості бюджетної системи є запорукою надійності бюджету. Даний принцип, забезпечує довіру громадськості до державної бюджетної політики, сприяє збільшенню надходжень до бюджетів різних рівнів, а також посилює ефективність державного та громадського контролю над бюджетними коштами.

Прозорість у виконанні бюджету може запобігти шахрайству та корупції, допомогти виявити правопорушення. Досвід показує, що публікація даних про виконання бюджету онлайн сприяє викриттю корупційних схем та покарання тих, хто бере участь у них.

Досліджуючи іноземний досвід виконання та використання "Відкритого бюджету" команда Центру політичних студій та аналітики створює програмне забезпечення "Прозорий бюджет". До нього потрібно буде включити найкращі закордоні web-інструменти, такі як: інтерактивні мапи, багаторівневість представлення бюджету, яскрава інфографіка, та інтерактивні підручники з навчання фінансової науки. А також доповнити своїми розробленими

нововведеннями: порівняння різних бюджетів одного рівня; пошук бюджетної інформації по назві міста, можливість експортувати знайдену інформацію, на сайти місцевих рад і так далі. Це дозволить ще на крок зблизити громадськість і владу та збільшити довіру до уряду.

Література

1. Михайлишин Л. Фінансове забезпечення місцевого управління: зарубіжний досвід для України / Л. Михайлишин // Збірник наукових праць: Ефективність державного управління. – 2010. - № 23. – С.343 – 351.

2. Сторонянська І. З. Громадський моніторинг бюджетів міст обласного значення Львівської області: інформаційно-аналітичне видання /за заг. ред. делі., проф. Сторонянської І. 3. - Львів, 2014. -123 с., 2014 р.

3. Малярчук А. Зарубіжний досвід формування місцевих бюджетів / Малярчук А. // Вісник ТАНГ. – 2005. – № 1. – С. 23-27.

4. Латинін М. Фінансово-економічне забезпечення функціонування органів місцевого самоврядування в Україні / М. Латинін // Публічне управління: теорія і практика : зб. наук. праць. – Харків, 2010. – № 1. – С. 29-35.

5. Руденко В. В. Зарубіжний досвід фінансування місцевого самоврядування / В Руденко. В. // Науковий вісник Чернівецького університету – 2008. - № 478 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: Http://lawreview. чну. Эду. ПС/статья. РНР?\Ланг=UA и visnuk= 38&статья =867.

6. Прокофьев С.Е., Макаров А.В. Обеспечение бюджетной транспарент- ности в зарубежных странах // С.Е. Прокофьев, А.В. Макаров / Финансы. – 2010. – № 4. – С. 62-64.

7. Обзор открытости бюджета 2012 / / International Budget Partnership [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http:// internationalbudget.org/.

8. Зубко Г. Открытый бюджет и коррупция. Украинская правда “Экономическая правда” [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.epravda.com.ua/rus/columns/2014/12/5/51066. 9. http://odnoklasniki.in.ua/i.htm. 10. http://open.gov.ru/openregion/projects.

1. My`xajly`shy`n L. Finansove zabezpechennya miscevogo upravlinnya: zarubizhny`j dosvid dlya Ukrayiny` / L. My`xajly`shy`n // Zbirny`k naukovy`x pracz`: Efekty`vnist` derzhavnogo upravlinnya. – 2010. - # 23. – S.343 – 351.

2. Storonyans`ka I. Z. Gromads`ky`j monitory`ng byudzhetiv mist oblasnogo znachennya L`vivs`koyi oblasti: informacijno-anality`chne vy`dannya /za zag. red. deli., prof. Storonyans`koyi I. 3. - L`viv, 2014. -123 s., 2014 r.

3. Malyarchuk A. Zarubizhny`j dosvid formuvannya miscevy`x byudzhetiv / Malyarchuk A. // Visny`k TANG. – 2005. – # 1. – S. 23-27.

4. Laty`nin M. Finansovo-ekonomichne zabezpechennya funkcionuvannya organiv miscevogo samovryaduvannya v Ukrayini / M. Laty`nin // Publichne upravlinnya: teoriya i prakty`ka : zb. nauk. pracz`. – Xarkiv, 2010. – # 1. – S. 29-35.

5. Rudenko V. V. Zarubizhny`j dosvid finansuvannya miscevogo samovryaduvannya / V Rudenko. V. // Naukovy`j visny`k Chernivecz`kogo universy`tetu – 2008. - # 478 [Elektronny`j resurs]. - Rezhy`m dostupu: Http://lawreview. chnu. Эdu. PS/stat`ya. RNR?\Lang=UA y` visnuk= 38&stat`ya =867.

6. Prokof`ev S.E., Makarov A.V. Obespecheny`e byudzhetnoj transparent-nosty` v zarubezhnых stranax // S.E. Prokof`ev, A.V. Makarov / Fy`nansы. – 2010. – # 4. – S. 62-64.

7. Obzor otkrытosty` byudzheta 2012 / / International Budget Partnership [Elektronny`j resurs]. – Rezhy`m dostupu : http:// internationalbudget.org/.

8. Zubko G. Otkrытыj byudzhet y` korrupcy`ya. Ukray`nskaya pravda “Эkonomy`cheskaya pravda” [Elektronny`j resurs]. - Rezhy`m dostupu: http://www.epravda.com.ua/rus/columns/2014/12/5/51066. 9. http://odnoklasniki.in.ua/i.htm. 10. http://open.gov.ru/openregion/projects.

.

Рецензент: *Бондарчук Н.В., д.держ.управл., професор кафедри обліку та аудиту Дніпропетровського аграрно-економічного університету*

12.11.2015

УДК 339.9 : 332.05

Федірко Олександр

СУЧАСНА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОКАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Розкрито сутність та генезис сучасних моделей локалізації інноваційної діяльності. Встановлено взаємозв'язки між концепціями локальної концентрації інновацій на основі осмислення їх категоріального апарату, принципів та тенденцій регіонального розвитку, що лежать в їх основі. Доведено, що теоретико-методичний інструментарій концепцій індустріальних районів, нових промислових місць, кластерів, інноваційного середовища, регіональних та локальних інноваційних систем відображає формування нової локально-інноваційної парадигми суспільно-економічного розвитку, системний характер якої обумовлений синергетичною взаємодією міждисциплінарних досліджень. Адаптування термінів з регулятивних, соціологічних, когнітивних та інших теорій для дослідження економічних явищ і процесів викликане необхідністю врахування цілої низки ендогенних факторів суспільного розвитку, які тривалий час (до середини 1980-х років) ігнорувалися у методології класичної економічної науки. Результатом еклектичного синтезу наукових досягнень стало, з одного боку, формування нового комплексного напрямку регіональних досліджень – нового регіоналізму, а з другого – наростання його критики за невиправдане захоплення його прихильниками запозиченням неекономічних категорій.

Ключові слова: мережі, промислові райони, кластери, локальні інноваційні системи, інноваційне середовище, локально-інноваційна парадигма.

Федирко Александр

СОВРЕМЕННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЛОКАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Раскрыта сущность и генезис современных моделей локализации инновационной деятельности. Установлены взаимосвязи

между концепциями локальной концентрации инноваций на основе осмысления их категориального аппарата, принципов и тенденций регионального развития, лежащих в их основе. Доказано, что теоретико-методический инструментарий концепций индустриальных районов, новых промышленных мест, кластеров, инновационной среды, региональных и локальных инновационных систем отражает формирование новой локально-инновационной парадигмы общественно-экономического развития, системный характер которой обусловлен синергетическим взаимодействием междисциплинарных исследований. Адаптация терминов из регулятивных, социологических, когнитивных и других теорий для исследования экономических явлений и процессов вызвана необходимостью учета целого ряда эндогенных факторов общественного развития, которые длительное время (до середины 1980-х годов) игнорировались в методологии классической экономической науки. Результатом эклектического синтеза научных достижений стало, с одной стороны, формирование нового комплексного направления региональных исследований – нового регионализма, а с другой – нарастание его критики за неоправданное увлечение его сторонниками заимствованием неэкономических категорий.

Ключевые слова: сети, промышленные районы, кластеры, локальные инновационные системы, инновационная среда, локально-инновационная парадигма.

Fedirko Oleksandr

MODERN METHODOLOGY FOR RESEARCH OF INNOVATION ACTIVITIES LOCALIZATION UNDER CONDITIONS OF GLOBALIZATION

The essence and genesis of the modern innovation localization models have been uncovered. The links between the concepts of local concentration of innovation have been identified on the basis of comprehending their categories, principles and underlying trends of regional development. It is proved that theoretical and methodical tools of the concepts of industrial districts, new industrial spaces, clusters, innovative milieus, regional and local innovation systems reflect the

emergence of a new local-innovation paradigm of socio-economic development, whose systemic nature is based on the synergetic interplay of interdisciplinary studies. Adaptation of the concepts from the regulatory approach, social and cognitive sciences to the field of research of economic phenomena and processes is the attempt to take account of a number of endogenous factors of social development, which for quite a long time (till mid-1980s) were ordinarily ignored in the methodology of the classic economics. This eclectic synthesis of scientific achievements resulted, on the one hand, in the formation of the new complex research dimension in the regional studies, called the 'new regionalism', and on the other one – in its growing criticism due to the unjustifiable borrowing of non-economic categories by its followers.

