

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Серія

«Економіка та менеджмент»

**Збірник наукових праць
Випуск 14 (54)**

Луцьк 2017

УДК 33+65.012.32

Рекомендовано як фахове видання,
в якому можуть публікуватися результати дисертаційних робіт
на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук
Затверджено наказом Міністерством освіти і науки України
від 12.05.15 №528

Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»: Збірник наукових праць.
Луцький національний технічний університет. – Випуск 14 (54). – Редкол.: відп. д.е.н.,
професор Вавдійок Н. С. – Луцьк, 2017. – 316 с.

У збірнику розглядаються теоретичні та прикладні засади розвитку економіки та менеджменту. Збірник розрахований на фахівців з економіки, менеджменту, працівників органів державної влади та місцевого самоврядування, науковців, викладачів, аспірантів, докторантів і студентів.

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії:

Вавдійок Н. С. д.е.н., професор

Заступник голови редакційної колегії:

Шубалий О. М. д.е.н., доцент

Члени редакційної колегії:

Вахович І. М.	д.е.н, професор	Перерва П. Г.	д.е.н, професор
Благуи І. С.	д.е.н, професор	Рудь Н. Т.	д.е.н, професор
Забарна Е. М.	д.е.н, професор	Черчик Л. М.	д.е.н, професор
Карлова О. А.	д.е.н, професор	Іван Баранчик	PhD, професор (Чехія)
Ковальська Л. Л.	д.е.н, професор	Міхал Балог	PhD, професор (Словачія)
Коцій О. В.	д.е.н, професор	Анета Бобенік-Хінтосова	PhD, професор (Словачія)
Кривов'язук І. В.	к.е.н, професор	Паата Брекашвілі	PhD, професор (Грузія)
Матвійчук Л. Ю.	д.е.н., професор	Паула Одете Фернандес	PhD, професор (Потругалія)
Морохова В. О.	к.е.н, професор	Ліліана Чімпоєш	PhD, професор (Молдова)

Рецензенти:

Олексів І. Б. доктор економічних наук, професор
Голян В. А. доктор економічних наук, професор

Рекомендовано до друку Вченою радою Луцького національного технічного університету (протокол №4 від «28» листопада 2017 р.).

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ №15521-4093 ПР.

Тексти статей представлено у авторській редакції. Автори несуть повну відповідальність за зміст публікації, а також добір, точність наведених фактів, цитат, власних імен та інших відомостей.

ЗМІСТ

<i>Бойко О. В., Булавчик М. І.</i> Особливості формування і розвитку концепції маркетингу відносин на підприємствах агропромислового виробництва	6
<i>Бойко О. В., Медведєва О. І.</i> Маркетингове забезпечення управління якістю продукції підприємств-виробників будівельних матеріалів	14
<i>Вавдіюк Н. С., Бондарук Х. В.</i> Стратегічний аналіз рівня економічної безпеки підприємства	21
<i>Вавдіюк Н. С., Корецька Н. І.</i> Управлінський аналіз конкурентоспроможності банківських продуктів та послуг	32
<i>Василик Н. М., Матчук А. М.</i> Управління виробничими ресурсами хлібопекарського підприємства	46
<i>Вахновська Н. А.</i> До питання управління прибутком підприємств лісогосподарського комплексу регіону	58
<i>Вахович І. М., Пушкарчук І. М.</i> Механізми формування іміджу Волинської області як туристичної дестинації	64
<i>Войтович С. Я., Загоруйко В. Л., Войтович О. О.</i> Реалізація процесного підходу в системі зворотньо-логістичного управління санаторно-курортними закладами	70
<i>Герасим'як Н. В., Новосад І. О.</i> Підходи до стимулювання інноваційної активності працівників підприємства	79
<i>Гордійчук А. І., Колісник Б. І.</i> Аналіз та оцінка ефективності управління персоналом на лісогосподарських підприємствах регіону	87
<i>Грудзевич Ю. І.</i> Ризики впровадження інтрапренерства як форми реалізації інноваційної діяльності у контексті економічної безпеки підприємства	93
<i>Димченко Н. С.</i> Роль програмно-цільового планування в розвитку регіону	103

<i>Дзюбинська О. В., Дзюбинський А. В., Смаль М.В.</i>	
Управління та ефективність використання земельних ресурсів <i>Кондіус І. С.</i>	109
Автоматизація документообігу як інструмент підвищення ефективності роботи підприємств <i>Косінський П. М.</i>	115
Інструменти економічного стимулювання збільшення обсягів промислової переробки сільгосппродукції <i>Ковальчук О. В., Лорві І. Ф., Волочай М. І.</i>	126
Просування освітньої послуги у соціальній мережі Facebook <i>Коцій О. В., Мазяр Л. В.</i>	134
Управління конкурентоспроможністю продукції підприємства <i>Коцій О. В., Стрижеус Л. В.</i>	143
Інновації як передумова забезпечення довгострокового розвитку економіки України <i>Кривов'язюк І. В., Кварцяна О. А.</i>	148
Теоретико-методичне обґрунтування та аналіз корпоративного управління машинобудівних підприємств Волині <i>Левчишин В. О., Орлов О. Г.</i>	154
Актуальні проблеми економічної безпеки України <i>Лещук В. П., Полінкевич О. М.</i>	168
Комплексна модель гармонізації конкурентного середовища мультинаціональних корпорацій <i>Лорві І.Ф.</i>	174
Ефективність в системі управління товаром <i>Морохова В. О., Дроздовська Н. Ю.</i>	183
Маркетингова стратегія та обґрунтування її вибору підприємством у сучасних умовах господарювання <i>Морохова В. О., Шевчук І. В.</i>	189
Управління розвитком підприємств на засадах ефективного використання ресурсного потенціалу <i>Мостовенко Н. А., Коробчук Т. І.</i>	196
Регуляторні особливості використання цифрової віртуальної валюти <i>Олександренко І. В., Сахнюк А. І.</i>	205
Напрями збільшення прибутку торговельних підприємств <i>Полінкевич О.М.</i>	214 226

Роль та значення корпоративної культури в кластерних структурах <i>Рудь Н. Т.</i>	
Розвиток державно-приватного партнерства в Україні: формування інституційних механізмів <i>Середа О. В.</i>	234
Особливості стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в містах України <i>Сидорук С. В.</i>	247
Сучасний погляд на управління сервісом готельної сфери <i>Сяська О. В.</i>	256
Аналіз останніх реформ житлово-комунального господарств України <i>Талах В. І.</i>	262
Методичні підходи до діагностики кризових процесів в національній економіці <i>Талах Т. А.</i>	269
Деякі підходи до оцінки ліквідності підприємства <i>Тендюк А. О., Стрижеус Л. В.</i>	282
Оцінка ефективності реалізації функцій менеджменту на підприємстві <i>Шубала І. В.</i>	290
Особливості регулювання безробіття населення в умовах економічної кризи <i>Шубалий О. М.</i>	300
Оцінка результатів реалізації політики у сфері оплати праці: територіальний, галузевий, інституціональний розрізи	307

УДК 658.8:338.432

Бойко О. В., к.е.н., доцент,

Булавчик М. І.

Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ ВІДНОСИН НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА

У статті розглянуто теоретичні, методичні та прикладні основи маркетингу відносин в агробізнесі. Доведено необхідність і важливість, а також подано рекомендації щодо формування і розвитку концепції маркетингу відносин для сільськогосподарських підприємств, що є концептуально новим підходом в умовах агропромислового виробництва.

Ключові слова: маркетинг, маркетинг відносин, концепція маркетингу відносин, транзакційні витрати, агропромислове виробництво, сільськогосподарське підприємство, суб'єкти ринку, довгострокова співпраця.

Boyko O., Bulavchik M.

FORMATION AND DEVELOPMENT FEATURES OF RELATIONSHIP MARKETING CONCEPT AT AGRICULTURAL PRODUCTION ENTERPRISES

The article deals with theoretical, methodical and applied principles of relationship marketing in agribusiness. Its necessity and importance have been proved, as well as recommendations for the formation and development of the concept of relationship marketing for agricultural enterprises have been given, which is a conceptually new approach within the conditions of agro-industrial production.

It has been emphasized that in today's rapid conditions of market development and the variability of external factors, the efficiency of production and marketing of agricultural products is increasingly dependent on the nature of the relationship between business entities and the balance of their interests. In these conditions, the use of modern, non-traditional marketing concept, which is one of the most important market instruments, is taking on particular importance.

The analysis of literary sources has allowed us to form our own interpretation of the concept of «relationship marketing». Relationship marketing is a conceptually new marketing concept, the essence of which is to strengthen the market positions of a company by building and supporting long-term, mutually beneficial relations with other

entities (clients, suppliers, distributors, staff, etc.). Its final result is to build unique intangible assets of the company – the marketing business network, that is, to direct activity on the organization of relationship with different market players with the customers put first in terms of their priority.

It has been noted that in the process of development of relationship marketing in the system of agricultural production, the assessment of transaction costs gains importance, since they display total material resources aimed at establishing business mutually beneficial relations between market entities.

It has been determined, that the development of relationship marketing at agricultural enterprises is slow due to many factors. The most important among them is the incorrect organizational structure of the company, which directly affects the effectiveness of planning and implementation of business processes. It has been concluded that, in the relationship marketing, the relations between market players should not be terminated after sale transactions, since in this case it is difficult to monitor the aspect of «customer profitability». It has been noted that in relationship marketing the emphasis is put on the strategic aspect of cooperation and on gaining profit in the long-term period.

It has been investigated that the main disadvantage of modern agro-industrial enterprises is their lack of marketing specialists. In our opinion, therefore, it is necessary to improve the organizational structure of management by introducing a marketing department, which will function according to the linear functional principle. Such reengineering will allow organizing the activities of companies on production and marketing principles, as well as directing all business processes to meet the needs of the ultimate consumer.

Thus, agricultural enterprises should perform the formation and development of the concept of relationship marketing taking into account the experience of successful foreign enterprises, as well as on the basis of a comprehensive market analysis and research of individual cooperation aspects with partners.

Key words: marketing, relationship marketing, concept of relationship marketing, transaction costs, agro-industrial production, agricultural enterprise, market players, long-term cooperation.

Бойко О. В., Булавчик М. И.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА ОТНОШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА

В статье рассмотрены теоретические, методические и прикладные основы маркетинга отношений в агробизнесе. Доказана необходимость и важность, а также даны рекомендации по формированию и развитию концепции маркетинга отношений сельскохозяйственных предприятий, которая является концептуально новым подходом в условиях агропромышленного производства.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинг отношений, концепция маркетинга отношений, трансакционные издержки, агропромышленное производство, сельскохозяйственное предприятие, субъекты рынка, долгосрочное сотрудничество.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. У сучасних стрімких умовах розвитку ринку та мінливості зовнішніх чинників діяльності ефективність виробництва та збуту сільськогосподарської продукції все більше залежить від характеру відносин між суб'єктами бізнес-середовища та збалансованості їх інтересів. Вагомого значення у цих умовах набуває використання сучасної, нетрадиційної концепції маркетингу, що є одним з найважливіших ринкових інструментів. Слід зауважити, що маркетинг відносин у системі агробізнесу створює можливості краще задовольняти потреби споживачів і поєднувати економічні інтереси суб'єктів агропродовольчого ринку. Нині ринковий успіх суб'єктів агропромислового ринку, тобто кожного сільськогосподарського підприємства, певною мірою залежить від партнерів по бізнесу, оскільки у зв'язку із глобалізаційними та інтеграційними процесами межі окремих секторів національної економіки стають менш чіткими. Саме тому процеси формування довгострокових взаємовигідних відносин з учасниками ринку в таких умовах суттєво впливають на зміцнення ринкових позицій підприємства. Суб'єкти агропромислової діяльності наразі прагнуть до глобальних змін, які сприятимуть формуванню висококонкурентного сільськогосподарського виробництва та переробки продукції, що значною мірою залежить від інтеграції економічних інтересів учасників ринкового середовища та ефективного впровадження маркетингової концепції в практичну діяльність таких підприємств. Це обумовлює актуальність науково-прикладних досліджень у сфері формування і активного розвитку маркетингового інструментарію сільськогосподарських підприємств, зокрема, застосування концепції маркетингу відносин.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання розвитку маркетингу відносин є предметом теоретико-прикладних досліджень багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Висвітленням проблем налагодження маркетингових відносин підприємства із іншими суб'єктами ринку

займалися такі іноземні науковці, як Г. Армстронг, М. Брун, Я. Гордон, Ж.-Ж. Ламбен, Ф. Котлер, Р. Шоу та ін. Значний внесок у дослідження й розвиток даної проблеми зробили вітчизняні вчені: Л. Балабанова, С. Гаркавенко, Є. Крикавський, Н. Чухрай та інші. Науково-практичне обґрунтування особливостей розвитку відносин між суб'єктами агробізнесу розглядають у своїх працях В. Андрійчук, Т. Дудар, В. Здрилюк, В. Морохова, П. Островський, І. Соловийов тощо. Попри широкий діапазон досліджуваних питань у працях вітчизняних і зарубіжних науковців ряд теоретико-методичних та прикладних особливостей застосування концепції маркетингу відносин підприємствами агропромислового виробництва, оцінка і управління відносинами між суб'єктами АПК є недостатньо вивченими. Актуальність вищезазначених питань і визначає необхідність проведення подальших досліджень.

Цілі статті. Мета даного дослідження полягає в теоретико-прикладному обґрунтуванні особливостей маркетингу відносин в системі агропромислового виробництва та викладенні практичних пропозицій щодо формування і впровадження концепції маркетингу відносин на сільськогосподарських підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Реформування економіки України сьогодні відбувається на принципах трансформації ринку у глобальний простір, який поєднує різні галузі національної економіки та передбачає максимальне використання їх потенціалу. Сільське господарство, яке є однією із пріоритетних галузей національного господарства, все ще характеризується низьким рівнем адаптації до новітніх методів управління та можливостей динамічного розвитку. Розвиток та глобалізація ринку потребують використання нових інструментів та методів управління бізнесом.

Як відзначають дослідники В. О. Морохова та В. Б. Здрилюк [1, с. 7], маркетинговий складник управління діяльністю фірми покликаний розв'язати суперечності й згладити розрив між виробництвом та споживанням. Із зазначеного слідує, що концепція маркетингу відносин змінює традиційний маркетинговий підхід і реалізується через погоджену взаємодію всіх учасників ринку, при цьому маркетинг залишається клієнтоорієнтованим.

Проведений аналіз літературних джерел дозволяє виокремити наступні трактування поняття «маркетинг відносин».

Зокрема, класик маркетингової теорії Ф. Котлер [2, с. 320] визначає його як практику побудови довгострокових, взаємовигідних відносин із ключовими партнерами, які взаємодіють на ринку: споживачами, постачальниками, посередниками з метою встановлення тривалих привілейованих відносин.

Ж.-Ж. Ламбен [3, с. 215] розглядає маркетинг відносин як систему маркетингу, яка прагне встановити тривалі і конструктивні зв'язки із покупцями.

Науковець Я. Гордон [4, с. 35] відзначає, що під маркетингом відносин потрібно розуміти безперервний процес визначення і створення нових цінностей разом з індивідуальними покупцями, а потім спільного отримання і розподілу вигоди від цієї діяльності між учасниками взаємодії.

Маркетинг відносин у наукових працях називають по-різному: управління взаємовідносинами з клієнтами, маркетинг взаємин з покупцями, маркетинг стосунків або партнерський маркетинг.

У численних роботах вітчизняних авторів також подано різноманітні дефініції досліджуваного поняття. Так, С. С. Гаркавенко [5, с. 32] зазначає, що маркетинг стосунків передбачає спрямованість маркетингової діяльності фірми на встановлення довгострокових, конструктивних, привілейованих стосунків з потенційними клієнтами.

Вчені Є. В. Крикавський та Н. І. Чухрай [6, с. 42] пояснюють партнерський маркетинг як процес створення, підтримання й розширення тісної співпраці з клієнтами та іншими партнерами підприємства, який передбачає орієнтацію підприємства на обслуговування кожного споживача індивідуально, враховуючи його специфічні потреби і особливості. Таким чином, аналізуючи вищевикладені підходи, варто зазначити, що основні відмінності між поняттями та їх трактуванням залежать найбільшою мірою від того, у якій галузі застосовується термін, та від суб'єктивного розуміння вченими маркетингу відносин як самостійної концепції чи нового маркетингового прийому.

На основі різноманітних трактувань цієї важливої маркетингової концепції можна зробити висновок, що маркетинг відносин –

це концептуально нова маркетингова концепція, суть якої полягає у посиленні ринкових позицій фірми шляхом побудови й підтримки довгострокових, взаємовигідних відносин із іншими суб'єктами (клієнтами, постачальниками, дистриб'юторами, персоналом та ін.), кінцевим результатом якої є побудова унікальних нематеріальних активів компанії – маркетингової ділової мережі, тобто спрямування діяльності на організацію відносин з різними учасниками ринку з постановкою клієнтів на перше місце за ступенем важливості.

На нашу думку, сільське господарство є однією із пріоритетних галузей національного господарства, проте усе ще характеризується низьким рівнем адаптації до сучасних методів маркетингового управління. Маркетинг, як один із елементів управління в сільському господарстві України, ще не отримав значного поширення. Але, разом із тим, численні суб'єкти агропромислового виробництва прагнуть до глобальних змін, що дозволяє формувати висококонкурентне сільськогосподарське виробництво. Розв'язати ці проблеми, як свідчить зарубіжна практика, можна шляхом впровадження маркетингового підходу в діяльність підприємств аграрного сектору економіки. Проте маркетинг відносин у системі агробізнесу може бути ефективним лише в тому разі, коли підприємством буде обраний правильний методичний підхід до управління ним і визначено його ефективність у довгостроковій перспективі.

Вважаємо за доцільне відзначити, що у процесі розвитку маркетингу відносин у системі агропромислового виробництва важливого значення набуває оцінка трансакційних витрат, оскільки саме вони дозволяють відобразити сукупність матеріальних ресурсів, спрямованих на налагодження ділових взаємовигідних відносин між суб'єктами ринку.

Сутність трансакційних витрат у рамках концепції маркетингу відносин у найбільш загальному вигляді детермінують витрати, які несе підприємство у процесі налагодження та підтримання відносин із учасниками бізнес-процесів. Проте існуюча система бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств сформувати такий показник неспроможна. На думку експертів, частка трансакційних витрат агроформувань коливається в межах від 3% до 30% (у загальній сумі витрат), які включені до загально-вироб-

ничих, адміністративних, фінансових витрат на збут, інших операційних витрат [7, с. 25]. Величина й динаміка трансакційних витрат мають чи не найважливіше значення у процесі прийняття рішення про співпрацю із контрагентом, оскільки вони є важливою кількісною характеристикою відносин.

Розвиток маркетингу відносин на сільськогосподарських підприємствах гальмується під впливом багатьох чинників. Серед них найважливішим є неправильність побудови оргструктури підприємства, що безпосередньо впливає на ефективність планування і реалізації бізнес-процесів.

Сьогодні організаційні структури більшості підприємств побудовані за лінійно-функціональним типом. Основним недоліком сучасних агропромислових підприємств є їх незабезпеченість фахівцями-маркетологами. Тому, на наш погляд, необхідно удосконалити організаційну структуру управління, ввівши відділ маркетингу, який функціонуватиме за лінійно-функціональним принципом. Такий реінжиніринг дозволить організувати діяльність фірм за виробничо-збутовими принципами, а також спрямувати виконання всіх бізнес-процесів на задоволення потреб кінцевого споживача, забезпечуючи при цьому максимальну двосторонню вигоду.

Важливо відмітити, що в умовах маркетингу відносин взаємозв'язки між суб'єктами ринку не повинні закінчуватись після здійснення операцій купівлі-продажу, оскільки в такому випадку важко відслідкувати аспект «вигідності клієнтури». Не варто забувати і проте, що не дивлячись на основне завдання маркетингу – задоволення потреб споживачів, метою функціонування будь-якого підприємства є отримання прибутку. Тому у маркетингу відносин наголос робиться на стратегічному аспекті співпраці та на отриманні прибутку в довгостроковому періоді [8].

Таким чином, формування і розвиток концепції маркетингу відносин сільськогосподарськими підприємствами повинні здійснюватися з врахуванням досвіду успішних зарубіжних підприємств, а також на основі всебічного аналізу ринку і дослідження індивідуальних аспектів співпраці із партнерами.

Висновки. На основі вищевикладеного матеріалу можна зробити наступні висновки:

– маркетинг відносин є концептуально новим сучасним маркетинговим підходом, основна ідея якого полягає в посиленні ринкової позиції та підвищенні конкурентоспроможності аграрного підприємства шляхом налагодження довгострокових, взаємовигідних відносин із іншими суб'єктами мікромаркетингового середовища;

– відповідно до концепції маркетингу відносин взаємозв'язки між суб'єктами ринку не повинні закінчуватись після здійснення операцій купівлі-продажу, а базуватись на тісній співпраці;

– у маркетингу відносин основна увага звертається не на отриманні швидкого прибутку, а на стратегічний аспект співпраці та максимізації прибутку в довгостроковій перспективі;

– результативне впровадження маркетингової концепції в практичну діяльність сільськогосподарських підприємств дасть змогу сформувати розвинену систему відносин із суб'єктами бізнес-процесів та підвищити ефективність діяльності;

– ефективність функціонування управління діяльністю сільськогосподарського підприємства залежить від правильності побудови організаційної структури, тобто відведення в ній належного місця маркетинговому відділу, основне завдання якого полягатиме в координації в часі й просторі виконання основних, допоміжних та обслуговуючих бізнес-процесів підприємства.

1. Морохова В. О. Маркетинг відносин в агробізнесі: формування та розвиток : монографія / В. О. Морохова, В. Б. Здрилюк. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 212 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. 12-е изд.]. – СПб. : Питер, 2006. – 816 с.
3. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг: европейская перспектива / Ж.-Ж. Ламбен ; [пер. с франц.]. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
4. Гордон Я. Маркетинг партнерских отношений / Ян Х. Гордон ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2001. – 384 с.
5. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручн. – [5-те вид., доповн.] / С. С. Гаркавенко. – К : Лібра, 2007. – 720 с.
6. Крикавський Є. В. Промисловий маркетинг : підручн. / Є. В. Крикавський, Н. І. Чухрай. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2001. – 336 с.
7. Дудар Т. Маркетинг відносин в системі агробізнесу у контексті викликів євроінтеграційних процесів / Т. Дудар // Вісник ТНЕУ. – 2016. – №1. – С. 22–34.
8. Третьяк О. А. Маркетинг взаимодействия и партнерских взаимоотношений: новые направления исследований и инструментарий / О. А. Третьяк // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.convdocs.org/docs/index-114682.html>

УДК 339.138

Бойко О. В., к.е.н., доцент,

Медведєва О. І.

Луцький національний технічний університет

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ-ВИРОБНИКІВ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

У статті розглянуто роль і значення управління якістю продукції підприємств на ринку будівельних матеріалів. Доведено важливість та запропоновано практичні рекомендації щодо управління якістю продукції підприємств-виробників будівельних матеріалів на засадах маркетингу.

Ключові слова: якість продукції, конкурентоспроможність продукції, управління якістю продукції, маркетингове управління якістю продукції, ринок будівельних матеріалів, підприємство-виробник, споживач.

Boyko O., Medviedieva O.

MARKETING SUPPORT QUALITY MANAGEMENT OF PRODUCERS OF BUILDING MATERIALS

The article proves that to achieve planned results producers of building materials must regularly analyze the market situation, examine consumers and meet their needs the best way. It was found that in the market of building materials a key factor in ensuring competitiveness is a high quality product and service.

It was established that the main task of marketing service producers of building materials are: fully meet the needs of construction companies, individual consumers and intermediaries because most buyers in this market is the most important quality characteristics of the product.

Singled out key areas where marketing policy implemented in the field of quality, namely: improving economic performance as a result of improving product quality, expanding markets or entering new markets, focus on customers, provide product warranty and after-sales service. Indicated that quality control is necessary, which in turn provides a set of actions from the definition of links in the chain of quality, identify customer needs, convert identified needs in complex requirements for product quality indicators to formulate requirements for supply chain and promotion.

Three main reasons for improving the quality, competitiveness and accordingly building materials: 1) the escalating competition in this market segment; 2) government policy aimed at increasing the availability of housing; 3) a relative stabilization of the

economy and improve the solvency of the population of Ukraine. It is noted that quality assurance must be comprehensive, should be constantly monitoring compliance with production demands not only consumers, but also established construction rules and regulations.

Noted that a systematic analysis of quality factors allows time to adjust marketing commodity policy that avoids major loss of time and money. Therefore found that marketing system in the present conditions to work on passing. It was determined that in fact quality building materials should be: resistant to various kinds of factors; safe for human health and the environment; energy efficient, that is not to miss the cold and keep warm. Proved that focus on these options will provide a competitive advantage over other companies. Established that despite the European orientation of our country, companies have set up production of export-oriented products.

Highlighted in the building materials industry a number of problems, such as: low quality (use of cheaper substitutes); inefficient use of resources (natural resources exports and imports of expensive building materials); high material consumption and energy intensity; obsolescence of production; high turnover. It is noted that the provision of quality building materials on the basis of marketing involves a number of steps: 1) should determine the level of demand for products; 2) need to carefully examine the demands of consumers concerning product parameters; 3) shall ensure compliance with the requirements at all stages of development and production of building materials.

Developed the main directions of improving the quality of building materials on the basis of marketing, it is advisable to distinguish among them: the development of product policy taking into account the requests of all consumers, the introduction of the widespread use of certification, promotion of different kinds of innovation and increase the investment attractiveness of the studied industry in general.

Key words: product quality, the competitiveness of products, product quality management, marketing management product quality, market of building materials, producer, the consumer.

Бойко О.В., Мэднедева Е.И.

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

В статье рассмотрены роль и значение управления качеством продукции предприятий на рынке строительных материалов. Доказана важность и предложены практические рекомендации по управлению качеством продукции предприятий-производителей строительных материалов на основе маркетинга.

Ключевые слова: качество продукции, конкурентоспособность продукции, управление качеством продукции, маркетинговое управление качеством продукции, рынок строительных материалов, предприятие-производитель, потребитель.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Для сучасного ринку характерним є високий рівень конкуренції. Потреби споживачів стають дедалі різноманітнішими, а вимоги – зростають. Сьогодні для досягнення запланованих результатів підприємства повинні регулярно аналізувати ринкову ситуацію, вивчати споживачів та задовольняти їх потреби найкращим способом. Це притаманно і для ринку будівельних матеріалів. Велику роль тут відіграє не стільки ціна продукції, як її якість. Тому для забезпечення конкурентоспроможності будівельних матеріалів на даному ринку велику увагу слід приділяти формуванню системи управління якістю на маркетингових засадах, тому що саме маркетинг дозволяє виявляти і найповніше задовольняти існуючі та потенційні потреби споживачів.

Розвиток промисловості будівельних матеріалів на даному етапі є дуже важливим, оскільки спостерігається похвалення будівельного комплексу в Україні. Крім цього нині існує проблема заповнення ринку якісними імпортними будівельними матеріалами. Вітчизняна продукція ж програє по якості. Однак, поруч з цим Україна стає європейсько-орієнтованою. Із зазначеного слідує, що товари досліджуваної промисловості повинні бути конкурентоспроможними не лише на українському ринку, а й на ринку Європи.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питанням управління якістю продукції присвятили свою увагу багато українських та закордонних науковців: Адлер Ю., Бичківський Р., Глічев А., Глудкін О., Деміденко Д., Демінг Е, Джурдан Д., Ісікава К., Качалов В., Полозов Ю., Редзюк А., Темофеев В., Фейгембаум А., Чайка І., Швець В., Шепетова С. та ін. Проблеми забезпечення якості будівельних матеріалів були досліджені в роботах: Батрак А., Большакова А., Васильєва В., Коломійця М., Комарницького І., Соловійової С., Степанова І. та ін.

Водночас слід відзначити, що дослідниками недостатньо уваги приділяється ролі маркетингу у процесі управління якістю продукції підприємств-виробників будівельних матеріалів, хоча саме якість є ключовим фактором в ході вибору продукції споживачів.

вачами. Це зумовлює необхідність проведення ґрунтовніших досліджень в даному напрямку.

Цілі статті. Метою даної статті є аналіз та узагальнення теоретико-методичних аспектів та обґрунтування практичних рекомендацій щодо управління якістю продукції підприємств-виробників будівельних матеріалів на засадах маркетингу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Промисловість будівельних матеріалів є частиною будівельного комплексу України. Вона включає в себе: галузі будівельних матеріалів, будівельної кераміки, бетонних конструкцій та виробів, цементну галузь, галузь азбестоцементних виробів тощо. Промисловість представлена великою кількістю виробників, які змагаються між собою за кращі умови виробництва та збуту [1, с. 57].

Базовим елементом для успішного розвитку підприємства є конкурентоспроможність його продукції. Належний рівень конкурентоспроможності може бути забезпечений: високою якістю товару, низькою ціною, широким асортиментом, додатковими послугами, післяпродажним сервісом тощо. Що стосується ринку будівельних матеріалів, то тут ключовим фактором виступає висока якість товару та сервісне обслуговування [2].

Маркетингова політика у сфері якості реалізується в наступних напрямках: покращення економічного стану підприємства в результаті підвищення якості продукції, розширення ринків збуту або вихід на нові ринки, орієнтація на споживачів, забезпечення гарантії на продукцію та післяпродажного сервісу [3, с. 120].

Якість не може проявлятися сама по собі. Нею потрібно управляти. Управління якістю передбачає комплекс дій від визначення ланок ланцюжка якості, виявлення потреб споживачів, перетворення виявлених потреб у комплекс вимог до показників якості товару до формулювання вимог стосовно системи постачання та просування [4, с. 28, 29].

Основним завданням маркетингової служби підприємств-виробників будівельних матеріалів є: найповніше задоволення потреб будівельних фірм, індивідуальних споживачів та посередницьких організацій. Для більшості покупців на даному ринку найважливішим є якісні характеристики товару. Тому суть маркетингу в

даному випадку полягає в забезпеченні високого рівня якості продукції відповідно до вимог споживачів [5, с. 27].

Євтуєєва В. Г. [6] виділяє три основні причини підвищення якості, а відповідно й конкурентоспроможності будівельних матеріалів. По-перше, загострюється конкурентна боротьба на даному сегменті ринку. По-друге, державна політика спрямована на підвищення доступності житла. По-третє, відносна стабілізація економіки і підвищення платоспроможності населення України.

Необхідно відмітити, що забезпечення якості повинне мати комплексний характер. Постійно має відбуватися моніторинг відповідності продукції не лише запитам споживачів, а й встановленим будівельним правилам та нормам.

На якість будівельних матеріалів впливає ряд факторів [2]: якість законодавчого забезпечення; якість технічної документації, що використовується; кваліфікація та чисельність персоналу; продуктивність праці; якість сировини, матеріалів, напів-фабрикатів, що використовуються у виробництві; стан виробничих потужностей. Таким чином, повинні бути наявні низка законів, що сприятиме швидкому розвитку даної галузі; висококваліфікований персонал в достатній кількості відповідно до вимог виробництва; технічна документація, що відповідає встановленим вимогам; високий рівень продуктивності праці; якісна сировина та нове обладнання.

Зауважимо, що систематичний аналіз вищеперерахованих факторів дозволяє вчасно корегувати маркетингову товарну політику. Виправлення дефектів будівельних матеріалів та приведення продукції до запитів споживачів вимагає значних затрат коштів та часу. За сучасного динамізму ринку саме втрата часу може стати фатальною для виробників. Тому система маркетингу в сучасних умовах повинна працювати на випередження [5, с. 28].

Зважаючи на європейську орієнтацію нашої держави, підприємства повинні налагодити випуск експортно-орієнтованої продукції. В даному випадку особливо гостро постає питання якості, оскільки українські стандарти не відповідають європейським, що унеможливує навіть проникнення на закордонний ринок. Це вимагає впровадження інновацій як в сфері виробництва будівельних матеріалів, так і в сфері управління.

Також динамізм ринку будівельних матеріалів стимулює підприємства до виготовлення нових видів продукції. Тому важливим є встановлення оптимального товарного асортименту [7, с. 81].

В промисловості будівельних матеріалів Гальцова О. Л. та Андрусів С. В. [7, с. 80–81] виділяють ряд проблем: низька якість (використання більш дешевих замінників); нераціональне використання ресурсів (експорт природних ресурсів та імпорт дорогих будівельних матеріалів); висока матеріаломісткість та енергомісткість; застарілість виробництва; висока плинність кадрів. Причиною цього є технічне відставання, відсутність стимулу до впровадження інновацій. Але саме інноваційна діяльність є стратегічно важливим чинником забезпечення якості та конкурентоспроможності будівельних матеріалів.

Насправді якісні будівельні матеріали повинні бути: стійкими до впливів різного роду факторів; безпечними для здоров'я людини та навколишнього середовища; енергоефективними, тобто не пропускати холод та зберігати тепло. Орієнтація на ці параметри, на нашу думку, дозволить отримати конкурентні переваги над іншими підприємствами.

Вважаємо за доцільне відзначити, що забезпечення якості будівельних матеріалів на засадах маркетингу передбачає здійснення ряду заходів [8, с. 62]: 1) слід визначити рівень попиту на продукцію; 2) необхідно ретельно дослідити запити споживачів стосовно параметрів товару; 3) слід забезпечити дотримання встановлених вимог на всіх стадіях розробки та виробництва будівельних матеріалів.

Отже, ефективне здійснення управління якістю будівельних матеріалів на засадах маркетингу дозволить забезпечити будівельний комплекс України сучасними якісними та конкурентоспроможними товарами.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що проблема маркетингового забезпечення управління якістю будівельних матеріалів та підвищення їх конкурентоспроможності є актуальною. Важливим є врахування переходу від ринку продавця до ринку покупця. Це зумовлює збільшення конкуренції, орієнтацію на споживача, розширення асортименту та підвищення якості будівельних матеріалів. Невід'ємним є використан-

ня маркетингових методів та принципів, які дозволяють найефективніше задовольняти потреби споживачів.

Головними напрямками підвищення якості будівельних матеріалів на засадах маркетингу є: розробка товарної політики з врахуванням запитів усіх споживачів, впровадження широкого використання сертифікації, стимулювання впровадження різного роду інновацій та підвищення інвестиційної привабливості досліджуваної галузі загалом. Основною метою цього буде встановлення відповідності вітчизняних матеріалів європейським. А це в свою чергу, дозволить конкурувати не лише на ринку України, а й за його межами. Даний момент є дуже важливим саме сьогодні, коли держава орієнтується на Європейський Союз.

- 1.Шубенкіна В. О. Тенденції розвитку будівельного комплексу України / В. О. Шубенкіна // Молодий вчений. – 2016. – №8. – С. 55–58.
- 2.Верхоглядова Н. І. Управління якістю продукції будівельного підприємства як фактор забезпечення його конкурентоспроможності / Н. І. Верхоглядова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [file:///C:/Users/MDK/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/JT43QQ66/NV-2011-V3_44\[1\].pdf](file:///C:/Users/MDK/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/JT43QQ66/NV-2011-V3_44[1].pdf).
- 3.Кардаш В. Я. Маркетингова товарна політика : підручн. / В. Я. Кардаш, О. К. Шафалюк, М. Ю. Антонченко. – [2-ге вид., зі зм.]. – К. : КНЕУ, 2009. – 419 с.
- 4.Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика : підручн. / С. М. Ілляшенко. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2005. – 234 с.
- 5.Звягінцева О. Б. Роль управління якістю товару в маркетинговій діяльності підприємства / О. Б. Звягінцева // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : file:///C:/Users/MDK/Downloads/echp_2009_1_9.pdf.
- 6.Євтеєва В. Г. Маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності будівельного підприємства на ринку житла України / В. Г. Євтеєва // Ефективна економіка. – 2013. – №8 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [file:///C:/Users/MDK/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/QATGLRWZ/efek_2013_8_27\[1\].pdf](file:///C:/Users/MDK/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/QATGLRWZ/efek_2013_8_27[1].pdf).
- 7.Гальцова О. Л. Концептуальні засади стратегічного розвитку промисловості будівельних матеріалів / О. Л. Гальцова, С. В. Андрусів // Наука й економіка. – 2015. – №4. – С. 77–82.
- 8.Ковальчук С. В. Підвищення якості продукції в контексті маркетингової логістики / С. В. Ковальчук, З. М. Андрушкевич // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №2. – С. 60–62.

УДК 336.763

Вавдіюк Н. С., д.е.н., професор,

Бондарук Х. В.

Луцький національний технічний університет

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначено методи оцінки економічної безпеки підприємства. Виявлено, що підприємства використовують ресурсний, індикативний, ризико-орієнтований та ін. підходи. З використанням положень наведених підходів здійснено оцінку рівня економічної безпеки підприємства за ресурсним підходом, відповідно до якого виокремлено внутрішній та зовнішній потенціал функціонування підприємства; за індикативним методом здійснено порівняння фактичних і порогових значень показників, відповідно до ризик-орієнтованого підходу охарактеризовано стани ризику, загрози чи небезпеки діяльності. Трансформовано кількісні показники проаналізованого внутрішнього та зовнішнього потенціалу підприємства у якісні характеристики стану безпеки, ризику, загрози та небезпеки. Сформовано матрицю вибору стратегічних альтернатив за рівнем економічної безпеки підприємства А за методом ADL/LC. Визначено показник RONA, який дозволяє визначити рівень реінвестування з внутрішнього перерозподілу чистого прибутку з метою забезпечення стратегії економічної безпеки підприємства.

Ключові слова: економічна безпека підприємства, індикатори безпеки, методи оцінки.

Vavdiyuk N., Bondaruk H.

STRATEGIC ANALYSIS OF THE LEVEL OF ECONOMIC SAFETY OF THE ENTERPRISE

The article defines the methods for assessing the economic security of an enterprise. It was found that enterprises use resource, indicative, risk-oriented, etc. approaches. Using the provisions of the above approaches, an assessment was made of the level of economic security of the enterprise by the resource approach, according to which the internal and external potentials of the operation of the enterprise were identified; according to the indicative method, the comparison of actual and threshold values of indicators, according to the risk-oriented approach, describes the states of risk, threat or danger of activity.

Вавдіюк Н. С., Бондарук Х. В.

It has been established that for the assessment of the level of economic security of the enterprise, an appropriate tool is needed. Determining the integral value of the economic security index of an enterprise should meet the following conditions: the availability of clear indicators of economic security; the comparability of different estimates of the level of economic security of one enterprise, as well as competitor enterprises; the simplicity and affordability of the calculation method based on the credentials, the determination of the value of the company's security status is based on the standardization of the indicators, reduced to one, a comparative form from 0 to 1. For the standardization of the indicators we will distinguish between: stimulants and destimulants; division into risk states, threats or hazards will be carried out in accordance with the proportions of «gold crossing», the content of which is in the proportional relation close to 0,618:0,382; definition of the integral index of economic security of the enterprise to carry out through the calculation of the arithmetic mean.

Quantitative indicators of the analyzed internal and external potential of the enterprise were transformed into qualitative characteristics of the state of safety, risk, threat and danger. The matrix of strategic alternatives choice for the level of economic security of the enterprise A by the ADL / LC method is formed. The RONA indicator is determined, which allows determining the level of reinvestment from the internal redistribution of net profit in order to provide a strategy of economic security of the enterprise.

Key words: economic safety of the enterprise, safety indicators, methods of evaluation

Вавдюк Н. С., Бондарук К. В.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье определены методы оценки экономической безопасности предприятия. Выявлено, что предприятия используют ресурсный, индикативный, риск-ориентированный и др. подходы. С использованием положений приведенных подходов осуществлено оценку уровня экономической безопасности предприятия за ресурсным подходом, согласно которому выделены внутренний и внешний потенциал функционирования предприятия; за индикативным методом проведено сравнение фактических и пороговых значений показателей, в соответствии с риск-ориентированного подхода охарактеризованы состояния риска, угрозы или опасности деятельности предприятия. Трансформированы количественные показатели проанализированного внутреннего и внешнего потенциала предприятия в качественные характеристики состояния безопасности, риска, угрозы и опасности. Сформирован матрицу выбора стратегических альтернатив по уровню экономической безопасности предприятия А по методу ADL / LC. Определены показатель RONA, который позволяет определить уровень реинвестирования с внутреннего перераспределения чистой прибыли с целью обеспечения стратегии экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, индикаторы безопасности, методы оценки

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Нині суб'єкти підприємницької діяльності функціонують в умовах ринкової економіки, яка характеризується як позитивних, так і негативним впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. Залежно від величини впливу таких факторів підприємства змушені формувати стратегії і тактики виживання, адаптації чи розвитку бізнесу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження економічної безпеки підприємства вітчизняних та зарубіжних науковців здійснювали Г. Ляной, О. Ареф'єва, І. Бінько, Н. Вавдінок, М. Войнаренко, В. Гесць, В. Духов, М. Єрмошенко, Я. Жаліло, Т. Косянчук, Т. Кузенко, В. Микитенко, В. Мунтіян та ін. З метою розвитку теорії економічної безпеки значна увага приділяється методам оцінювання на національному рівні, але на рівні підприємства не вироблено єдиного комплексного методичного підходу до оцінки та аналізу.

Цілі статті полягають у формуванні комплексного підходу до оцінки рівня економічної безпеки підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для визначення рівня економічної безпеки підприємства використовують ресурсний, індикативний, ризико-орієнтований та ін. підходи. З використанням положень наведених підходів здійснимо оцінку рівня економічної безпеки підприємства за ресурсним підходом, відповідно до якого виокремимо внутрішній та зовнішній потенціал функціонування підприємства, за індикативним методом здійснимо порівняння фактичних і порогових значень показників, відповідно до ризик орієнтованого підходу виокремимо стани ризику, загрози чи небезпеки діяльності.

Відповідно для оцінювання рівня економічної безпеки підприємства потрібен відповідний інструментарій. Визначення інтегрального значення показника економічної безпеки підприємства повинно задовольняти таким умовам [1, с. 241]:

- наявність чітких індикаторів економічної безпеки;

- зіставність різночасових оцінок рівня економічної безпеки одного підприємства, а також підприємств-конкурентів;
- простота і доступність методики розрахунку, яка ґрунтується на облікових даних, визначення величини стану безпеки підприємства ґрунтується на стандартизації показників, зведені їх до одного, співвимірного вигляду від 0 до 1. Для стандартизації показників вирізнятимемо: стимулятори та де стимулятори;;
- поділ на стани ризику, загрози чи небезпеки здійснимо відповідно до пропорцій «злого перетину», зміст якого полягає у пропорційному відношенні, близькому до 0,618:0,382;
- визначення інтегрального показника економічної безпеки підприємства здійснювати через розрахунок середньоарифметичної оцінки.

Розрахуємо показники економічної безпеки умовного приватного підприємства «А» за внутрішнім потенціалом, який охоплюватиме матеріальні, нематеріальні, трудові та фінансові ресурси. Внутрішній потенціал підприємства можна охарактеризувати наступними основними критеріями:

- здібність кадрів використовувати ресурси, вміння розпоряджатися ресурсами підприємства;
- обсяг ресурсів, як залучених, так і тільки що підготовлених до використання на виробництві;
- формою підприємства і відповідною організаційною структурою підприємства.

Ефективність діяльності підприємства, а також рівень його економічної безпеки значною мірою залежить від якості системи управління його кадровою безпекою, яка оцінює здатність підприємства запобігати ризикам і загрозам організації праці, персоналу, трудовим відносинам в цілому.

Кадрова безпека є основним фактором забезпечення високого рівня економічної безпеки підприємства «А» (табл. 1).

За проведеними розрахунками рівень кадрової безпеки підприємства протягом досліджуваних років є безпечним, що свідчить про ефективну кадрову політику підприємства «А».

При дослідженні внутрішнього потенціалу підприємства необхідно дослідити техніко-технологічну складову безпеки. Для виявлення стану даної безпеки необхідно проаналізувати стан ефективності використання основних засобів в табл. 2.

Таблиця 1

Показників кадрової безпеки підприємства «А»
у 2015–2016 рр. *

Назва показника	Значення показника			Стандартизований показник		Стан безпеки підприємства
	Нормативне значення	2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік	
Середньорічний виробіток на одного працівника, тис грн/ особу	>1000	1123,6	1883,4	1	1	Безпека
Коефіцієнт фізичного старіння кадрів	<0,25	0,07	0,07	1	1	Безпека
Фондоозброність	>139	446,29	605,43	1	1	Безпека
Інтегральний показник	X	X	X	1	1	Безпека

* складено авторами

Таблиця 2

Показники техніко-технологічної безпеки
підприємства «А» у 2015–2016 рр. *

Назва показника	Нормативне значення	Значення показника		Стандартизований показник		Стан безпеки підприємства
		2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік	
Фондовіддача	>1	2,52	3,11	1	1	Безпека
Фондомісткість	<1	0,4	0,32	1	1	Безпека
Фондоозброність, тис грн/особу	>520	446,29	605,43	0,86	1	Безпека
Технічна озброність праці, тис грн/особу	>430	293,79	561	0,68	1	Безпека
Коефіцієнт оновлення основних фондів (п. 4/п. 1.2)	>0,1	0,096	0,369	0,96	1	Безпека
Коефіцієнт придатності основних засобів	>0,5	0,596	0,709	1	1	Безпека
Коефіцієнт зносу основних засобів	>0,3	0,404	0,291	1	0,97	Безпека
Інтегральний показник	X	X	X	0,93	1,00	Безпека

* складено авторами

Отже, підприємство «А» має високий рівень виробничо-технічної бази і знаходиться у безпеці, оскільки вартість основних засобів зростає, в результаті зростають показники фондовіддачі та

зменшуються показники фондомісткості, що є позитивним фактором діяльності підприємства.

Одним із основних напрямів організації економічної безпеки підприємства є фінансова складова. Для того, щоб зрозуміти чи ефективно працює підприємство «А» та чи знаходиться воно у фінансовій безпеці, необхідні нормативні значення показників безпеки, які наведені в табл. 3.

Таблиця 3

Показники оцінки фінансової безпеки
підприємства А у 2015–2016 рр. *

Показники	Роки		Абсолютне відхилення		Нормативні значення
	2015 рік	2016 рік	2015/2014	2016/2015	
Коефіцієнт автономії	0,988	0,839	0,002	-0,149	>0,5
Коефіцієнт фінансової залежності	0,012	1,192	-0,002	1,180	<2,0
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	1,414	0,737	-0,077	-0,677	>0,4
Коефіцієнти забезпеченості оборотних коштів власними оборотними коштами	0,983	0,74	0,004	-0,243	>0,1
Коефіцієнт співвідношення власного і залученого капіталу (коефіцієнт фінансової стійкості)	82,424	5,22	10,169	-77,204	>1,0
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу (коефіцієнт фінансового ризику; фінансування)	0,012	0,192	-0,002	0,180	<0,5
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,989	0,741	-0,001	-0,248	>0,1
Коефіцієнт співвідношення реальних активів і вартості майна	0,471	0,465	-0,051	-0,006	>0,5
Коефіцієнт поточних зобов'язань	1	1	0	0	>0,5
Коефіцієнт співвідношення необоротних і власних коштів	0,3	0,454	-0,036	0,154	>0,5

* складено авторами

Розрахувавши нормативи для даних показників можемо зробити висновок, що підприємство «А» знаходиться у фінансовій безпеці.

Провівши аналіз внутрішнього потенціалу підприємства, необхідно звести усі стандартизовані показники до одного інтегрального, для того щоб визначити стан внутрішньої безпеки підприємства «А» (табл. 4).

Таблиця 4

Оцінка стану економічної безпеки підприємства «А»
у 2015–2016 рр. за внутрішнім потенціалом *

Вид безпеки	Стандартизований показник		Стан безпеки підприємства
	2015 рік	2016 рік	
Кадрова безпека	1	1	Безпека підприємства
Фінансова безпека	0,97	0,99	Безпека підприємства
Техніко-технологічна безпека	0,93	1	Безпека підприємства
Інтегральний показник	0,97	0,99	Безпека підприємства

* складено авторами

Отже, внутрішній потенціал підприємства А протягом досліджуваного періоду знаходиться у безпеці відповідно до пропорцій «золотого поділу». Це свідчить про ефективне використання підприємством «А» трудових, матеріальних та фінансових ресурсів, спрямованих на забезпечення платоспроможності, кредитоспроможності, фінансової та інвестиційної безпеки. Проведення оцінки рівня економічної безпеки підприємства дозволять встановити дотримання законів економіки щодо відповідності виробничих відносин підприємства рівню й характеру розвитку продуктивних сил в регіоні, відповідність зростання темпів росту продуктивності праці і заробітної плати, раціонального використання ресурсів.

Зовнішній або ринковий потенціал підприємства «А» характеризується наявністю фактичного чи потенційного попиту на продукцію, технічну й економічну спроможність формування попиту. Оцінка зовнішнього потенціалу підприємства «А» дозволяє визначити можливості підприємства щодо сприйняття товарів певного типу й спрямованості (табл. 5).

Отже, зовнішній потенціал підприємства «А» протягом 2015–2016 роки знаходиться у безпеці відповідно до пропорцій «золотого поділу». Це свідчить про дотримання закону економіки про зростання потреб та про спроможність реалізації маркетингових ресурсів підприємства «А» у комерціалізації діяльності з метою отримання прибутку.

В умовах мінливого зовнішнього та внутрішнього середовища постає потреба у практичній апробації інноваційних підходів до

інтегральної оцінки рівня економічної безпеки. З цією метою доцільно використати метод ADL/LC, який довів ефективність застосування нових методичних аналітичних інструментів аналізу для визначення оптимальної диверсифікації діяльності підприємства «А».

Таблиця 5

Оцінка стану безпеки підприємства «А»
за зовнішнім потенціалом у 2015–2016 рр. *

Назва показника	Нормативне значення	Значення показника		Стандартизований показник		Стан безпеки підприємства
		2015 рік	2016 рік	2015 рік	2016 рік	
Конкурентоспроможність продукції	1	1,02	1,02	1	1	Безпека
Ритмічність реалізації послуги	1	1,07	1,05	1	1	Безпека
Коефіцієнт реклами	<1	0,00	0,00	1	1	Безпека
Ринкова частка підприємства	>1	1,06	1,12	1	1	Безпека
Відносна ринкова частка	>1	0,99	1,11	0,99	1	Безпека
Інтегральний показник	X	X	X	1	1	Безпека

* складено авторами

Трансформуємо кількісні показники проаналізованого внутрішнього та зовнішнього потенціалу підприємства А у якісні характеристики стану безпеки, ризику, загрози і небезпеки (табл. 6).

Далі здійснюватимемо формування матриці визначення стратегічних позицій рівня економічної безпеки підприємства «А» за методом ADL/LC [2]. Отримані результати оцінки стану безпеки розвитку зовнішнього та внутрішнього потенціалу підприємства «А» відкладатимемо на горизонтальній та вертикальній осях, а на перетині значень позицій на матриці утвориться певний елемент, якому відповідатиме набір стратегічних вирішень (рис. 1).

Отже, із даних матриці видно, що дане підприємство займає позицію безпеки як за внутрішніми, так і за зовнішніми показниками. Підприємство «А» має постійних конкурентів, відбувається постійна диверсифікація продукції, присутні постійні та надійні покупці.

Таблиця 6

Якісні характеристики показників станів
безпеки, ризику, загрози та небезпеки підприємства «А»

Фактор	Стан безпеки			
	Небезпека	Загроза	Ризик	Безпека
Технологія	Формування концепції продукту	Мінімально необхідна	Розробка і розширення продуктової лінії	Оновлення продуктової лінії
Темп приросту	< 0	$= < \text{ВВП}$	$= \text{ВВП}$	$> \text{ВВП}$
Індекс рентабельності	$IP < 1$	$IP < 1$	$IP = 1$	$IP > 1$
Чиста теперішня вартість	$\text{ЧТВ} < 0$	$\text{ЧТВ} < 0$	$\text{ЧТВ} = 0$	$\text{ЧТВ} > 0$
Резерви перерозподілу фінансових ресурсів	Негативний, < 0	Споживач інвестицій, $= 5\%$	Інваріант інвестицій, $> 10\%$	Генератор інвестицій, $> 20\%$
Ймовірність зростання	Низька	Низька	Середня	Висока
Продуктова лінія	Звужена	Базова	Оновлена	Різноманітна
Стартові бар'єри	Відсутні	Достатньо низькі	Високі	Дуже високі
Число конкурентів	Зростає	Зростає	Зростає з перерозподілом ринку	Постійні конкуренти
Поділ і структура ринку	Фрагментарний	Деякі лідерів	Концентрація	Концентрація, диверсифікація
Стійкість частки ринку	Непостійна	Лідери зі змінними позиціями	Лідери	Стійкість частки ринку
Постійність споживачів	Низька, невелика кількість покупців	Вибіркове; агресивні покупці	Встановлення визначених споживчих переваг	Постійність

* складено авторами

		Рівень використання зовнішнього потенціалу			
		Безпека (0,854–1)	Ризик (0,612–0,853)	Загроза (0,382–0,611)	Небезпека (0–0,381)
Рівень використання внутрішнього потенціалу	Безпека (0,854–1)	$A=I$	B	C	D
	Ризик (0,612–0,853)	E	F	G	H
	Загроза (0,382–0,611)	I	J	K	L
	Небезпека (0–0,381)	M	N	O	P

Рис. 1. Формування матриці визначення стратегічних позицій за рівнем економічної безпеки підприємства «А» за методом ADL/LC *

* складено авторами

Збалансованість визначення стратегічних позицій за рівнем економічної безпеки підприємства «А» за методом ADL/LC [2] на матриці підтверджується і за відносним розподілом показників інвестиційного забезпечення. Якщо, наприклад, підприємство знаходиться в стані безпеки за реалізацією внутрішнього потенціалу, і при цьому забезпечується максимально можливий обсяг продажів, а за рівнем використання зовнішнього потенціалу підприємство знаходиться в стані безпеки то така господарська діяльність підприємства «А» є збалансованою.

З метою оцінки інвестиційного забезпечення економічної безпеки підприємства «А» необхідно розрахувати показник RONA, який дозволяє визначити рівень реінвестування з внутрішнього перерозподілу чистого прибутку. Відповідно, внутрішній перерозподіл – це показник, який вимірюється відсотком фінансових фондів, реінвестованого в певний вид бізнесу.

Рентабельність чистих активів (RONA) – це показник фінансової ефективності, розрахований як чистий прибуток, поділений на основні засоби та чистий обіговий капітал.

Розрахуємо рентабельність чистих активів підприємства «А» у 2014–2016 роках: у 2014 році показник RONA дорівнює 20,5%, у 2015 та 2016 році – 22,2% та 24,7% відповідно.

За розрахунками можна зробити висновок, що баланс підприємства «А» вважається платоспроможним та ліквідним, оскільки

ки рентабельність чистих активів за останні три роки позитивні, тобто зобов'язання менші за поточні активи.

Відповідно до отриманого показника RONA [2] та стану економічної безпеки підприємства виокремимо чотири типи перерозподілів інвестицій підприємства «А» залежно від стану безпеки: генератор; інваріант; споживач; негативний.

Показник RONA характеризує збалансовану господарську діяльність підприємства А і прибутковість, якщо:

- генерування потоку фінансових ресурсів більше або дорівнює використанню потоку інвестицій підприємства «А»;

- середньозважений показник RONA відповідає цілям забезпечення економічної безпеки підприємства «А».

Отже, про рівень економічної безпеки підприємства «А» щодо використання внутрішнього та зовнішнього потенціалу свідчитиме і показник RONA. Управління внутрішнім та зовнішнім потенціалом на основі його оцінки рівня безпеки дозволяє підприємству «А» максимально задовольнити інтереси власників, визначити оптимальні стратегічні напрямки реалізації потенціалу та сформуванню систему управлінських заходів, що сприятимуть досягненню поставлених цілей економічної безпеки.

Висновки. Відповідно, розглянута матриця визначення стратегічних позицій за рівнем економічної безпеки підприємства за методом ADL/LC дозволить визначити відповідні стратегії розвитку підприємства на ринку. Для вжиття на операційному рівні заходів, спрямованих на реалізацію наступальної стратегії економічної безпеки підприємства необхідно реалізовувати наявні конкурентні переваги, орієнтуватись на низькі витрати, дотримуватись політики зниження витрат та інтенсивно здійснювати просування товарів на ринок.

Стратегія економічної безпеки підприємства повинна включати характеристику зовнішніх і внутрішніх загроз та небезпек; визначення чинників, які зміцнюють або негативно впливають на стан реалізації потенціалу на короткострокову і середньострокову перспективу; напрями діяльності підприємства відносно реалізації стратегії.

1. Концепция стратегического управления компании Артур Д. Литтл // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.stplan.ru/articles/theory/adlcon.htm>

2. Різник Н. С. Теорії та змістово-типологічні характеристики безпеки підприємства / Н. С. Різник, Н. І. Корецька // Економічний форум. – 2013. – № 1. – 486 с. – С. 238–243.

УДК 658.114

Вавдіюк Н. С., д.е.н., професор,

Корецька Н. І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БАНКІВСЬКИХ ПРОДУКТІВ ТА ПОСЛУГ

У статті визначено конкурентоспроможність банківського продукту, проаналізовано ринок банківських продуктів і послуг за якісними, кількісними, технічними, економічними та комерційними параметрами. Виявлено особливості продуктових рядів конкурентів, обсяги їх продажів, визначено тактики конкурентного розвитку банків.

Ключові слова: конкурентоспроможність продуктів і послуг банку, параметри конкурентоспроможності, методи оцінки.

Vavdiyuk N., Koretska N.

MANAGEMENT ANALYSIS OF BANKING PRODUCTS AND SERVICES COMPETITIVENESS

The article defines the competitiveness of the banking products, analyzes the market of banking products and services by qualitative, quantitative, technical, economic and commercial parameters. The process of analyzing and evaluating the competitiveness of banking products and services will include the following steps: research on the queries and benefits of potential customers; formation of a system of quality of banking products and services indicators by qualitative, quantitative, technical, economic and commercial parameters; analysis of the dynamics of factors that determine the competitiveness of a banking product or service; improving the process of ensuring competitiveness by identifying the strength of the factors affecting the level of competitiveness and determining the relationship between them. We believe that with the help of the selected

stages it is possible to assess the competitiveness of banking institutions' products and offer suggestions on the prospects for their sale, setting and adjusting prices, optimizing the product line, developing competitive strategies, expediency costs for the development and implementation of new products. The features of competitors product lines, the volume of their sales, the tactics of competitive development of banks are determined. After analyzing the main indicators of deposit, credit and payment products, we can state that each of the investigated banks has rather good indicators of the competitiveness of products. Yes, the leader is Bank №1. This is the result of significant investment in technology development, marketing and development of new products and services that maximally meet the needs of customers and directly affect the competitiveness of services and products. Second place took Bank № 2, giving way to the leader of almost all indicators. But when choosing an effective marketing strategy, the bank can significantly improve the competitiveness of its products. The third place with the competitiveness of services is Bank №3. In comparison with the leader this bank is considerably inferior to all parameters. This is largely due to low marketing support, lack of banking technology, and a small channel for product and service sales. This indicates the existence of direct and reciprocal links between banking institutions, which according to the law of competition is decisive in creating conditions for the provision of banking services, their marketing and, as a consequence, maximizing profits.

Key words: competitiveness of bank products and services, parameters of competitiveness, methods of evaluation

Вавдюк Н. С., Корецкая Н. И.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВСКИХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ

В статье определено конкурентоспособность банковского продукта, проанализирован рынок банковских продуктов и услуг по качественным, количественным, техническим, экономическим и коммерческим параметрам. Выявлены особенности продуктовых рядов конкурентов, объемы их продаж, определены тактики конкурентного развития банков.

Ключевые слова: конкурентоспособность продуктов и услуг банка, параметры конкурентоспособности, методы оценки.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Посилення банківської конкуренції відбувається в умовах фінансової нестабільності, а також значного зниження рівня довіри клієнтів до банківських установ. Саме конкуренція у банківському секторі сприяє розширенню спектру банківських продуктів та послуг вищої якості за доступними цінами. Без підвищення рівня конкурентоспромож-

ності банку і його продукту неможлива ефективна діяльність банку: отримання прибутку і утримування стійкого зростання ринку.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження конкурентоспроможності банківських послуг і продуктів здійснювали як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: Ф. Котлер, Ж. Ламбен, М. Портер, Д. Рікардо, К. Сімпсон, А. Сміт, Р. Фатхудінов та ін., А. Гальчинський, Є. Глінський, О. Дзюблюк, Д. Завадська, С. Козьменко, В. Котковський, С. Леонов, Г. Лук'яненко, І. Лютий, М. Олешук, О. Солодка, О. Шевцова та ін. Проте, дана проблематика розглядається ними з різних точок зору, що не дозволяє сформувати комплексний підхід до оцінки конкурентоспроможності банківських продуктів і послуг.

Цілі статті полягають у здійсненні управлінського аналізу конкурентоспроможності банківських продуктів і послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сутність економічної категорії «конкурентоспроможність банківського продукту» більшістю науковців розуміється в цілому однаково, а саме як сукупність різних характеристик даного продукту, що забезпечує задоволення конкретної потреби клієнта.

Конкурентоспроможність банківського продукту – це відповідність послуг і операцій банку платоспроможним запитам потенційних та/або реальних клієнтів за якісними, кількісними, технічними, економічними та комерційними параметрами.

Процес аналізу і оцінки конкурентоспроможності банківських продуктів і послуг міститиме наступні етапи:

- дослідження запитів і переваг потенційних клієнтів;
- формування системи показників якості банківських продуктів і послуг за якісними, кількісними, технічними, економічними та комерційними параметрами;
- аналіз динаміки факторів, що визначають конкурентоспроможність банківського продукту та послуги;
- удосконалення процесу забезпечення конкурентоспроможності через виявлення сили факторів впливу на рівень конкурентоспроможності і визначення залежностей між ними.

Вважаємо, що за допомогою виділених етапів можна здійснити оцінку конкурентоспроможності продуктів банківських установ та надати пропозиції щодо перспектив їх продажу, встановлен-

ня й коригування цін, оптимізації продуктового ряду, формування конкурентних стратегій, доцільності витрат на розробку і впровадження новинок тощо.

Отже, аналіз рівня конкурентоспроможності банківського продукту здійснимо на матеріалах Банку №1, Банку №2 і Банку №3. Дані банки нині є провідними в Україні та орієнтуються на обслуговування приватних осіб і корпоративних клієнтів, пропонуючи їм максимально повний перелік банківських продуктів та послуг, зокрема споживче кредитування, грошові перекази у національній та іноземних валютах з відкриттям і без відкриття рахунку, розміщення коштів на депозитних рахунках, повний набір сучасних платіжних інструментів і т. д.

Якісний параметр. Надання послуг найвищої якості є головним завданням банків. І вони роблять усе можливе, щоб бути максимально прозорими установами і отримувати високу оцінку від своїх клієнтів.

Значення показників, що характеризують конкурентоспроможність банківського продукту за якісним параметром, визначимо на основі даних опитування, здійснених на форумі Finance.UA. [1] та веб-сайті Forbes.net.ua [2]. Так, згідно оцінки рівня якості обслуговування Народного рейтингу [1] участь в опитуванні взяли: 3181 осіб – Банк №1; 597 осіб – Банк №2; 628 осіб – Банк №3, що вже є свідченням зацікавленості споживачів у банківських продуктах даних банків.

Результати оцінки показали, що рівень якості обслуговування Банку №1, Банку №2 та Банку №3 на «задовільно», «погано», «дуже погано» вважають 73,4%; 67,2% та 55,7% клієнтів відповідно.

Отже, проаналізувавши рівень якості обслуговування за допомогою фокус групи, дійшли висновку, що лише 26,6% осіб задоволені якістю обслуговування в Банку №1; 32,8% – в Банку №2 та 44,3% – в Банку №3. Згідно цих результатів рівень якості обслуговування в даних банках бажає бути кращим.

Щодо рівня прихильності та задоволеності клієнтів, то згідно даних фінансового порталу Мінфіну Банк №1 має 8498 позитивних відгуків, що робить його лідером серед банків України за популярністю. Банк №2 отримав 594 позитивних відгуки, а Банк №3 – 250.

Аналіз рівня конкурентоспроможності банківських продуктів за якісним параметром подано в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз рівня конкурентоспроможності банківських продуктів за *якісним параметром* *

Характеристики оцінки	Значення показників			Бали		
	Банк №1	Банк №2	Банк №3	Банк №1	Банк №2	Банк №3
<i>Рівень якості обслуговування</i> Максимальне значення – 100%	26,6%	32,8%	44,3%	10 (низький)	20 (низький)	30 (середній)
<i>Рівень прихильності та задоволеності клієнтів</i> Максимальне значення – 1000 осіб	8498	594	250	30 (високий)	10 (низький)	10 (низький)

* сформовано на основі даних джерел: [1; 2]

З табл. 2 видно, що не дивлячись на низький рівень якості обслуговування, Банк №1 має високий рівень прихильності та задоволеності клієнтів. І, навпаки, середній рівень якості обслуговування Бану №3 не сприяє відповідному рівню прихильності та задоволеності споживачів його продуктів.

Кількісний параметр. Кожен з досліджуваних банків пропонує значну кількість послуг та продуктів для фізичних осіб, для бізнесу та для корпоративних клієнтів (депозитні продукти, кредитні продукти, карткові продукти) (табл. 2).

Таблиця 2

Аналіз рівня конкурентоспроможності банківських продуктів та послуг за *кількісним параметром* *

Банківські продукти	Вимірні одиниці	Показники банків			Бали		
		Банк №1	Банк №2	Банк №3	Банк №1	Банк №2	Банк №3
<i>Загальна кількість асортименту</i>	шт	42	38	82	20 (середній)	20 (середній)	30 (високий)
<i>Загальний відсоток популярності асортименту</i>	%	40,5%	42,1%	20,7%	20 (середній)	20 (середній)	10 (низький)
<i>Загальний відсоток новизни асортименту</i>	%	11,9%	7,9%	6,1%	20 (середній)	20 (середній)	10 (низький)

* сформовано на основі даних джерел: [3–5]

Найбільшу кількість банківських продуктів та послуг серед досліджуваних банків пропонує Банк №3 (82 шт), а Банк №1 та Банк №2 – відповідно 42 шт. та 38 шт.

Найбільш популярними банківськими продуктами та послугами в Банку №1 є: програми «бонус плюс» та «оплата частинами», іпотечне кредитування, еквайринг; в Банку №2 – вклади «Класичний» та «Універсальний», «Зберігаючий», «Бонус» картка», «Visa Business», «Беззаставний кредит «Довіра», депозит «Капітал», платіжна картка «Класична», а в Банку №3 – депозитний вклад «Драйвовий рік», «Строковий з продовженням», кредитування на житло, депозит «Довгострокова перспектива», споживчий кредит «Екооселя» тощо.

Варто зазначити, що банки постійно вдосконалюють та доповнюють асортимент новими банківськими продуктами та послугами (Банк №1 і Банк №3 – по 5 шт; Банк №2 – 3 шт). При цьому до самих нових банківських продуктів Банку №1 належить програма кредитування «оплата частинами»; Банку №2 – платіжна картка «Простір» і Visa Gold payWave; Банку №3 – кредит на придбання легкових автомобілів, що приводяться в рух електродвигуном «Авто в кредит ECO Car», споживчий кредит «Екооселя», депозит «Золота гарантія», платіжні картки «MasterCard Virtual», Maestro Chip «Студентський Квиток».

Технічний параметр. Керівництво будь-якої банківської установи намагається налагодити роботу з клієнтом і забезпечити її максимальну продуктивність. І основними завданнями у даному напрямі є скорочення часу на обслуговування клієнта та ефективна організація клієнтського простору.

В середньому кожен банк залежно від потреб клієнта та складності вирішення його проблем витрачає на обслуговування одного клієнта від 10 до 20 хв.

Ситуація щодо часових меж обслуговування споживачів банківських продуктів та організації простору для їх обслуговування в Банку №1, Банку №2 та Банку №3 представлена в табл. 3, 4.