***Keywords*:** networks, industrial districts, clusters, local innovation systems, innovative milieu, local-innovation paradigm.

Постановка проблеми. Протягом 1980-х років центральним об'єктом економічних досліджень була глобалізація економічних відносин, принципи та механізми транснаціоналізації підприємницького капіталу. Тогочасні теоретичні погляди відображали захоплення науковців перевагами глобалізаційних процесів (зокрема, тенденцією до переміщення капіталів з розвинутих країн до країн, що розвиваються), що обумовило поширення ідей про конвергенцію економічного розвитку країн та гомогенізацію світового економічного простору. Водночас, у 1990-х роках глобалізаційні процеси супроводжувались гіперконцентрацією інноваційно-інвестиційної діяльності у невеликій кількості країн та регіонів світу. Так, у 1992 році У. Гілперт ідентифікував лише десять «островів інновацій» в Європі: Великий Лондон, Роттердам/Амстердам, Іль-де-Франс, Гренобль, Рурський район, Франкфурт, Штутгарт, Мюнхен, Турін та Мілан [7]. Все це обумовило значне посилення інтересу до питань локалізації інноваційних систем розвитку регіонів в умовах глобалізації. При цьому, наукова думка сконцентрувалася на дослідженні ендогенних чинників регіонального та локального розвитку економіки, що базується на знаннях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На нашу думку, методологічне наповнення сучасної парадигми міжнародних регіональних досліджень базується на цілій низці теорій інноваційних

систем, що ідентифікуються на національному (Б.-А. Лундвал, К. Фріман, Р. Нельсон, Ч. Едквіст, Г. Досі), регіональному (Б. Асхайм, Р. Флоріда, Дж. Ховелс) та локальному (Ф. Кук, Х.-Дж. Брекзік, М. Хайденрайх) рівнях. Сукупність теоретичних підходів, що складає основу сучасної глобальної регіоналістики, відома під загальною назвою «новий регіоналізм», представлена у працях цілої низки авторів: А. Амін, М. Ассінк, П. Айдалот, Р. Камагні, О. Кревуазьє, Д. Маілле, Е. Малецкі, А. Малмберг, А. Маркусен, Р. Мартін, П. Маскелл, Д. Мейсі, К. Морган, М. Піоре, К. Сабел, Р. Салаіс, А. Скотт, Н. Тріфт та ін.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Формування постіндустріальної моделі економічного розвитку, яка базується на високій значущості інтелектуально-інноваційних чинників, характеризується якісними трансформаціями, які проявляються у новітніх тенденціях (посилення асиметрій регіонального розвитку, гіперконцентрація науково-освітнього, інноваційного та економічного потенціалів в окремих локалітетах, створення глобальних виробничих мереж, вертикальна дезінтеграція та аутсорсинг виробництва тощо), для пояснення яких інструментарій традиційної економічної науки виявився недостатнім. В результаті сформувалися засади нової науки – глобальної регіоналістики, у становленні якої важлива роль належить еволюційній економічній науці, інституціоналізму, теорії інноваційних систем та «новому регіоналізму» [19]. При цьому, варто зазначити, що в даний час ще не існує єдиного підходу, який би дозволив чітко окреслити системну парадигму досліджень локального інноваційного розвитку в умовах глобалізації.

Мета статті. Вважаючи на вищенаведену наукову проблематику метою пропонованої статті є розкриття сутності, генезису та взаємозв’язків між теоретичними моделями локального інноваційного розвитку, синергетичне взаємодоповнення яких дозволяє ідентифікувати фундаментальні засади нової локально-інноваційної парадигми міжнародних регіональних досліджень.

Основний матеріал дослідження. Глобалізаційний етап економічного розвитку людства пов’язаний з цілою низкою якісних трансформацій, однією з яких є тенденція до посилення асиметрій регіонального економічного розвитку внаслідок гіперконцентрації

економічного та науково-технічного потенціалів у окремих регіонах та локалітетах світу. Така ситуація ставить під сумнів можливість досягнення довгострокової економічної рівноваги (особливо у регіональному вимірі), що обстоюється прихильниками неокласичної теорії. Разом з тим, у фокусі сучасних досліджень інноваційних процесів перебуває не стільки питання подолання нерівномірності регіонального інноваційного розвитку, скільки проблема методологічної ідентифікації системи чинників і механізмів успішного локального розвитку інноваційної діяльності. На нашу думку, прихильникам наукових напрямків нового регіоналізму, інституціоналізму та еволюційної економіки, методологія яких сформувалася на основі критики теорій неокласичного напрямку за їх абстрактність, абсолютизацію ринку, ринкової рівноваги та відмежування аналізу економічних явищ від соціального середовища, вдалося сформувати цілий ряд релевантних сучасним міжнародним тенденціям теоретичних моделей інноваційної локалізації, генезис та основоположні категорії яких представлено на рисунку 1.

Своєрідною точкою відліку в еволюції теорій агломерації стали дослідження А. Маршала про промислові райони у кінці XIX ст., у якому науковцем було обґрунтовано поняття зовнішніх ефектів (екстерналій) від просторової концентрації компаній однієї галузі, які виникають унаслідок поглиблення їх економічної спеціалізації, вдосконалення виробничих компетенцій, що обумовлює: швидке зростання товарообороту місцевих фірм; домінування у структурі місцевих ринків праці професійних навиків, затребуваних локальними компаніями; нарощування критичної маси необхідних спеціалізованих послуг та обладнання; інтенсивний трансфер ноу-хау в межах певного індустріального району тощо [11, с. 225]. Положення теорії А. Маршала заклали фундаментальні засади для нового етапу дослідження індустріальних районів, який розпочався у кінці 1970-х років і був обумовлений значним зростанням ефективності локальних виробничих моделей у центральній та північно-східній Італії у повоєнний період. Дослідження його послідовників можна об’єднати у два провідні напрямки. Перший з них пов’язаний з подальшим розробленням економічних механізмів розвитку промислових регіонів. Другий напрямок базується на розумінні економічних відносин як суспільних процесів

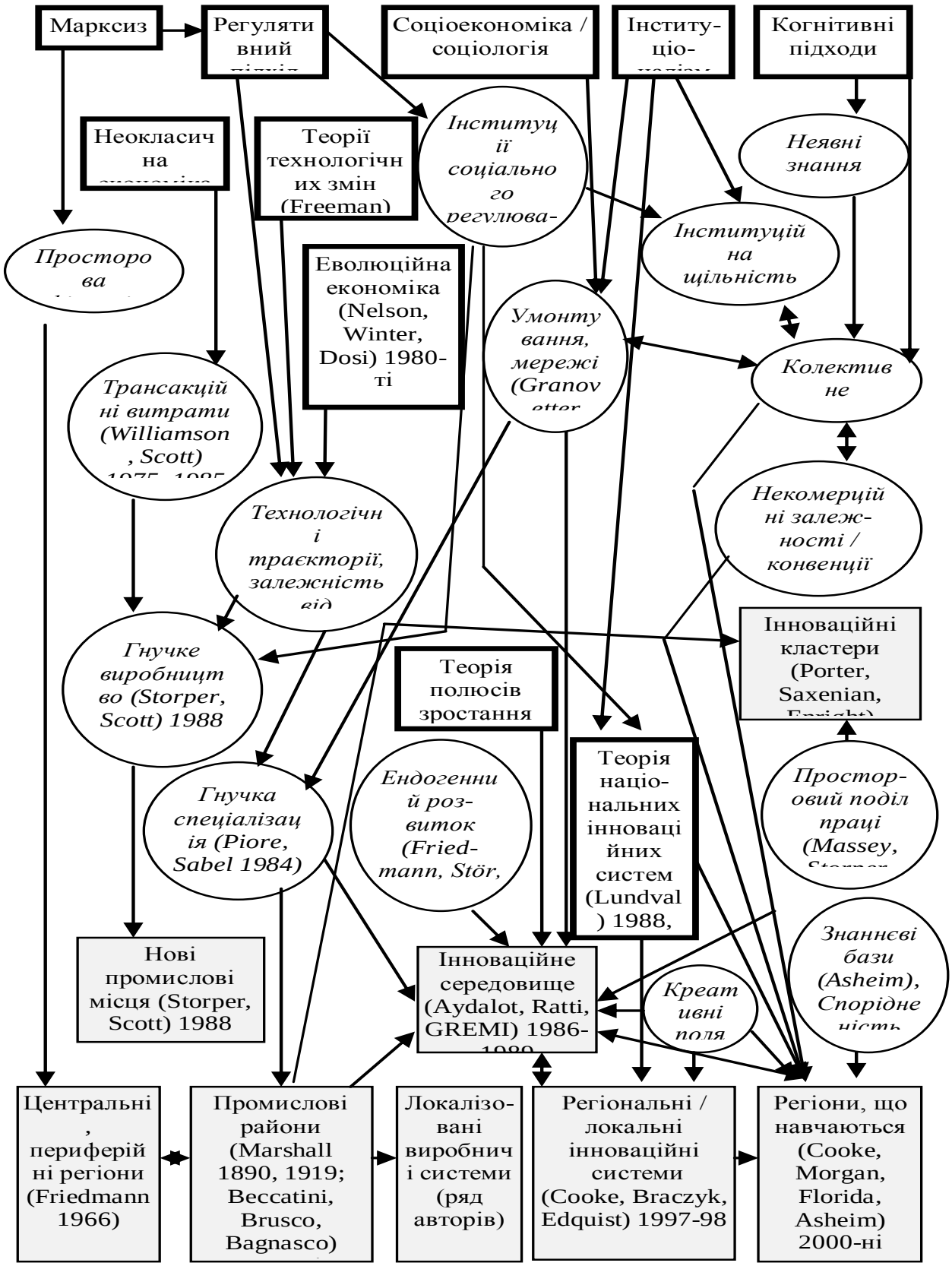

Рис. 1. Системна модель еволюції теорій локалізації інноваційного розвитку (складено автором)