Як бачимо з даних табл. 3 банківські працівники досліджуваних банків затрачають небагато часу для обслуговування клієнтів.

Отже, в Банку №1 простір для обслуговування клієнта становить 2 м, що дозволяє йому комфортно почуватись у співбесіді з

банківським працівником. В двох інших банках цей простір становить 1,5 м, що є також цілком допустимим.

Таблиця 3

Аналіз конкурентоспроможності
банківських продуктів та послуг
за *технічним параметром* *

Банківські продукти	Вимірні одиниці	Показники банків			Бали		
		Банк №1	Банк №2	Банк №3	Банк №1	Банк №2	Банк №3
<i>Часові межі обслуговування (максимальне значення – 15 хв.)</i>							
<i>В цілому:</i>	хв.	10	12	12	30 (високий)	30 (високий)	30 (високий)

* сформовано на основі даних джерел: [3–5]

Таблиця 4

Аналіз конкурентоспроможності
банківських продуктів та послуг
за *технічним параметром* *

Критерії оцінки	Вимірні одиниці	Показники банків			Бали		
		Банк №1	Банк №2	Банк №3	Банк №1	Банк №2	Банк №3
<i>Оптимальність організації клієнтського простору</i> максимальне значення – 3 м	м	2	1,5	1,5	20 (середній)	20 (середній)	20 (середній)

* сформовано на основі даних джерел: [5–7]

Зазначимо, що досліджувані банки володіють великою кількістю депозитних, кредитних та карткових продуктів з різною відсотковою ставкою та ціновою політикою для різних сегментів клієнтів (фізичні, корпоративні, малий та середній бізнеси). Банки надають можливість вибрати різні продукти залежно від потреб та можливостей клієнтів.

В кожному банку карткові продукти надаються в основному в безоплатній формі, але є певний перелік бізнес- та елітних карток що надають своєму власнику певних переваг перед іншими клієнтами банку.

Аналіз рівня конкурентоспроможності банківських продуктів за вартістю та наявністю бонусів для просування подано в табл. 5.

Таблиця 5

Аналіз конкурентоспроможності
банківських продуктів та послуг
за економічним параметром *

Банківські продукти	Вимірні одиниці	Показники банків			Бальні оціни		
		Банк №1	Банк №2	Банк №3	Банк №1	Банк №2	Банк №3
<i>Вартість</i>							
Депозитні продукти	%	15%	8%	16%	10 (низький)	10 (низький)	10 (низький)
Кредитні продукти	%	3,6%	3,3%	5%	10 (низький)	10 (низький)	10 (низький)
Карткові продукти	%	8,3%	9%	7,2%	10 (низький)	10 (низький)	10 (низький)
<i>Наявність бонусів для просування</i>							
Депозитні продукти	%	7% (1 шт.)	1,1% (2 шт.)	1,0% (2 шт.)	10 (низький)	10 (низький)	10 (низький)
Кредитні продукти	%	1,5% (2 шт.)	-	-	10 (низький)	10 (низький)	10 (низький)
Карткові продукти	%	1,3% (2 шт.)	7,7% (1 шт.)	4,3% (1 шт.)	10 (низький)	10 (низький)	10 (низький)
<i>Всього бонусів:</i>		<i>11,9% (5 шт.)</i>	<i>7,9% (3 шт.)</i>	<i>3,7% (3 шт.)</i>	<i>10 (низький)</i>	<i>10 (низький)</i>	<i>10 (низький)</i>

* сформовано на основі даних джерел: [3–5]

Комерційний параметр. Збутова мережа банку – це сукупність філій та відділень тощо, що беруть участь у процесі доведення банківських продуктів і послуг до клієнта.

В основному банки використовують стаціонарні канали збуту, відділення банку, філії, банкомати, центри самообслуговування. З впровадженням нових технологій банки почали використовувати такі інноваційні канали як: інтернет-банкінг, мобільний банкінг, телебанкінг, залучення агентів-посередників.

Кожен з досліджуваних банків володіє і використовує наведені вище збутові мережі. Але найбільшою розгалуженістю збутової мережі характеризується Банк №1.

Щодо витрат на рекламу і маркетинг, то банківська система за січень-вересень 2016 року витратила на це 286,9 млн грн. Ці

витрати понесли 83 банки (в тому числі у 26 банків вони були меншими 100 тис грн) [6].

За даними НБУ (за підсумками 2015 року) ТОП-5 банків, що мають найбільші витрати на рекламу і маркетинг, виглядала таким чином: ПАТ КБ «ПриватБанк», КБ «Михайлівський», ПАТ КБ «ПУМБ», КБ «Платинум Банк» та КБ «Державний ощадний банк України».

Якщо порівнювати ці витрати з фінансовим результатом банківських установ, то прибуток отримали лише 6 банків (витрати на рекламу у Банку №2 рівні 0,4% від чистого прибутку) [4].

Аналіз рівня конкурентоспроможності банківських продуктів та послуг за комерційним параметром подано в табл. 6 (згідно ТОП-10 банків з більшою кількістю діючих структурних підрозділів в Україні та ТОП-20 банків за обсягом витрат на рекламу та маркетинг).

Таблиця 6

Аналіз рівня конкурентоспроможності
банківських продуктів та послуг
за комерційним параметром *

Характеристики оцінки	Вимірні одиниці	Показники банків			Бальні оціни		
		Банк №1	Банк №2	Банк №3	Банк №1	Банк №2	Банк №3
<i>Рівень розгалуженості збутової мережі</i> Максимальне значення АТ «Державний ощадний банк України» – 3798 од.	од.	2329	551	228	30 (високий)	10 (низький)	10 (низький)
<i>Витрати на маркетинг і рекламу</i>	грн.	82136	19766	5960	30 (високий)	10 (низький)	10 (низький)

* сформовано на основі даних джерел: [6; 7]

Загалом перше місце за сумою затрачених коштів серед банків України займає Банк №1 – 82,1 млн грн., в рази менше витрачає Банк №2 – 19,8 млн грн. І найменше із трьох досліджуваних банків витрачає Банк №3 – 5,96 млн грн. З цього можна зробити вис-

новок, чим більше витрат на рекламу, тим більший потік клієнтів в банк.

Отже, узагальнимо вище написане та проведемо комплексну оцінку рівня конкурентоспроможності банківських продуктів та послуг Банку №1, Банку №2 і Банку №3 за якісними, кількісними, технічними, економічними та комерційними параметрами (табл. 7).

Таблиця 7

Розрахунок інтегрального індексу
рівня конкурентоспроможності
банківських продуктів та послуг *

Середнє значення за параметром	Банк №1	Банк №2	Банк №3
<i>Середнє значення за якісним параметром</i>	15	15	20
<i>Середнє значення за кількісним параметром</i>	20	20	13,3
<i>Середнє значення за технічним параметром</i>	25	25	25
<i>Середнє значення за економічним параметром</i>	9,9	7,5	9,5
<i>Середнє значення за комерційним параметром</i>	30	10	10
Розрахунок інтегрального індексу	75,9	69,5	69,8

* сформовано авторами

Згідно табл. 7 рівень оцінки конкурентоспроможності банківських продуктів та послуг Банку №1, Банку №2 та Банку №3 є середнім.

Загалом характеристики щодо діяльності та продуктів досліджуваних банків представлені в табл. 8.

Таблиця 8

Характеристики щодо діяльності
досліджуваних банків, їх продуктів та послуг *

Ознака	Банк №1	Банк №2	Банк №3
1	2	3	4
<i>Депозитні продукти</i>			
Ширина асортименту	++ (високий)	++ (високий)	++ (високий)
Глибина асортименту	++ (високий)	++ (високий)	++ (високий)
Доступність продуктів	+ (середній)	+ (середній)	+ (середній)
Ціна продуктів	++ (високий)	++ (високий)	+ (середній)
Новизна продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Наявність бонусів	++ (високий)	-- (низький)	-- (низький)
Технологічність продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Ширина каналу збуту продукції	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Швидкість надання послуг та продуктів	++ (високий)	++ (високий)	+ (середній)

продовж. табл. 8

1	2	3	4
Маркетингова підтримка продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Відсоткова ставка	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
<i>Кредитні продукти</i>			
Ширина асортименту	++ (високий)	++ (високий)	++ (високий)
Глибина асортименту	++ (високий)	++ (високий)	++ (високий)
Доступність продуктів	+ (середній)	+ (середній)	+ (середній)
Ціна продуктів	++ (високий)	++ (високий)	+ (середній)
Новизна продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Наявність бонусів	++ (високий)	-- (низький)	-- (низький)
Технологічність продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Ширина каналу збуту продукції	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Швидкість надання послуг та продуктів	++ (високий)	++ (висока)	+ (середній)
Маркетингова підтримка продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Відсоткова ставка за користування	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Грейс-період	++ (високий)	+++ (високий)	+ (середній)
Пеня за протермінування	++ (високий)	+++ (високий)	+ (середній)
Пільговий період	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Можливість оплати в торгових місцях	++ (високий)	++ (високий)	++ (високий)
Ціна картки	++ (високий)	++ (високий)	++ (високий)
<i>Платіжні продукти</i>			
Ширина асортименту	++ (високий)	++ (високий)	++ (високий)
Глибина асортименту	++ (високий)	++ (високий)	++ (високий)
Доступність продуктів	+ (середній)	+ (середній)	+ (середній)
Ціна продуктів	++ (високий)	+ (середній)	+ (середній)
Новизна продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Наявність бонусів	++ (високий)	-- (низький)	-- (низький)
Технологічність продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Ширина каналу збуту продукції	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Швидкість надання послуг та продуктів	++ (високий)	++ (високий)	+ (середній)
Маркетингова підтримка продуктів	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)
Відсоткова ставка	++ (високий)	+ (середній)	-- (низький)

* сформовано авторами

Отже, можна констатувати, що кожен з досліджуваних банків показав досить хороші показники діяльності на ринку банківсь-

ких послуг України. Представлені банки є конкурентоспроможними, мають чистий прибуток, достатній канал збуту, велику кількість банкоматів і терміналів самообслуговування, достатній бюджет на рекламу задля просування на ринку своїх продуктів і послуг.

Проаналізувавши депозитні, кредитні та карткові продукти, можемо констатувати, що кожен з досліджуваних банків має достатньо хороші показники конкурентоспроможності своїх продуктів та послуг. Так, лідером був Банк №1. Це результат значних капіталовкладень в розвиток технологій, маркетинг та розробку нових продуктів і послуг, що максимально задовольняють потреби клієнтів і на пряму впливають на їх конкурентоспроможність. Друге місце за конкурентоспроможністю банківських продуктів та послуг займав Банк №2, поступившись лідеру майже за всіма показниками. Але при виборі ефективної маркетингової стратегії банк може відчутно підвищити їх конкурентоспроможність. Третю позицію за конкурентоспроможністю продуктів та послуг займав Банк №3. В порівнянні з лідером банк значно поступається за всіма параметрами, що значною мірою спричинено недостатнім маркетинговим забезпеченням і низькою технологічністю банку, незначним каналом збуту продуктів та послуг.

Усі досліджувані банки прагнуть реалізувати свій економічний інтерес – отримати дохід за наявності різних витрат і відмінностей у споживчій вартості банківських продуктів та послуг.

Це свідчить про наявність прямих і зворотних зв'язків між банківськими установами, що за законом конкуренції є вирішальними у створенні умов з просування банківських продуктів та послуг та, як наслідок, отримання максимального прибутку.

Реалізація закону конкуренції залежить і від реалізації інших законів економіки та управління: закону вартості внаслідок дії механізму суперечливої взаємодії індивідуального і суспільно необхідного часу; ціною і вартістю, вартістю і якістю, якістю і довірою тощо, закону попиту і пропозиції, закону оптимальних рівнів управління банківською установою та ін.

Для підвищення рівня конкурентоспроможності банківських продуктів та послуг Банку №1, Банку №2 і Банку №3 запропонуємо наступні заходи (рис. 1–3):

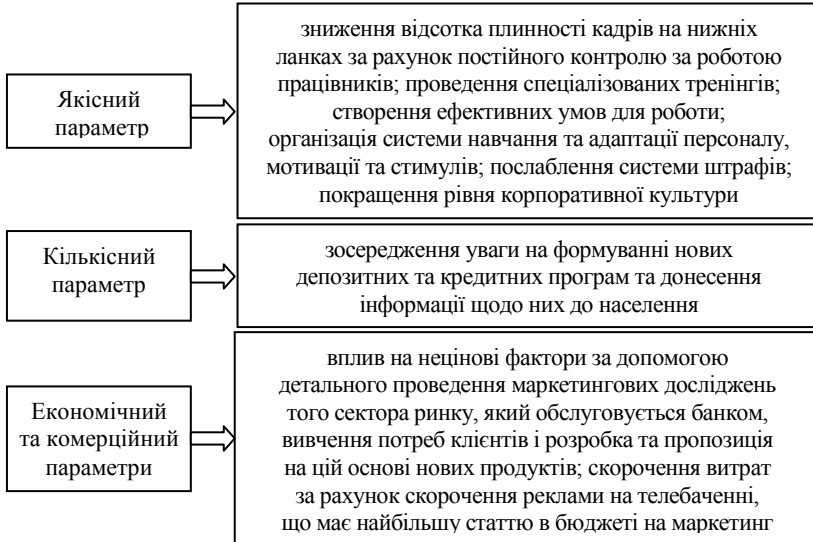


Рис. 1. Заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності Банку №1 *

* сформовано авторами



Рис. 2. Заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності Банку №2 *

* сформовано авторами



Рис. 3. Заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності Банку №3 *

* сформовано авторами

Висновки. Отже, для ефективної та прибуткової роботи банківські установи повинні постійно вдосконалювати, а за необхідності – створювати нові продукти та послуги, шукати нові методи просування цих продуктів серед клієнтів, покращувати їх технологічність тощо. Однак ринок банківських послуг не може створити єдині умови реалізації інтересів, а це значить, що споживачі завжди обиратимуть лише ті продукти та послуги, що відповідатимуть їхнім потребам та інтересам.

1. Оцінки клієнтів щодо роботи українських банків та рівня якості обслуговування в них // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forum.finance.ua/viewforum.php?f=20&sid=4013c81bd93aa971cbd1177569c88b56>

2. Фінансовий портал Мінфіну // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minfin.com.ua/banks/forum/banks/>
3. Офіційний веб-сайт Банку №1 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://privatbank.ua/ru>
4. Офіційний веб-сайт Банку №2 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.aval.ua/ru/>
5. Офіційний веб-сайт Банку №3 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrgasbank.com/>
6. НБУ назвав банки, які найбільше витрачають на рекламу та маркетинг // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://finbalance.com.ua/news/NBU-nazvav-banki-yaki-nauybilshе-vitrachayut-na-reklamu-ta-marketinh->
7. ТОП-10 банків с найбільшим количеством действующих структурных подразделений в Украине // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://forinsurer.com/rating-banks>

УДК 658.5

Василик Н. М., к.е.н., доцент,

Матчук А. М.

Луцький національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ РЕСУРСАМИ ХЛІБОПЕКАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена розкриттю особливостей управління виробничими ресурсами на хлібопекарському підприємстві. Розглянуто суть поняття виробничі ресурси підприємства та встановлено, що їх складовими є основні фонди, матеріальні та трудові ресурси. Визначено сутність поняття управління виробничими ресурсами. Представлено основні елементи управління виробничими ресурсами. Проаналізовано діяльність хлібопекарського підприємства та оцінено ефективність управління його виробничими ресурсами. Виділено основні шляхи удосконалення управління виробничими ресурсами на досліджуваному хлібопекарському підприємстві.

Ключові слова: виробничі ресурси, основні фонди, матеріальні ресурси, трудові ресурси, управління виробничими ресурсами підприємства.

Vasilik N., Matchuk A.

MANAGEMENT OF INDUSTRIAL RESOURCES OF THE BAKERY ENTERPRISE

The article is devoted to the disclosure of peculiarities of management of industrial resources at the bakery enterprise.

The essence of the concept of industrial resources of the enterprise is considered and found that their constituents are fixed assets, material and labor resources. The essence of the concept of management of industrial resources is determined. The main elements of management of industrial resources are presented. It is determined that the objectives of the management of industrial resources are the effective use, increase and optimization of the enterprise's industrial resources. The basic principles of the management of productive resources are systemic, complex, continuous, and efficient. The management of industrial resources is carried out on the main core functions of management: planning, organization, motivation and control, which are implemented through economic, organizational and administrative and socio-psychological management methods.

The peculiarities of management of the industrial resources of the bakery enterprise were considered on the example of one of the leading industry enterprises in the Volyn region of PJS «Teremno Bread». The activity of this baking enterprise is analyzed and the efficiency of management of its industrial resources over the last five years has been estimated. It was established that the activity of the investigated bakery enterprise in general was effective, especially in the last two years. The enterprise has a sufficient quantity, composition and structure of industrial resources.

An estimation of efficiency of management of each of elements of industrial resources of the enterprise for the last five years has been carried out. The analysis of the effectiveness of fixed assets was carried out on the indicators of capital intensity, return on assets and equity property. The results of the analysis indicate a positive dynamics of these indicators and effective management of fixed assets, but the main problem is the outdated production assets. The estimation of efficiency of labor resources management was carried out on the basis of calculation of labor intensity, productivity, profitability of the personnel. The results of the analysis showed the effective management of labor resources with a tendency to improve on an annual basis. It was established that at the enterprise the most effective resource among all production resources was to manage the material resources. The reason was that in general, the baking industry is a very material resource and the effectiveness of the management of material resources in recent years is influenced by the negative factors of the environment.

The main ways of improving the management of industrial resources at the investigated bakery enterprise are as follows: expansion of product assortment, development of new products; upgrade of production equipment; introduction of the ERP system; introduction of strategic sourcing; application of the system «just in time».

Key words: industrial resources, fixed assets, material resources, labor resources, management of industrial resources of the enterprise.

Василик Н. М., Матчук А. М.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ РЕСУРСАМИ ХЛЕБОПЕКАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена раскрытию особенностей управления производственными ресурсами на хлебопекарном предприятии. Рассмотрена сущность понятия производственные ресурсы предприятия и установлено, что их составляющими есть основные фонды, материальные и трудовые ресурсы. Определена сущность понятия управления производственными ресурсами. Представлены основные элементы управления производственными ресурсами. Проанализирована деятельность хлебопекарного предприятия и оценена эффективность управления его производственными ресурсами. Выделены основные пути совершенствования управления производственными ресурсами на исследуемом хлебопекарном предприятии.

Ключевые слова: производственные ресурсы, основные фонды, материальные ресурсы, трудовые ресурсы, управление производственными ресурсами предприятия.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. На сучасному етапі розвитку, в умовах нестабільності зовнішнього середовища, забезпечення стійкої конкурентоспроможності, прибутковості і підвищення рівня ефективності підприємства безпосередньо залежить від ефективності управління його виробничими ресурсами.

Особливо актуальним дане питання є для підприємств хлібопекарської галузі України, адже вони виробляють найважливіший продукт харчування – хліб. А на фоні останніх негативних тенденцій зовнішнього середовища, особливо починаючи з 2014 року: значного скорочення обсягів виробництва, пов'язано із скороченням населення, значним зниженням споживання хлібобулочних виробів внаслідок анексії Криму, значним підвищенням цін на сировину і матеріали та енергетичні ресурси, які беруть участь у виготовлення хлібобулочних виробів, а також проблематичним забезпеченням виробництва хлібобулочних виробів у зоні АТО, значна частка хлібопекарських підприємств стають збитковими.

Таким чином, забезпечення ефективного функціонування підприємств хлібопекарської промисловості в цих умовах є надзвичайно складним завданням, тому саме дотримання ефективного управління виробничими ресурсами дозволить хлібопекарським підприємствам отримати резерви для подальшої конкурентоспроможної діяльності.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питанням розкриття суті та структури виробничих ресурсів займалось багато як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Серед українських вчених, наукові праці яких присвячені розв'язанню прикладних проблем структуризації, використання виробничих ресурсів на підприємствах, відзначимо: Є. Бойка, В. Геєця, М. Герасимчука, Й. Петровича, С. Покропивного. Методиці проведення аналізу використання виробничих ресурсів підприємства присвячені праці Г. Савицької, М. Баканова, А. Шеремета, В. Немцева, Г. Шадріної, а також українських вчених М. Чумаченка, В. Івахненка, М. Болюха, П. Поповича. Проблеми структуризації й оптимізації виробничих ресурсів підприємства розглядаються у публікаціях В. Дякіна, М. Перелигіна, Н. Ярошевіч, Л. Матросової та С. Носкової. Стан виробничо-господарської діяльності хлібопекарських підприємств досліджували в своїх працях вітчизняні і зарубіжні науковці: В. Белік, Л. Карнаушенко, Ю. Труш, С. Петруха, М. Сичевський, Л. Чернелевський та інші. Проте недостатньо розкритими лишаються теоретико-прикладні питання управління виробничими ресурсами хлібопекарського підприємства.

Цілі статті. Метою дослідження є визначення теоретично-прикладних засад управління виробничими ресурсами хлібопекарського підприємства та обґрунтування шляхів підвищення ефективності управління його виробничими ресурсами.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Оскільки розвиток підприємства передбачає наявність виробничих ресурсів певної кількості та якості, то проведення обґрунтованої оцінки використання виробничих ресурсів та загалом ефективності управління виробничими ресурсами набуває особливого практичного значення для кожного підприємства.

У сучасній економічній теорії відсутній єдиний погляд вчених щодо змісту виробничих ресурсів підприємства та їх складу. Також, прослідковуються різні підходи щодо методики оцінки ефективності використання та управління виробничими ресурсами.

Проте, можна зробити висновок, що найбільш поширеною вважається все ж така структура виробничих ресурсів підприємств-

ва, яка включає в себе наступні складові: матеріальні ресурси, трудові ресурси та основні фонди. Саме даної класифікації ми будемо дотримуватись при подальшому розгляді особливостей управління виробничими ресурсами конкретного хлібопекарського підприємства.

Погоджуємось із думкою вчених [1], які вважають, що найбільш повним слід вважати трактування виробничих ресурсів підприємства як сукупності певних чинників (запасів, джерел, засобів та предметів праці), які має в наявності підприємство, а також які можуть бути мобілізовані та використані ним для досягнення конкретної мети й одержання очікуваного результату в певний проміжок часу.

Розглянувши суть і структуру виробничих ресурсів підприємства, потрібно сфокусувати увагу на процесі управлінні ними, оскільки це є один із найважливіших процесів на підприємстві. Основні елементи управління виробничими ресурсами представлені на рис. 1.



Рис. 1. Основні елементи управління виробничими ресурсами підприємства

Процес управління виробничими ресурсами підприємства є безперервним, динамічним, послідовним, стійким, мінливим, ціле-

спрямованим і має циклічний характер. Він формується завдяки тісному взаємозв'язку функцій менеджменту, кожна з яких є складовою цього процесу.

Функції управління виробничими ресурсами підприємства реалізуються через основні елементи управлінського циклу: планування, організацію, мотивацію, аналіз, облік та контроль. Саме за допомогою вище зазначених функцій здійснюється процес управління виробничими ресурсами підприємства загалом та їх основних складових зокрема. Привести в дію організовану систему, щоб одержати результат, можна лише через вплив на неї керуючого органу чи особи. При цьому необхідні певні інструменти погодженого впливу, які й забезпечують досягнення поставлених цілей. Такі інструменти заведено називати методами управління. Тобто, практична реалізація функцій управління виробничими ресурсами підприємства здійснюється за допомогою системи методів управління виробничими ресурсами підприємства: економічних, соціально-психологічних та організаційно-розпорядчих [2].

Для якісного управління виробничими ресурсами підприємства механізм формування та використання цих ресурсів повинен базуватися на принципах системності, комплексності, без перервності, ефективності.

Процес управління виробничими ресурсами підприємства складається з окремих управлінських циклів, кожен з яких можна розділити на низку самостійних операцій. Цими операціями є: збір і передача інформації, її обробка й аналіз, вироблення на основі аналізу управлінського рішення, передача рішення і його реалізація, порівняння отриманих рішень з показниками та їхніми плановими величинами [3].

Отже, управління виробничими ресурсами підприємства є складним процесом, який розглядається як процес прийняття і здійснення управлінських рішень, спрямованих на раціональне використання, нарощення та оптимізацію виробничого потенціалу підприємства з метою досягнення поставлених цілей і забезпечення стійкого функціонування та розвитку підприємства.

Як уже зазначалось вище, ефективне управління виробничими ресурсами є досить актуальним питанням для кожного хлібопекарського підприємства. Розглянемо особливості управління

виробничими ресурсами на прикладі ПАТ «Теремно Хліб», підприємства харчової промисловості, яке розпочало свою діяльність у 1983 році в м. Луцьк, Волинської області.

Історія ПАТ «Теремно Хліб» нараховує більше 30 років на ринку хлібобулочних виробів України і з типових проектів хлібо-заводів даного зразку це один з кращих у країні. Крім того, дане підприємство є одним із провідних у Волинській області і забезпечує споживачів високоякісними різноманітними хлібобулочними виробами (асортиментний ряд продукції налічує більше 140 найменувань).

Для забезпечення виробництва високоякісної хлібобулочної продукції на ПАТ «Теремно Хліб» встановлено найсучасніше обладнання іноземного виробництва і використовується сировина найкращої якості. Висока якість продукції досягається, в першу чергу, за рахунок використання у її виробництві тільки натуральної сировини, а постійний моніторинг та аудит самого процесу виробництва дозволяє підприємству безперебійно виробляти продукцію і вчасно поставляти її споживачам [4].

Перш ніж оцінити ефективність управління виробничими ресурсами на даному підприємстві, проаналізуємо основні показники його діяльності за 2012–2016 роки (табл. 1).

Проаналізувавши основні техніко-економічні показники підприємства ПАТ «Теремно Хліб» за 2012–2016 рр., можемо зробити висновок, що підприємству у 2015 році вдалось вийти на прибуткову діяльність, на фоні збиткової у 2012, 2013 та 2014 роках.

Дохід від реалізації продукції має тенденцію щорічно збільшуватись, у 2016 році він досяг вже 182654 тис грн проти 81175 тис грн у 2012 році. Валовий прибуток, також має тенденцію до стрімкого росту (у півтора рази відбувся ріст за аналізований період). Середньооблікова чисельність персоналу коливається, що пов'язано з проведенням робіт із оптимізації і автоматизації виробництва особливо в останній рік. На ПАТ «Теремно Хліб» спостерігається тенденція до збільшення середньомісячної заробітної плати. Рентабельність продажу і рентабельність продукції за аналізований період залишаються на досить високому рівні. Позитивним зрушенням у 2016 році стало скорочення дебіторської заборгованості на 27% в порівнянні з 2015 роком.

Таблиця 1

Основні показники діяльності ПАТ «Термно Хліб» за 2012–2016 роки *

Показники	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	Відносне відхилення, %			
						2014/2013	2015/2014	2016/2015	2016/2012
1. Валюта балансу, тис грн	36791	35367	36735	44306,5	49450	3,87	20,61	11,61	34,41
2. Власний капітал, тис грн	14767	13987	12793	12176	12933	-8,53	-4,82	6,21	-12,42
3. Чистий дохід від реалізації продукції, тис грн	81175	80941	99860	154551	182654	23,37	54,77	18,18	125,01
4. Собівартість реалізованої продукції, тис грн	55789	52930	66690	99457	118805	26,00	49,13	19,45	112,95
5. Валовий прибуток, тис грн	25386	28011	33170	55094	63849	18,42	66,10	15,89	151,51
6. Фінансовий результат від операційної діяльності, тис грн	1882	1100	1785	6067	4612	62,27	239,89	-23,98	145,06
6. Чистий прибуток (збиток), тис грн	-529	-1031	-1356	357	1391	31,52	-126,33	289,64	362,95
7. Фонд оплати праці, тис. грн.	13515	15453	17972	19791	22116	16,30	10,12	11,75	63,64
8. Середньооблікова чисельність працюючих, чол.	490	502	545	532	498	8,57	-2,39	-6,39	1,63
9. Середньомісячна заробітна плата працівників, грн	2298,4	2565,2	2748,0	3100,1	3700,8	7,12	12,81	19,38	61,02
10. Середньорічна вартість основних засобів, тис грн	44603	46081	48793	52475	63138	5,89	7,55	20,32	41,56
11. Середньорічна вартість оборотних активів підприємства, тис грн	21385	15360	17490	24680	22050	13,87	41,11	-10,66	3,11
12. Рентабельність продукції, %	45,50	52,92	49,74	55,39	53,74	-	-	-	-
13. Рентабельність продажу, %	31,27	34,61	33,22	35,65	34,96	-	-	-	-
14. Дебіторська заборгованість, тис грн	8154,5	8132,5	12016,5	15890,5	11676	47,76	32,24	-26,52	43,18
15. Кредиторська заборгованість, тис грн	12125	12171	11753	22342	27560	-3,43	90,10	23,36	127,31

* розраховано авторами

Отже, згідно аналізу можна зробити висновок, що ПАТ «Геремно Хліб» в даний період функціонує ефективно. З кожним роком спостерігається підвищення обсягу реалізації продукції та чистого прибутку, що свідчить про нарощення конкурентоспроможності товариства в цілому.

Варто зазначити, що стратегічне управління виробничими ресурсами здійснюється керівником підприємства (головою правління) і затверджується на загальних зборах акціонерів. Тактичне управління виробничими ресурсами здійснюється керівниками функціональних підрозділів за погодженням з керівником підприємства. До загального процесу управління виробничими ресурсами на підприємстві задіяні такі підрозділи і керівники цих підрозділів: голова правління, головний інженер, фінансовий директор, бухгалтерія, відділ МТП, департамент з виробництва, відділ по роботі з персоналом, начальник транспортної дільниці, начальник відділу логістики, комерційний директор, відділ головного механіка, відділ головного енергетика.

Далі проаналізуємо ефективність використання виробничих ресурсів ПАТ «Геремно Хліб», а саме основних фондів, матеріальних ресурсів та трудових ресурсів.

Аналіз ефективності використання основних фондів показав, що підприємство з кожним роком все більш ефективно використовує власні основні фонди (рис. 2).

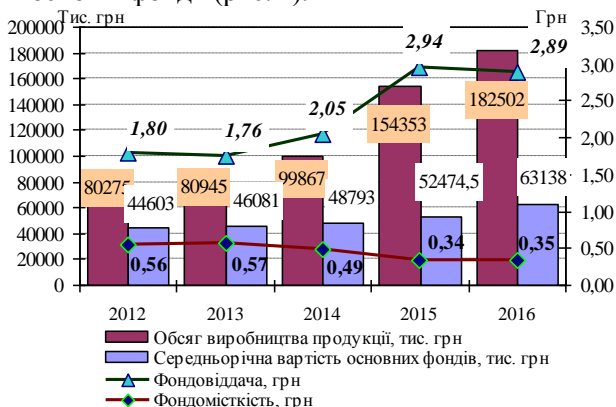


Рис. 2. Аналіз ефективності використання основних фондів ПАТ «Геремно Хліб» за 2012–2016 рр. *

* сформовано авторами

За допомогою аналізу використання трудових ресурсів вдалось визначити, що підприємство є забезпеченим усіма видами трудових ресурсів у достатньому обсязі. Коефіцієнт плинності кадрів має досить низький рівень (у 2012 році склав 0,049, у 2013 році – 0,030, у 2014 році – 0,024, у 2015 році – 0,019 та у 2016 році – 0,018) і має тенденцію зменшуватись з кожним роком під час досліджуваного періоду, що вказує на збільшення прихильності працівників до підприємства. Також, було визначено (рис. 3), що показники середньогодинного виробітку робітників за 2012–2016 рр. зросли у півтора рази, тобто з 116,7 грн до 285,8 грн, і це відбулося за рахунок зниження чисельності робітників на 7,4% при значному збільшенні темпів росту виробництва (на 127% за 2012–2016 роки).

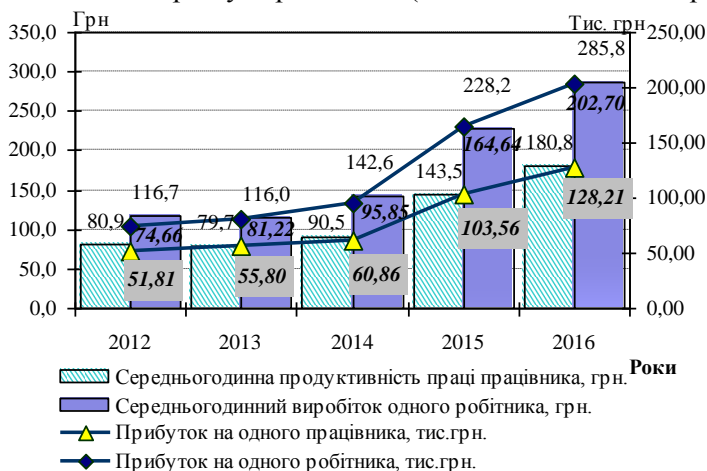


Рис. 3. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів ПАТ «Термно Хліб» за 2012–2016 рр. *

* сформовано авторами

Позитивним стало і збільшення прибутку на одного працівника та робітника за період 2012–2016 рр., відповідно на 148% та 172 %. Отже, результати аналізу свідчать про позитивні зрушення у сфері ефективності управління трудовими ресурсами підприємства.

Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів (рис. 4) засвідчив нестабільну ситуацію в даній сфері.



Рис. 4. Аналіз ефективності використання матеріальних ресурсів ПАТ «Теремно Хліб» за 2012–2016 рр. *

* сформовано авторами

Загалом хлібопекарська галузь є досить матеріаломісткою і будь-які зміни кон'юнктури ринку впливають на вартість матеріальних ресурсів, які йдуть на виготовлення хлібобулочних виробів. Оскільки саме негативну ситуацію ми спостерігаємо починаючи з 2015 року у сфері росту цін на сировину і матеріали та енергетичні ресурси, які залучені в процесі виробництва хлібобулочних виробів, все це призвело до стрімкого росту вартості матеріальних витрат і тим самим часткового зменшення ефективності використання матеріальних ресурсів на підприємстві.

В цілому на підприємстві за аналізований період спостерігалися позитивне зрушення у питанні управління основними складовими виробничих ресурсів, проте є і резерви для підвищення ефективності управління даними ресурсами, які підприємству необхідно використати як найповніше.

Варто відмітити, що використання виробничих ресурсів носить комплексний характер, тобто, зміна витрат одного з них неодмінно має позначитись на витратах іншого. Тому, говорячи про цілеспрямований впливу на них, слід мати на увазі розробку та реалізацію комплексу заходів з удосконалення всієї системи управління виробничими ресурсами.

Пропонуємо наступні шляхи удосконалення управління виробничими ресурсами на ПАТ «Теремно Хліб»: розширення асортименту продукції, вироблення нової продукції; оновлення виробничого обладнання; запровадження ERP-системи; запровадження стратегічного сорсингу; застосування системи «Точно в термін».

Висновки. Отже, ефективне управління виробничими ресурсами дозволяє знизити тривалість виробничого і операційного циклу, зменшити поточні затрати на їх зберігання, вивільнити з поточного господарського обороту частину фінансових коштів, реінвестуючи їх в інші активи. Будемо сподіватись, що сформовані пропозиції щодо удосконалення управління виробничими ресурсами і їх практична реалізація, дозволять ПАТ «Теремно Хліб» підвищити свою конкурентоспроможність і прибутковість та забезпечити ще більш повне задоволення потреб споживачів хлібобулочних виробів.

1. Матросова Л. М. Теоретичні засади поняття «виробничі ресурси підприємства» та їх класифікація / Л. М. Матросова, С. А. Носкова // Економічний вісник Донбасу. – № 2 (24). – 2011. – С. 207–211.
2. Василик Н. М. Сутність та напрямки підвищення ефективності управління виробничими ресурсами підприємства / Н. М. Василик // Зб. наук. пр. «Економічні науки». – Серія «Економіка та менеджмент». – Випуск 3(10) – Ч. 1. – Луцьк : РВВ ЛДТУ. – 2007. – С. 19–31.
3. Гуткевич С. О. Управління економічними ресурсами підприємства / С. О. Гуткевич, О. І. Шаманська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 7 (97). – С. 99–105.
4. Офіційний сайт ПАТ «Теремно Хліб» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://teremno.com.ua/>.

УДК 332.02

Вахновська Н. А., к. е. н., доцент

Луцький національний технічний університет

ДО ПИТАННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ РЕГІОНУ

У публікації підлягають розгляду питання щодо особливостей управління прибутком підприємств лісогосподарського комплексу регіону. Визначено детермінанти впливу на величину прибутку та перспективи розвитку таких підприємств в контексті підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: прибуток, управління прибутком, підприємства лісогосподарського комплексу.

Vakhnovska N.

TO PROBLEM MANAGEMENT PROFIT ENTERPRISES OF AGRICULTURAL LOGISTICS COMPLEX OF THE REGION

In the theory of economics in different periods, perhaps, the greatest attention was paid to the question of profit. Profit and loss is the ultimate financial result of the enterprise, while the latter is a confirmation of ineffective management policy.

Profit characterizes the economic effect obtained as a result of the enterprise. However, the magnitude of profit, its dynamics is influenced by factors, how it depends and do not depend on the efforts of the enterprise. These factors do not affect profit directly, but because of the volume of sales and cost, so for the final financial result, it is necessary to compare the value of the volume of the product sold and the cost of the costs and resources used in its production. Profit performs a stimulating function. Its meaning is that it is both a financial result and a major element of the company's financial resources.

The dominant factor in the economic growth of forestry enterprises is their lucrative activity, and it is these signs that the national economy of Ukraine begins to form in recent years. At the same time, negative tendencies of profitability, especially in the forestry, where the growth of the profit received is lower than in the industry, is exacerbated; however, today there is an increase in sales volumes. Therefore, the economic necessity is orientation of the management system of profitability of the forest enterprise on the parameters of life and competitiveness, which will allow to take advantage of changes in the environment and avoid losses of economic potential.

There is a need to work out innovative approaches to the estimation of profitability taking into account the strategies of enterprise development, type of management and positioning systems in the market; the development and implementation of an effective mechanism for managing profitability of the enterprise focused not only on the growth of current profits, but on the formation and use of profitability potential, which is crucial for creating the prerequisites for sustainable development in the long run and is one of the priority tasks of management.

Key words: profits, profit management, forest enterprise enterprises.

Вахновская Н. А.

К ВОПРОСУ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕСОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

В публикации подлежат рассмотрению вопросы об особенностях управления прибылью предприятий лесохозяйственного комплекса региона. Приводятся факторы влияния на размер прибыли в контексте повышения эффективности принятия управленческих мероприятий.

Ключевые слова: прибыль, управление прибылью, предприятия лесохозяйственного комплекса.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Домінантою економічного зростання підприємств лісового господарства вважається їх прибуткова діяльність, і саме такі ознаки починає формувати національна економіка України протягом останніх років. Разом з тим, загострюються негативні тенденції прояву прибутковості, особливо в лісовому господарстві, де зростання отриманого прибутку є нижчим, ніж в промисловості; однак на сьогодні спостерігається збільшення обсягів реалізованої продукції. Тому, економічною необхідністю є орієнтація системи управління прибутковістю лісгосподарського підприємства на параметри життєдіяльності та конкурентоспроможності, що дозволить використовувати переваги змін зовнішнього середовища та уникнути втрат економічного потенціалу.

Існує потреба в опрацюванні інноваційних підходів до оцінки прибутковості з урахуванням стратегій розвитку підприємства, типу управління та системи позиціонування на ринку; розробці та впровадженні ефективного механізму управління прибутковістю підприємства, цілеспрямованого не стільки на зростання поточних

прибутків, скільки на формування і використання потенціалу прибутковості, що є визначальним для створення передумов сталого розвитку у довгостроковій перспективі і належить до пріоритетних завдань менеджменту.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженням сутності, природи виникнення прибутку та параметрів його оцінки присвячені роботи зарубіжних і вітчизняних вчених-економістів: О. Бланка, А. Дайле, Б. Коласса, Е. Негашева, Д. Хана, Л. Чорної, А. Шеремета; розробки стратегії управління підприємством: І. Ансоффа, М. Войнаренка, І. Ігнатєвої, Ф. Котлера, М. Мартиненка, В. Нижника, М. Портера; оцінки ефективності господарської діяльності за показниками прибутковості: А. Бірмана, К. Друрі, П. Самуельсона, В. Хойсра, П. Хейне. Проблеми фінансового аналізу, прогнозування і планування фінансових результатів розглядаються в роботах багатьох українських вчених, насамперед: К. Измайлової, Л. Костирко, В. Мец, Є. Мниха, О. Орлова, Є. Рясних, О. Терещенка та ін. Наукові праці вчених обґрунтовують фундаментальні аспекти системи управління прибутковістю і дозволяють створювати на цих засадах її сучасні методи та інструменти.

Цілі статті: проаналізувати детермінанти впливу на величину та зміну прибутку підприємств лісогосподарського комплексу, а також визначати перспективи їх розвитку в контексті підвищення ефективності прийняття управлінських рішень.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В теорії економіки у різні періоди чи не найбільшої уваги приділялось питанню прибутку. Прибуток та збиток є кінцевим фінансовим результатом роботи підприємства, при цьому, останній є підтвердженням неефективної управлінської політики. Безперечно, в отриманні негативного фінансового результату незацікавлений ніхто, оскільки отримання збитку для господарства означає автоматичне послаблення його конкурентних позицій, зниження платоспроможності, зростання податкового боргу та, зрештою, може призвести до виникнення банкрутства. На рівні держави збитки суб'єктів господарювання позначаються на збільшенні рівня безробіття, зменшення ВВП, від'ємному сальдо у торговельному балансі. У зв'язку із цим

робота будь-якого господарюючого суб'єкта має бути направлена на отримання прибутку, питання дослідження якого є актуальними для кожного суб'єкта господарювання.

Діяльність лісгосподарських підприємств належить до тих видів економічної діяльності, частка яких у структурі економіки України є незначною: вартість виробленої ними продукції у загальній структурі внутрішнього валового продукту країни традиційно становить 0,34–0,46%. Разом з тим, від ефективності її здійснення залежить соціо-еколого-економічний розвиток нашої держави. Так, деревина, що є основним продуктом лісгосподарських підприємств і найбільш поширеним та універсальним матеріалом, має велике значення в економіці країни і суттєво впливає на розвиток багатьох галузей: промисловості, транспорту, будівництва тощо.

Прибуток характеризує економічний ефект, отриманий в результаті діяльності підприємства. Разом з тим на величину прибутку, його динаміку впливають фактори, як залежні, так і не залежні від зусиль підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Детермінанти, що впливають на величину та зміну прибутку

Зазначені фактори впливають на прибуток не прямо, а через обсяг реалізованої продукції і собівартість, тому для отримання

кінцевого фінансового результату необхідно зіставити вартість обсягу реалізованого продукту та вартість витрат і ресурсів, що використовуються при його виробництві. Разом з тим, прибуток виконує стимулюючу функцію. Її зміст полягає в тому, що вона одночасно є і фінансовим результатом і основним елементом фінансових ресурсів підприємства.

В результаті проведеного нами дослідження діяльності підприємств лісгосподарського комплексу Волинської області можемо описати перспективи їх розвитку, а також можливі фактори впливу на прибутковість з позиції оцінки внутрішнього і зовнішнього середовища (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка внутрішнього і зовнішнього середовища підприємств лісгосподарського комплексу

ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	
<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ul style="list-style-type: none"> - використання керівництвом нестандартних методів управління; - ділові стосунки з партнерами на вигідних умовах для обох сторін; - стійкі контакти з споживачами; - стабільно високий рівень конкурентоспроможності продукції 	<ul style="list-style-type: none"> - високі витрати на збут продукції; - частка застарілих видів продукції; - погіршення ефективності роботи через застаріле обладнання; - зниження якості продукції
ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ	
<i>Ринкові можливості</i>	<i>Ринкові загрози</i>
<ul style="list-style-type: none"> - вихід на ринок з новими видами продукції; - задоволення потреб споживачів; - вихід на нові ринки збуту; - впровадження нових схем реалізації продукції; - високі ціни на товари конкурентів 	<ul style="list-style-type: none"> - наявність або поява сильних конкурентів; - постійна зміна потреб споживачів; - податковий тиск; - високий рівень інфляції; - наявність значних перешкод для входження на ринок

Для забезпечення стабільної господарської діяльності окремі підприємства галузі залучали кредитні ресурси на поповнення обігових коштів. Зокрема, це підприємства, підпорядковані Вінницькому, Волинському, Житомирському, Закарпатському, Івано-Франківському, Полтавському, Рівненському, Чернігівському, Тернопі-

льському, Чернівецькому та іншим обласним управлінням. А це, в свою чергу, призводить до зменшення потенційно можливого рівня прибутку.

Таким чином, підприємствам потрібно спрямовувати свою діяльність на усунення слабких сторін за допомогою використання маркетингових можливостей, а для досягнення успіху – необхідно впроваджувати нові технології та виходити на ринок з новими видами продукції, що в майбутньому дасть можливість розширити ринки збуту та стати більш конкурентоздатними не тільки у Волинській області, а й в Україні.

Отже, для забезпечення росту прибутковості необхідно шукати невикористані можливості її збільшення, тобто резерви зростання прибутку. Резерви виявляються на стадіях планування та безпосереднього виробництва і реалізації продукції. Визначення резервів збільшення прибутковості базується на науково обґрунтованій методиці розробки заходів щодо її мобілізації.

Висновки. Проаналізувавши наведені резерви підвищення прибутку, можна зробити висновок, що в залежності від того, у якому стані знаходиться підприємство з точки зору фінансового забезпечення та положення на ринку, та залежно від його намірів щодо змін, потрібно обрати та застосувати правильний набір заходів для підвищення його прибутковості.

1. Баранцева С. М. Управління прибутком підприємства з урахуванням впливу ризиків його діяльності / С. М. Баранцева, С. І. Планида // Зб. темат. наук. пр. «Торгівля і ринок України». – Вип. 31. Т. 1 / Голов. ред. О. О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – С. 178–183.
2. Бланк И. А. Управление прибылью / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1998. – 544 с.
3. Бланк И. А. Финансовый менеджмент : учебн. курс / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2001. – 528 с.
4. Блонська В. І. Стратегічне управління прибутком підприємства / В. І. Блонська, Н. Я. Нагріна // Зб. наук.-техн. пр. «Науковий вісник національного лісотехнічного університету України». – Вип. 20 (5). – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2010. — С. 145–152.
5. Малюта Л. Стратегічне управління інноваційним розвитком лісопромислового комплексу / Л. Малюта, Ю. Спиридонова // Соціально-економічні проблеми і держава // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/1508/1/11mlyrlk.pdf>

УДК 338.48

Вахович І. М., д.е.н., професор,

Пушкарчук І. М., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Наведено умови формування іміджу регіону як туристичної дестинації. Встановлено сильні та слабкі сторони розвитку туризму Волинської області, що відповідним чином позначаються на іміджі регіону як туристичної дестинації. Визначено заходи та інструменти формування позитивного іміджу Волинської області як туристичної дестинації.

Ключові слова: регіон, імідж регіону, розвиток туризму, туристична дестинація.

Vachovych I., Pushkarchuk I.

MECHANISMS OF FORMING THE IMAGE OF THE VOLYN REGION AS A TOURIST DESTINATION

Introduction. Forming the image of the Volyn region as a tourist destination is an important tool for ensuring its economic, social, environmental development and also for formation its competitiveness. The purpose of this article is to substantiate the mechanisms of forming the image of the Volyn region as a tourist destination. The methodological base of the research was the developments of economic science according to the study of regional development of tourism. Results. The conditions for forming the image of the region as a tourist destination are presented. The initial condition for the formation of a positive image of the Volyn region as a tourist destination is to ensure a high level of tourism development in the region. The strengths and weaknesses of the tourism development of the Volyn region which have a corresponding effect on the image of the region as a tourist destination are established. Ways and tools for forming a positive image of the Volyn region as a tourist destination are determined. Conclusion. The formed positive image of Volyn region as a tourist destination will provide: growth of external and internal tourist flows; additional inflows of investments into the region; creation new workplaces in tourism and in related types of economic activity; enlargement of markets for regional tourism products and access to the international market; conservation and enhancement of cultural potential; additional revenues to local and state budgets; harmonization of relations between different peoples and states; improving the quality of life of the local population, etc.

Key words: region, image of the region, development of tourism, tourist destination.

Вахович И.М., Пушкарчук И.Н.

МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ВОЛЫНСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Приведены условия формирования имиджа региона как туристической дестинации. Установлено сильные и слабые стороны развития туризма Волынской области, что соответствующим образом сказываются на имидже региона как туристической дестинации. Определены меры и инструменты формирования положительного имиджа Волынской области как туристической дестинации.

Ключевые слова: регион, имидж региона, развитие туризма, туристическая дестинация.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Із переорієнтацією туристів на нові туристичні віддалені дестинації, актуалізується необхідність пошуку та впровадження у практику дієвих механізмів формування іміджу регіонів України як туристичних дестинацій, не виключенням є й Волинська область. Формування іміджу Волинської області як туристичної дестинації є важливим інструментом забезпечення її економічного, соціального, екологічного розвитку, а також формування конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженню проблем регіональної туристичної політики, туристичної інфраструктури, туристично-рекреаційних ресурсів регіонів України, формування та функціонування ринку туристичних послуг, туристичних дестинацій присвятили свої праці такі вчені-економісти, як М. Бондаренко, В. Герасименко, А. Головчан, Г. Горбань, В. Грицевич, М. Долішній, О. Дудкіна, В. Євдокименко, В. Кравців, Ю. Куц, О. Любіцева, А. Мазаракі, В. Мацола, О. Марченко, М. Осипчук, А. Парфіненко, В. Семенов, О. Соскін, Т. Ткаченко, Л. Черчик та інші. Разом з тим, проблематика формування позитивного іміджу регіону як туристичної дестинації та дієвих механізмів його забезпечення недостатньо висвітлена.

Цілі статті. Так, основна мета дослідження полягає в визначенні та обґрунтуванні механізмів формування іміджу Волинської області як туристичної дестинації.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Під *туристичною дестинацією* розуміється територія, на якій пропонується певний набір послуг, що відповідають попиту туриста на перевезення, проживання, харчування, відпочинок, розваги тощо [1, с. 5]. Вважаємо, *імідж регіону як туристичної дестинації* є сукупністю раціональних та ірраціональних вражень і уявлень у свідомості реальних і потенційних туристів про туристичні особливості і бренд (певний власний образ) регіону, сформований на основі його турпродуктів.

Імідж регіону, що сформувався в туристів, є головним фактором, що визначає вибір ними дестинації, де вони будуть готові витратити свої гроші. Позитивний імідж регіону як туристичної дестинації підвищує його цінність в сприйнятті споживачів.

Умовами формування іміджу регіону як туристичної дестинації є: 1) високий рівень розвитку, унікальність та атрактивність туристичного потенціалу; 2) високий рівень розвитку туристичної інфраструктури; 3) розвиток специфічних видів туризму та унікальних турпродуктів, що залучатимуть в регіон туристів зі всього світу; 4) широкомасштабний та динамічний розвиток інформаційних, в тому числі глобальних, і комунікаційних систем, зокрема, «Amadeus», «Galileo», «Worldspan», «Sabre»; 5) налагодження між-регіональних та міждержавних зв'язків; 6) збереження культурної спадщини.

Разом з тим, формуючи імідж регіонів України як івентивних туристичних дестинацій, необхідно робити акцент на таких їх конкурентних перевагах: 1) атрактивність (природно-рекреаційна цінність), культурна та естетична цінність для туристів; 2) можливість поєднання різного роду туризму в масштабах території одного регіону; 3) максимальна орієнтація на всі цільові ринки; 4) високий рівень розвитку та підтримка ефективних транспортних зв'язків регіонів країни з туристичними ринками; 5) зручність розміщення об'єктів туристичної інфраструктури.

Цілком очевидно, що вихідною умовою формування позитивного іміджу Волинської області як туристичної дестинації є

забезпечення високого рівня розвитку туризму у регіоні. Проведений аналіз засвідчив, що основними сильними сторонами розвитку туризму у Волинській області, на яких необхідно акцентувати увагу при формуванні іміджу регіону як туристичної дестинації, є:

- вигідне географічне положення і розвиток економічних зв'язків з прикордонними країнами і регіонами;
- багата культурно-історична спадщина та накопичення нової культурної спадщини;
- велика кількість і різноманітність об'єктів туристичного показу;
- сформованість передумов (туристичного потенціалу та туристичної інфраструктури) для розвитку туризму;
- високий науковий та освітній потенціал для забезпечення туризму кваліфікованими кадрами.

До факторів, що стримують розвиток туризму у Волинській області та є слабкими сторонами формування позитивного іміджу даного регіону як туристичної дестинації належать:

- 1) невідповідність регіональних туристичних продуктів міжнародним стандартам і вимогам;
- 2) дефіцит коштів для розвитку туристичного потенціалу регіону та неналежне його фінансування з бюджетів різних рівнів;
- 3) недостатність бюджетного фінансування у розвиток туристичної інфраструктури;
- 4) недостатність регіональних програм розвитку туризму і особливо специфічних його видів;
- 5) низька інвестиційна і ділова активність населення, суб'єктів господарювання і в цілому регіону;
- 6) недостатність інформації та відсутність масової рекламної компанії про регіональні туристичні продукти;
- 7) низька ефективність системи просування регіональних турпродуктів на туристичні ринки, а тому низький рівень популярності регіону та його туристичних продуктів і брендів на внутрішньому і зовнішніх ринках.

Вважаємо, задля забезпечення розвитку туризму у Волинській області необхідно комплексно застосовувати наступні заходи:

- 1) активно залучати зовнішні та внутрішні інвестиції для розвитку туризму на основі підвищення привабливості регіону;

- 2) формувати належне інфраструктурне забезпечення розвитку туризму;
- 3) формувати організаційно-інституційне середовище розвитку туризму у регіоні;
- 4) стимулювати туристичні потоки;
- 5) розробляти спільні туристичні продукти та розвивати договірну спеціалізацію, що дозволить наростити туристичні потоки з іноземних держав;
- 6) розвивати туристичну інфраструктуру на основі реалізації між-народних проектів;
- 7) стимулювати та сприяти розвитку нових інноваційних видів туристичної діяльності.

Таким чином, необхідні активні дії перш за все з боку регіональних органів влади та держави, спрямовані насамперед на створення умов динамічного розвитку туризму в регіоні, фінансування такого виду економічної діяльності, а також просування регіональних турпродуктів на ринку туристичних послуг.

На нашу думку, дієвими інструментами формування позитивного іміджу Волинської області як туристичної дестинації є:

- 1) регіональні турпродукти, які відображають специфічні особливості регіону, його унікальну природу та кліматичні особливості, місцеві традиції тощо;
- 2) широкомасштабна рекламна компанія регіональних турпродуктів у всіх можливих каналах комунікації;
- 3) слогани, вислови, лозунги, які формують загальне уявлення в туристів, відображаючи особливості туристичних дестинацій, стимулюють розвиток і просування нових ідей в туризмі та слугують засобами підкріплення ентузіазму;
- 4) тісні зв'язки з громадськістю, які дозволять встановити взаємостосунки з вітчизняними та зарубіжними громадськими організаціями;
- 5) іміджеве позиціонування туристичних продуктів регіону (на регіональному, національному та міжнародному рівнях) як альтернативу туристичному продукту іншого регіону (держави), який є більш конкурентоспроможним на ринку туристичних послуг;
- 6) візуальна символіка, що використовується на офіційних документах, рекламних щитах, брошурах, листівках, сувенірах, у

відеоматеріалах та інших інформаційних носіях, що підкріплює та посилює основну ідею іміджу регіону як туристичної дестинації;

7) календар привабливих для туристів подій в регіоні;

8) туристична карта регіону.

Імідж Волинської області як туристичної дестинації повинен формуватися як у результаті соціального пізнання регіональних турпродуктів, так і на основі поширення відповідної інформації через усі можливі канали комунікації: 1) рекламу у ЗМІ; 2) спеціальні туристичні теле- і радіопрограми, в тому числі з трансляцією у зарубіжних країнах; 3) друковану рекламно-інформаційну продукцію; 4) туристичні агентства та туристично-інформаційні центри для українських і іноземних туристів; 5) презентації та виставки регіональних туристичних продуктів на регіональному, державному та міжнародному туристичних ринках; 6) офіційні сайти управлінь (відділів) культури і туризму облдержадміністрацій; 7) комунікативні технології в Інтернеті, блоги та форуми; 8) ознайомчі та рекламні тури тощо.

Висновки. Позитивний імідж регіону як туристичної дестинації підвищує його цінність в сприйнятті споживачів. Сформований позитивний імідж Волинської області як туристичної дестинації забезпечить: ріст зовнішніх та внутрішніх туристичних потоків; додаткові надходження інвестицій в регіон; створення нових робочих місць як безпосередньо у туризмі, так і у суміжних видах економічної діяльності; розширення ринків збуту регіонального туристичного продукту та вихід на міжнародний ринок; збереження і нарощення культурного потенціалу; додаткові надходження коштів до місцевих і державного бюджетів; гармонізацію відносин між різними народами та державами; підвищення якості життя місцевого населення тощо.

1. Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме : учебн. / М. А. Морозов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Издательский центр «Академия», 2006. – 288 с.

УДК 658.011.2.

Войтович С. Я., к.е.н., професор,

Загоруйко В. Л., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

Войтович О. О., викладач

Технічний коледж Луцького НТУ

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ В СИСТЕМІ ЗВОРТНЬО-ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНИМИ ЗАКЛАДАМИ

В статті розкрито сутність «процесного підходу» до управління підприємством. Обґрунтована необхідність застосування процесного підходу щодо забезпечення ефективності реалізації процедур зворотньо-логістичного управління санаторно-курортним закладом. Теоретично розглянуто структуру та види процесів, що протікають в санаторно-курортному закладі.

Ключові слова: процесне управління, модель, зворотньо-логістичне управління, санаторно-курортний заклад, класифікація процесів управління санаторно-курортним закладом.

Voitovych S., Zagorujko V., Voitovych O.

REALIZATION OF PROCESS APPROACH IN SYSTEM OF THE RECIPROCA TING-LOGISTIC MANAGEMENT OF SANATORIUM AND RESORT INSTITUTION

In this study, we developed scientific and practical recommendations on the implementation of the process approach in the system of reciprocating-logistic management of sanatorium and resort institutions. Studies of theoretical sources allowed asserting that the «process approach» to management that considers the entire activity of the enterprise as «a network of interacting processes within its organizational structure, which realizes the purpose of its existence».

We should note that process oriented management, which is one of the current approaches to the management of enterprises of the services sector has the following main characteristics: it includes a dynamic set of processes that has the development and recurrence; provides reorientation of the management functions to manage the results; there is a constant transformation and continuous improvement of processes; the system of regulation and standardization in the implementation of this approach is determined by the development of quality management systems; the processes are discrete in nature and

provide for the mandatory conversion of resources; the performance and quality of processes transforms in value to the consumer as to the satisfaction of his needs and demands.

Using the method of scientific generalization, we have determined the feasibility of applying the process approach to ensure the effectiveness of implementation procedures, reciprocating-logistic management of sanatorium and resort institution, which can be expressed in the following: 1) meets the requirement of maximizing the satisfaction of consumer needs for quantitative and qualitative characteristics, that provide the performance and quality of the implemented processes; 2) organization of the activities in such institutions requires the formation of process of organizational structures of management and regulation of the internal organizational relationships, which involves the release management functions and management procedures of discrete processes. 3) simultaneous operation of sanatorium and resort establishment of a number of different types of dynamic stream processes that are characterized by the conversion of resources streaming into the operating system of customer service, flowing of information flows and information exchange, and the like, is in the nature of not only the process, but stream management; 4) the flow of almost all processes for sanatorium and resort institutions is characterized by a high degree of standardization and regulation of most procedures: provide services of accommodation, catering, information support, which meets the principles of ensuring quality management processes; 5) the possibility of optimizing the parameters with conditions and limitations in specific discrete process is defined by the principles of processes modelling; 6) a process approach to the implementation of management of sanatorium and resort institution is dedicated to the management of results of the processes, which contributes the contour structure of processes, the availability of the necessary relationship of the elements of the process structure and sequencing (sequence of operations) for its implementation.

In general, all the processes implemented in sanatorium-resort institution are divided into the following groups:

1) the main business processes, providing sanatorium and resort institutions revenue and profitability. These include business processes: provision of sanatorium and resort treatment, recreation, rehabilitation, health care in the form of diagnostics and individual consultation procedures; catering; hotel accommodation; the organization of excursion activities, tourism and leisure;

2) providing business processes that relate to outside business process service consumers and implementation of internal organizational management procedures relating to the production of resources, tools and services consumed in the main business processes;

3) managerial business processes reflecting the implementation of management actions and procedures are functional in nature and include: information services, providing legal security, economic planning, marketing, accounting, financial, logistical, economic, security and other types of activity of sanatorium and resort institutions;

4) stream business processes formed from a number of key, providing and management business processes are specific to streaming procedures, maintenance operations, provision of services, reflect the logistics of streaming, massive streaming service, streaming information, the streaming conversion of resources.

Key words: sanatorium and resort institution, reciprocating logistics management,

process approach to management, classification of management processes in sanatorium and resort institution.

Войтович С. Я., Загоруйко В. Л., Войтович О. О.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕСНОГО ПОДХОДА В СИСТЕМЕ ВОЗВРАТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫМИ ЗАВЕДЕНИЯМИ

В статье раскрыта сущность «процесного подхода» к управлению предприятием. Обоснована необходимость применения процесного подхода относительно обеспечения эффективности реализации процедур возвратно-логистического управления санаторно-курортным заведением. Теоретически рассмотрена структура и виды процессов, которые протекают в санаторно-курортном заведении.

Ключевые слова: процесное управление, модель, возвратно-логистическое управление, санаторно-курортное заведение, классификация процессов управления санаторно-курортным заведением.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Система менеджменту будь-якого підприємства характеризується застосуванням керуючою системою певних методів, підходів стилів управління, від якісної реалізації яких залежить як ефективність функціонування підприємства у ринкових умовах, так і ефективність протікання управлінських процедур всередині. Не виключенням є і заклади послуг.

В практиці менеджменту, управління підприємством будується на використанні окремих підходів: функціонального, процесного, системного, ситуаційного, інших, які визначають його внутрішню організаційну структуру, розподіл повноважень і функцій між виконавцями, тощо. Вибір найбільш оптимального підходу до управління такими закладами виражає важливість вирішення задач стратегічного управління.

Мінлива ринкова ситуація для підприємства, що супроводжується змінами його економічної, виробничої, маркетингової, логістичної, інноваційної політики, однак не виключає виконання ним процесів, які направлені на задоволення запитів споживачів, перетворення ресурсів, стратегічного та оперативного управління, технічного та технологічного обслуговування. Таким чином, про-

цесне управління, яке забезпечує повноту, вчасність, стандартизованість виконання процедур управління, набуває актуальності, необхідності і важливості до застосування.

Особливістю застосування процесного управління в системі зворотньо-логістичного управління санаторно-курортними закладами є одночасне поєднання процедур управління процесами та потокового управління споживачами, ресурсами і персоналом.

Формування системи дієвого процесного управління дозволить формалізувати та підвищити ефективність прийняття рішень адміністраторами, менеджерами, медичним та обслуговуючим персоналом таких закладів.

В сучасній управлінській літературі недостатньо розкриті аспекти особливості застосування процесного управління в системі зворотньо-логістичного менеджменту діяльності санаторно-курортних закладів на основі побудови та практичного використання процедур управління поточковими процесами із вертикальними та горизонтальними зв'язками, відповідною структурною побудовою, інформаційним обміном – як основи забезпечення ефективного функціонування санаторно-курортного закладу на ринку в умовах невизначеності.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження теоретичних засад ефективного управління сервісними закладами проводили у своїх працях зарубіжні та вітчизняні вчені: Гендер Б., Крикавський Є. В., Кузьмін О. Є, Мердік Р., Рассел Р., Романович В. К., Сидорова А. В., Скоробогатова, Стаханов В. Н., Хаксевер К. та ін.

Питання реалізації засад процесного підходу до управління підприємствами, формалізації бізнес- та обслуговуючих процесів, моделювання процесних процедур, ефективності реалізації процесів в практиці їх діяльності висвітлювались у працях Бойчук І. М., Василенко В. О., Виханського О. С., Денисенка Л. О., Друккера П., Євдокімова Н. М., Мельник В. М., Портера М., Хедоури Ф., Шацької С. Є. та ін.

Однак, недостатня увага науковців приділена дослідженню теоретико-прикладних аспектів формування і використання процесного управління в практиці зворотньо-логістичного менеджменту санаторно-курортного закладу.

Цілі статті. Розробити науково-практичні рекомендації щодо формування засад та реалізації процесного підходу у зворотньо-логістичному управлінні санаторно-курортним закладом:

- з'ясувати сутність процесного управління;
- обґрунтувати необхідність застосування процесного підходу щодо забезпечення ефективності реалізації процедур зворотньо-логістичного управління санаторно-курортним закладом;
- здійснити аналіз та класифікувати процеси, що протікають у санаторно-курортному закладі.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Ідея формування процесного підходу до управління підприємствами, відповідна побудова його організаційної структури та регламентація внутрішньо-організаційних зв'язків такої системи була викликана впровадженням у практику управління концепцій управління бізнес-процесами та реінжинірингу бізнес-процесів.

Дослідження теоретичних джерел та аналітичних матеріалів дозволило ствердити, що в загальному, «процесний підхід» до управління розглядає всю діяльність підприємства, як «мережу взаємодіючих процесів, що протікають усередині його організаційної структури, яка реалізовує мету його існування» [1, с. 46]. Тому, об'єктом управління щодо реалізації даного підходу виступає «процес» – як сукупності логічних дій, діяльності, заходів та процедур, що формує зміну проміжних станів системи управління із обов'язковим перетворенням контуру вхідних ресурсів у контур вихідних.

Необхідно відразу зазначити, що процесно-орієнтоване управління, яке є одним із застосовуваних сьогодні підходів до управління закладами сфери послуг [2, с. 54], має наступні основні характеристики: воно вміщує в себе динамічний комплекс процесів, що має розвиток і циклічність; передбачає переорієнтацію організації із управління функціями на управління результатами; відбувається постійна трансформація та безперервне вдосконалення процесів; система регламентування та стандартизації у реалізації такого підходу визначається розвитком систем управління якістю; процеси носять дискретний характер та передбачають обов'язкове перетворення ресурсів; результативність та якість викону-

ваних процесів трансформується у цінність для споживача щодо задоволення його потреб та запитів.

Застосування системного узагальнення щодо реалізації закладами сфери послуг процесного підходу до управління, дало змогу встановити такі його переваги: можливість одночасного управління усіма видами процесів, що реалізуються на підприємстві чи за його межами; можливість формування та відстеження ланцюга формування якості продукту, що транспонується у цінність для споживача таких послуг; регламентування та стандартизація управлінських процедур значно спрощує систему управління закладами, операційний контроль та координацію; оптимізація, регламентація обігу і використання інформаційних потоків суб'єктами виконуваних процесів забезпечує оперативність і ситуаційну адаптивність діяльності закладу послуг, що також проявляється у можливостях швидкого реагування на зміну зовнішніх і внутрішніх для закладу факторів; чітке визначення місця, повноважень, функцій та відповідальності кожного підрозділу та окремого виконавця у виконуваних процесах; оптимальне планування та використання усіх видів ресурсів; можливості одночасного управління різнотиповими потоковими процесами.

В основу запропонованого нами зворотньо-логістичного управління закладами сервісних послуг покладено ефективне функціонування закладу шляхом реалізації засад процесного управління, менеджмент потоків споживачів таких послуг і максимальне задоволення їх потреб.

Застосування зворотньо-логістичної концепції в управлінні санаторно-курортними закладами [3] передбачає в своїй основі формування умов ефективного протікання взаємозалежних поточкових процесів: перетворення ресурсів та інформації, впуску в операційну систему та обслуговування споживачів послуг, протікання технологічних операцій надання послуг та поза технологічного обслуговування, використання стандартів та регламентів, що формує і реалізує засади процесного підходу до управління такими закладами.