Примітка: □ – базові теорії; ○ – ключові категорії; □ – теорії локалізації інновацій

Перший – на поглиблення локального поділу праці, вертикальна дезінтеграція та децентралізація виробництва, інтерактивні процеси створення та поширення інновацій, а другий – «умонтованих» у соціально-культурну матерію суспільства та його комунікаційну структуру. Так, апологет соціо-економічного трактування районів Дж. Бекатінні [2], базуючись на ідеї А. Маршала про «промислову атмосферу» району, обґрунтовує поняття «відчуття приналежності» (англ.: belong feeling), яке відображає тенденцію до самоідентифікації місцевих спільнот з промисловими районами, в яких вони проживають. За Дж. Бекаттіні, промисловий район – це соціо-територіальне утворення, що характеризується співіснуванням в одному регіоні спільноти людей та популяції компаній, пов'язаних природними та історичними зв'язками. Феномен «соціального умонтування» (англ.: embeddedness) економічних систем вперше був розкритий М. Грановеттером [6] та передбачав вивчення впливу соціальних факторів розвитку промислових регіонів, центральне місце в структурі яких відводилося гомогенізованій системі цінностей місцевої спільноти та локальній інституційній структурі [2].

Важливий внесок у нову локалізаційну парадигму здійснено низкою французьких та італійських авторів: П. Ейдалот, Р. Каманьї, О. Кревуазьє, Д. Маіллат та ін., які розробили концепцію інноваційного мікросередовища (англ.: innovative milieu), згідно якого локальна інноваційна мережа дефініюється як «координована сукупність гетерогенних професійних суб'єктів, які спільно беруть участь у розробці, створенні та поширенні виробничих процесів, товарів та послуг, певна частина яких комерціалізується» [10, с. 122]. При цьому, економічна ефективність такої мережі визначається станом місцевого інноваційного середовища, яке являє собою особливу атмосферу взаємодовіри та узгодження інтересів локального бізнесу, яку можна визначити як конгломерат компетенцій та когнітивних можливостей різних агентів локального інноваційного розвитку, що не є складовою локалізованих виробничих систем, але створює відповідний фон, в межах якого останні розвиваються. На думку науковців проекту GREMI [4], ефективність моделі інноваційного мікросередовища визначається здатністю її суб'єктів брати участь у процесах колективного навчання, що формується під впливом спільного культурного фону, який пов'язує локальних агентів та інституції у

синергетичні мережі і дозволяє знизити невизначеність, а відтак – і рівень трансакційних витрат. За Д. Кіблом [9, с. 320] локальне колективне навчання – це процес формування спільної бази знань та процедур у географічно близьких фірм, які полегшують співпрацю та забезпечують вирішення спільних проблем. До основних механізмів передачі знань та навчання в інноваційному середовищі відносять: взаємодію між постачальниками та споживачами, виробниками та користувачами обладнання; колабораційні зв'язки між компаніями; міжфірмову мобільність висококваліфікованих працівників, утворення спін-оффів.

Однією з ранніх концепцій нового регіоналізму стала модель «нових промислових місць», в якій представниками каліфорнійської школи глобальної регіоналістики [16; 17; 18] обґрунтовано циклічну взаємозалежність процесів промислової дезінтеграції та просторової концентрації підприємств. Аргументація дії дезінтеграційно-агломераційних механізмів пов'язана з ідентифікацією локалізованих центрів зростання, що утворилися в результаті успішного використання можливостей залучення інноваційно-орієнтованого транснаціонального капіталу, що виникли підчас глобальних структурних зрушень. Водночас «периферія зростання» пов'язана з інноваційними центрами через систему коопераційних міжфірмових зв'язків. У першій половині 90-х років XX ст. М. Сторпер та Р. Сале як альтернативу поширеній категорії трансакційних витрат запропонували концепцію «некомерційних взаємозалежностей» (локальні ринки праці, суспільні норми, цінності, конвенції, громадські інституції, неформальні правила розробки і трансферу знань) [19], які відіграють роль зв'язувального механізму, полегшуючи в межах певної території процес координації діяльності інноваційних мереж.

Сучасна концепція «динамічних кластерів», обґрунтована О. Солвелом, Дж. Ліндквістом та К. Кетельсом, принципово відрізняється від широко відомої теорії кластерів М. Портера, оскільки їх головною функцією вважається створення нових знань, розвиток інноваційної діяльності та інтенсифікація обміну інформацією. Так, за визначенням ОЕСР, кластери дефініюються як виробничі мережі тісно взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, організацій, що створюють нові знання (університетів, дослідних

інститутів, інжинірингових компаній), технологічних брокерів, консультантів та споживачів, пов'язаних між собою у виробничий ланцюжок створення доданої вартості [3, с. 5].

Критика недоліків концепції кластерів обумовила розвиток теорії регіональних інноваційних систем [14], автори якої фокусують свої дослідження на системі взаємовідносин між локальними інституціями у процесі розроблення інновацій [8], тоді як вплив екстернальних зв'язків вважається другорядним. Це пов'язано з поширенням у другій половині 1980-х років ендогенної теорії економічного зростання, прихильники якої (П. Ромер, Р. Лукас, К. Ребело) довели, що інвестиції в людський капітал, інновації та знання є провідними факторами економічного зростання, оскільки через супутні ефекти вони стримують спадну віддачу від нагромадженого капіталу [15]. Осмислюючи дві діаметрально протилежні граничні моделі локального розвитку – самодостатність та повну відкритість для міжнародної конкуренції – оптимальним варіантом слід визнати більш реалістичну модель, яка базується на поєднанні елементів перших двох шляхом ідентифікації найбільш цінних складових місцевого потенціалу та селективних зовнішніх ресурсів, які варто було б інтегрувати у локальне середовище та використати для досягнення цілей локального інноваційного розвитку.

Важливим напрямком наукової рефлексії щодо першопричин локального інноваційного розвитку є концепція залежності від попереднього (шляху) розвитку (англ.: path dependence) або «ефект колії», який за Р. Мартіном та П. Санлі є «імовірнісним процесом, у якому в кожний момент історичного часу набір можливих майбутніх траєкторій (шляхів) розвитку технологій, інституцій, фірм або галузей визначається як минулим, так і теперішнім станом системи, що досліджується» [13, с. 402]. Ефект колії втілюється у автокаталітичних та самопідсилювальних процесах, які замикаються у певній технологічній траєкторії розвитку промисловості з-поміж існуючого спектру. Такі процеси за П. Девідом характеризуються [12, с. 185]: технологічною комплементарністю, ефектом масштабів, перешкодами для виходу з галузі, пов'язаними з втратами колишніх інвестицій у випадку зміни технології використання капіталу.

Фундаментальним методологічним положенням, що поєднує більшість сучасних економічних досліджень, є залежність

економічного розвитку від ефективності освіти та процесів навчання. Ідея Р. Флоріди про «регіони, що навчаються» базується на їх баченні як центрів створення нових знань та навчання, котрі в умовах глобалізації виконують функції не лише нагромадження та зберігання нових знань, а й створення відповідної інфраструктури та бізнес-середовища для ефективного їх трансферу [1; 5, с. 528]. Факторами конкурентних переваг визначено компетентність та креативність персоналу, нестандартність управлінських рішень та синергетичний характер інтеграції виробництва та інновацій, що відображає характер сучасної трансформації регіонів на етапі формування економіки знань.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Підбиваючи підсумок проведеного аналізу методологічних підходів до дослідження локального інноваційного розвитку в умовах глобалізації необхідно визначити спільні теоретичні положення, які лежать в основі нової локально-інноваційної парадигми міжнародних регіональних досліджень.