Із використанням методу наукового узагальнення, нами визначена доцільність застосування процесного підходу щодо забезпечення ефективності реалізації процедур зворотньо-логістичного

управління санаторно-курортним закладом, яка може бути виражена у наступному: 1) першочерговим завданням функціонування санаторно-курортного закладу є максимізація задоволення потреб споживачів за кількісними та якісними характеристиками, що забезпечується результативністю і якістю реалізованих процесів; 2) організація діяльності у таких закладах вимагає формування процесної організаційної структури управління та регламентацією внутрішньо-організаційних зв'язків, що передбачає виокремлення не функцій управління, а процедур управління дискретними процесами, і відповідає умовам процесного підходу та забезпечує трансформацію та вдосконалення самих процесів [4, с. 208]; 3) одночасне функціонування у санаторно-курортному закладі низки різнотипних динамічних потокових процесів, що характеризуються перетворенням ресурсів, потоковим входженням в операційну систему обслуговування споживачів, перетіканнями інформаційних потоків та інформаційним обміном тощо, носить характер не лише процесного, але й потокового управління; 4) протікання практично усіх процесів для санаторно-курортних закладів характеризується високим ступенем стандартизації та регламентування більшості процедур: надання послуг, проживання, харчування, інформаційного забезпечення, що відповідає засадам забезпечення управління якістю процесів; 5) можливість здійснення оптимізації параметрів за умовами та обмеженнями у конкретному дискретному процесі визначається засадами моделювання процесів; 6) процесний підхід до реалізації управління санаторно-курортним закладом направлений на управління результатами протікання процесів, чому сприяє контурна структура побудови процесів, наявність необхідних зв'язків елементів структури процесу та етапність (послідовність операцій) щодо його реалізації.

На основі використання загальнонаукових методів аналізу і синтезу, застосування структурно-функціонального підходу – нами зроблена спроба виявлення, групування та класифікації процесів, що протікають у санаторно-курортному закладі. Загалом, усі процеси, що реалізуються у санаторно-курортному закладі поділяємо на такі групи [5]:

1) основні бізнес-процеси, що забезпечують санаторно-курортному закладу дохідність і прибутковість. До них відносимо

бізнес-процеси: надання санаторно-курортних послуг лікування, оздоровлення, реабілітації, тощо; санаторного обслуговування у вигляді діагностики та окремих консультаційних процедур; громадського харчування; готельного розміщення; організації екскурсійної діяльності, туризму та дозвілля, тощо;

2) забезпечуючі бізнес-процеси, які стосуються поза бізнес-процесного обслуговування споживачів послуг та реалізації внутрішньо-організаційних управлінських процедур, стосуються виробництва ресурсів, засобів і послуг, що споживаються в основних бізнес-процесах;

3) управлінські бізнес-процеси, що відображають виконання управлінських дій та процедур, носять функціональний характер і включають: інформаційне обслуговування, правозабезпечуючу, планово-економічну, маркетингову, облікову, фінансово-кредитну, логістичну, господарську, безпекову та інші види діяльності санаторно-курортного закладу;

4) процеси бізнес-розвитку – це бізнес-процеси вдосконалення, освоєння нових напрямків і технологій, а також інновацій, до яких можемо віднести: створення і впровадження відновлювально-реабілітаційних та медико-лікувальних методик, обладнання і технологій; організаційно-управлінських інновацій щодо обслуговування споживачів послуг;

5) потокові бізнес-процеси формуються із числа основних, забезпечуючих і управлінських бізнес-процесів, є характерними для поточкових процедур, обслуговуючих операцій з надання послуг, відображають потокову логістику, потокове масове обслуговування, потокове інформаційне забезпечення, потокове перетворення ресурсів.

Висновки. В даному дослідженні нами розроблено науково-практичні рекомендації щодо реалізації процесного підходу в системі зворотньо-логістичного управління санаторно-курортними закладами. Дослідження теоретичних джерел дозволило ствердити, що «процесний підхід» до управління розглядає всю діяльність підприємства, як «мережу взаємодіючих процесів, що протікають усередині його організаційної структури, яка реалізовує мету його існування».

Доцільність застосування процесного підходу щодо забезпечення ефективності реалізації процедур зворотньо-логістичного управління санаторно-курортним закладом виражена:

- 1) завданнями максимізації задоволення потреб споживачів за кількісними та якісними характеристиками;
- 2) вимогами формування процесної організаційної структури управління та регламентацією внутрішньо-організаційних зв'язків;
- 3) вимогами одночасного управління та узгодження сукупності різнотипних динамічних потокових процесів;
- 4) необхідністю стандартизації та регламентування більшості процедур протікання процесів;
- 5) можливістю здійснення оптимізації параметрів за умовами та обмеженнями у конкретному дискретному процесі;
- 6) вимогами на управління результатами протікання процесів.

Із застосування структурно-функціонального підходу нами згруповано та класифіковано бізнес-процеси, що протікають у санаторно-курортному закладі, до складу яких відносимо: основні бізнес-процеси, забезпечуючі бізнес-процеси, управлінські бізнес-процеси, процеси бізнес-розвитку та потокові бізнес-процеси.

1. Друкер П. Задачи менеджмента XXI века: пер. с англ. / П. Друкер. – М. : Вильямс, 2001. – 272 с.
2. Хаксевер К. Управление та організація у сфері послуг / К. Хаксевер, Б. Гендер, Р. Рассел, Р. Мердік. Пер.з англ. Під ред. В. В. Кулібанової. – СПб. : Питер. – 2002. – 752 с.
3. Войтович С. Я. Сутність та особливості зворотнологістичного управління підприємствами сфери послуг / С. Я. Войтович // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 749 : Логістика. – С. 134–138.
4. Харрісон А. Управление логістикой: Разработка стратегий логістичних операцій / А. Харрісон, Ван Хоук Ремко, пер. з англ. – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс. – 2007. – 368 с.
5. Денисенко Л. О. Концептуальні засади класифікації бізнес-процесів, як основи формування бізнес-системи організації / Л. О. Денисенко, С. Є. Шацька // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1558>

УДК 338.46:37

Герасим'як Н. В., к.е.н., доцент,

Новосад І. О.

Луцький національний технічний університет

ПІДХОДИ ДО СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначені теоретико – методичні засади стимулювання інноваційної активності працівників підприємства. Визначено суть поняття інноваційна активність працівника підприємства. Розглянуто також сутність мотивації та стимулювання в контексті інноваційної активності працівників підприємства. Узагальнено та систематизовано підходи щодо стимулювання інноваційної активності працівників підприємства.

Ключові слова: інноваційна активність працівників підприємства, мотивація, стимулювання, мотивація інноваційної активності, стимулювання інноваційної активності.

Herasymiak N., Novosad I.

STIMULATION OF INNOVATIVE ACTIVITY OF THE EMPLOYEE EMPLOYEES

In the article the theoretical and methodological foundations of stimulating the innovation activity of the employees of the enterprise are showed. The essence of the concept as the innovative activity of an employee of an enterprise by different scientists are defined. The essence of motivation and stimulation in the context of innovation activity of the employees of the enterprise are also considered. In general, the innovation activity of employees is the ability and willingness of employees to develop, implement and use innovations. The tools of motivation and stimulation in the general as well as in the context of innovative activity of the employees of the enterprise are considered. Motivation of innovative activity of employees is an activity that provides the process of motivating a person to activity for the development of innovations. Conducted analysis of the opinions of scientists has allowed to determine the stimulation of innovation activity of employees of the enterprise. It is a process of external influence on employees to form motives and incentives in them in creating innovations and their commercialization.

The specificity of the innovation activity of employees is determined. It manifests itself in the fact that it can not be the same for all workers, because they have different levels of motivation, creative and intellectual abilities, as well as different speeds of mental processes. The specific features of the innovation activity of the employees are listed. These include: Innovative activity requires creative and intellectual abilities and can not be

inherent to all employees equally; the time for the development of innovations is not regulated, therefore, it can not have clearly defined limits of labor intensity; the subject of innovation activity itself determines the complexity of tasks; the final result and the effect of innovation activity are poorly predicted; improving the quality of the result of innovation activity has no limits.

Approaches to stimulating the innovation activity of employees are generalized and systematized. An effective incentive system facilitates the expansion of innovation opportunities and the strengthening of the competitiveness of the organization. These include: staff development; positive perception of creative and creative ideas, initiative; accumulation and development of individual and collective creative potential; formation of a team of creative specialists; development of innovative culture. In considering approaches to stimulating the innovation activity of employees, forms and methods of stimulation, in particular direct and indirect action, as well as their material and immaterial form were determined. Different motivational load of methods of direct and indirect action is shown. The methods of direct action are aimed at the commercialization of innovation. Methods of indirect action are aimed at creating an innovative enterprise environment. The study also identified tools for stimulating the innovation activity of employees. They include: career growth; letters of credit; flexible work schedule; wages, awards, awards; creation of training centers; change of image of the employee at the enterprise; honors payment for attending seminars and conferences; development of professionalism; privileges; formation of corporate spirit; participation in senior management meetings, access to confidential information; acquisition of company shares; payment for membership in scientific societies; lack of authoritarianism and rigidity of management, etc.

There were also detailed approaches to stimulating the innovation activity of the company's employees. Namely: initiative, staff development, creative potential and innovative culture. Initiative acts as the quality of a person, which determines her ability to take active and independent action. Staff development has an impact on employees in order to achieve high efficiency of production, increasing the competitiveness of personnel in the labor market, etc. Creative potential – a set of abilities that make it possible for a person to put and solve new tasks in the field of their activities. Innovation culture is an important factor in the system of stimulating the innovation activity of employees, since it directly determines the nature of the organization's activities. It represents a stable system of norms and rules for the implementation of innovations in various spheres of life of society, which has developed historically and is inherent in a certain socio-cultural community.

In order to increase the innovation activity of the company's employees, it is necessary to use all the tools in a complex and systematic way.

Key words: innovative activity of employees of the enterprise, motivation, stimulation, motivation of innovation activity, stimulation of innovation activity.

Герасимяк Н. В., Новосад І. О.

СТИМУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье определены теоретико - методические основы стимулирования инновационной активности работников предприятия. Определена суть понятия инновационная активность работника предприятия. Рассмотрены также сущность мотивации и стимулирования в контексте инновационной активности работников предприятия. Обобщены и систематизированы подходы к стимулированию инновационной активности работников предприятия.

Ключевые слова: инновационная активность работников предприятия, мотивация, стимулирование, мотивация инновационной активности, стимулирование инновационной активности.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. На сучасному етапі розвитку економіки, прибутковість та конкурентоспроможність будь-якої організації безпосередньо залежить від її рівня інноваційності діяльності. Необхідність активізації інноваційної активності значущість проблеми розвитку творчості працівників у побудові сучасної організації в цілому. Тому, дуже важливим є вивчення системи мотивації та стимулювання інноваційної активності працівників з метою подолання проблеми творчості, забезпечити можливість переходу організації до інноваційного характеру діяльності, тим забезпечивши її конкурентоспроможність на вітчизняному ринку.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Вагомий внесок в дослідження поняття внесли такі вітчизняні вчені як О. А. Грішнова, Г. А. Дмитренко, А. М. Колот, Л. С. Лісогор, С. В. Мочерний, М. В. Семікіна, Л. В. Шаульська та інші вчені. Серед зарубіжних вчених можна виділити П. Друкер, Д. Мак – Клеланд, Б. Твісс, П. Самуельсон, Х. Хекхаузен та ін. Орієнтація вітчизняної економіки на інноваційну модель розвитку обумовлює доцільність конкретизації досліджень та їх спрямування у сферу інноваційності.

Цілі статті. Метою дослідження є висвітлення понять «інноваційна активність працівників», «мотивація інноваційної активності», «стимулювання інноваційної активності», узагальнення та систематизації підходів до стимулювання інноваційної активності працівників підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасний стан українських підприємств не відповідають вимогам конкурентної економіки, тому мають низький рівень конкурентоспроможності. Наразі ефективне ведення бізнесу вимагає використання інноваційних підходів для забезпечення успішної діяльності організації.

Сучасна наукова література не містить єдиної точки зору щодо категорії «інноваційна активність працівників». Серед найпоширеніших існують такі: інноваційна активність як прояв творчості у трудовому процесі [3; 12]; сприйняття інноваційної активності як діяльності суб'єктів підприємницької діяльності щодо створення нововведень у будь-якій сфері [9] та визначення інноваційної активності як однієї з найважливіших складових трудового потенціалу загалом, реалізація яких дає змогу створювати різноманітні нововведення в процесі трудової діяльності, здійснювати інноваційну працю [10].

Загалом, інноваційна активність – це здібність та готовність працівників до розробки, впровадження та використання нововведень, відповідно до потреб ринку через набуття знань, їх вдосконалення та саморозвитку. Специфіка інноваційної активності проявляється у тому, що не може бути однаковою для усіх працівників, оскільки їм властиві різні рівні мотивації, творчі та інтелектуальні здібності, а також різна швидкість розумових процесів. Специфічні особливості інноваційної активності працівників полягають у наступному: інноваційна активність вимагає творчих та інтелектуальних здібностей і не може бути притаманна усім працівникам в однаковій мірі; час на розробку інновацій не піддається регламентації, тому не може мати чітко визначених меж інтенсивності праці; суб'єкт інноваційної активності сам визначає складність завдань; кінцевий результат та ефект інноваційної активності слабо прогнозуються; вдосконалення якості результату інноваційної активності не має меж [10].

Для активізації інноваційної активності працівників важливим є застосування систем мотивації та стимулювання праці. За А. М. Колотом, мотивація – це вид управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання особи до діяльності, спрямованої на досягнення особистих цілей чи цілей організації [6]. Мотивація в

загальному розумінні – це сукупність рушійних сил, що спонукують людину до виконання певних дій; залежно від поведінки людини – це процес свідомого вибору їм того або іншого типу дій, обумовлених комплексним впливом зовнішніх і внутрішніх факторів (відповідно стимулів і мотивів); в управлінні – це функція керівництва, що полягає у формуванні в працівників стимулів до праці (спонукати їх працювати з повною віддачею), а також у довгостроковому впливі на працівника з метою зміни по заданих параметрах структури його ціннісних орієнтацій та інтересів, формування відповідного мотиваційного ядра і розвитку на цій основі трудового потенціалу [1].

Погоджуючись із думкою А. М. Колота, мотивацією інноваційної активності працівників є видом управлінської діяльності, який забезпечує процес спонукання особи до діяльності, спрямованої на розробку інновацій.

Під стимулюванням слід розуміти систему формування в працівників спонукальних мотивів для ефективного ведення трудової діяльності. Дороніна М. С., Є. Г. Наумик, О. В. Соловйов вважають, що стимули діють на зовнішні обставини, а не на особистість тим самим спонукаючи працівників до певних результатів [2]. А. М. Колот, визначає, що стимулювання – це процес зовнішнього впливу на людину для спонукання її до конкретних дій або процес, який спрямовано на усвідомлене пробудження в неї певних мотивів та цілеспрямованих дій [7].

Під стимулюванням інноваційної діяльності підприємств розуміється процес зовнішнього впливу на інтереси суб'єктів господарювання та їхніх працівників, інших учасників інноваційного процесу, передусім суб'єктів фінансування інновацій, для прояви у них спонукального мотиву у здійсненні інноваційної діяльності [11].

Аналіз думок науковців дає змогу сформулювати власне визначення. Згідно аналізу визначень, стимулювання інноваційної активності працівників можна визначити, як процес зовнішнього впливу на працівників для формування в них мотивів і стимулів щодо створення новацій та їх комерціалізації. Стимулювання інноваційної активності працівників є складним процесом, тому обов'язковим є формування та використання на підприємстві форм та методів стимулювання інноваційної діяльності. При розгляді форм та методів стимулювання інноваційної активності працівників слід

зазначити, що методи прямої та непрямой дії різняться у своєму мотиваційному навантаженні. Так, методи прямої дії направлені на досягнення остаточного результату, тобто комерціалізації нововведення, тоді, як методи непрямой пов'язані із спрямуванням на формування сприятливого інноваційного середовища.

Ефективна система стимулювання сприяє розширенню інноваційних можливостей та зміцненню конкурентоспроможності організації. Система стимулювання інноваційної активності персоналу подана у табл. 1.

Таблиця 1

Підходи до стимулювання інноваційної активності працівників

Підхід	Дія	Форма	Інструмент стимулювання
1	2	3	4
Розвиток персоналу	Пряма	Матеріальна	Розмір заробітної плати, премії, пільги
		Нематеріальна	Розвиток кар'єри
	Непряма	Матеріальна	Створення навчальних центрів, оплата їх навчання
		Нематеріальна	Гнучкий графік роботи
Позитивне сприйняття творчих та креативних ідей, ініціативність	Пряма	Матеріальна	Надбавки за розробку ідей щодо вдосконалення діяльності
		Нематеріальна	Відзнаки, грамоти
	Непряма	Матеріальна	Оплата членства в наукових товариствах
		Нематеріальна	Зміна іміджу працівника та організації в цілому
Накопичення і розвиток індивідуального та колективного творчого потенціалу	Пряма	Матеріальна	Премія за вирішення нових задач в межах діяльності
		Нематеріальна	Відсутність авторитарності і жорсткості в управлінні
	Непряма	Матеріальна	Оплата участі у наукових конференціях
		Нематеріальна	Культивування організаційних цінностей, що заохочують інноваційну поведінку працівників
Формування колективу креативних фахівців	Пряма	Матеріальна	Винагороди за подачу креативних ідей щодо діяльності
		Нематеріальна	Зміна статусу підрозділу і керівництва залежно від успіху інновації
	Непряма	Матеріальна	Оплата відвідування семінарів та конференцій
		Нематеріальна	Розвиток професіоналізму усіх працівників підприємства

продовж. табл. 1

1	2	3	4
Розвиток інноваційної культури	Пряма	Матеріальна	Премії, надбавки, страхування, пільги
		Нематеріальна	Залучення до участі в нарадах вищого рівня управління, доступ до конфіденційної інформації
	Непряма	Матеріальна	Придбання акцій компанії
		Нематеріальна	Формування та розвиток корпоративного духу, шляхом організації та проведення активного колективного дозвілля (тімблдинг, чемпіонати, спортивні змагання)

* сформовано на основі даних джерела: [5]

Згідно табл. 1, ініціативність виступає якістю людини, яка визначає її здатність до активних і самостійних дій [8]. Розвиток персоналу являє собою цілеспрямований та систематичний вплив на працівників шляхом здійснення професійного навчання впродовж їх трудової діяльності в організації з метою досягнення високої ефективності виробництва чи наданих послуг, підвищення конкурентоспроможності персоналу на ринку праці, забезпечення виконання працівниками нових більш складних завдань на основі максимально можливого використання їх здібностей та потенційних можливостей [11]. Творчий потенціал – сукупність здібностей, що дають можливість людині ставити і вирішувати нові завдання у сфері своєї діяльності. Індивідуальним слід вважати потенціал, яким володіє окремих працівник, тоді як колективним є сукупністю потенціалів усіх працівників, які спрямовані на досягнення конкретних цілей [8]. Інноваційна культура є важливим чинником у системі стимулювання інноваційної активності працівників, адже безпосередньо визначає характер діяльності організації. Вона являє собою стійку систему норм та правил здійснення нововведень в різних сферах життя суспільства, що склалася історично та притаманна певній соціокультурній спільноті [4].

Висновки. Отже, провівши дослідження визначили, інноваційна активність працівників – це здібність і готовність працівників до розробки і впровадження та використання нововведень, відповідно до потреб ринку через набуття знань, їх вдосконалення та саморозвитку.

Стимулювання інноваційної активності працівників являє собою процес зовнішнього впливу на працівників, для формування в них мотивів і спонукання до створення новацій та їх комерціалізації.

Аналізуючи підходи до стимулювання інноваційної активності працівників підприємства, визначили такі: розвиток персоналу; позитивне сприйняття творчих ідей, креативність, ініціативність; накопичення і розвиток індивідуального та колективного творчого потенціалу; формування колективу креативних фахівців; розвиток інноваційної культури. Успіх стимулювання інноваційної активності працівників залежить від оптимального поєднання інструментів стимулювання, що залежить від специфіки діяльності підприємства та його стратегії.

1. Гайдученко С. О. Тексти лекцій з навчальної дисципліни «Мотивація персоналу» / С. О. Гайдученко – Х. : ХНУМГ, 2013. – 111 с.
2. Доронина М. С. Управление мотивацией : научн. изд. / М. С. Доронина, Е. Г. Наумик, О. В. Соловьев. – Харьков : Изд. ХНУ, 2006. – 240с.
3. Друкер П. Ф. Инновации и предпринимательство / П. Ф. Друкер. – М. : Изд-во «Деловой мир», 1992. – 432 с.
4. Лляшенко С. М. Роль інноваційної культури у формуванні інноваційно-сприятливого середовища на підприємстві / С. М. Лляшенко, Ю. С. Шипуліна. – Макіївка : Макіївський економіко-гуманітарний інститут, 2010. – Т. 3. – С. 69–72.
5. Карпунь І. Н. Мотивація і стимулювання інноваційної діяльності підприємства / І. Н. Карпунь // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vlp.com.ua/files/84_0.pdf
6. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручн. / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.
7. Колот А. М. Інноваційно-інтелектуальні чинники розвитку вищої освіти як провідного інституту економіки знань / А. М. Колот // Стратегія розвитку України: економіка, соціологія, право. – Вип. 1–2. – К. : НАУ., 2008. – С. 502–507.
8. Москалець В. П. Психологія особистості : навч. посібн. для вузів / В. П. Москалець. – Київ : ЦУЛ, 2013. – 260 с.
9. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія : [у 3 т.]. – Т. 2 / С. В. Мочерний. – К. : Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
10. Попова І. А. Концептуальні підходи до сутності стимулювання інноваційної активності працівників / І. А. Попова // Економіка та держава. – 2012. – №7. – С. 46–49.
11. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навч. посіб. / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с.
12. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс. – М. : Экономика, 1989. – 271 с.

УДК 005.95/96

Гордійчук А. І., к.е.н., доцент,

Колісник Б. І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ЛІСОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ РЕГІОНУ

У статті проведено аналіз та оцінку ефективності управління персоналом на лісогосподарських підприємствах Волинської області на основі показників рентабельності персоналу та чистого доходу від реалізації продукції у розрахунку на 1 працівника.

Ключові слова: ефективність, персонал, управління, лісогосподарські підприємства, регіон.

Gordiychuk A., Kolisnyk B.

ANALYSIS AND EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF PERSONNEL MANAGEMENT AT FOREST ENTERPRISES IN THE REGION

The purpose of the research is to conduct an analysis and assessment of the effectiveness of human resources management at forest enterprises of the Volyn region based on indicators of profitability of personnel and net income from sales of products per 1 employee.

The level of efficiency of the operation of forest enterprises in the region depends on the efficiency of the use of personnel - the most crucial factor in production. The availability of forestry workers in the region, their rational use, and high levels of labor productivity contribute to the region's overall income and prosperity.

The analysis of the results showed that in 2015, Horodok, Manevytsky and Kovel forestry farms exceeded the indicator of profitability of personnel compared to other forest enterprises. The positive tendency of the growth of the net income from sales of products is calculated on the basis of 1 employee in all state forest enterprises except Ratnivsky. The largest positive growth was provided by the Polissya, Volodymyr-Volynsky and Gorodotsky forest enterprises.

It was concluded that the priority directions of increasing the efficiency of management of forestry personnel at the regional level include the introduction of scientific and technological progress, the improvement of the general, cultural, technical and professional level of employees, reduction of staff turnover, optimization of the pace of work, rationalization of working and rest regimes, improvement of workplaces, etc.

This involves the development and implementation of a comprehensive program of measures to improve the use of personnel at forest enterprises, especially those with the lowest rates of profitability of personnel and net income from sales of products per 1 employee.

Гордийчук А. И., Колисник Б. И.

АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ЛЕСОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕГИОНА

В статье проведен анализ и оценку эффективности управления персоналом на лесохозяйственных предприятиях Вольнской области на основе показателей рентабельности персонала и чистого дохода от реализации продукции в расчете на 1 работника.

Ключевые слова: эффективность, персонал, управление, лесохозяйственные предприятия, регион.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. В складних умовах розвитку ринкової економіки в Україні ефективність функціонування підприємств залежить від ефективності виробництва за рахунок підвищення продуктивності праці, відбору і добору персоналу на основі професійно-кваліфікаційних характеристик, планування потреби в трудових ресурсах, впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання й управління виробництвом.

Рівень ефективності функціонування лісгосподарських підприємств регіону залежить від ефективності використання персоналу – найбільш вирішального фактору виробництва. Забезпеченість лісового господарства регіону належними працівниками, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяють зростанню прибутку та добробуту регіону в цілому.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблеми підвищення ефективності використання персоналу на різних підприємствах незалежно від організаційно-правової форми та форми власності і господарювання досліджували багато вчених: О. Акіліна, Л. Балабанова, Н. Богацька, А. Бойченко, Е. Веселкова, Ю. Демешко, Г. Дудукало, Л. Ільч, М. Кравченко, О. Крушельницька, Д. Мельничук, Ю. Лелі, О. Мни-

шенко, О. Сардак та ін. [1–3; 6–11]. Кожен з авторів зробив значний внесок в розвиток теорії та практики як економіки праці в цілому, так і розробці заходів щодо підвищення ефективності управління персоналом.

Цілі статті. Метою дослідження є проведення аналізу та оцінки ефективності управління персоналом на лісогосподарських підприємствах Волинської області на основі показників рентабельності персоналу і чистого доходу від реалізації продукції у розрахунку на 1 працівника.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Соціальна діяльність Волинського обласного управління лісового та мисливського господарства здійснюється на основі положень Галузевої угоди між Державним агентством лісових ресурсів України і Профспілкою працівників лісового господарства України на 2016 – 2020 роки [5].

Дана угода є нормативним актом, який регулює виробничі, трудові та соціально-економічні відносини, узгоджує інтереси працівників і власників з питань, що є предметом цієї Угоди. Угоду укладено на основі Законів України «Про колективні договори і угоди», «Про оплату праці», «Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності», КЗпП України, діючої Генеральної угоди про регулювання основних принципів і норм реалізації соціально-економічної політики і трудових відносин в Україні, Положення про Державне агентство лісових ресурсів України та інших нормативно-правових актів.

До основних показників аналізу та оцінки ефективності управління персоналом можна віднести показники рентабельності персоналу та чистого доходу від реалізації продукції у розрахунку на 1 працівника, які дозволять пов'язати результати праці з обсягами залучення персоналу.

Надалі проведено ранжування держлісгоспів Волинської області за рівнем рентабельності персоналу у 2015 році та порівняння його кіцевих результатів з досягнутим рівнем 2013–2014 рр. (рис. 1).

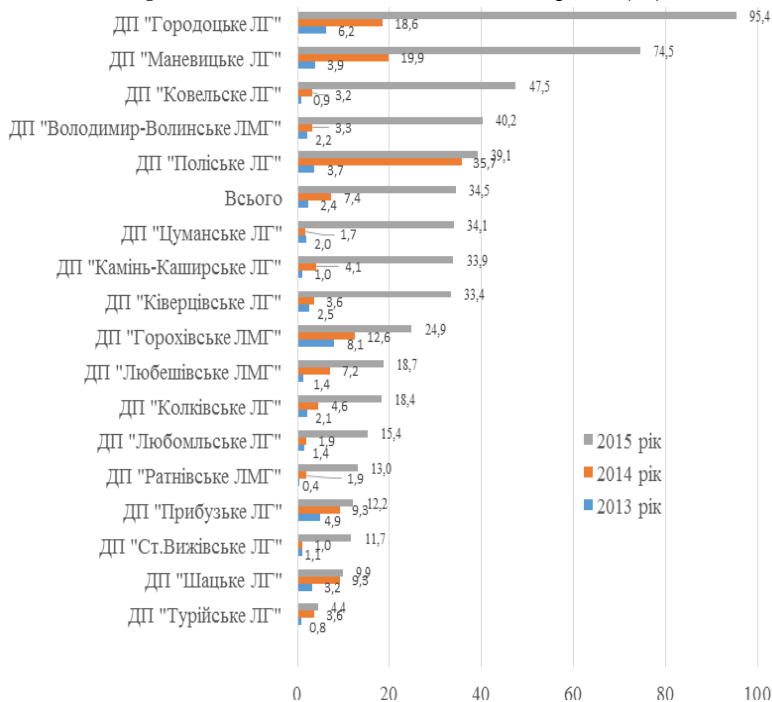


Рис. 1. Ранжування держлісгоспів Волинської області за рівнем рентабельності персоналу у 2015 році та порівняння з досягнутим рівнем 2013–2014 рр. *

* сформовано на основі даних джерела: [4]

Як бачимо, у 2015 році Городоцький, Маневицький та Ковельський держлісгоспи забезпечили значне перевищення цього показника порівняно з іншими лісгосподарськими підприємствами, а також з власними даними за попередні роки. У 2014 році найвищий рівень даного показника забезпечив Поліський держлісгосп, який значно випередив інші підприємства регіону. На мінімальному рівні був рівень рентабельності персоналу на Старовижівському, Цуманському, Любомльському та Ратнівському держлісгоспах. У 2013 році найвищий рівень рентабельності персоналу досягнули Горохівський, Городоцький та Прибузький держлісгоспи, які не відзначаються високим рівнем лісоресурсного потенціалу. Найнижче значення цього показника у 2013 році було харак-

терне для Турійського, Старовижівського, Ратнівського та Камінь-Каширського держлісгоспів.

Крім розрахунку та аналізу показників рентабельності персоналу про його ефективність не менш важливу інформацію може надати аналіз показників продуктивності праці персоналу або похідні показники, які характеризують суму доходів від виробництва чи реалізації продукції у розрахунку на одного працівника підприємства.

Це дозволить співвіднести доходність роботи підприємства з обсягом залучення персоналу, що дозволить зробити висновок, які підприємства сприяють зростанню загальної продуктивності праці у регіоні, а які навпаки – перешкоджають. Адже, в кінцевому підсумку важливо забезпечити прийняття адекватних управлінських рішень щодо перспектив розвитку цих підприємств у плановому періоді.

На наступному етапі аналізу ефективності використання персоналу вивчено тенденції зміни показника чистого доходу від реалізації продукції у розрахунку на 1 працівника у розрізі держлісгоспів Волинської області за 2013–2015 рр.

Протягом аналізованого періоду спостерігалися як негативні, так і позитивні зміни цього показника. Зокрема, у 2013–2014 рр. найбільший позитивний його приріст забезпечили Городоцький, Поліський та Ковельський держлісгоспи, а найнижчий – негативний приріст – Цуманський та Старовижівський держлісгоспи. У наступному періоді 2014–2015 рр. відбулися позитивні зміни даного показника в більшості держлісгоспів, крім Ратнівського, де допущено зменшення показника на 16,8 тис грн.

З іншого боку, найбільшим приростом відзначалися Ковельський, Шацький, Володимир-Волинський та Городоцький держлісгоспи. Але в цілому за період 2013–2015 рр. усі держлісгоспи забезпечили позитивне зростання чистого доходу від реалізації продукції у розрахунку на 1 працівника.

На завершальному етапі аналізу проведено ранжування держлісгоспів Волинської області за показником чистого доходу від реалізації продукції у розрахунку на 1 працівника у 2015 році та порівняння з рівнем 2013–2014рр. (рис. 2).

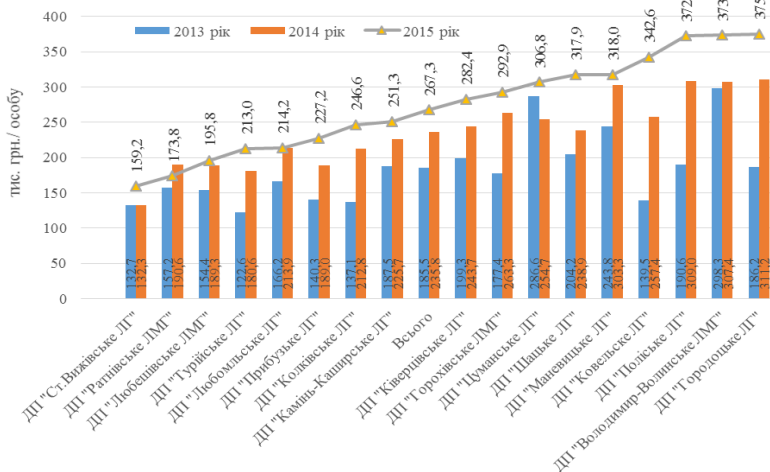


Рис. 2. Ранжування держлісгоспів Волинської області за показником чистого доходу від реалізації продукції у розрахунку на 1 працівника у 2015 році та порівняння з рівнем 2013–2014рр. *
* сформовано на основі даних джерела: [4]

Загалом спостерігається перевищення у 2015 році даного показника порівняно з попередніми роками практично по усіх держлісгоспах, крім Ратнівського. При цьому найбільший позитивний його приріст забезпечили Поліський, Володимир-Волинський та Городоцький держлісгоспи.

Висновки. Отже, до пріоритетних напрямів підвищення ефективності управління персоналом лісгосподарських підприємств на регіональному рівні можна віднести: впровадження досягнень науково-технічного прогресу, підвищення загальноосвітнього, культурно-технічного та професійного рівня працівників, зниження плинності кадрів, оптимізацію темпу роботи, раціоналізація режимів роботи та відпочинку, вдосконалення робочих місць та ін. Це передбачає розробку та реалізацію комплексної програми заходів підвищення ефективності використання персоналу на лісгосподарських підприємствах, особливо тих, які мають найнижчі значення показників рентабельності персоналу та чистого доходу від реалізації продукції у розрахунку на 1 працівника.

1. Акіліна О. В. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч. посібн. / О. В. Акіліна, Л. М. Ільч. – 2-ге вид., допов. і перероб. – К. : Алерта, 2012. – 820 с.
2. Балабанова Л. В. Управління персоналом : підручн. / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
3. Бойченко А. HR-метрики – інструмент удосконалення системи управління персоналом / А. Бойченко, Е. Веселкова // Менеджер по персоналу. – 2010. – №3. – С. 52–67.
4. Офіційний веб-сайт Волинського обласного управління лісового та мисливського господарства // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lis.volyn.ua>
5. Галузева угода між Державним агентством лісових ресурсів України і Профспілкою працівників лісового господарства України на 2016–2020 роки // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dklg.kmu.gov.ua>.
6. Демешко Ю. О. Ефективність використання трудових ресурсів підприємства / Ю. О. Демешко, Н. М. Богацька // Науковий потенціал. – Секція Економіка. – 2011. – №3. – С. 86–89.
7. Дудукало Г. О. Удосконалення механізму управління підприємством на засадах ефективного використання персоналу / Г. О. Дудукало // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №8. – С. 55–59.
8. Кравченко М. А. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів на підприємстві / М. А. Кравченко // Ефективна економіка. – 2010. – №5 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_5_21.
9. Крушельницька О. В. Управління персоналом : навч. посібн. – 2-е вид., переробл. й допов. / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К. : «Кондор», 2005. – 308 с.
10. Лелі Ю. Г. Сучасні системи управління персоналом та їх вплив на ефективність роботи підприємства / Ю. Г. Лелі // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2013. – Вип. 1(2). – С. 95–98.
11. Мнишенко О. О. Економічне оцінювання ефективності використання трудових ресурсів / О. О. Мнишенко // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №9. – С. 108–112.

УДК 658:351.863]:330.341.1

Грудзевич Ю. І.

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

РИЗИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТРАПРЕНЕРСТВА ЯК ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто теоретичні положення щодо ідентифікації ризиків під час впровадження інтрапренерської форми реалізації інноваційної діяльності та їх

вплив на рівень економічної безпеки підприємства. Визначено домінуючу роль інноваційної діяльності на конкурентоспроможність та рентабельність діяльності підприємства. Обґрунтовано актуальність розробки та впровадження нових форм реалізації інноваційної діяльності підприємства та необхідність дослідження ризиків інноваційної діяльності підприємств. Наведено підходи до визначення поняття ризику, розглянуто особливості ризиків, що виникають у процесі впровадження інноваційної діяльності. Подано класифікацію ризиків, що впливають на інноваційну діяльність підприємства. Виокремлено ризики матеріального та нематеріального характеру. Визначено основні аспекти впливу нових форм реалізації інноваційної діяльності, в тому числі інтрапренерства, на економічну безпеку підприємства.

Ключові слова: інтрапренерство, підприємство інтрапренерського типу, екзопренерство, ризики інноваційної діяльності, економічна безпека.

Hrudzevych Y.

RISKS OF IMPLEMENTATION OF INTRAPRENEURSHIP AS A FORM OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE ACTIVITY IN THE CONTEXT OF ECONOMIC SAFETY OF THE ENTERPRISE

The dominant role of innovative activity on the competitiveness and profitability of the enterprise activity is determined. The urgency of development and introduction of new forms of implementation of innovative activity of the enterprise and the necessity of researching the risks of innovative activity of enterprises are substantiated. The theoretical positions regarding identification of risks during introduction of an intrapreneurship form of realization of innovative activity and their influence on the level of economic security of the enterprise are considered. The approaches to the definition of the concept of risk are presented, peculiarities of risks arising in the process of introduction of innovative activity are considered. The classification of risks influencing the innovative activity of the enterprise is presented. The risks of material and non-material origin are singled out. The main aspects of the influence of new forms of implementation of innovative activity on the economic security of the enterprise, including intrapreneurship, are determined. The influence of new forms of innovative activity on the economic safety of the enterprise is investigated. As a result of the research, the categorical and conceptual apparatus in the sphere of the formation of the mechanism of the support and the development of intrapreneurship is developed, in particular the consideration of intrapreneurship as a form of the innovation is suggested, the essence of which is to create an organizational culture that contributes to the generation of innovative ideas by creative employees, and their implementation through the activity of intrapreneurship units within the usage of the resources of the enterprise. Intrapreneurs are internal entrepreneurs engaged in the search and the implementation of new ideas, who demonstrate an initiative in developing of new products, equipment, technologies or services within an enterprise using its internal resources. Intrapreneurship

unit is a temporary or a permanent structural unit of the enterprise, which is established for the implementation of specific innovative projects. Exopreneurship is a form of the implementation of the intrapreneurship project using external resources. The enterprise of the intrapreneurship type is an enterprise, which uses the intrapreneurship form of the implementation for the innovations.

Key words: intrapreneurship, enterprise of intrapreneurship type, exopreneurship, risks of innovative activity, economic security.

Грудзевич Ю. И.

РИСКИ ВНЕДРЕНИЯ ИНТРАПРЕНЕРСТВА КАК ФОРМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены теоретические основы идентификации рисков при внедрении интрапренерской формы реализации инновационной деятельности, а также их влияние на уровень экономической безопасности предприятия. Определена доминирующая роль инновационной деятельности на конкурентоспособность и рентабельность деятельности предприятия. Обоснована актуальность разработки и внедрения новых форм реализации инновационной деятельности предприятия и необходимость исследования рисков инновационной деятельности предприятий. Предложены подходы к определению понятия риска, рассмотрены особенности рисков, возникающих в процессе внедрения инновационной деятельности. Представлена классификация рисков, влияющих на инновационную деятельность предприятия. Выделены риски материального и нематериального происхождения. Определены основные аспекты влияния новых форм реализации инновационной деятельности на экономическую безопасность предприятия, в том числе интрапренерства.

Ключевые слова: интрапренерство, предприятие интрапренерского типа, экзопренерство, риски инновационно деятельности, экономическая безопасность.

Постановка проблеми у загальному її вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. В умовах зростання конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, підвищення наукомісткості продукції через активізацію інноваційної діяльності змінюються й форми впровадження її результатів. На сьогодні інновації важливий компонент забезпечення сталого економічного зростання незалежно від виду діяльності. Беззаперечно, що підприємства, які самостійно здійснюють інноваційну діяльність, фінансово незалежні й самостійно формують власну інноваційну політику. Тому пошук оптимальних форм створення інноваційних продуктів, здатних забезпечити максимальну ефективність виробництва, набуває усе вагомішого значення. Проте, будь-

яка інноваційна діяльність, незалежно від того, яка форма впровадження буде обрана керівництвом підприємства, пов'язана із значними ризиками. Зрозуміло, що більша кількість ризиків різного походження, часу виникнення, наслідків знижує рівень економічної безпеки підприємства. Але для того, щоб їх мінімізувати чи уникнути, ризики інноваційної діяльності належить ідентифікувати, систематизувати та класифікувати. Особливим аспектом дослідження є виявлення ризиків впровадження інтрапренерства як форми реалізації інноваційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблеми ризиків інноваційної діяльності підприємств глибоко вивчали вітчизняні і зарубіжні вчені, серед яких А. Альгин, О. Бернадська, О. Бондар, З. Варналій, О. Григорьєва, Ю. Сенейко та інші.

Цілі статті. Метою статті є ідентифікація ризиків впровадження нових форм інноваційної діяльності, у тому числі інтрапренерства, з метою їх запобігання та мінімізації.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Першочергово у даному науковому дослідженні необхідно розкрити сутність поняття ризику. Сучасна економічна література розглядає вказану категорію неоднозначно. А. Альгин [1] визначає ризик як діяльність, спрямовану на подолання невизначеності та наголошує на тому, що при виникненні ризику є можливість кількісно та якісно оцінити ймовірність позитивного результату діяльності. О. Бернадська [2] трактує поняття ризику як економічне явище, яке характеризує різницю між плановими та фактичними показниками діяльності підприємства. О. Бондар [5] наголошує на неминучості ризиків, у тому числі при впровадженні інновацій, та характеризує їх як небезпеку ймовірної втрати ресурсів. З. Варналій [4] дотримується думки, що ризики у тій чи іншій формі виникають не лише на стадії розробки продукту, а й на подальших етапах його руху до споживача. Отже, на нашу думку, ризик – це загроза, яка виникає в результаті діяльності підприємства внаслідок непередбачуваних змін у процесі створення продукту чи послуги та спричинює негативні наслідки на очікуваний результат.

У контексті даного наукового дослідження важливо ідентифікувати ризики впровадження нових форм інноваційної діяль-

ності, в тому числі інтрапренерства. Інтрапренерство беззаперечно є елементом інноваційної діяльності С. Гречана [7, с. 25] інтрапренерство трактує як відносини, які виникають на підставі створення на «старих» великих підприємствах малих підприємницьких структур задля подолання консерватизму великих компаній і вирішення інноваційних довгострокових завдань. Його можна розглядати як діяльність із виробництва й реалізації товарів (надання послуг) на основі інтеграції підприємницьких можливостей людей та підприємства. Тому, у контексті цього дослідження, усі підприємства класифікуємо на дві групи: традиційні підприємства й підприємства інтрапренерського типу [8]. Традиційні підприємства, якими управляють на основі загальноприйнятих норм, із дотриманням чіткої ієрархії, централізованим прийняттям рішень, здійснюють інноваційну діяльність, переважно купуючи та впроваджуючи розроблені інновації. У сучасній економічній літературі детально систематизовані ризики впровадження придбаних інновацій. Ми зосередимо нашу увагу на іншій групі підприємств – підприємствах інтрапренерського типу, тобто тих, що для впровадження інновацій використовують інтрапренерську форму їх реалізації.

Розвиток інтрапренерства був зумовлений низкою причин. Розглянемо їх детальніше. Успішний розвиток та ріст чисельності працівників й обсягів виробництва можуть призвести до Синдрому Великого Бізнесу, якому характерні такі ознаки:

- високий рівень централізації прийняття рішень і, як наслідок, нечутливість периферійних ланок підприємства;
- наявність численного апарату управління;
- всеохопна й деталізована система спеціальних процедур та форм для прийняття й реалізації щоденних рішень, однотипних завдань, високий рівень бюрократизму;
- залучення більшого числа управлінського апарату, витрачання робочого часу на наради для розроблення та систематизації означених вище процедур і рішень;
- часте делегування прийняття рішень і відповідальності з одного структурного підрозділу на інший, поширення «спихотехніки» виконання завдань [15].

На таких підприємствах здійснюються лише окремі, несистематизовані спроби прибрати організаційні перешкоди, які вини-

кають на шляху до технічного прогресу. У зв'язку з викладеним вище, виникає об'єктивна потреба пошуку шляхів структурної перебудови організації, упровадження інновацій не лише в технологію виробництва, а й у процес прийняття та виконання управлінських рішень.

Поруч із дослідженням інтрапренерської форми реалізації інновацій, новим поняттям є екзопренерство, яке значною мірою розширює можливості реалізації внутрішнього підприємництва [16]. Суть екзопренерства полягає в залученні до участі в процесі розроблення інновацій, учасників і ресурсів зі сторони. Це пришвидшує реалізацію проекту, забезпечує вищий шанс на успіх, прискорює час виходу на ринок. Можна стверджувати, що екзопренерство покликане допомогти підприємству-новаторові в реалізації поставленої мети в разі нестачі будь-якого виду ресурсів та в разі одночасної ідентифікації потреби в інноваціях і відсутності обґрунтованої ідеї. Адже порівняно з інтрапренерством екзопренерство створює різноманітність вибору, а отже підвищує можливість обрати правильний напрям розвитку. Ми схильні трактувати екзопренерство як похідну форму внутрішнього підприємництва. Спільною рисою інтрапренерства й екзопренерства є безумовно інноваційний складник. Відмінність між інтрапренерством та екзопренерством у контексті виникнення ризику полягає, насамперед, у тому, що у першому випадку усі ризики й відповідальність за результати здійснення проекту внутрішнього підприємництва приймають на себе керівники підприємств, а екзопренерство передбачає диверсифікацію ризиків між учасниками проекту [10].

Отже, як уже зазначалось, з метою мінімізації та уникнення ризиків їх необхідно ідентифікувати та систематизувати. Запропонована класифікація є лаконічною та дає можливість врахувати ризики, які не відображаються або непрямо відображаються на матеріальних ресурсах підприємства (рис. 1). У цьому контексті ми розрізняємо ризики матеріального характеру, виникнення та вчасне уникнення яких прямо впливає на обсяги матеріальних ресурсів та ризики нематеріального характеру, які характеризуються непрямим матеріальним впливом або його відсутністю.



Рис. 1. Класифікація ризиків, які необхідно передбачити у процесі впровадження інтрапренерської форми реалізації інновацій та екзопренерства

До першої групи відносимо ринковий ризик, який проявляється у несприйнятті нового товару, низьких обсягах реалізації, адже виробництво інноваційного продукту пов'язане зі зміною його якісних характеристик, які можуть бути низько оцінені споживачами. Внаслідок виникнення такого ризику підприємство отримає прямі матеріальні збитки від малих обсягів реалізації, що прямо впливає на фінансовий результат його діяльності. Наступним ризиком матеріального характеру є незаплановане збільшення собівартості інноваційного продукту. Така ситуація може виникати

при підвищенні ціни на матеріальні складові виробництва, яке не могло бути передбачене заздалегідь. Ризик невиконання угоди особливо актуальний при впровадженні екзопренерства у випадку, коли залучаються сторонні ресурси. Наприклад, якщо у ході реалізації інноваційного проекту для виконання окремого виду робіт залучався субпідрядник, який на певному етапі не виконав умови договору. Слід відмітити можливість виникнення ризиків технологічного характеру, тобто вихід із ладу обладнання, погіршення якості виробничих приміщень, негативні наслідки випробувань як на проміжних, так і на завершальному етапі реалізації інноваційного проекту. До цієї групи ризиків відносимо не виявлену на етапі розробки невідповідність технічного рівня існуючого обладнання вимогам реалізації проекту. До ризиків матеріального характеру належить віднести ризик вибору неефективної форми реалізації інноваційної діяльності для реалізації конкретного інноваційного проекту. Менеджери підприємства можуть обрати традиційну форму, до якої ми відносимо розробку інновацій функціонуючими у структурі підприємства науково-дослідними підрозділами та придбання інновацій, розроблених іншими суб'єктами підприємницької діяльності, або нові форми, в тому числі інтрапренерство та екзопренерство. У даному випадку важливо врахувати час та суму витрат на впровадження проекту. Останнім ризиком матеріального характеру слід відмітити екологічний ризик [14], виникнення якого залежить від особливих умов виробництва та призводить до значних матеріальних витрат. На нашу думку, такий ризик можливо передбачити та мінімізувати перед початком впровадження інноваційного проекту.

До другої групи відносимо ризики нематеріального характеру. У першу чергу слід зазначити несприятливе для впровадження нових форм інноваційної діяльності середовище організаційної культури на підприємстві. Організаційна культура значною мірою впливає на загальну ефективність діяльності підприємства. Керівництво має можливість швидко приймати рішення, ефективно розв'язувати складні завдання, а підприємство загалом здатне швидко адаптуватися до змін. Організаційна культура – надзвичайно важливий фактор у процесі подолання кризових явищ та мінімізації ризиків – підтримка командного духу, спільність інтересів, єдність колективу відіграють важливу роль на будь-якому етапі розвитку

діяльності. У цьому разі простежується безпосередня залежність ефективної діяльності підприємства від рівня та напрямку розвитку організаційної культури. Варто відмітити, що впровадження інтрапренерства та екзопренерства характеризується складністю управлінських процесів, їх пристосуванням до нових умов інноваційної діяльності підприємства та низька якість менеджменту, які можуть гальмувати процес реалізації інноваційного проекту. Важливим ризиком є виникнення спірних питань між інтрапренером (керівником інтрапренерської одиниці) та менеджментом підприємства. У першу чергу це стосується розподілу прав власності на інноваційний продукт чи технологію його виготовлення. Основною причиною виникнення такого ризику є не досконалість законодавства, пов'язаного з авторським правом. Наступним ризиком, який варто відзначити, є відсутність кваліфікованих працівників, які володіють особливими професійними навиками, необхідними для реалізації інноваційного проекту. У такому випадку необхідно перед початком впровадження прийняти на роботу працівника, який відповідає вказаним вимогам і, можливо, може очолити інтрапренерський підрозділ. При реалізації інтрапренерської форми інноваційної діяльності важливо уникнути ризику неефективної диверсифікації повноважень або відсутності диверсифікації. Це може призвести до помилкового вибору проекту. На нашу думку, функції підтримки інноваційних ідей (проектів) та прийняття рішення щодо впровадження мають виконуватися окремими особами. Останнім ризиком нематеріального характеру є ризик втрати ділової репутації підприємства внаслідок неефективного впровадження проекту. В даному випадку, а також з метою підвищення рівня економічної безпеки підприємства, варто подбати про тасмницю управлінської інформації до моменту отримання позитивного результату.

Висновки. Слід відмітити, що ризики, зазначені вище не є вичерпним переліком загроз впровадження нових форм інноваційної діяльності підприємства. Суть найбільшого ризику полягає у неможливості передбачення усіх негативних наслідків впровадження інтрапренерства. І основним завданням керівників підприємства є, окрім передбачення та уникнення, є можливість вчасного виявлення і мінімізації ризиків як матеріального, так і нематеріального характеру.

1. Альгин А. П. Риск и его роль в общественной жизни / А. П. Альгин. – М. : Мысль, 1989. – 189 с.
2. Беднарська О. Р. Суть та види ризиків у плануванні діяльності машинобудівного підприємства / О. Р. Беднарська // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/255/1/02.pdf>.
3. Варналій З. С. Основи підприємницької діяльності : підручн. для учнів 10-11 кл. ЗОШ, ліцеїв та гімназій / З. С. Варналій, В. О. Сизоненко. – К. : Знання України, 2003 (2004). – 404 с.
4. Бондар О. В. Ситуаційний менеджмент : навч. посібн. / О. В. Бондар. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 326 с.
5. Григор'єва О. С. Проблеми ризиків, що виникають під час реалізації інноваційних проектів, та методи їхнього кількісного вимірювання / О. С. Григор'єва // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://vlp.com.ua/files/11_34.pdf.
6. Гречана С. І. Сучасні організаційні форми міжрегіонального співробітництва / С. І. Гречана, Д. В. Заблоцька // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2015. – №6 (223). – С. 22–31.
7. Грузевич Ю. І. Основні передумови виникнення та переваги запровадження інтрапідприємства на підприємствах / Ю. І. Грузевич // Зб. тез допов. XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку економіки України: теорія, методологія, практика». – 29–30 травня. – Луцьк, 2013. – С. 77–78.
8. Грузевич Ю. І. Особливі аспекти сприйняття нових ідей та запровадження інтрапідприємства на різних стадіях життєвого циклу підприємства / Ю. І. Грузевич // Зб. тез допов. науково-практичної інтернет-конференції молодих науковців, аспірантів, здобувачів і студентів «Актуальні проблеми і перспективи розвитку економіки України». – 12 листопада. – Луцьк, 2013. – С. 113–115.
9. Грузевич Ю. І. Сутність, виникнення та відмінність понять інтрапідприємства та екзопідприємства / Ю. І. Грузевич // Науковий вісник Херсонського державного університету. – Сер. : Економічні науки. – 2013. – Вип. 2. – С. 7–9.
10. Корягіна С. В. Сучасні класифікації факторів життєвого циклу підприємства / С. В. Корягіна // Зб. наук. пр. «Вісник ТАНГ». – Тернопіль : ТАНГ, 2002. – Вип. 5. – С. 206–209.
11. Сенейко Ю. В. Сучасні підходи до трактування категорії «ризик» / Ю. В. Сенейко // Регіональна економіка. – 2006. – №1. – С. 206–210.
12. Хизрич Р. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха / Р. Хизрич, М. Питерс. – Вип. 1. – М. : Прогресс, 1992. – 158 с.
13. Черчик А. О. Процес управління еколого-економічною безпекою підприємства. / А. О. Черчик // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». – Серія «Економічні науки». – Вип. №28 (1200). – Харків, 2016. – С. 51–54
14. Kazuma Tateisi. The Story of OMRON's Founder Ninety Years of Driving Innovation / Tateisi Kazuma // [Electronic resource]. – Access mode : <http://bit.ly/2pXrqfn>
15. Chang Jane. Model of corporate entrepreneurship: intrapreneurship and exopreneurship [Electronic resource] / Jane Chang // Academy of Entrepreneurship Journal Publisher: The DreamCatchers Group, LLC Audience: Academic Format: Magazine/Journal. – Access mode : <http://bit.ly/2gRPp8G>

УДК 338.45.01

Димченко Н. С., к.психол.н., доцент

Рівненський державний гуманітарний університет

РОЛЬ ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВОГО ПЛАНУВАННЯ В РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

У статті розглянуто теоретичні засади та запропоновані методично-прикладні рекомендації щодо програмно-цільового планування та його ролі в розвитку регіону.

Ключові слова: регіон, цільова програма, програмно-цільовий метод, бюджетна програма.

Dymchenko N.

THE ROLE OF SOFTWARES PLANNING IN REGIONAL DEVELOPMENT

The article deals with theoretical principles and suggested methodological and applied recommendations for programmatic planning and its role in the development of the region.

The purpose of the research is to highlight the features of the components of the program-target method. The structure of the indicators evaluating the implementation of the budget program is determined.

The effectiveness of the functioning of the region at the present stage depends not only on the conceptually thought-out reform of local self-government and the territorial organization of power, but on the professional approach of the creation of local self-government bodies that will provide quality services to the population and provide them with adequate financial resources. With the change of the Ukrainian legislation, it is important to pay special attention to local self-government, as local executive bodies and local self-government bodies are empowered to develop targeted programs that will undoubtedly develop the region.

In this regard, the task before the local authorities, with the availability of financial resources at their disposal to be able to use them as effectively as possible, be able to compare the availability of resources with the actual result achieved. Therefore, the issue of development of the region and determination of the role of program-target planning to achieve maximum results is relevant.

In today's conditions, when the process of decentralization is rapidly gaining momentum, the state places more and more powers and budgetary resources on local self-government, and, accordingly, requirements for the performance of these bodies of their functions increase. The establishment of effective local self-government is facilitated by the application of the program-target method in budget planning, which

strengthens its material, financial, legal and organizational autonomy at the local level. The application of this method of planning makes it possible to correctly prioritize the spending of already limited budget resources and vectorize them to address the most important problems of the region.

Local target programs are a set of research, design, industrial, socio-economic goals and objectives to address the most pressing and acute problems, regional development. The activities of local self-government bodies will be effective provided the scientific substantiation of the directions, methods and forms of development of local target programs, the introduction of theoretical and methodological provisions on the system approach to the formation of such programs as the object of management and implementation of the principles of analysis of local problems for their programmatic solution.

As a result of the research, the components of the program-target planning were analyzed and the role of the use of program-target methods at the level of local self-government was grounded.

Keywords: region, target program, program-target method, budget program.

Дымченко Н. С.

РОЛЬ ПРОГРАМНО-ЦЕЛЕВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РАЗВИТИИ РЕГИОНА

В статье рассмотрены теоретические основы и предложены методически прикладные рекомендации по программно-целевому планированию и обозначена его роль в развитии региона.

Ключевые слова: регион, целевая программа, программно-целевой метод, бюджетная программа.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Ефективність функціонування регіону на сучасному етапі залежить не лише від концептуально продуманого реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади а від професійного підходу створення органів місцевого самоврядування, які надаватимуть якісні послуги населенню та забезпечать їх відповідними фінансовими ресурсами. Зі зміною Законодавства України важливо особливу увагу приділяти місцевому самоврядуванню, оскільки місцеві органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування наділені повноваженнями розробляти цільові програми, що безумовно буде розвивати регіон.

У зв'язку з цим постає завдання перед місцевими органами влади, при наявності у своєму розпорядженні фінансових ресурсів

вміти максимально ефективно їх використати, зуміти співставити наявність наданих ресурсів з фактично досягнутим результатом. Отже, актуальним є питання розвитку регіону та визначення ролі програмно-цільового планування для досягнення максимальних результатів.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідженню питань, що пов'язані з програмами місцевого розвитку та його програмно-цільового планування, присвячені наукові праці О. Ф. Балацького, О. М. Данканіч, О. П. Добровольської, Г. Б. Маркович, Т. Л. Миронової, А. Ф. Проца, Л. Л. Сотниченко, О. М. Теліженка.

Однак, не зважаючи на численні публікації проблема вивчення сучасного механізму застосування програмно-цільового планування залишається актуальною, оскільки наскільки вміло на рівні місцевого самоврядування зуміють його застосовувати від цього буде залежати подальший розвиток регіону в сучасних стрімких змінах законодавства.

Цілі статті. Метою написання даної статті є дослідження та обґрунтування теоретичних засад та розробка методично-прикладних рекомендацій щодо програмно-цільового планування та його ролі в розвитку регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В умовах сьогодення, коли процес децентралізації стрімко набирає обертів, держава на місцеве самоврядування покладає все більше повноважень і бюджетних ресурсів, відповідно і зростають вимоги щодо виконання цими органами своїх функцій. Становленню ефективного місцевого самоврядування сприяє застосування програмно-цільового методу в бюджетному плануванні, що зміцнює його матеріально-фінансову, правову та організаційну самостійність на місцевому рівні. Застосування такого методу планування дає можливість правильно розставити пріоритети у витрачаннях й без того обмежених бюджетних ресурсів та векторно спрямувати їх на вирішення найважливіших проблем регіону.

Згідно з ст. 2 п. 42 Бюджетного кодексу України [1]: програмно-цільовий метод у бюджетному процесі – метод управління бюджетними коштами для досягнення конкретних результатів за

рахунок коштів бюджету із застосуванням оцінки ефективності використання бюджетних коштів на всіх стадіях бюджетного процесу.

Якщо дослідити механізм застосування програмно-цільового методу у бюджетному процесі розвинених країн світу, то можна побачити, що це ефективний інструмент бюджетного управління. Тільки завдяки чітко окресленим пріоритетам в питаннях, що стосуються виділення коштів можна підвищити рівень розвитку обраної території, отримати зворотну інформацію від населення щодо рівня задоволення наданими послугами за рахунок бюджетних коштів.

Програмно-цільовий метод забезпечує прямий взаємозв'язок між коштами та результатом. Програмно – цільовий метод застосовується через бюджетну програму. Згідно з ст. 2 п. 4 Бюджетного кодексу України [1]: бюджетна програма – сукупність заходів, спрямованих на досягнення єдиної мети, завдань та очікуваного результату, визначення та реалізацію яких здійснює розпорядник бюджетних коштів відповідно до покладених на нього функцій. Типові переліки бюджетних програм в різних галузях бюджетної сфери затвердженні спільними наказами Міністерства фінансів України та галузевих міністерств.

Для оцінки ефективності бюджетної програми використовують результативні показники, що, в свою чергу, поділяються на [3]:

- а) показники витрат, що характеризують саме структуру витрат бюджетної програми;
- б) показники продукту – застосовується для оцінки досягнення поставленої мети;
- в) показники ефективності – охоплюють великий спектр показників, які забезпечують реалізацію бюджетної програми;
- г) показники якості характеризують досягнутими результатами якості створеного продукту за рахунок коштів бюджетної програми.

Вміле використання програмно-цільового методу дозволяє забезпечити планування бюджету на середньострокову перспективу, що дає можливість визначити пріоритети соціально-економічного розвитку регіону, ефективно розподілити доходи та видатки бюджету, сприяти виробленню довготермінової стратегії.

Важливими складовими програмно-цільового методу, що забезпечать та спрямують на попередження можливих проблем, які пов'язані з виконанням бюджету виокремлюють моніторинг та оцінку ефективності виконання бюджетних програм. Всі ті дані, які будуть отримані в результаті моніторингу стануть основою для проведення оцінки ефективності бюджетних послуг. В кінцевому результаті у разі недостатньо ефективного виконання бюджетної програми повинні бути сформовані пропозиції щодо зміни напрямів бюджетних коштів. А також сформувані обґрунтування доцільності реалізації бюджетної програми в наступних бюджетних періодах [3].

Згідно Закону України «Про державні цільові програми» [2] за напрямками виділяють такі програми: економічні; наукові; наукові та технічні; соціальні; національні та культурні; екологічні; оборонні; правозахисні.

Цільові програми в управлінні економікою за ознакою призначення поділяються на цілеорієнтовані програми та цілереалізуючі програми. Цілеорієнтовані програми, або програми-концепції спрямовані на постановку цілей на довгострокову перспективу. Цілереалізуючі програми займають проміжне положення між цільовими прогнозами та цілереалізуючими програмами [4].

Виникає ряд чинників, які можуть викликати проблеми з розробкою завдань цільової програми такі, як:

- теоретично можливо розробити цілий ряд завдань програми, але на практиці кількість не повинна перевищити ту, яку можна реально досягнути; дуже важливо, щоб завдання були пов'язані з метою і чітко сформульовані відносно часових обмежень, інакше буде дуже важко ідентифікувати показники виконання і контролювати результати програми;

Заходи програми – це конкретні дії, спрямовані на виконання завдань програми.

Заходи повинні мати такі характеристики:

- орієнтованість на результат; вказівка на метод виміру результатів, визначеність термінів виконання заходу; конкретність та реалістичність. Вони не містять загальних та декларованих тверджень на зразок мети програми або місії відомства; логічний зв'язок із завданнями програми.

Перелік завдань і заходів формується відповідно до виробничо-господарських, організаційно-правових, соціально-економічних, екологічних вимог. Під час визначення завдань і заходів слід дотримуватися таких принципів, як: взаємопов'язаність; повнота охоплення проблеми; логічність викладу; відсутність суперечностей і повторів.

Отже, використання програмно-цільовий методу планування місцевих бюджетів сприятиме плануванню на середньострокову перспективу; спонукатиме перехід від утримання бюджетних установ і пришвидшиться переорієнтація на надання послуг високої якості населенню, що дозволить досягнути економічний та соціальний ефекти. Буде сприяти правильності прийняття управлінських рішень, оскільки виникне більше альтернативних варіантів; відбудеться посилений контроль за розпорядниками бюджетних коштів та розподілення відповідальності за нераціональне використання їх; сприятиме обізнаності громадськості щодо ефективності витрачених коштів бюджету та відповідно призведе до рівня задоволеності споживачів різними послугами, що вони будуть отримувати.

В результаті проведеного дослідження було проаналізовано складові програмно-цільового планування та обґрунтована роль використання програмно-цільових методів на рівні місцевого самоврядування. Участь громадськості в процесі планування політики, громадському контролі та впливі на органи місцевого самоврядування під час здійснення ними владних повноважень є елементом ефективного управління на місцевому рівні.

1. Бюджетний кодекс України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://urist-ua.net>
2. Закон України «Про державні цільові програми» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1621-15>. – 02.12.12
3. Маркович Г. Б. Все про програмно-цільовий метод у бюджетному процесі / Г. Б. Маркович // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://decentralization.gov.ua/news/3906>
4. Миронова Т. Л. Управління розвитком регіону : навч. посібн. / Т. Л. Миронова, О. П. Добровольська, А. Ф. Процай, С. Ю. Колодій. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 328с.

УДК 332.3

Дзюбинська О. В., асистент,
Дзюбинський А. В., к.е.н., доцент,
Смаль М. В., к.т.н., доцент
Луцький національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

В статті розглянуті проблеми ефективності управління та використання землі. Визначено основні завдання управління та приділено увагу питанню оцінки земельних ресурсів. Визначальною визнано економічну оцінку, як основу встановлення вартості землі чи обрахунку розміру ренти.

Ключові слова: земля, оцінка, економічна оцінка, показник, вартість.

Dzyubynska O., Dzyubynskiy A., Smal M.

MANAGEMENT AND EFFICIENCY OF USE LAND RESOURCES

Modern tendency to informatization of all spheres of life requires the availability of a clear system of accounting property objects and natural resources. This in turn will provide appropriate control in the management, use and possession of material resources.

For manage by the land, which is both a basis of economic activity and a subject of market relations, it is necessary to use a multifunctional system, which contains not only the data on the land plot in a simplified version (area, location, and functional use, the neighborhood with the territories on which located objects with different levels of negative effects, etc.) but also data, that may affect to the adjustment or combination of different types of target use (availability of natural resources, which is useful for health, historical and cultural objects etc). Such characteristics provide awareness of the future user (owner) of the land, affect the value of land plots, forming an objective situation in society and stable relations in the state. The correct interpretation of each factor, that makes a general assessment, as well as directly meaning of this assessment is one of the main tasks of not only land valuation but also the economic component of the development of regions and the country as a whole.

Key words: land, valuation, economic evaluation, indicator, cost.

Дзюбинская О. В., Дзюбинский А. В., Смаль М. В.

УПРАВЛЕНИЕ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

В статье рассмотрены проблемы эффективности управления и использования земли. Определены основные задачи управления и уделено внимание

проблеме оценки земельных ресурсов. Определяющей признано экономическую оценку, как основу стоимости земли или расчета размера ренты.

Ключевые слова: земля, оценка, экономическая оценка, показатель, стоимость.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Вдосконалення оцінки територій є нагальною проблемою ефективністю управління ресурсами [1]. Така потреба, насамперед, полягає у формуванні перспективних інвестиційних проектів у та їх грошовій оцінці. [2]. Ефективне використання земель безпосередньо пов'язане з користуванням природними ресурсами. Проте ведення господарської діяльності на даних територіях пов'язане з використанням природної складової (клімат, джерела мінеральної води, водойми), елементів благоустрою (інженерно-технічне облаштування, соціально-побутова інфраструктура) та шляхів сполучення.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання ефективності використання земельних ресурсів висвітлені у роботах багатьох вчених. Серед них доцільно виділити праці М. Володіна, А. Даниленко, Ю. Білик, А. Третьяка, В. Месель-Веселяк, Б. Косович, Д. Добряка, Л. Мельника, В. Алексійчука, М. Возної, С. Кручка, П. Саблук, З. Котик, П. Кухтин, Ю. Дехтяренко, О. Драпіковського, І. Іванової, С. Калашникової, Д. Кузнєцової, Н. Лебідь, М. Лихогруда, Д. Львова, Ю. Манцевича, В. Медведєва, О. Мельничука, Ю. Палехи, Л. Перовича, С. Скринько, А. Варламова, П. Лойко, А. Лука, Т. Кулакова, Г. Льовушкіна, У. Винуус, Є. Волчко, Ю. Гавриленко, С. Грибовського, М. Федотової, Дж. К. Эккерта, J. Groth, R. Charlier та ін.