По-перше, більшість теоретичних моделей локальної концентрації інновацій виходять з припущення про те, що нерівномірність регіонального економічного розвитку є закономірним явищем, яке можна пояснити кумулятивною самопідсилювальною динамікою економічно активних регіонів. Науково-емпірична аргументація даного підходу почала формуватися ще у другій половині XX ст. у роботах У. Перру, Дж. Мюрдаля, Хіршмана, Дж. Фрідмана, Н. Калдора та ін. В умовах глобалізації ж вона набула нової якості і пов’язана з її негативними наслідками, такими як зростаючий розрив у рівнях економічного розвитку між країнами світу та всередині кран між регіонами.

По-друге, на відміну від класичної регіоналістики, представники якої концентрувалися на дослідженні принципів просторового розміщення виробництва з метою оптимізації трансакційних витрат, сучасна школа міжнародних регіональних досліджень фокусується на вивченні взаємодії системи ендогенних факторів локального інноваційного розвитку із зовнішнім середовищем. При цьому, в центрі уваги перебуває формування полірівневих інноваційних мереж та інституцій, функціонування яких безпосередньо впливає на ефективність інноваційного розвитку локалітетів.

По-третє, в основі досліджень лежить відкрита модель інноваційного процесу, яка його розглядає як інтерактивну взаємодію між усіма суб'єктами, що генерують та поширюють нові технології. Дана модель, з одного боку, розкриває переваги від розширення міжорганізаційної співпраці в сфері науки та технологій, а з іншого, містить високий потенціал конфліктів у зв'язку з можливим порушенням прав інтелектуальної власності на перспективні винаходи.

По-четверте, в умовах формування економіки, що базується на знаннях, високої значущості набувають неекономічні фактори: соціально-культурні зв'язки, взаємна довіра суб'єктів інноваційного процесу, колективне навчання, обмін інформацією, навичками та компетенціями. Усе це свідчить про інтеграцію економічних та соціально-психологічних чинників інноваційного розвитку, що обумовлює потребу у застосуванні міждисциплінарних досліджень цих процесів. При цьому, існує низка викликів щодо використання в економічних дослідженнях методик соціологічних, регулятивних, психологічних, когнітивних та інших наук, які належить вирішити у майбутньому.

Література

1. Asheim, B. T. "Location, agglomeration and innovation: towards regional innovation systems in Norway": Paper presented at the International Geographical Congress, The Hague, The Netherlands, August 5-10, 1996.

2. Becattini, G. The Marshallian industrial district as a socio-economic notion / G. Becattini // Industrial Districts and Inter-Firm Cooperation in Italy / Eds. F. Pyke, G. Becattini, W. Sengenberger. – Geneva: International Institute for Labour Studies, 1989. – P. 37-52.

3. Boosting Innovation: The Cluster Approach, Paris: OECD, 1999. – 427 p.

4. Bramanti A. The multi-faced dimensions of local development / A. Bramanti, R. Ratti // The Dynamics of Innovative Regions. The GREMI Approach / Editors: A. Bramanti, R. Gordon, R. Ratti. – Aldershot, UK: Ashgate, 1997. – P. 3-46.

5. Florida R. Toward the learning region / R. Florida // Futures. – 1995. – № 27. – P. 527–536.

6. Granovetter M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness / M. Granovetter // American Journal of Sociology. – 1985. – № 91. – P. 481-510.

7. Hilpert U. Archipelago Europe: islands of innovation: synthesis report / U. Hilpert – Brussels: FAST, Commission of the European Communities, 1992. – 290 p.

8. Howells J. The Globalization of Production and Technology / J. Howells, M. Wood. – London: Belhaven Press, 1993. –256 p.

9. Keeble D. Collective Learning Processes, Networking and 'Institutional Thickness' in the Cambridge Region / David Keeble, Clive Lawson, Barry Moore, Frank Wilkinson // Regional Studies. – № 33:4. – 1999. – P. 319-332.

10. Maillat D. Réseaux d'innovation et milieux innovateurs: un pari pour le dévloppement régional / D. Maillat, M. Quévit, L. Senn. – Neuchâtel: EDES for Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs (GREMI), 1993. – 376 p.

11. Marshall A. (1890) Principles of Economics: An Introductory Volume. London: Macmillan. –871 p.

12. Martin R. Path dependence and local innovation systems in city-regions / R. Martin, J. Simmie // Innovation: management, theory and practice. – 2008. – № 10. – P. 183-196.

13. Martin R. Path dependence and the evolution of the economic landscape / R. Martin, P. Sunley // Journal of Economic Geography. – 2006. – № 6(4). – P. 395-438.

14. Regional Systems of Innovation: The Role of Governance in a Globalized World / Editors: P. Cooke, H.-J. Braczyk, M. Heidenreich. – London: Routledge, 2004. – 464 p.

15. Romer P. M. The Origins of Endogenous Growth / P. M. Romer // The Journal of Economic Perspectives. – 1994.–№ 8 (1).– P.3-22.

16. Sabel C. Flexible specialization and the re-emergence of regional economies / C. Sabel // Reversing industrial decline? / Editors: P. Hirst, J. Zeitlin. – Oxford: Berg, 1989. – P. 52.

17. Scott A.J. Flexible production systems and regional development: the rise of new industrial spaces in North America and western Europe / A.J. Scott // International Journal of Urban and Regional Research. – 1988. – № 12. – P.171-85.

18. Storper M. The Capitalist Imperative: Territory, Technology

and Industrial Growth / M. Storper, R. Walker. – Oxford: Blackwell, 1989. –292 p.

19. Storper M. The resurgence of regional economies, ten years later: the region as a nexus of untraded interdependencies / M. Storper // European Urban and Regional Studies. – 1995. – № 2. – P. 191–221.

Рецензент: *Балджи М.Д., д.е.н., проф., зав. каф. економіки та управління національним господарством Одеського національного економічного університету*

2.11.2015

УДК 94(321)

Матлай Любава

ХАВ'ЄР СОЛАНА МАДАР'ЯГА В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ ПОЛІТИЦІ ТА ДИПЛОМАТІЇ

Розглянута особистість відомого європейського політичного діяча Хав'єра Солани Мадар'яга, який вніс свій вклад в європейську та світову політику і дипломатію. Досліджено його діяльність на посту міністра закордонних справ Іспанії (1992-1995 рр.), Генерального секретаря НАТО (1995-1999 рр.), Високого представника з питань спільної зовнішньої та безпекової політики Європейського Союзу (1999-2009 рр.). Як міністр закордонних справ Іспанії, Х.Солана ініціював Барселонський процес для більш тісних добросусідських відносин середземноморських держав. Як Генеральний секретар НАТО, він дав поштовх реформі альянсу, яка призвела до реорганізації політичної та військової структури блоку, змін у його стратегії відповідно до вимог часу. Солана був щирим прихильником розширення ЄС та вступу в цю організацію країн Центральної та Східної Європи.

Ключові слова: Іспанія, Генеральний секретар НАТО, Європейський Союз, Високий представник з питань спільної зовнішньої та безпекової політики ЄС.

Матлай Любава

ХАВЬЕР СОЛАНА МАДАРЬЯГА В ЕВРОПЕЙСКОЙ ПОЛИТИКЕ И ДИПЛОМАТИИ

Рассмотрена личность известного европейского политического деятеля Хавьера Соланы Мадарьяга, который внес свой вклад в европейскую и мировую политику и дипломатию. Исследованы его деятельность на посту министра иностранных дел Испании (1992-1995 гг.), Генерального секретаря НАТО (1995-1999 гг.), Высокого представителя по общей внешней политике и политике

безопасности ЕС (1999-2009 гг.). Как министр иностранных дел Испании, Х.Солана инициировал Барселонский процесс для укрепление добрососедских отношений средиземноморских государств. Как Генеральный секретарь НАТО, он способствовал реформе альянса, реорганизации политической и военной структуры блока, его стратегии. Солана был сторонником расширения Европейского Союза и вступления в объединение стран Центральной и Восточной Европы.

Ключевые слова: Хавьер Солана, Испания, Генеральный секретарь НАТО, Европейский Союз, Высокий представитель по общей внешней политике и политике безопасности ЕС.

Matlay Lyubava

JAVIER SOLANA MADARIAGA IN EUROPEAN POLITICS AND DIPLOMACY

This paper analyses the personality of a well-known Spanish and European politician Javier Solana Madariaga, who made his contribution to the development European and global policy and diplomacy. The activities of Solana on the post of Minister of Foreign Affairs of Spain (1992-1995), NATO Secretary General (1995-1999), the High Representative for Foreign and Security Policy of the EU (1999-2009) have considered. As the Spanish Foreign Minister, Javier Solana has initiated the Barcelona process for a closer neighborhood-policy with the Mediterranean States. As Secretary General of the NATO, he gave the NATO impetus for reform, which led to the reorganization of its political and military structure and changes to its strategy. Javier Solana has been an advocate of the enlargement of the European Union and entry into the EU of the countries of the Central and Eastern Europe.