Цілі статті. Метою даної статті є визначення факторів, що впливають на ефективність управління землею.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасна тенденція до інформатизації всіх сфер життя вимагає наявності чіткої системи обліку майнових об'єктів та природних ресурсів. Це у свою чергу забезпечить відповідний контроль в управлінні, користуванні та володінні матеріальними ресурсами. Відповідно до ст. 14 Конституції України головним природним багатством є земля. Для управління землею, що одночасно є базисом господа-

рювання і предметом ринкових відносин, потрібно використовувати поліфункціональну систему, що містить не тільки дані про земельну ділянку в спрощеному варіанті (площа, місце розташування, та функціональне використання, сусідство з територіями на яких розташовані об'єкти з різнорівневими ступенями негативного впливу і т.д.) але й дані, що можуть впливати на коригування або суміщення різних видів цільового використання (наявність корисних для здоров'я природних ресурсів, історико-культурних об'єктів та ін.). Такі характеристики забезпечують обізнаність майбутнього користувача (власника) земельної ділянки, впливають на важливі показники земельних ділянок, формуючи об'єктивну ситуацію в суспільстві та стабільні відносини в державі. Правильна інтерпретація кожного фактора, який складає загальну оцінку, а також безпосередньо саме значення цієї оцінки є одним з основних завдань не тільки землеоціночної діяльності але й економічної складової розвитку регіонів та країни в цілому.

Питання ефективного управління земельно-майновим комплексом рекреаційних територій тісно пов'язане з відповідністю розроблених методик оцінки та спонукає до науково-практичних досліджень в цій області. Головними підзавданнями грошової оцінки земель рекреаційного призначення є наступні: різнопланова характеристика території на предмет наявності корисних властивостей та існуючого рівня соціально-побутової складової із застосування логічних способів їх виявлення і оцінки; чітка алгоритмізація з можливістю динамічного «маневрування» окремими елементами, що не спотворює кінцевий результат; своєчасне отримання і оновлення відомостей про об'єкт в режимі реального часу з можливістю ефективного управління; оцінка земель.

Оцінка земель відноситься до розряду соціальних, тому що розглядається як з погляду надання послуг, так і з позиції задоволення потреб. Ефективність використання земель визначається як комплексною оцінкою середовища, так і значимістю окремих компонентів, зокрема, таких як, наприклад, наявність та вид природних ресурсів, рекреаційних комплексів (туристичні, санаторні, пансіонні) тощо та їх поєднанням (рис. 1).

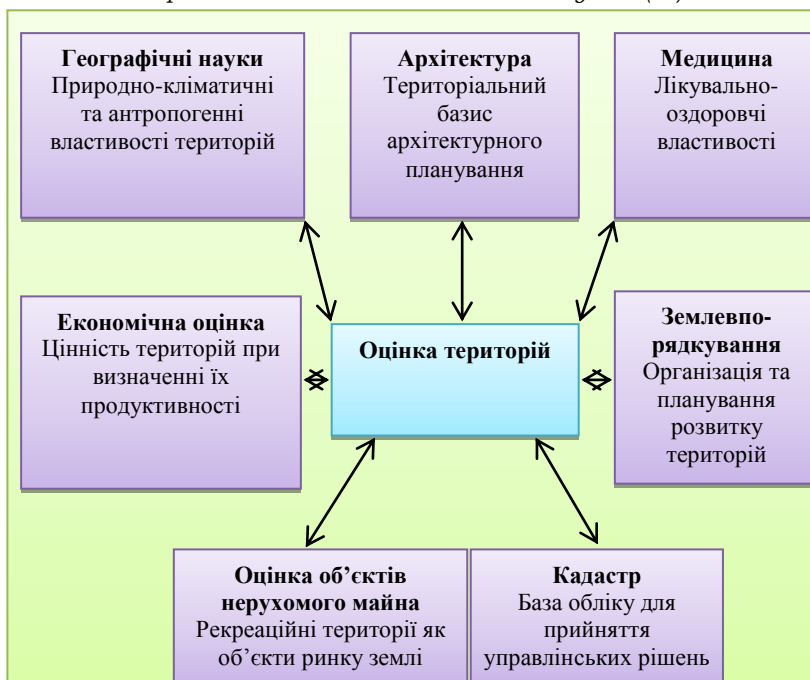


Рис. 1. Міжкомпонентний зв'язок елементів земельних територій в суміжних науках

В загальному земельні ресурси оцінюють за якісними і кількісними показниками, бальними шкалами та у вартісних одиницях. Якісна оцінка в основному заснована на порівняльному методі і використовує словесні характеристики «найкращий», «кращий», «гірший», «найбільший», «більший», «найпривабливіший», «більш вигідний» т. п. Якісна оцінка через участь у визначенні порівняльних параметрів рекреантів є суб'єктивною, але впливає на загальну думку про привабливість об'єктів (територій). Кількісна оцінка визначає характеристики ресурсів у оціночних одиницях (метричні, вагові, температурні, біохімічні показники, рівні забруднення, кількість опадів і т. п.).

При кількісній оцінці розробляються оціночні шкали, найбільш використовуваними з яких є 3-ох – 7-ми бальні, де найкращі умови оцінюються більшим балом. Бальна оцінка інтегрує якісну і кількісну оцінки. На основі суб'єктивної процедури розроблення

оціночних шкал той чи інший вид рекреаційних ресурсів отримує певний бал. Вартісна оцінка домінує у сфері оціночної діяльності та використовується для характеристики інвестиційного клімату земельних ресурсів, господарської діяльності галузі.

В загальній методиці оцінки територій доцільно виділити наступні етапи:

- виділення об'єктів та суб'єктів оцінки;
- визначення завдання та мети проведення оцінювання;
- формулювання критеріїв оцінки;
- встановлення оціночних показників;
- розробка параметрів оціночних шкал;
- розрахунок окремих оцінок елементів рекреаційних

територій;

- визначення загальної оцінки рекреаційного об'єкту;
- інтерпретація результатів інтегральної оцінки визначення завдання та мети проведення оцінювання;
- формулювання критеріїв оцінки;
- встановлення оціночних показників;
- розроблення параметрів оціночних шкал;
- розрахунок окремих оцінок елементів територій;
- визначення загальної оцінки об'єкту;
- інтерпретація результатів інтегральної оцінки.

Доцільність використання різних оціночних методів обумовлюється особливостями ресурсів. Зокрема, оцінку кліматичних ресурсів логічно здійснювати на основі медико-біологічного підходу, бальнеологічних ресурсів – за медико-біологічним та технологічним підходами, водних рекреаційних ресурсів – при поєднанні трьох вище згаданих підходів. Ландшафти, як рекреаційний ресурс, доцільно оцінювати картографічним методом. Оцінка рельєфу, особливо гірського, як рекреаційного ресурсу є досить суперечливою – найпривабливіші для відпочинку гори з погляду психолого-естетичної оцінки, є найбільш важкодоступними для інженерно-будівельного освоєння за технологічною оцінкою.

В загальному методикі і критерії оцінки природних ресурсів розроблені на досить високому науковому рівні. Що ж стосується оцінки історико-культурних рекреаційних об'єктів, то вона не має загальноприйнятої методології. У світовій оціночній практиці використовують якісну оцінку історико-культурних пам'яток, що

розподілені на 7 груп. Широкого застосування набула бальна оцінка історико-культурних рекреаційних ресурсів з використанням поправочних коефіцієнтів. Також, при оцінці рекреаційних територій враховують історико-культурний потенціал регіону

На даний час широкого застосування набув економічний метод оцінки рекреаційних територій, що здійснюється з урахуванням видів ресурсів, їх якості, місць розташування та екологічних показників. В даному методі найбільш поширеними є дві концепції: витратна і результативна, при поєднанні яких можливо досягти найбільш актуальних результатів економічної оцінки. Економічне оцінювання земель проводиться для порівняльного аналізу ефективності їх використання і визначається у грошовому виразі.

Висновки. За останні роки в Україні значно укріплена та розширена нормативно-правова база оціночної діяльності. Особливо це стосується прийняття національних стандартів, що більше відповідають міжнародним вимогам в сфері оціночної діяльності. Та не зважаючи на це встановлено, що існуюча методика оцінки земель має цілий ряд недоліків, серед яких можна відмітити декілька найсуттєвіших:

1) ідентичність з оцінками вартості інших категорій земель, хоча землі, що відносяться до різних фондів мають неоднакову споживчу цінність;

2) не враховується додаткова вартість земельної ділянки за рахунок освоєння конкретної території, адже наявність певної інженерно-транспортної, соціальної інфраструктури скорочує майбутні витрати на їх створення новими власниками (орендарями) землі. Крім цього не враховуються інші капіталовкладення, наприклад, в облаштування територій чи з метою надання додаткових послуг, що збільшують привабливість території, а формують її додаткову вартість;

3) не враховується реальний ринковий попит на конкретну земельну ділянку в певний момент часу: застосовується єдиний підхід до оцінки в регіонах з різною пропозицією рекреаційних територій та не береться до уваги конкуренція з боку аналогічних ділянок; не застосовується інформація про стан ринку, зокрема по рівню платоспроможного попиту та ін. Це нерідко призводить до різниці в кадастровій та ринковій оцінці однієї і тієї ж ділянки землі.

1. Земельний кодекс України станом / Верховна Рада України. – Офіц. вид. // Відомості Верховної Ради. – 2002. – № 3–4. – ст. 27.
2. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» / Верховна Рада України. – Офіц. вид. // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 41. – ст. 546.
3. Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України / Міністерство охорони навколишнього природного середовища України. – Офіц. вид. // Офіційний вісник України. – 2009. – №57. – ст. 107.
4. Методичні основи грошової оцінки земель в Україні : навч. посібн. / Ю. Ф. Дехтяренко, М. Г. Лихогруд, Ю. М. Манцевич, Ю. М. Палеха. – К. : Профі, 2007. – 624 с.

УДК 332.14

Кондіус І. С., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

АВТОМАТИЗАЦІЯ ДОКУМЕНТООБІГУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ

Базуючись на численних бізнес-процесах руху вхідних, внутрішніх та вихідних документів проаналізовано інформаційні потоки, які дозволили розробити систему електронного документообороту на підприємстві. Проведена оцінка кількісних характеристик та очікуваних ефектів від впровадження автоматизованої системи електронного документообороту, що складається з двох груп: економія коштів та економія робочого часу співробітників.

Ключові слова: ефективність підприємства, автоматизація, документообіг.

Kondius I.

AUTOMATION OF DOCUMENT COOKING AS AN INSTRUMENT TO IMPROVE EFFICIENCY OF THE BUSINESS OF THE ENTERPRIS

Implementation of the electronic document management system avoids many mistakes that arise when performing various operations with documents, as well as significantly accelerates these processes, which leads to the saving of employees' time and, consequently, to increase the overall efficiency of the company, which gives it some

competitive advantages on market, therefore the subject of this study is automation of document circulation at the enterprise.

The purpose of the study is based on the analysis of numerous business processes of traffic input, internal and output documents, information flows, which will allow to develop a system of electronic document management of the enterprise.

The object of research is the joint venture «Modern-Expo» Ltd., and the subject is the automation of electronic document circulation.

The achievement of this goal involves the following tasks of analytical work.

Study of types of documents: incoming, outgoing and internal in order to detect the route of documents and transactions associated with it, for the establishment of information flows.

Studying the elements of each of the listed business processes.

Study requirements for the project and the tasks of automation of electronic document circulation.

Study how to use the system of electronic document management, that is, identifying those who will be referring to the data and the nature of the tasks that he will perform with them.

Comparative analysis of popular content management systems to select a platform for building an electronic document flow system.

User interface development and configuration.

Estimation of the quantitative characteristics of the project and the expected effects from the introduction of an automated document management system.

The proposed introduction of the electronic document management system will increase the efficiency of using the personnel of the enterprise will ensure the interest of employees in the results of their work, solve a number of issues related to the automation of the work of office workers in achieving the current and final results of the functioning of the company, and thereby implement a mechanism for managing the increase financial status Joint-Stock Company «Modern-Expo».

Keyword: efficiency of the enterprise, automation, document circulation.

Кондиус И. С.

АВТОМАТИЗАЦИЯ ДОКУМЕНТООБОРОТА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

Основываясь на многочисленных бизнес-процессах движения входящих, внутренних и исходящих документов проанализированы информационные потоки, которые позволили разработать систему электронного документооборота на предприятии. Проведена оценка количественных характеристик и ожидаемых эффектов от внедрения автоматизированной системы электронного документооборота, состоящая из двух групп: экономия средств и экономия рабочего времени сотрудников.

Ключевые слова: эффективность предприятия, автоматизация, документооборот.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Впровадження системи електронного документообігу дозволяє уникнути багатьох помилок, що виникають при виконанні різних операцій з документами, а також значно прискорити дані процеси, що веде до економії робочого часу співробітників, а отже, до підвищення загальної ефективності роботи підприємства, що надає йому певних конкурентних переваг на ринку, отже темою даного дослідження є автоматизація документообігу на підприємстві.

Цілі статті. Базуючись на численних бізнес-процесах руху вхідних, внутрішніх та вихідних документів проаналізувати інформаційні потоки, які дозволять розробити систему електронного документообороту для СП ТОВ «Модерн-Експо».

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Документообіг СП ТОВ «Модерн-Експо» складається з потоків різних типів документів, що поділяються на 3 основні групи: вхідні, вихідні та внутрішні.

Здійснюється документообіг за встановленим графіком, що визначено наказом-інструкцією директора товариства.

На даний час документообіг на підприємстві здійснюється шляхом передачі документів за допомогою електронної пошти та передачі документів безпосередньо із рук у руки. При цьому на підготовку і узгодження документів витрачається багато часу, створюється кілька копій одного й того ж документа, що призводить до втрат на копіювання (папір і т. д.). Іншою проблемою є накопичення великого обсягу документів, що зберігається у паперовому вигляді та не мають електронних копій, що в свою чергу призводить до того, що документи губляться та витрачається маса робочого часу на пошук потрібного документа і формування тематичної добірки документів [1].

У зв'язку з наведеними проблемами виникає необхідність автоматизувати документообіг.

Маршрут руху документа та операції що пов'язані з ним відрізняються для кожного типу документа.

На рис. 1 зображено рух внутрішніх документів на прикладі руху наказів.

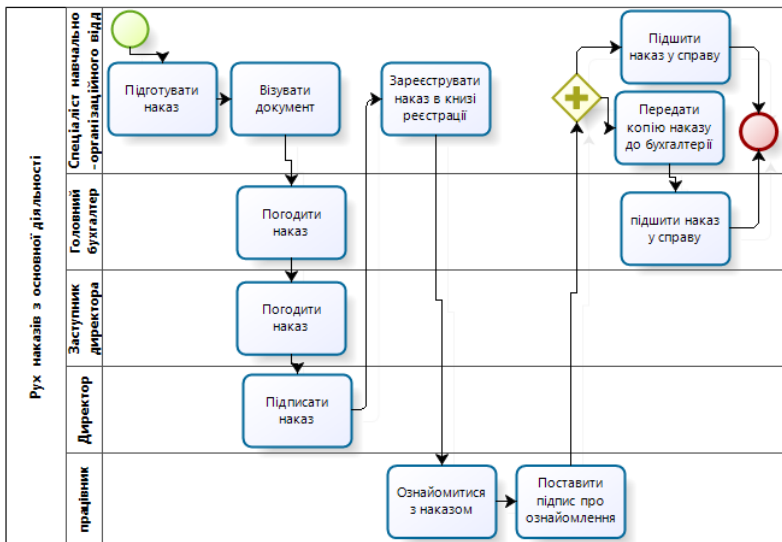


Рис. 1. Бізнес-процес руху внутрішнього документу

З наведеної схеми бачимо, що в процесі руху документа виникає два основних інформаційних потоки. Перший потік пов'язаний з рухом самого документа від одного суб'єкта до іншого, що здійснюється за допомогою електронної пошти або шляхом фізичного переміщення документа від одного суб'єкта до іншого. Другий інформаційний потік замкнутий на реєстраційну картку документа.

Основними елементами кожного з наведених бізнес-процесів є погодження документів, підписання, ознайомлення і зберігання.

Отже, основними об'єктами автоматизації системи електронного документообігу (СЕД) є потік, пов'язаний з реєстрацією документів, зберіганням інформації про документи та отриманні різного роду звітів за даними показниками, а також безпосередньо рух документа між співробітниками.

Після проведення автоматизації наведений бізнес-процес матиме вигляд бізнес-процесу що зображено на рис. 2.

Для виконання даного завдання буде розроблено автоматизовану систему документообігу на базі Alfresco. Alfresco – тиражована інтегрована платформа для побудови системи електронного документообігу для організацій [2].

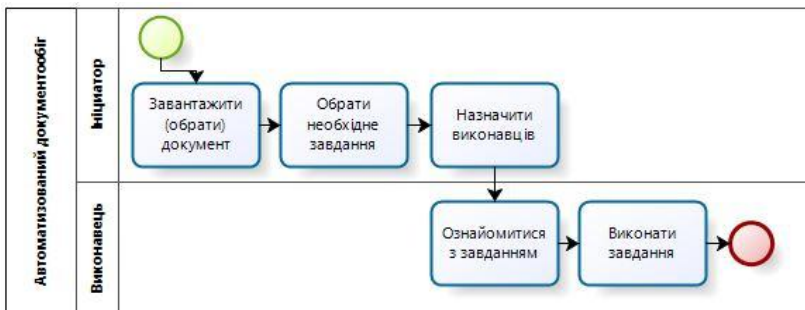


Рис. 2 Бізнес-процес автоматизованого документообігу

Система Alfresco підтримує Java-технології, у тому числі: Spring, Hibernate, Lucene, JavaServer Faces, вона є кросплатформним програмним забезпеченням (випускаються збірки для Microsoft Windows, Linux, Mac OS X). В якості СУБД для вільної редакції підтримуються MySQL і PostgreSQL [2].

Для початку розробки проекту необхідно визначити вимоги до нього. Почнемо формулювання вимог з визначення кола задач які вирішуватиме розроблювальна система.

Створювана система документообігу повинна виконувати наступні задачі: упорядкувати і автоматизувати внутрішній організаційно-розпорядничий, договірний та фінансовий документообіг; оптимізувати бізнес-процеси, пов'язані з документообігом; створити електронний архів файлів будь-яких форматів; забезпечити злагоджену роботу всіх підрозділів; забезпечити неможливість втрати документів; забезпечити контроль версій; організація спільної роботи над документами; забезпечити необхідної безпеки і розмежування доступу [3].

Наступним етапом створення ефективної ССД є визначення способів використання ССД, тобто виявлення тих, хто буде звертатися до даних і характер задач, які він виконуватиме з ними [4]. У проєктованій ССД буде три види користувачів, а саме: адміністратор, користувач та гість.

Останнім етапом створення ефективної структури даних є надання користувачам конкретної категорії певних прав на здійснення деяких задач [4]. Для категорії гість буде доступне мінімальний набір прав на перегляд лише гостьової області. Для користу-

вача буде доступним весь функціонал програми пов'язаний безпосередньо з рухом документів та власними просторами. Адміністратор матиме права на управління користувачами, групами користувачів та просторами користувачів.

Для досягнення високої ефективності роботи СЕД, зведення до мінімуму можливості виникнення конфліктних ситуацій потрібно налагодити системи безпеки. В той же час СЕД повинна відповідати 3-м принципам: масштабованості, доступності та зручності [5].

Отже, остаточною метою виконання даного проекту є створення масштабованої, доступної й надійної СЕД для налагодження системи документообігу, що спростить роботу з документами, підвищить її ефективність; підвищить продуктивність праці співробітників за рахунок скорочення часу створення, обробки та пошуку документів.

Для того, щоб обрати платформу для побудови системи електронного документообігу, проведемо порівняльний аналіз популярних систем управління контентом і відобразимо цей аналіз у табл. 1 та 2.

Таблиця 1

Популярні системи управління контенту

Назва	Виробник	Рік створення	Відкритість системи	Ціна ліцензії, грн / од
Alfresco Community	Alfresco	2013	відкрита	-
EMC: Documentum	EMC	2012	закрита	1500
Microsoft: Office SharePoint Server	Microsoft	2013	закрита	953,44
Directum	Directum	2014	закрита	5741,4

Переваги та недоліки цих систем наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Переваги та недоліки популярних систем управління контенту

Назва	Переваги	Недоліки	Джерело
1	2	3	4
Alfresco community	Гнучкість, web-інтеграція, безкоштовність; працює з папками; інтеграція з офісними продуктами MS Office і з Open Office; можливість використання шаблонів; крос-платформеність; масштабованість; підтримка різних мов	Відсутність доступу до документів у режимі Offline	[2]

продовж. табл. 2

1	2	3	4
EMC: Documentum	web-інтеграція, кросплатформеність, інтеграція з лінійкою продуктів Microsoft Office	Жорсткість, висока вартість	[6]
Microsoft: Office SharePoint Server	можливість використання шаблонів; web-інтеграція; можливість відправки повідомлено	Залежність від платформ Microsoft; не локалізований інтерфейс; відсутність системи миттєвих повідомлень, висока вартість	[2]
Directum	Масштабованість; web-інтеграція; механізм електронного цифрового підпису	Висока залежність від платформ Microsoft; висока вартість	[6]

При виборі платформи для побудови системи електронного документообігу основною перевагою є безкоштовність системи. Тому для розробки даного проекту буде використано Alfresco Community Edition 4.2. Це вільне середовище управління контентом підприємства ECM (Enterprise Content Management), вихідні тексти якої поширюються в рамках ліцензії LGPL [2].

Наступним етапом після розробки і налаштування інтерфейсу користувача є оцінка кількісних характеристик проекту та очікуваних ефектів від впровадження автоматизованої системи документообігу.

Ефект від впровадження автоматизованої системи електронного документообігу складається з двох основних частин.

До першої групи ефектів відносяться економія коштів та економія робочого часу співробітників. Економія коштів проявляється у зменшенні витрат на витратні матеріали (папір), на обладнання (копіювально-розмножувальну техніку та ін), на доставку інформації в паперовому вигляді; на зберігання паперових документів (в т.ч. фізичне звільнення місця).

Економія робочого часу співробітників проявляється в тому, що кожен робітник втрачає менше часу на ручну обробку даних і виконання обслуговуючих функцій (передача, копіювання і пр.), на проходження документів, на пошук потрібних документів та на повторне використання документів [7].

До другої групи ефектів відносяться: прискорення проходження документів та надання послуг пов'язане зі своєчасністю і

оперативністю прийняття рішень у випадках, коли ситуація залежить від інформації, що міститься в документі. Значно прискорюються процеси колективної роботи з документами (погодження та затвердження тощо); оптимізація бізнес-процесів, пов'язаних з документообігом, підвищення їх прозорості і поліпшення контролю за всіма інформаційними потоками і процесами в організації; підвищення якості роботи з інформацією, можливість виконання нових типів або способів виконання робіт; формування єдиного інформаційного простору в масштабах розподілених організацій; розвиток корпоративної культури, стимульований застосуванням сучасних технологій для колективної роботи співробітників і наданих ними інформаційних і комунікаційних можливостей.

Спочатку оцінимо пряму економію коштів. Нехай вона включає тільки вартість паперу, зекономленої при впровадженні такої системи, і вартість зекономленого робочого часу співробітників. Це постійні витрати, тому порахуємо витрати на місяць, щоб потім оцінити терміни окупності.

Проаналізуємо витрати на папір до автоматизації та після автоматизації та занесемо результати у табл. 3 поклавши вартість одного листа з друкованим текстом (витрати на папір і друк) 0,2 грн.

Таблиця 3

Аналіз витрат на папір
для забезпечення життєвого циклу документів

Тип документу	Середня кількість сторінок	Середньомісячна кількість документів	Середня кількість друкованих примірників, шт		Витрати, грн	
			до	після	до	після
Накази	15	30	15	2	6750	900
Договори	30	12	40	2	14400	720
Плани виробництва	7	5	40	1	1400	35
Акти та програми	2	150	150	1	45000	300
Потоковий лист	2	40	280	1	22400	80
Паспорт виробу	3	30	300	1	27000	90
Розкрійний лист	30	40	70	1	84000	1200
Звіти	12	40	60	1	28800	480
Законодавчі акти	5	30	2	0	300	0
Особисті справи	2	300	300	1	180000	600
Відомості	50	6	150	1	45000	300
Виробничі завдання	3	200	2	1	1200	600
Вихідні листи	15	30	15	2	6750	900
Усього (грн)					456250	5305

З табл. 3 бачимо, що після впровадження автоматизованої системи документообігу середньомісячні витрати на папір скоротилися на 90189 грн. (на 83,7%).

Проаналізуємо трудовитрат на обробку документів та витрати на оплату цієї частини праці співробітників. Занесемо результати аналізу у табл. 4.

Таблиця 4

Аналіз трудовитрат на виконання основних типів операцій з документами до та після автоматизації

Найменування операції	Середньомісячна кількість операцій	Трудомісткість, людино-годин		Витрати на оплату праці, грн	
		до	після	до	після
Погодження документу	90	270	45	13140,9	2190,15
Пошук документу	500	40	5	1946,8	243,35
Отримання резолюції	126	50,4	31,5	2452,97	1533,11
Усього	716	360,4	81,5	17540,7	3966,61

Для розрахунку вартісних витрат розраховується середньогодинна норма оплати праці для співробітника відділу діловодства за формулою (1) [8]:

$$N_3 = \frac{Z_n}{D_{роб} \times \Gamma_{роб}}, \quad (1)$$

де Z_n – заробітна плата за місяць, грн.;

$D_{роб}$ – середньомісячна кількість робочих днів, днів;

$\Gamma_{роб}$ – щоденна кількість робочих годин, год.

При цьому виходячи із стандартної 40-годинного робочого тижня і місячної зарплати 8225,7 грн та з середньомісячною кількістю робочих днів що дорівнює 21 отримуємо, що вартість однієї години роботи працівника дорівнює 48,67 грн / год.

З табл. 4 бачимо, що після впровадження автоматизованої системи документообігу трудовитрати за місяць скоротилась на 278,9 людино-годин (на 77,38%). Це свідчить про зростання швид-

кості виконання операцій з документами та вивільнення робочого часу працівників на користь виконання інших посадових обов'язків, що сприяє поліпшенню роботи організації. Витрати на оплату праці знизилися на 13574,06 грн.

Індекс зниження витрат розраховується за формулою (2) [7]:

$$Y_M = \frac{B_0}{B_1}, \quad (2)$$

де B_0 – витрати на обробку інформації до автоматизації;

B_1 – витрати на обробку інформації після автоматизації.

Розрахований за формулою (2) індекс зниження трудових витрат складає 4,42.

Впровадження і використання системи документообігу потребує певних витрат. Занесемо очікувані витрати у табл. 5.

Таблиця 5

Очікувані витрати,
пов'язані з впровадженням та використанням проекту

Напрямок витрат	Періодичність витрат	Витрати у місяць, грн
Витрати на розробку	одноразові	15000
Адміністрування системи	щомісячні	1500
Оплата доступу в інтернет	щомісячні	1000
Усього	-	1750

Також необхідно визначити економічний ефект від проекту і термін окупності.

Формула економічної ефективності має вигляд (3) [7]:

$$E = \frac{\Delta C}{K_3}, \quad (2)$$

де ΔC – чистий дохід (прибуток), отриманий протягом місяця від експлуатації впровадженого проекту;

K_3 – обсяг інвестицій, за рахунок якого забезпечений дохід.

Термін окупності визначається як зворотна величина E за формулою 4 [9]:

$$T = \frac{1}{E}. \quad (4)$$

Для розрахунку ефективності прийемо за чистий дохід величину що позначає зниження вартісних витрат з урахуванням витрат відображених у табл. 2 та 3 (103763,1). Ефективність впровадження проекту складає 83,1%, термін окупності 1,21 місяці.

Окупність проекту, що дорівнює 1,2 місяцям, свідчить про досить швидке повернення капітальних вкладень. Високу окупність і ефективність автоматизації підтверджує і отриманий місячний економічний ефект, рівний 103763,1 грн. Впровадження системи дозволяє знизити трудові витрати на 77,38% і вартісні витрати на 83,1%.

Таким чином, запропоноване впровадження системи електронного документообігу забезпечить підвищення ефективності використання персоналу підприємства дозволить забезпечити зацікавленість працівників у результатах їх роботи, вирішить ряд питань, пов'язаних з автоматизацією роботи офісних працівників у досягненні поточних та кінцевих результатів функціонування товариства, і тим самим реалізувати механізм управління підвищенням фінансового стану СП ТОВ «Модерн-Експо».

Висновки. Таким чином, запропоноване впровадження системи електронного документообігу забезпечить підвищення ефективності використання персоналу підприємства дозволить забезпечити зацікавленість працівників у результатах їх роботи, вирішить ряд питань, пов'язаних з автоматизацією роботи офісних працівників у досягненні поточних та кінцевих результатів функціонування товариства, і тим самим реалізувати механізм управління підвищенням фінансового стану СП ТОВ «Модерн-Експо».

1. Барановський В. П. Автоматизація документообігу підприємства : навч. посібн. / В. П. Барановський. – М. : ЕКМОС, 2004. – 345с.
2. А. Documentation, 1. Alfresco Documentation // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://docs.alfresco.com/community/index.jsp>
3. атвієнко О. В. Основи організації електронного документообігу : навч. посібн. / О. В. Матвієнко, М. Н. Цивін. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 112 с.
4. Дейт К. Введение в системы баз данных : навч.-метод. посібн. / К. Дейт – К. : Діалектика, 2009. – 784 с.
5. Галузинський Г. П. Перспективні технологічні засоби оброблення інформації : навч.-метод. посібн. / Г. П. Галузинський. – К. : КНЕУ, 2002. – 280 с.

6. Організація електронного документообігу на підприємстві в питаннях і відповідях // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.directum.ru/425833.aspx>
7. Ефективність впровадження систем електронного документообігу на підприємстві // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=605248>
8. Круковський М. Ю. Критерії ефективності систем електронного документооборота / М. Ю. Круковський // Зб. тез допов. науково-практичної конференції «Системи підтримки прийняття рішень. Теорія і практика». – К. : ІПММС НАНУ, 2005. – 204с.
9. Інтелектуальний аналіз виконання бізнес-процесів в системі електронного документообігу // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vuzmen.com/book/1086-intellektualnyj-analiz-vypolneniya-biznes-processov-v-sisteme-yelektronogo-dokumentooborota>

УДК 332.2

Косінський П. М., аспірант

Луцький національний технічний університет

ІНСТРУМЕНТИ ЕКОНОМІЧНОГО СТИМУЛЮВАННЯ ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГІВ ПРОМИСЛОВОЇ ПЕРЕРОБКИ СІЛЬГОСППРОДУКЦІЇ

У даній статті обґрунтовано напрями застосування інструментів економічного стимулювання збільшення обсягів промислової переробки сільськогосподарської продукції.

Ключові слова: сільськогосподарська продукція, харчова промисловість, продукти харчування, переробні підприємства, економічне стимулювання.

Kosinskyi P.

INSTRUMENTS OF ECONOMIC STIMULATION OF INCREASE OF INDUSTRIAL PROCESSING OF AGRICULTURAL PRODUCTS

This article substantiates the importance of the food industry for Ukraine. It is revealed that its special role is determined by the great social value of products manufactured at its enterprises.

The author analyzed the structure of the enterprises of the food industry of our country and the main types of products that they produce.

This article determines the importance of processing enterprises in the food industry of Ukraine, their role and tasks are determined. The author conducted an analysis of the production of certain types of food products using the statistics of the last three years.

In the course of the study, it was discovered that in recent years there has been a tendency to decrease the volume of production of the main types of foodstuffs and the main reasons that contributed to it have been identified. Taking into account the importance of the food industry for the country's population and its economic growth, the author emphasizes that business entities and the state should find ways to prevent the negative trends in the food industry and encourage enterprises to process food raw materials for development.

In this regard, the emphasis was put on the implementation of economic incentives for processing enterprises in the food industry and agricultural producers from the state side. The basic directions and tools of economic stimulation are determined. The author invites food processing companies to look for their market niche, to study the market and consumers.

According to the author, to stimulate business entities to actively engage in food industry can be fully exempted from VAT, partially lowering the tax rate on profits, providing state benefits and interest-free loans to priority processing industries of the industry, as well as those with significant potential for its development, carrying out innovative and investment stimulation of food industry enterprises.

Thus, the economic stimulation of the processing enterprises of the food industry will create the proper conditions for their development, provide the population with food and will increase its supply abroad.

Key words: food industry, food, processing enterprises, economic stimulation.

Косинский П. М.

ИНСТРУМЕНТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ОБЪЕМОВ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПЕРЕРАБОТКИ СЕЛЬХОЗПРОДУКЦИИ

В данной статье обоснованы направления применения инструментов экономического стимулирования увеличения объемов промышленной переработки сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: сельскохозяйственная продукция, пищевая промышленность, продукты питания, перерабатывающие предприятия, экономическое стимулирование.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Однією з найважливіших галузей промисловості будь-якої країни є саме

харчова, адже виробництво продуктів харчування задовольняє первинні потреби людей та суспільства у їжі, тим самим забезпечуючи їх енергією необхідною для продовження життя.

Особлива роль харчової промисловості будь-якої країни визначається великим соціальним значенням продукції, що випускається на її підприємствах. В процесі виробництва продовольства специфічно поєднуються природні, кліматичні, економічні, геополітичні, соціальні та екологічні чинники життєдіяльності населення [9, с. 12].

Нажаль, в останні роки вітчизняні підприємства харчової галузі знаходяться в несприятливому для них становищі, або припиняють свою діяльність. Це зумовлено, зокрема тим, що аналоги імпортних продовольчих товарів хоч і є дорожчими, проте мають набагато вищі якісні показники, а тому становлять суттєву конкуренцію для вітчизняних. А це, в свою чергу, значно знижує виробничу активність підприємств харчової промисловості у середині держави, що становить певну загрозу для економіки країни. Також, розвитку даних переробних виробництв заважає брак досвіду, застаріла малоєфективна виробничо-технічна та технологічна база, нестача фінансово-інвестиційних ресурсів, низька інноваційна активність, неналежна державна підтримка тощо.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Стан харчової промисловості України, чинники і перспективи її розвитку досліджуються такими вченими, як М. П. Бутко [1], Л. В. Дейнеко [4], Т. Л. Мостенська [3], Г. М. Тарасюк [5], Ю.Р. Юхновський [6], Т. В. Якимчук [10] та інші. Однак не повністю розкритим є питання вибору ефективних інструментів економічного стимулювання збільшення обсягів промислової переробки сільськогосподарської продукції за рахунок прискореного розвитку переробних підприємств харчової промисловості.