Keywords: Javier Solana, Spain, Secretary General of NATO, the European Union, the High Representative for the Common Foreign and Security Policy the EU.

Постановка й актуальність дослідження. Неперевершеним політиком сучасності став відомий дипломат, міністр закордонних справ Іспанії (1992-1995 рр.), Генеральний секретар НАТО (1995-1999 рр.), перший очільник європейської дипломатії (1999-2009 рр.) Хав'єр

Солана. Він був главою Європейського оборонного агентства, створеного у липні 2004 року з метою стимулювання європейського оборонного потенціалу в галузі регулювання регіональних конфліктів. Солана брав найактивнішу участь у розробці першої стратегічної доктрини безпеки ЄС. Зараз політик є старшим науковим співробітником Інституту Брукінгса (Вашингтон, округ Колумбія), почесним президентом Центру гуманітарного діалогу (Женева), головою Виконавчого комітету Глобального інституту Барселони, членом ради Міжнародної кризової групи, членом Європейської ради з міжнародних відносин та прав людини. Крім того, Х.Солана очолює центр світової економіки та геополітики (ESADE) в Барселоні та Мадриді, який досліджує еволюцію глобального суспільства, аналізує світову економіку, корпоративне керівництво і новітню практику в галузі державного будівництва. До думок політика дослуховуються у світі. Його унікальний погляд на різноманітні питання безпеки та оборони, торгівлі та інвестиційної діяльності, міжнародних відносин та дипломатії є цікавим для політиків, військових, журналістів, пересічних громадян.

Метою наукової розвідки стала характеристика та оцінка діяльності Х.Солани, його ролі у забезпеченні демократизації іспанського зовнішньополітичного відомства, внутрішньополітичної консолідації Північноатлантичного альянсу та ЄС. Також здійснена спроба в загальних рисах окреслити масштаби постаті одного із найвідоміших політиків світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз стану наукового вивчення зазначеної теми показує, що зовнішню політику Іспанії початку 90-х років XX століття ретельно дослідили західні науковці С.Арениаль [6], А.Віньяс [30], Х.Марін [21], Р.Меса [22], Х.Тусель [28], Ч.Пауел [25], Х.Перейра [24] та інші. Теоретичним підгрунтям даної роботи стала книга Х. Солани "Розмова з Л.Бассетом. Стверджуючи політику. Двадцять років міжнародних стосунків", яка вийшла у 2010 році в Барселоні [26]. Крім того були опрацьовані історико-документальні ресурси уряду, парламенту, зовнішньополітичного відомства Іспанії – Boletin Oficial del Estado (Офіційний бюлетень держави); Boletin Oficial de las Cortes Generales (Офіційний бюлетень Генеральних Кортесів); Diario de las Seciones de Cortes (Щоденник сесій Кортесів); Activadades, textos y documentos de

la politica exterior Espanola (Діяльність, тексти та документи зовнішньої політики Іспанії); Oficina de Informacion Diplomatica (Офіційна дипломатична інформація).

Виклад основного матеріалу. Варто познайомитися з біографією Хав'єра Солани Мадар'яга. Відомий політик народився 14 липня 1942 року в Мадриді у шанованій інтелігентній родині. У 1959 році вступив на фізичний факультет столичного університету Комплутенсе, але через чотири роки був відрахований з числа студентів за участь у антифранкістський демонстрації. У 1964 році Солана вступив в Іспанську соціалістичну робітничу партію та продовжив навчання у Великобританії. Через два роки він отримує престижну стипендію фонду Фулбрайта, проходить стажування та працює в США науковим співробітником на кафедрі фізики університету штату Вірджинія. Солана, як доктор наук з фізики твердого тіла, у 1971 році став доцентом кафедри фізики Мадридського автономного університету. У 1976 році обраний членом Виконавчого комітету ІСРП. З 1977 року – депутат іспанського парламенту. У першому соціалістичному уряді політик отримав посаду міністра культури. У 1988 році призначається міністром освіти. У червні 1992 році очолив зовнішньополітичне відомство Іспанії [7].

Необхідно додати, що Х. Солана 13 років пропрацював в уряді Ф. Гонсалеса і це в той час, коли урядові кабінети змінювалися дев'ять разів. У цьому випадку, на думку багатьох іспанських аналітиків, спрацювала взаємна симпатія та злагодженість із главою уряду Ф. Гонсалесом. "Міністр обіймів та усмішок", як називали Солану співвітчизники, був непричетний до жодного політичного скандалу, корупційних дій, які негативно впливали на імідж кабінету і, нерідко, мали місце в іспанському політикумі.

На посаді глави зовнішньополітичного відомства Х. Солана активно реалізовував основні напрями зовнішньої політики Іспанії – європейський, атлантичний, латиноамериканський, середземноморський. За словами політика, у 90-ті роки найважливішим завданням іберійської дипломатії було визначення міжнародного становища країни у системі міжнародних відносин та формування її позитивного іміджу [27].

У березні 1995 року Х. Солана, як глава зовнішньополітичного відомства, сформулював основні цілі

іспанського головування в ЄС перед Генеральними Кортесами (іспанським парламентом). Серед ключових цілей були виділені: розробка нової стратегії для Середземномор'я, підготовка та проведення Євросередземноморської конференції; підготовка до Міжурядової конференції ЄС в Турині у 1996 році; сприяння ініціативам в економічній та трудовій політиці; зміцнення відносин між ЄС та країнами Латинської Америки; подальший розвиток Спільної зовнішньої політики та політики безпеки [15].

Іспанія розпочала європейське головування у другій половині 1995 року. Головування відбувалося в умовах важких переговорів, конфлікту між менш економічно розвиненими державами-членами (Іспанією, Португалією, Грецією, Італією) та іншими країнами щодо Європейського економічного та валютного союзу. Мадрид зажадав подвоїти структурні фонди до 1999 року, а також створити новий Фонд згуртованості в обмін на фінансові зусилля, які були необхідні для задоволення потреб ЄЕВС. На відміну від 1989 року, коли Іспанія демонструвала свою надійність як партнера в Європі, головною метою другого головування в ЄС, було просування іміджу важливої європейської держави з глобальними інтересами [23]. Іспанські дипломати, під керівництвом Х.Солани, наполегливо працювали над втіленням ідеї трансатлантичної співпраці, основні завдання та перспективи якої були визначені у Трансатлантичній декларації. Саме тому, Іспанія в період підготовки до Міжурядової конференції ЄС, спираючись на зацікавленість, яку проявили до цієї події американці, активізувала політичні, дипломатичні контакти з правлячими колами Вашингтона. Доречно додати, що представники Іспанії стали ініціаторами ідеї створення Трансатлантичної економічної ради у складі ЄС, США, Канади та Мексики. Були запропоновані наступні напрями співпраці між ЄС та США: двостороння торгівельно-економічна співпраця; зміцнення військово-політичного співробітництва в галузі безпеки та оборони, в першу чергу в структурах НАТО; створення спільної зовнішньополітичної стратегії щодо країн, економічних блоків, регіонів; надання економічної допомоги країнам, що розвиваються; сприяння захисту інтелектуальної власності, авторських прав, розвитку освіти, науки та культури; чітка взаємодія в міжнародних організаціях, зокрема, ООН, з основними акцентами на превентивну дипломатію, захист прав

людини, навколишнього середовища тощо.

Перші практичні кроки щодо реалізації трансатлантичної ідеї були зроблені під час візиту державного секретаря США У. Крістофера в Мадрид у червні 1995 року. Місяцем пізніше була створена робоча група, яка мала виробити концепцію трансатлантичного співробітництва, підготувати проект політичної декларації. 10 і 11 листопада 1995 року, в Севільї, відбувся саміт ділових кіл Іспанії щодо трансатлантичної співпраці, на якому були запропоновані рекомендації для США та ЄС. 2 грудня 1995 року президент США Б. Клінтон прибув до Мадриду з метою підписання нової програми трансатлантичної співпраці з ЄС [16]. 3 грудня 1995 року президент США Б. Клінтон та президент Європейської комісії Ж. Сантер поставили свої підписи під новою Трансатлантичною програмою, яка визначала відносини між двома блоками в комерційних, політичних, культурних та соціальних сферах [8].

Зрештою, президенство в ЄС засвідчило, що іберійська держава знаходиться в центрі європейської політики, є надійним політичним, економічним, торгівельним партнером. У цьому була, безперечно, велика заслуга міністра закордонних справ Іспанії Х.Солани.

Слід підкреслити, що на діяльність іспанського зовнішньополітичного відомства вплинула еволюція всієї системи міжнародних відносин, яка призвела до появи нових форм дипломатичної діяльності – багатосторонньої дипломатії, дипломатії прав людини, дипломатії глав держав тощо. Іспанська дипломатія у 90-ті роки XX століття спромоглася стати одним із світових лідерів щодо організації та проведення численних заходів багатосторонньої дипломатії. Щорічні зустрічі керівників держав та урядових кабінетів стали ключовими ланками Іберoамериканської конференції. За допомогою Іберoамериканської співдружності націй, країни Латинської Америки, Іспанія та Португалія долучилися до дипломатії зі змінною геометрією.

Дипломатична активність у Латинській Америці була пріоритетом зовнішньої політики Іспанії. 23-24 липня 1992 року відбувся другий форум ІСН у Мадриді, на якому розглянуто, проаналізовано та схвалено різноманітні програми в галузях освіти, науки, інформаційних технологій [9]. Всю організаційну роботу щодо

цього саміту провело іспанське МЗС під керівництвом Х. Солани. Захист демократичних перетворень та демократичних інституцій, консолідація прав людини в державах ІСН стали важливими завданнями Мадриду. В рамках конференції прийнята Конвенція щодо розвитку Фонду індіанських народів Латинської Америки та Карибів. 15-16 липня 1993 року у м. Сальвадор (Бразилія) відбувся третій саміт ІСН. На цьому форумі розглянуто соціальні аспекти розвитку держав співдружності. Іспанська діяльність базувалася на конкретних справах: було задіяно три програми іберо-американської співпраці – програма Mutis (800 стипендій для студентів та аспірантів і спеціалістів), ліквідація неграмотності в Сальвадорі, Домініканській Республіці; програма освітнього телебачення через іспанський супутник "HISPASAT", чиї передачі регулярно транслюються на Латинську Америку [10]. Найважливіші питання економічної співпраці в контексті процесів глобалізації та регіоналізації були обговорені в м. Картахена (Колумбія) 14-15червня 1994 року [11]. В Мадриді неодноразово підкреслювали, що поступальний економічний розвиток держав Латинської Америки відповідає національним інтересам Іспанії, оскільки покращуються умови доступу на латиноамериканський ринок іспанських товарів та інвестицій. На п'ятому саміті в м. Барілоче (Аргентина) 16-17 жовтня 1995 року країни визначили ключовим завданням взаємну співпрацю в галузі освіти [12]. Механізм Іберо-американського процесу став не тільки фактором збереження культурно-лінгвістичної близькості країн, але й фактором політичної координації. Іспанія прагнула підтримувати економіку країн Латинської Америки через збільшення капіталовкладень Європейського інвестиційного банку, намагалася сприяти налагодженню стосунків між обома континентами. За посередництва Іспанії були підписані угоди щодо співпраці ЄС і МЕРКОСУР [20].

Успішним проектом для зовнішньополітичного відомства Іспанії стало середземноморське партнерство. Організація та проведення Євросередземноморської конференції проходили в нелегких умовах. Перед МЗС було поставлене конкретне завдання – перебороти супротив деяких країн, які намагалися бойкотувати конференцію та зібрати за одним столом представників країн ЄС, держав Близького Сходу та Північної Африки. Іспанські дипломати

змогли переконати Марокко, Лівію, Сирію змінити свої позиції стосовно конференції і взяти в ній участь. Іспанія, як головуюча держава в ЄС, зуміла організувати та провести три раунди зустрічей з середземноморськими країнами, узгодити всі гострі проблеми, а також програму роботи конференції, заяву її учасників. 27-28 листопада 1995 року відбулася Євросередземноморська конференція в Барселоні, де вперше зібралися разом представники 15 європейських держав та 12 – середземноморських. Відкриваючи конференцію, Х.Солана заявив, що минуло 900 років від скликання першого хрестового походу папою Урбаном II, події, яка призвела до непорозуміння та непримиренності між представниками різних релігій, націй та народностей. Іберійський міністр закликав делегації різних держав почути один одного та досягти взаємоприйнятних рішень. Цей дипломатичний захід, безумовно, став черговою перемогою іспанської дипломатії [13]. Після цієї конференції іспанський міністр потрапив до кола осіб, причетних до великої політики.

В одному із інтерв'ю Хав'єр Солана сказав: "Я був гордий, що мені випала честь очолювати нашу першу зустріч, метою якої було перетворення Середземномор'я в простір безпеки, солідарності та взаємних обмінів. Початок цього процесу став невід'ємною частиною європейської реакції на закінчення "холодної війни" та глобалізацію. Ми вільно обговорюємо всі питання, що робить Барселонський процес чудовою лабораторією ідей. (…) Євросередземноморське партнерство не єдиний інструмент співробітництва, але це один із найрозробленіших інструментів і єдиний, який одночасно сприяє безпеці та реформам" [26]. Крім того, іспанські дипломати констатували в ЄС, що без виділення достатніх коштів Барселонський процес буде приречений. Завдяки збалансованій діяльності іберійської дипломатії, допомогу ЄС середземноморським країнам збільшують на 22 проценти, східноєвропейським державам – лише на 8 процентів. Вкотре іспанська дипломатія виявилася спроможною виступити на захист своїх національних інтересів.

Зовнішньополітичне відомство Іспанії постійно працювало над просуванням доступу до сировинних ресурсів, фінансових потоків, над врегулюванням суперечливих питань. Країна намагалася залучати іноземні інвестиції, пропонуючи пільговий торгово-інвестиційний режим для закордонних інвесторів. Утім, з подальшою відкритістю

національних економік, загостренням конкуренції на світових ринках, відміною багатьох квот та обмежень, виникали протиріччя між лібералізацією та державним протекціонізмом. Це, іноді, призводило до торгових конфліктів. Слід звернути увагу на той факт, що найбільш глибокі та довготривалі конфліктні ситуації відбувалися у рибальській галузі. Після вступу Іспанії в ЄС, перша погодилася дотримуватися 10-річного мораторію на рибальство у при берегових зонах Європи з метою поновлення запасів промислових риб. Іспанські рибальські судна розпочали активний промисел біля берегів Канади. У 1994 році Канада також ввела мораторій на рибальство біля острова Ньюфаундленд. 9 березня 1995 року три канадські патрульні кораблі намагалися зупинити іспанське судно "Естай" за підозрою у незаконному вилові риби [15]. Під час затримки вищезгаданого судна була використана зброя. 13 березня Іспанія відправила до зони конфлікту свої військові кораблі, пояснюючи це необхідністю захисту своїх рибалок. ЄС підтримав дії Мадриду, погрожуючи Оттаві введенням економічних санкцій. Іспанське дипломатичне відомство задіяло всі засоби врегулювання конфліктної ситуації. 28 березня Іспанія направила позов в Міжнародний суд в Гаазі, мотивуючи свою заяву тим, що Канада не мала права арештовувати іспанське судно в міжнародних водах. Після величезних зусиль іспанської та європейської дипломатії у переговорному процесі з Канадою, у вересні 1995 року сторонами було досягнуто угоди, за якою Оттава зобов'язувалася переглянути розміри квот на вилов риби на користь європейців.

Хав'єр Солана приділяв велику увагу двостороннім зв'язкам з багатьма країнами світу, намагаючись розширити міжнародні пріоритети Іспанії, включаючи держави Азійсько-Тихоокеанського регіону. У січні 1994 року міністр здійснив офіційний візит до Японії в рамках Далекосхідного туру з метою стабілізації політичних і комерційних контактів. Він зустрівся з прем'єр-міністром Японії М. Хосокава і своїм колегою Т. Хата для вирішення двосторонніх проблем, особливо іспанського торгового дефіциту. Після цих зустрічей і під час прес-конференції, сторони наголошували на необхідності політичного діалогу і комерційних обмінів. Було досягнуто домовленостей про проведення регулярних зустрічей на високому та найвищому рівнях [18]. У В'єтнамі, 18 жовтня 1994

Х. Солана та його в’єтнамський колега Н. Мань Кам висловили прагнення обох сторін до зміцнення дружби і високого рівня обмінів в області економіки, торгівлі, культури, освіти, науки і техніки [29].

Після того, як Генеральний секретар НАТО В. Класс, зганьбив себе корупційним скандалом, постало питання про його заміну. Врятувати імідж альянсу мав Х. Солана. Призначення колишнього антинатовця та пацифіста на керівну посаду в альянсі мало засвідчити, що військовий блок також еволюціонує, стає більш демократичним. Доля подарувала Солані випадок, сприятливу можливість оволодіти реальною ситуацією та історичними обставинами з користю для своєї країни. Мав рацію видатний американський політолог Д.Белл, констатуючи, що розробка розумного курсу у зовнішній політиці, обороні чи економіці, висуває на перший план людей, які володіють знаннями, необхідними для передбачення та здатні розробити політичну стратегію, втілити її в життя [1]. Саме фізик-теоретик Х.Солана мав здійснити реформи найвпливовішого військового блоку світу – Північноатлантичного альянсу.

У перші дні роботи на чолі НАТО, політик почав розв'язувати надскладні завдання глобального та регіонального масштабів. Йому довелося керувати розгортанням багатонаціональних миротворчих сил у Боснії. Виконуючи постанови Ради безпеки ООН, Солана забезпечив виконання всіх Дейтонських угод.

За чотири роки перебування на посаді Генерального секретаря НАТО, Х.Солана спромігся реорганізувати політичні та військові структури організації, змінив її основну стратегію відповідно до вимог часу. Він був упевнений, що військовий блок має стати ефективним інструментом для проведення переговорів і з цією метою створив якісно новий орган альянсу – Раду євроатлантичного партнерства. Його заслугою стала успішно реалізована ідея – зібрати та посадити за стіл переговорів делегатів 16 країн-членів блоку та представників 28 держав-партнерів. Можна із впевненістю констатувати, що Рада євроатлантичного партнерства стала впливовою політичною структурою, в якій дотепер здійснюються консультації з різних важливих питань, у тому числі, в рамках відомої програми "Партнерство заради миру". Х.Солана успішно виконав своє головне завдання – допомогати державам-союзницям у досягненні

консенсусу з усіх суперечливих питань. Політичний лідер альянсу став відігравати ключову роль у прийнятті рішень країнами блоку та визначати розвиток Північноатлантичного союзу, його стратегічні концепції. У 1997 році у Мадриді, під час зустрічей у верхах, питання щодо розширення блоку призвело до гострих суперечок серед лідерів країн. Політичну полеміку врегулював Солана, який провів консультації зі всіма членами альянсу і схилив останніх до прийняття в НАТО Польщі, Чехії та Угорщини.

У 1997 році Х.Солана був причетним до створення системи партнерської співпраці між НАТО та Україною і підписання у Мадриді "Хартії про особливе партнерство". На протязі багатьох років політик неодноразово відвідував нашу державу. Він говорив: "Як ви знаєте, Україна та її розвиток посідають особливе місце у моєму серці. Україна є важливою європейською країною, і її розвиток впливає на майбутнє, процвітання та стабільність всього континенту. ЄС глибоко зацікавлений в Україні, і наш зв'язок постійно стає ближчим та поглиблюється. Зрозуміло, що Україні потрібно знайти власну дорогу розвитку..." [3].

У 1998 році у Брюселі відбувалися запеклі дебати щодо реагування на насильство та агресію на Балканах. Генеральний секретар НАТО Х.Солана взяв на себе відповідальність запевнити держави блоку, що використання сили на Балканах має достатню правову основу. У результаті цього, у 1999 році була проведена операція "Еллайд Форс". Втім, не всі країни світу підтримали таке вимушене рішення. Дотепер в Європі критикують Х.Солану за підтримку бомбування Сербії. Через сербські події, російський публіцист М.Троїцький із великим сарказмом охарактеризував Солану як : "...штучне європейське створіння. Відрізняється гнучкістю та еластичністю. Використання – багаторазове. Число функцій не обмежене, є і прямо протилежні – розгортати боротьбу за мир, зміцнювати єдність, будувати співпрацю, зводити мости, шукати компроміси, розпочинати агресію, бомбити мирні міста, ділити держави. Швидко, якісно, надійно. Постійний результат" [5].

У 1999-2009 роках Х.Солана перебував на посту Високого представника з питань спільної зовнішньої та безпекової політики ЄС. У 2003 році одним із перших документів політики безпеки ЄС став "Secure Europe in a better world"(так звана доктрина Солани). В ній

зазначалося, що регіональне утворення спроможне взяти на себе частину відповідальності за глобальну безпеку і разом із США та іншими світовими акторами протидіяти глобальним викликам та загрозам [19]. Документ Солани наголошував на важливості зміцнення міжнародних багатосторонніх систем безпеки – ООН, НАТО, МЕРКОСУР та інших. Європейські держави у 2003 році взяли практичну участь у проведенні миротворчих операцій. У січні ЄС перебирає на себе здійснення поліційної місії у Боснії та Герцеговині, яку до цього на протязі семи років проводила ООН. Першою в історії ЄС військовою миротворчою операцією у березні 2003 року стала операція "Конкордія" в Македонії, яка наприкінці вищезгаданого року була замінена поліційною операцією "Проксіма"[14]. У червні 2003 року ЄС здійснив першу військову операцію "Артеміс" за межами Європи – у Демократичній Республіці Конго. Керував цією відповідальною місією Х.Солана [17].

Заслуговують на увагу поради Х. Солани президенту США Б. Обамі, які перший висловив на сторінках "The Financial Times" 9 січня 2009 року. Спираючись на власний досвід дипломатичної діяльності, Х. Солана наголошує, що всі державні рішення мають лежати у політичній площині; іншими словами, міждержавні конфлікти, громадянські війни, енергетичні проблеми – вимагають політичного врегулювання з урахуванням інтересів всіх сторін. На думку іспанського дипломата, особисті якості та довіра між політиками відіграють фундаментальну роль, а взаємна довіра – це двигун переговорів. Крім того, Солана стверджує, що жодна країна світу, навіть така супердержава, як США, не в змозі вирішити проблеми власними силами. Він переконаний, що майже всі проблеми мають регіональний характер і до їх вирішення варто залучати сусідів, використовувати досвід та ресурси неурядових організацій та приватного бізнесу, а найкращим моментом для вирішення будь-якої проблеми є початок її виникнення, допоки ворогуючі сторони не зайняли жорстку позицію одна до одної. Насамкінець, Х. Солана підкреслює, що кінцева ціль дипломатії – вироблення правил, з якими всі погоджується, а взаємоприйнятні правила – це запорука безпеки держави та свободи людей.

Підкреслимо, що Солана завжди дотримувався думки, що політичні та економічні відносини між ЄС та США необхідні обом

сторонам. Він неодноразово висловлювався: "Ми не конкуренти. Ми розділяємо спільні цінності і широке коло інтересів. Впевнений, що у міжнародній політиці варто зосереджуватися на тому, як ефективніше співпрацювати разом і намагатися досягти спільних цілей у безпеці, стабільності, добробуті" [4].

Висновки. Узагальнюючи, можна підкреслити, що, перебуваючи на керівних посадах двох із найважливіших міжурядових та наднаціональних організацій світу – НАТО і ЄС – Х. Солана був майстром політичного діалогу, фаховим антикризовим менеджером. Захищаючи національно-державні інтереси Іспанії, він визнавав, що в інших країн є власні цілі та інтереси, відтак пошуки взаємоприйнятних рішень мають відбуватися виключно шляхом переговорів. Х. Солана був видатним дипломатом, а на думку колишнього заступника Генерального секретаря ООН В. Ф. Петровського: “Хороший дипломат – той, хто добре знає та захищає національні інтереси своєї держави. Видатний дипломат – той, хто розуміє місце та роль своєї країни у світі і, просуваючи її інтереси, допомагає зміцненню миру та процвітання людства”[2].

Література

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования /Д. Белл[Перевод с англ. под ред. В.Л.Иноземцева] . – М.: Academia, 2001. – 578 с.

2. Петровский В. Ф. О тонкостях нашей профессии [Електронний ресурс] / В. Ф. Петровский // Независимая газета. – 02.03.2000. – Режим доступу: веб-сайт НГ - http://world.ng.ru.

3. Солана:особливе місце України в моєму серці- інтерв'ю Хав’єра Солани Українській службі Бі-Бі-Сі та інформаційним агентствам "Інтерфакс-Україна" та Укрінформ. 18 жовтня 2006 року .

4. Солана: ЄС та США - не конкуренти [Електронний ресурс]. – http://consilium.europa.eu/javier-solana-offline/articles?archDate=2007&archMonth=5&bid=113&id=246&lang=en&max=0&page=arh 34.

5. Троицкий Н. Политический портрет Х.Соланы [Електронний ресурс]. – http://nicolaitroitsky.livejournal.com/290695.html

6. Arenal C. del. La politica exterior del gobierno socialista / C. del Arenal // Politica Exterior. – 2004. – №100, julio-agosto. – P. 111- 126.

7. Cambios en el Gobierno. Javier Solana intentara igualar el liston de Fernandez Ordonez // El Pais. – de 24 junio de 1992. – P.4.

8.Cembrero I. Clinton ratifica la prioridad Europa en su politica exterior con la firma de la Agenda Transatlantica / I Cembrero // El Pais. – de 4 de diciembre 1995. – P. 12.; Espaca cambia su imagen en la UE al lograr estrechar la relaciyn con Estados Unidos / El Pais, 2 de diciembre de 1995 http://elpais.com/diario/1995/12/02/espana/817858825_850215.html

9. II Cumbre Iberoamericana de Naciones: Declaracion de Madrid.II Cumbre Iberoamericana de Naciones de Jefes de Estado y de Gobierno, celebrada Madrid, 23-24 de julio de 1992. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cumbresiberoamericanas.com/declaraciones_finales/decla_madrid.htm

10. III Cumbre Iberoamericana de Naciones, Declaracion de Bahia (Brasil), 15 – 16 de julio de 1993. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cumbresiberoamericanas.com/declaraciones_finales/decla_bahia. htm

11. IV Cumbre Iberoamericana de Naciones, Declaracion de Cartajena (Colombia), 14 – 15 de junio de 1994. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cumbresiberoamericanas.com/declaraciones_finales/decla_cartajena. htm.

12. V Cumbre Iberoamericana de Naciones, Declaracion de Bariloche (Argentina), 16 - 17 de octubre de 1995. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cumbresiberoamericanas.com/declaraciones_finales/decla_bariloche. htm.

13. Declaracion de Barcelona // Actividades, Textos y Documentos de la Politica Exterior Espanola, OID, Madrid, 1995. – P. 1070 - 1078; Discurso inaugural del Ministro de Asuntos Exteriores D. J. Solana en la Conferencia Euromediterranea de Barcelona 27.11.1995 // Activadades, textos y documentos de la politica exterior Espanola, OID. – Madrid, 1995. – P.301-302.

14. Dempsey J.Operation in Macedonia will test European Security Policy / J.Dempsey // Financial Times. – 31 March 2003. – P.12.

15.Diario de Sesiones del Congreso de los Diputados, 15 de marzo de 1995. – № 455. – P. 13873-13891.

16. .Estados Unidos de America. – Madrid, Ministerio Asuntos Exteriores, 2009.–222p.–Режим доступу: http://www.maec.es/es/MenuPpal/Paises/ArbolPaises/Estados Unidos de America/Monografia/Documents/ Estados Unidos de America.pdf.

17.Hendrickson R.C., Strand J.R.,Raney K.L. Operation Artemis and Javier Solana:EU prospects for a stronger common foreign and security policy [Електронний ресурс] / R.Hendrikson, J.R.Strand // Canadian Military Journal, 2007, spring. – P.35-42 . – Режим доступу:http://www.journal.forces.gc.ca/vo8/no1/doc/hendrick-eng.pdf

18. Japon.. – Madrid, Ministerio Asuntos Exteriores, 2008. – 57 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.maec.es/es/MenuPpal/Paises/ArbolPaises/Japon/Monografia/Documents/Japon.pdf

19. Javier Solana. Secure Europe in a better world. EU High Representative for the common foreign and security policy. European Council, 20/06/2003. – http://ue.eu.int/ueDocs/cms_Data/docs/pressdata/en/reports/76255.pdf

20. La UE y el MERCOCUR en Europa-America Latina: 20 anos de documentos oficiales (1976-1996), Madrid, 1996. – P. 933-995.

21. Marin J. M. Historia politica de Espana 1939–2000 / J.M.Marin, C. Molinero, P. Ysas. – Madrid: Ediciones ACAL,2001.– 511 p.

22. Mesa R. La politica exterior en la Espana democratica / R. Mesa // Revista de Estudios Internacionales. – 1982. – Vol. 3. – N° 1. – P. 7-67.

23. Pardo Sanz R. La politica exterior de los gobiernos de Felipe Gonzalez: un nuevo papel para Espana en el escenario internacional?/ R. Pardo Sanz // Ayer , 2012, №4. –P. 73-97.

24. Pereira J. C (coord.). La politica exterior de Espana (1800-2003) / [J.C.Pereira, R. Calduch Cervera, G. Castanez]. – Ariel: Historia, 2009. – 609 p.

25. Powell C. Espana en democracia, 1975-2000. Las claves de la transicion de Espana / C. Powell. – Barcelona: Plaza Janez, 2001. – 688 p.

26. Solana J. Conversacion con L. Bassets. Reivindicacion de la politica. Veinte anos de relaciones internacionales / J. Solana. – Barcelona: Debate, 2010. – 267 p.

27. Solana J. Espana y Mediterraneo / J.Solana // La Vanguardia. – 10 de marzo de 1995. – P. 10.

28. Tussel J. Dictadure franquista y democracia, 1939-2004 / J. Tussel. – Barcelona, 2006. – 481 p.

29. Vietnam. Republica socialista de Vietnam. – Madrid, Ministerio Asuntos Exteriores, 2012. – 10p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.maec.es/es/MenuPpal/Paises/Vietnam/Monografia/Documentos/Vietnam.pdf.

30. Vinas Martin A. Diez anos de politica exterior del gobierno socialista (1982-1992). La decada del cambio: diez anos de gobierno socialista 1982-1992 / A. Vinas Martin, Yanez-Barnuevo J. A. [coord. by Alfonso Guerra, Jose Felix Tezanos Tortajada]. – Madrid, 1992. – 254 p.

1. Bell D. Gryadushcheie post industrialnoie obshestvo. Opyt sotsialnogo prognozirovaniia / D. Bell [Perevod s angliiskogo pod red. V.L.Inozemzeva]. – M.: Academia, 2001. – 578 s.

2. Petrovskii V.F. O tonkosttiach nashei profesii [Elektronny`j resurs]/ V.F.Petrovskii Nezavisimaia gazeta. – 02.03.2000. - Rezhy`m dostupu : http://world.ng.ru.

3. Solana: osoblyve misze Ukrainy v moiemu serzi – interviu Khavjera Solany Ukrains'koi sluzhbi Bi-Bi-Si ta informaziinym agenstvam "Interfaks-Ukraina" ta Ukrinform. 18 zhovtnia 2006 roku.

4. Solana: YeS ta SShA – ne konkurenty [Elektronny'j resurs]. – http://consilium.europa.eu/javier-solana offline/articles?archDate=2007&archMonth=5&bid=113&id=246&lang=en&max=0&page=arh 34.

5. Troizkyi N. Politicheskyi portret Kh. Solany [Elektronny'j resurs]. – Rezhy`m dostupu: http://nicolaitroitsky.livejournal.com/290695.html

***Рецензент**: Луцишин Г.І, д.політ.н., доцент, зав. каф. політології та міжнародних відносин Національного університету "Львівська політехніка".*

20.10.2015.

НАШІ АВТОРИ

Артамонова Наталія Савівна – к.е.н., доцент кафедри менеджменту Одеського національного політехнічного університету

Артамонов Євген Володимирович – кафедра АМПР Одеського національного політехнічного університету

Артюх Оксана Валентинівна – к.е.н.. доцент кафедри бухгалтерського обліку та аудиту Одеського національного економічного університету

Богословов Владислав Петрович – Одеський національний політехнічний університет

Бровкова Олена Іванівна – профессор кафедри менеджменту, Одеський національний політехнічний університет

Бухун Юрій Володимирович – здобувач, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

Вернюк Наталія Олександрівна – Уманський національний університет садівництва, факультет менеджменту

Войтко Сергій Васильович – д.е.н., Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

Гавриш Олег Анатолійович – д.техн.н., Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

Галіч Максим Юрійович – студент факультету ЕіМ, Сумський національний аграрний університет

Єгоращенко Ірина Іванівна – викладач Одеського державного екологічного університету

Захарчук Валентина Григорівна – к.е.н., доцент кафедри експертизи товарів та послуг Одеського національного економічного університету

Ілінчук Марина Іванівна – студентка кафедри менеджменту, Одеський національний політехнічний університет

Керекеша Ольга Владиславівна – *зав. каф. іноземних мов* Одеського національного економічного університету

Кузнецова Інна Олексіївна – д.е.н., проф., зав. каф. менеджменту організацій та ЗЕД Одеського національного економічного університету

Кюне Олена Олегівна – : викладач кафедри Інформаційних систем в економіці Одеського національного економічного університету

Матлай Любава Сергіївна – к.і.н., асистент кафедри політології та міжнародних відносин, Національний університет «Львівська політехніка»

Мельникова Катерина Іванівна – студентка кафедри менеджменту, Одеський національний політехнічний університет

Михайлов Андрій Миколайович – к.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та євроінтеграції, Сумський національний аграрний університет

Неруца Лілія Вікторівна – студентка Одеського національного економічного університету

Олексієв Максим Андрійович – Одеський національний політехнічний університет

Паляничко Катерина Олександрівна – ПАТ ЮСБ Банк

Піддубна Вікторія Григоріївна – менеджер по внутрішнім комунікаціям. Публічне Акціонерне Товариство «Банк Південний»

Пітель Ніна Якимівна – к.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності Уманський національний університет садівництва

Побережець Ольга Валеріївна – к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Продіус Юлія Іванівна – Одеський національний політехнічний університет

Терещенко Вікторія Сергіївна – студент 5 курсу за спеціальністю облік і аудит Університету митної справи та фінансів

Тополенко Надія Михайлівна – к.н. з держ. управ., доцент кафедри обліку і аудиту Університету митної справи та фінансів

Федірко Олександр Анатолійович – к.е.н., доцент кафедри європейської інтеграції, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Чикунова Надія Миколаївна – Одеський національний політехнічний університет

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

Матеріали номера друкуються мовою оригіналу

НАУКОВИЙ ВІСНИК
ОДЕСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
Збірник наукових праць

Наукове видання

Видання збірника здійснено за рахунок авторів

За достовірність викладених фактів, цитат та інших відомостей відповідає автор

Підписано до друку за рекомендацією
Вченої ради Одеського національного економічного університету
30 серпня 2013 р. Протокол № 1

Замовлення №_____
Підписано до друку_____
Формат 60 х 84 1/16
Тираж 100 прим.
Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум. друк. арк. 12,0