Цілі статті полягають в обґрунтуванні напрямів застосування інструментів економічного стимулювання збільшення обсягів промислової переробки сільськогосподарської продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Харчова промисловість пов'язана майже з усіма сферами господарства країни, проте, особливо розвиненими є зв'язки із сільським господарст-

вом, так як воно надає основну сировину для виробництва та переробки продуктів харчування.

Харчову промисловість України формує молочна, м'ясна, рибна та харчосмакова промисловість. Динаміку основних видів продукції харчової промисловості нашої держави відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Виробництво окремих видів продукції
харчової промисловості в Україні впродовж 2014–2016 рр. *

Види продукції харчової промисловості	Роки			Відхилення, %	
	2014	2015	2016	2016/ 2015	2015/ 2014
Продукція м'ясної промисловості, тис т	1480,8	1472,1	1537,3	4,4	-0,6
Продукція молочної промисловості, тис т	1908,7	1691,8	1673,1	-1,1	-11,4
Алкогольні напої, млн дал	279,1	228,5	208,7	-8,7	-18,1
Соки фруктові та овочеві (крім сумішей), тис т	440	264	243	-8,0	-40,0
Суміші соків фруктових та овочевих, тис т	246	201	203	1,0	-18,3
Овочі консервовані натуральні, тис.т	144	145	143	-1,4	0,7
Олія соняшникова нерафінована та її фракції (крім хімічно модифікованих), тис т	4401	3716	4412	18,7	-15,6
Маргарин і жири харчові подібні, тис т	271	192	187	-2,6	-29,2
Борошно, тис т	2358	2211	2085	-5,7	-6,2
Крупи, тис т	350	358	373	4,2	2,3
Хліб та вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання, тис т	1357	1232	1160	-5,8	-9,2
Печиво солодке і вафлі, тис т	299	249	249	0,0	-16,7
Вироби макаронні, локшина та вироби борошняні подібні, тис.т	103	89,5	85,3	-4,7	-13,1
Цукор білий кристалічний буряковий, тис т	2053	1459	1997	36,9	-28,9
Шоколад та готові харчові продукти, що містять какао (крім какао-порошку), у пакуваннях масою менше 2 кг, тис т	235	183	171	-6,6	-22,1
Соуси і продукти для приготування соусів; приправи та прянощі змішані інші, тис т	170	153	148	-3,3	-10,0
Їжа та страви, готові, з виробів макаронних, тис т	95,1	117	104	-11,1	23,0
Продукти молоковмісні, інші, тис т	174	156	154	-1,3	-10,3

* сформовано за даними джерела: [2]

Як бачимо, впродовж останніх років, спостерігається тенденція до зниження обсягів виробництва основних видів продукції харчування. Причиною цьому стали недостатня купівельна спроможність населення країни, висока конкурентоспроможність імпортованих товарів-замінників, висока собівартість харчових продуктів, що виробляються тощо. Також, у зв'язку з підвищенням цін на сільськогосподарську продукцію, переробні підприємства харчової промисловості зменшують закупки основної сировини, тому аграрії збільшують її постачання за кордон. Дане явище є доволі несприятливим для економіки країни, адже спад промислового виробництва продуктів харчування сповільнює економічний розвиток держави, а в даному випадку становить загрозу продовольчої кризи.

Дуже помітним є спад виробництва у молочній промисловості, продукція якої відіграє доволі важливе значення у раціоні людей. Це пояснюється, перш за все скороченням поголів'я корів в Україні в 2016 році на 2,7% (до 2,1 млн голів), що спричинило зниження виробництва молока. За аналітикою Ради з питань експорту продовольства (UFEB), за останній рік виробництво молока також зменшилося на 3% – до 10,3 млн. тон. За прогнозами, цього року виробництво молока не перевищить обсяги, а деякі експерти передбачають спад на ще 1–5%. Скороченню виробництва молочних продуктів (впродовж останніх 10 років знизилося на 11% або 203, 5 тис т) в Україні пояснюється також зниженням їх споживання [7, с. 1–2].

Також, суттєві зміни помітні у харчосмаковій промисловості. Впродовж трьох останніх років знизилося виробництво соків фруктових та овочевих (зменшилося на 40% у 2015 році та на 8% у 2016 році), борошна (на 6,2% у 2015 році, 5,7% у 2016 році), хлібобулочних виробів (на 9,2% та 5,8% та у 2015 та 2016 роках відповідно), макаронних виробів (на 4,7% у порівнянні з 2015 роком та на 13,1% у порівнянні з 2014 роком), алкоголю (на 8,7%, у порівнянні з 2015 роком та на 18,1%, у порівнянні з попереднім роком).

Враховуючи важливість харчової промисловості для населення країни та її економічного зростання суб'єкти господарювання та держава повинні знайти шляхи вирішення запобігання

негативних тенденцій у сфері харчової промисловості та спонукати підприємства по переробці продовольчої сировини до розвитку, здійснюючи їх економічне стимулювання.

Доцільно стверджувати, що стимули до здійснення підприємством діяльності створюють самі покупці, адже створюють попит на той чи інший товар (послугу). Тому, пропонується переробним підприємствам харчової промисловості шукати свою ринкову нішу, вивчати ринок та споживачів (щоб знати, що є зараз актуальним, модним).

Так, наприклад, жоден з експертів чи учасників ринку 3–4 роки тому не спрогнозував нинішнє зростання обсягів виробництва консервної продукції на 30–40%. Нині відбувається нарощення обсягів консервів – переважно завдяки державним замовленням на потреби українського війська. Це завжди було однією з особливостей цього сегмента ринку, коли більш ніж половину від загальних обсягів виготовленої продукції становлять держзакупівлі – держрезерв, МНС, Міністерство оборони, МВС й інші державні органи [6, с. 2].

Враховуючи те, що в світі набуває популярність споживання органічної продукції, зокрема з льону: цілого й розмеленого насіння, олії, одягу, косметики, фармацевтичних препаратів, – українські аграрії зацікавлені в розвитку льонярства, зокрема органічного.

Адже водночас це не тільки повернення в обіг цінної культури зі створенням робочих місць, реформуванням та розвитком сільської місцевості, а й величезна економічна вигода для всієї країни [8, с. 2].

Здійснюючи економічне стимулювання переробних виробництв потрібно виходити з того, що попит на харчовому ринку створюють споживачі, а сировину для переробки харчовим підприємствам надає сільське господарство, тому логічним буде заохочення всіх перелічених суб'єктів: держава надає дотації сільськогосподарським виробникам, вони, в свою чергу, стимулюють переробні підприємства, продаючи їм сировину за нижчими цінами, що зробить продукти харчування доступними для місцевого населення.

Узагальнена схема економічного стимулювання сільгоспвиробників і переробних підприємств харчової промисловості представлена на рис. 1.



Рис. 1. Схема економічного стимулювання сільгоспвиробників та переробних підприємств харчової промисловості

Щоб зробити продукти харчування доступними для кінцевого споживача (лише в межах України) пропонується звільнити всіх учасників процесу виробництва та переробки від сплати ПДВ, так як він збільшує додану вартість продукції, а по суті його кінцевим платником і є той самий споживач. Держава стимулює переробні підприємства харчової промисловості урізавши їм податок на прибуток удвічі і створює з даних фінансових надходжень резервний фонд, кошти з якого надходять до сільськогосподарських виробників у вигляді дотацій. Таким чином, аграрії прагнуть продавати більше сировини промисловим підприємствам, а останні, в свою чергу, збільшити виробництво продовольства.

При цьому держава повинна здійснювати контроль за цінами сільськогосподарських виробників та переробних підприємств харчової промисловості. Дуже важливою буде фінансова підтримка зі сторони держави у вигляді субсидій та пільг для виробників сільськогосподарської продукції та переробних підприємств.

Фінансова допомога зі сторони держави дасть змогу покрити всі необхідні витрати фермерам та підприємцям, що сприятиме за-

доволенню усіх учасників ланцюга: фермер – переробне підприємство – споживач.

Окрім, зниження податків, надання дотацій та пільг, вважаємо, що потрібно на підприємствах харчової промисловості здійснювати інвестування в інноваційну діяльність, використовуючи досвід зарубіжних країн. Також, для створення та розвитку переробних підприємств держава могла б надавати безвідсоткові кредити на умовах регулярного звітування про діяльність підприємств, що нею фінансуються. Щоб збільшити обсяги сировини, необхідної переробним підприємствам харчової промисловості, держава повинна збільшувати площі земель сільськогосподарського призначення і давати їх в оренду аграріям на взаємовигідних умовах.

Висновки. Отже, економічне стимулювання на державному рівні в харчовій промисловості потрібно застосовувати відносно промислових підприємств по переробці сільськогосподарської продукції та надавати пріоритети галузям, що володіють значним експортним потенціалом (зерновій, борошномельно-круп'яній, цукровій, олійно-жировій, спиртовій, плодоовочево-консервній тощо).

На нашу думку, стимулювати суб'єктів господарювання до активної діяльності в сфері харчової промисловості можна повністю звільнивши від сплати ПДВ, частково знизивши ставку податку на прибуток, надаючи державні пільги та безвідсоткові кредити пріоритетним переробним виробництвам галузі, а також тим, що володіють значним потенціалом для її розвитку.

Створивши належні умови для розвитку переробних виробництв у харчовій промисловості в нас зменшиться необхідність в імпортуванні харчових продуктів, а це є цілком можливим, адже власна сировинна база, виробничі потужності це цілком дозволяють і, що саме головне, попит на дану продукцію є завжди і скрізь.

1. Бутко М. П. Тенденції, особливості та ефективність розвитку харчової промисловості України як базової галузі агропромислового комплексу / М. П. Бутко, Я. Г. Ясько // Агросвіт. – 2007. – №18. – С. 6–11.
2. Державна служба статистики України: офіц. веб-сайт // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Мостенська Т. Л. Показники стану молочної промисловості України / Т. Л. Мостенська // Наукові праці Національного університету харчових технологій. – 2009. – №29. – С. 91–94.

4. Продовольчий комплекс України : стан і перспективи розвитку / Л. В. Дейнеко, А. О. Коваленко, П. І. Коренюк, Е. І. Шелудько; За ред. чл.-кор. НАН України Б. М. Данилишина. – К. : Наукова думка, 2007. – 276 с.
5. Тарасюк Г. М. Потенціал підприємств харчової промисловості Житомирської області : основні тенденції і планування розвитку : монографія / Г. М. Тарасюк. – Житомир : ЖДТУ, 2008. – 277 с.
6. Шибунько С. «Золотий вік» консервації не минув? / С. Шибунько // Харчовик. – березень, 2015. – №5–6.
7. Шибунько С. Молочний ринок України / С. Шибунько // Харчовик. – 1 червня. – 14 серпня, 2017. – №6–7 (233). – 12 с.
8. Шкурко М. Льон для здоров'я українців! / М. Шкурко // Харчовик. – 15 серпня. – 25 вересня, 2017. – №8 (235). – 8 с.
9. Юхновський І. Р. Харчова промисловість України : стан та перспективи / За ред. академіка НАН України І. Р. Юхновського. – К. : ФАДА, ЛТД, 2001. – 388 с.
10. Якимчук Т. В. Стан і перспективи розвитку підприємств харчової промисловості України / Т. В. Якимчук // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №4. – С. 162–168.

УДК 339.138

Ковальчук О. В., к.е.н., доцент,

Лорві І. Ф., к.е.н., доцент,

Волочай М. І.

Луцький національний технічний університет

ПРОСУВАННЯ ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ У СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ FACEBOOK

Стаття присвячена розкриттю особливостей просування освітньої послуги у соціальній мережі Facebook. Визначено переваги просування освітньої послуги у соціальній мережі, описано групи інструментів, які для цього застосовуються. Вказано на необхідність комплексної оцінки ефективності просування освітніх послуг у соціальній мережі.

Ключові слова: освітня послуга, просування освітньої послуги, соціальні мережі, просування у соціальній мережі.

Ковальчук О. В., Лорві І. Ф., Волочай М. І.

Kovalchuk O., Lorvi I., Volochai M.

PROMOTION OF EDUCATIONAL SERVICE ON THE SOCIAL NETWORK FACEBOOK

The article is devoted to peculiarities of promotion of educational services on the social network Facebook. Dominance in the structure of social networks audience of young people makes them an effective platform for the promotion of educational services. The main benefits of using social networks for promotion of educational services is simplicity and speed, most of the target audience, viral marketing, low costs and flexibility of promotion, the ease of feedback from the audience.

One of the features of advertising in social networks is that, perceiving it, most users are in a psychologically comfortable state, which creates favourable conditions for the spread of hidden messages. As soon as the user has the opportunity to discuss the hidden filed online advertising in social networks, he becomes a carrier, and if desired and possible, give it to others.

The whole range of promotion tools in social networks can be divided into conditionally free (which do not include direct payment for the use, but only cause the cost of time of professionals who are engaged) and paid. Shareware tools include groups, communities, pages and promoting media content. Paid tools of promotion in social networks is targeted advertising, advertising in applications, contests and other.

Actions of promotion in the social network Facebook consist of several components: the publication (company news and general news in this area), contests, ads, promotions, jokes and pictures (theme if possible), photos and videos, answers to questions, which can be shared, and personal, the attraction of «brand advocates» (people sympathetic to the company and who will protect it in the case of negative reviews from other users). Also important is working with the negative, which appears from time to time on the active pages in the form of comments and messages on the wall.

Analysis of the effectiveness of promotion activities is a key stage of promotion. It needs to answer the question about the used efforts. Analysis of efficiency of promotion in social networks can be carried out on several levels. The first one is general communication – a definition of how to increase sales of a product or service during the use of certain communication tools, the level of growth brand awareness, reputation, etc. The second level is evaluation, which is based in applying static tools to a specific social network recording the coverage, the interaction and the reaction of the participants to certain messages on the page in the social network, the constant auditing of indicators that are important to the brand. These indicators are media coverage, audience involvement, the dynamics of growth of subscribers in the communities, the effectiveness of the promotions and activations, the number of mentions in the media, involvement of the target audience in the chain of sales.

Page «Department of marketing of Lutsk NTU» in the social network Facebook was created in July 2017. During the existence of the page was published 59 posts. The average coverage of one post during the existence of a page is 219 people. All traffic is organic, paid traffic is not used. The highest level of coverage is characterized by

messages containing video – 512. A high interaction have messages that contain photos. They provide an average 108 taps on the recording and 50 as a reaction, comment or share. The link as type of record turned out to be the least productive. Its statistics of interaction is about half lower.

Therefore, to improve the effectiveness of communication with target audiences it is significant to pay attention to, first, the quality of the content of the messages. Secondly, an equally important factor is the optimal sequence of types of messages and the choice of the most effective time of their promulgation.

Key words: educational service, promotion of educational services, social networks, promotion in social network.

Ковальчук О. В., Лорви И. Ф., Волочай Н. И.

ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK

Статья посвящена раскрытию особенностей продвижения образовательной услуги в социальной сети Facebook. Определены преимущества продвижения образовательной услуги в социальной сети, описаны группы инструментов, которые для этого применяются. Указано на необходимость комплексной оценки продвижения образовательных услуг в социальной сети.

Ключевые слова: образовательная услуга, продвижение образовательной услуги, социальные сети, продвижение в социальной сети.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Щоденне спілкування в соціальних мережах стало нормою для переважної більшості інтернет-користувачів. Оскільки соціальні мережі акумулюють у собі велику аудиторію потенційних споживачів різних товарів та послуг, то цілком очевидно, що зусилля з просування товарів і послуг з допомогою цих комунікаційних каналів постійно зростають. Домінування в структурі аудиторій соціальних мереж молоді робить соціальні мережі ефективною площадкою для просування освітніх послуг вищих навчальних закладів.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Висвітленню можливостей та переваг просування товарів і послуг при використанні інструментів соціального медіамаркетингу приділяли значну увагу у своїх дослідженнях С. М. Ілляшенко, О. Ф. Грищенко, Д. С. Терехов, Г. В. Мозгова, Р. Б. Кожухівська та інші. Роль соціальних медіа в просуванні ос-

вітніх послуг досліджувалася у працях таких науковців: І. О. Ушакова [1], О. В. Мельникова [2], С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна [3; 4], І. О. Дейнега [5] та інші.

Цілі статті. Метою дослідження є розкриття особливостей просування освітньої послуги у соціальній мережі Facebook і визначення методів, які використовуються для оцінки ефективності такого просування.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Соціальна мережа – соціальна структура, утворена індивідами або організаціями, а послуги соціальних мереж – інтерактивний веб-сайт з великою кількістю користувачів, контент якого наповнюється самими учасниками мережі [6, с. 86].

Основними перевагами використання соціальних мереж для просування освітніх послуг є простота, швидкість та гнучкість комунікації, велика цільова аудиторія, можливість реалізації ефекту вірусного маркетингу, відносно низькі витрати на просування, можливість комунікувати незважаючи на географічні кордони та швидкий зворотній зв'язок.

Увесь спектр інструментів просування в соціальній мережі можна поділити на умовно безкоштовні (які не передбачають прямої оплати за застосування, а лише обумовлюють витрати часу фахівців, які цим займаються) – групи, спільноти, сторінки, медіа-контент і платні – таргетована реклама, реклама у додатках, конкурси.

Соціальна мережа Facebook у середовищі SMM-фахівців раніше вважалася виключно західно-орієнтованою, а тому заходи з просування в ній рекомендувалося проводити лише для сайтів компаній, орієнтованих на закордонні ринки. Сьогодні думка про цю мережу вже змінилася: тепер у неї є велика кількість російсько-та україномовних користувачів, а тому в ній активно проводять свої рекламні кампанії багато компаній, орієнтованих на вітчизняних клієнтів [7]. Позиції соціальної мережі Facebook значно посилилися після блокування російських мереж «Вконтакте» та «Однокласники». Зокрема, у літку 2017 року кількість користувачів українського сегменту соцмережі Facebook зросла до 10 мільйонів.

Дії з просування у соціальній мережі Фейсбук складаються з ряду компонентів: публікації (новини компанії та загальні новини в даній сфері), конкурси, оголошення, промо-акції, анекдоти та картинки (по-можливості тематичні), фото та відеоматеріали, відповіді на запитання, що можуть бути як в загальному доступі, так і в особистій формі, залучення «адвокатів бренду» (людей що сипа-тизують компанії і будуть її захищати у випадку негативних відгу-ків інших користувачів) та робота з негативом, який час від часу з'являється на активних сторінках у формі коментарів та дописів на стіні [8, с. 165].

Для ефективного просування освітніх послуг сторінки спіль-ноти необхідно наповнювати тематичною інформацією у формі статей, відео, посилання, анонси, фото або інформативних графіків. Також необхідно працювати з учасниками спільноти: відповідати на питання, стимулювати активність, проводити конкурси, акції та опитування аудиторії. Крім того, слід постійно розширювати ці-льову аудиторію, особисто запрошувати нових учасників, працю-вати з тематичними співтовариствами і розміщувати в соціальних мережах контекстну рекламу.

Аналіз ефективності заходів з просування – ключовий етап просування освітніх послуг. Аналіз ефективності просування у со-ціальній мережі можна проводити на кількох рівнях. Перший – визначення того, наскільки збільшилися продажі товару чи послуги, зросла обізнаність про бренд і т. д. Другий рівень – постійний аудит показників реакції соцмережі: медійне охоплення, залуче-ність аудиторії, динаміка приросту підписників у спільнотах, ефек-тивність проведення акцій і активацій, кількість згадувань у ЗМІ, участь залученої цільової аудиторії в ланцюжку продажів.

Деякі елементи оцінки ефективності просування освітніх послуг у соціальній мережі Facebook продемонструємо на прикладі сторінки кафедри маркетингу Луцького НТУ [9], яка була створена в липні 2017 року для ефективної комунікації кафедри з абітурієн-тами, студентами, випускниками та іншими зацікавленими катюго-ріяма Станом на 16.12.2017 року 268 людей вподобали сторінку, 291 людина стежить за досліджуваною сторінкою. В структурі читачів сторінки 71% жінки, 29% – чоловіки. Вік підписників: 13–

17 років – 2,34% (2% жінок); 18–24 років – 34% (11% чоловіків, 23% жінок); 25–34 років – 39% (9% чоловіків, 30% жінок); 35–44 років – 18% (7% чоловіків, 11% жінок) 45–54 років – 2,34% (0,34% чоловіків, 2% жінок); біля 1% за 65 років. Серед читачів сторінки домінують особи віком 25–34 років. Це переважно випускники кафедри. Досить немалий відсоток припадає на осіб віком 18–24 роки – переважно діючих студентів. Разом з тим низький показник читачів сторінки віком від 13–17 років. Тобто, охоплення майбутніх абітурієнтів є слабким. Географічний розподіл підписників наступний: 251 особа з України, 8 осіб з Польщі, 5 з Німеччини, по одному підписнику з Австралії, США, Чехії.

За час існування сторінки було опубліковано 59 дописів. З них 30 містять фото (середнє охоплення 1 допису 569 осіб), 15 з лінком на інший ресурс (середнє охоплення 1 допису 210 осіб), 9 дописів з відео (середнє охоплення одного посту 512 осіб). Контент публікується з розрахунком на різні цільові групи і має таку структуру: 32% дописів – цікава інформація в галузі маркетингу; 52% дописів – події кафедри, та участь представників кафедри на різних заходах; 8% дописів – інформація для студентів щодо плану навчання (розклад, консультації викладачів); 2% дописів – акції; 6% дописів – інше. Середній рівень охоплення одного посту за час існування сторінки становить 219 чоловік, весь трафік є органічним, платний трафік не використовується. На графіку (рис. 1) відображена інформація про трафік сторінки, отримана завдяки вбудованим інструментам статистики Facebook.

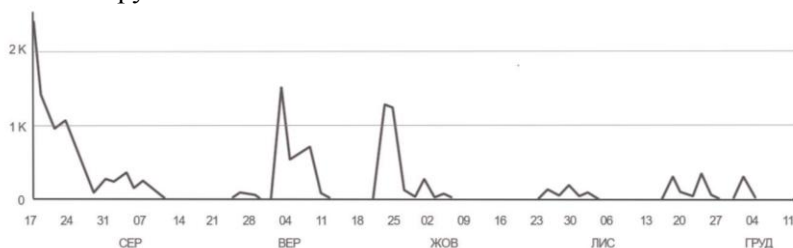


Рис. 1. Трафік сторінки «Кафедра маркетингу Луцького НТУ» у Facebook

Бачимо що показники охоплення суттєво відрізняють. Це обумовлено тим, що контент оновлюється не систематично.

Найвищим рівнем охоплення характеризуються дописи, що містять відео – 512 осіб, з них 34 особи здійснили взаємодію шляхом натискання, а 25 – коментування чи поширення. Досить високу взаємодію мають дописи, що містять світлини – охоплення 506 осіб, які забезпечують в середньому 108 натискань на допис і 50 – у вигляді реакції, коментаря або поширення. Посилання як тип допису виявився найменш продуктивним. Його показники статистики взаємодії приблизно удвічі нижчі – охоплення 307 осіб, з них 17 – натискання, а 12 – коментарі та поширення.

Варто детальніше проаналізувати успішність різних видів дописів, розміщених на сторінці за період вересня-грудня 2017 року залежно від охоплення та взаємодії. Таких дописів загалом було 9. Їх характеристика наведена у табл. 1. Для простоти аналізу усі дописи віднесені до тієї чи іншої умовної категорії, а саме виділено: інформацію про заходи (5 дописів), репост (посилання – 2 дописи), інформаційний та вітання – по 1 допису. Найвище охоплення було у дописа, розміщеного 01.12.2017 року – 778 осіб, з них 227 осіб здійснили взаємодію, натиснувши на допис (29%) і 134 особи (17%) – здійснили реакцію у формі коментаря та поширення.

Таблиця 1

Успішність дописів,
розміщених на сторінці «Кафедра маркетингу Луцького НТУ»
у Facebook за період вересень-грудень 2017 року

Дата оприлюднення	Характер допису	Тип	Охоплення	Взаємодія			
				Натискань на дописі		Реакції, коментарі, поширення	
				осіб	%	осіб	%
01.12.2017	Інформація про захід	Світлина	778	227	29	134	17
24.11.2017	Інформація про захід	Світлина	571	145	25	40	7
18.11.2017	Інформація про захід	Світлина	438	177	40	53	12
01.11.2017	Репост	Посилання	368	26	7	14	4
29.10.2017	Репост	Посилання	246	7	3	10	4
25.10.2017	Вітання	Світлина	167	6	4	14	8
04.10.2017	Інформаційний	Світлина	256	88	34	4	2
30.09.2017	Інформація про захід	Світлина	737	34	5	27	4
23.09.2017	Інформація про захід	Відео	512	34	7	25	5

Успішність цього посту може бути обґрунтована багатьма факторами як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. По-перше, допис дійсно був досить інформативним, містив світлини, які привабили читачів. З іншого боку сторінка набуває поступово популярності та збільшує кількість підписників. Отже, з цих причин очевидно, що у грудні місяці читачів вже було більше, ніж у літні місяці на початку функціонування сторінки. І цей фактор зростання загалом підписників сторінки сприяв зростанню взаємодії з більш пізнішими дописами.

За період 1 липня–15 грудня 2017 р. на сторінці було розміщено 9 відеороликів. За цей час зафіксовано 2,5 переглядів цих роликів загальною тривалістю 976 хвилин. Статистика, яка дає можливість оцінити успішність дописів, які містять такий привабливий для читачів контент як відео наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Успішність дописів, які містять відео сторінки
«Кафедра маркетингу Луцького НТУ» у Facebook

Характер допису (відео)	Тривалість	Оприлюднено	Тривалість переглядів	Перегляди відео	Середня тривалість перегляду	
					хв	% до тривалості
Реклама спеціальності	1,04	16.07.2017 р.	165	450	0,37	0,35
Реклама спеціальності	0,49	16.07.2017 р.	115	372	0,31	0,63
Розповідь про студентів	2,19	17.07.2017 р.	186	364	0,51	0,23
Пізнавальний	12,17	31.07.2017 р.	196	299	0,66	0,05
Реклама спеціальності	0,46	19.07.2017 р.	77	258	0,30	0,65
Відео з заходу	0,35	02.09.2017 р.	62	207	0,30	0,86
Реклама спеціальності	0,44	17.07.2017 р.	80	201	0,40	0,90
Відео з заходу	0,42	23.09.2017 р.	59	192	0,31	0,73
Відео з заходу	0,24	02.09.2017 р.	42	146	0,29	1,20

Для уможливлення аналізу усім зазначеним дописам були присвоєнні певні характерні риси, а саме – реклама спеціальності – 4 дописи, відео із заходу – 2 дописи, розповідь про студентів, пізнавальний – по 1 допису. Здійснивши співставлення тривалості ролика і середньої тривалості його перегляду, розраховану матема-

тично, можемо зробити висновок, що найбільший інтерес для читачів мав допис із заходу, розміщений 02.09.2017 р. Аналітичні інструменти соціальної мережі вказують, що практично усі, хто розпочав переглядати це відео, здійснили перегляд повністю. Найменш цікавим виявилось відео пізнавального характеру. Один середньостатистичний читач переглядав його 0,66 хв, що становило лише 5% його загальної тривалості. Низька ефективність цього відео може бути пояснена, як видається, значною його загальною тривалістю – понад 12 хв.

Зважаючи на те, що у соціальній мережі Facebook існує велика кількість сторінок, які конкурують за увагу читачів, необхідно продумано розміщувати дописи, турбуючись про їх якість і привабливість для читачів, а також підбираючи оптимальних час їх безпосереднього оприлюднення, аби вони не губилися відразу серед дописів, розміщених конкуруючими сторінками.

Висновки. Для підвищення ефективності комунікації з цільовими аудиторіями варто значну увагу приділяти, по-перше, якості контенту дописів. По-друге, не менш важливим чинником є оптимальне чергування типів дописів та вибір найефективнішого часу їх оприлюднення.

1. Ушакова І. О. Вплив соціальних каналів на просування освітніх послуг / І. О. Ушакова // Системи обробки інформації, 2016. – №4(141). – С. 188–191.
2. Мельникова О. В. Основні напрями просування освітніх послуг українськими ВНЗ у мережі Інтернет / О. В. Мельникова // Зб. наук. пр. Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Економіка». – №15. – Харків, 2015). – С. 25–35.
3. Ілляшенко С. М. Застосування WEB-технологій для формування іміджу ВНЗ і їх підрозділів та просування на ринку освітніх послуг / С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна // Зб. наук. пр. «Проблеми і перспективи ринково-орієнтованого управління інноваційним розвитком» / За ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенко. – Суми : ТОВ «ТД «Папірус», 2011. – С. 183–193.
4. Ілляшенко С. М. Комунікаційна ефективність WEB-технологій у маркетингу науково-освітніх послуг / С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №1. – С. 69–78.
5. Дейнега І. О. Комунікації на ринку освітніх послуг: загальне та специфічне / І. О. Дейнега, М. С. Андрощук // Економіка і суспільство – 2016. – №7. – С. 279–284.

6. Грищенко О. Ф. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства / О. Ф. Грищенко, А. Д. Нешева // *Маркетинг і менеджмент.* – 2013. – №4. – С. 86–95.
7. Просування в соціальних мережах: популярні мережі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://webstudio2u.net/ua/web-promotion/759-prodvizhenie-v-sotsialnykh-setyakh.html>
8. Скуловатова О. В. Психологічні особливості просування сторінок в соціальних мережах / О. В. Скуловатова // *Науковий вісник Мукачівського державного університету.* – Серія «Педагогіка та психологія». – Випуск 1 (1). – С. 163–168.
9. Сторінка «Кафедра маркетингу Луцького НТУ» у Facebook // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.facebook.com/marketingLNTU>.

УДК 339.137

Кошій О. В. д.е.н., професор,

Мазяр Л. В.

Луцький національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто теоретичні положення управління конкурентоспроможністю продукції, наголошено на необхідності забезпечення належного рівня управління конкурентоспроможністю продукції на підприємстві. Проаналізовано рівні управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, якість, оцінка конкурентоспроможності продукції, система управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Koshchii O., Mazyar L.

MANAGEMENT OF THE COMPANY'S COMPONENT CAPACITY

In the article theoretical bases of management of competitiveness of production of the enterprise are considered, its structural elements are presented and described.

The urgency of management of competitiveness of production of the enterprise is marked. It is noted that the main driving force of the market is competition, and the product of the enterprise is an instrument of competition.

It is proposed to understand the complex of characteristics (consumer and value) with the help of which the success of a product on the market is determined, that is, its ability to have a demand in the market in conditions of wide supply from other competing producers. It is justified that the products can be considered competitive only when the manufacturer receives more than it will spend on its production.

The model of product competitiveness is studied, it consists of three components that are strategically orienting, namely, the social aspect of satisfying demand, obtaining profit and benefits from the producer, and also making profit by the trading enterprises.

It was revealed that the main goal of the enterprise is to produce products that fully meet the requirements of target consumers, for this it is necessary to provide a comprehensive system of quality management and competitiveness of products in the enterprise.

It is proved that with the achievement and constant support of the competitiveness of the enterprise's products, its ability to meet the requirements of the competitive market, the demands of customers and to have an advantage in the market increases, such products become more attractive to the end user and provides guaranteed profit making.

Key words: product competitiveness, quality, assessment of product competitiveness, enterprise competitiveness management system.

Кощій О. В., Мазяр Л. В.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены теоретические положения управления конкурентоспособностью продукции, отмечается, необходимость обеспечения надлежащего уровня управления конкурентоспособности продукции на предприятии, для ее способности отвечать требованиям рынка, запросам покупателей и иметь преимущество на рынке для гарантированного получения прибыли. Проанализированы уровни управления конкурентоспособности продукции предприятия, и указано, что все уровни управления являются равноценными.

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество, оценка конкурентоспособности, система управления конкурентоспособности продукции предприятия.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Конкурентоспроможність продукції нині набуває все більшого значення та займає визначальне місце у загальній системі управління підприємством. Забезпечення високої конкурентоспроможності продукції виступає передумовою отримання підприємством високого розміру прибутку, ефективної його діяльності у довгостроковій перспективі. На думку багатьох науковців [1; 3; 5] конкуренто-

спроможність продукції є динамічною та мінливою, тому вона вимагає постійної уваги від керівництва підприємства. Для забезпечення високої конкурентоспроможності продукції постійно потрібно враховувати зміну зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства. Особливо важко забезпечити належну конкурентоспроможність продукції в кризових і нестабільних умовах розвитку економіки.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Вагомий внесок у дослідження питання управління конкурентоспроможністю продукції зробили вітчизняні та зарубіжні науковці, такі як Ю. О. Барабаш, Т. А. Бурцева, О. Л. Загорянська, Ю. Б. Іванов, О. В. Коваленко, Ф. Котлер, Т. Д. Маслова, М. Э. Портер, Г. Р. Сабецька, В. С. Сизов, О. А. Цень та інші.

Цілі статті. Ціль статті полягає у вивченні підходів до управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Управління конкурентоспроможністю продукції являє собою сукупність заходів, які здійснюються в процесі розробки, проектування, виробництва, просування, реалізації та післяпродажного обслуговування продукції з метою створення її привабливості для кінцевого споживача та передбачає збалансований вплив на економічні показники діяльності підприємства виходячи з його прибутку [5, с. 29]. Конкуренція сьогодні – це боротьба між виробниками за конкретного споживача на ринку товарів та послуг. На сьогодні виробники продають приблизно однакову за якістю продукцію, що не має великої різниці в ціні, тому методи і прийоми впливу на споживачів відіграють важливу роль. Управління конкурентоспроможністю продукції є актуальним питанням сьогодення. Цей процес являє собою цілеспрямований вплив на фактори: якість, ціну, терміни поставки, імідж підприємства-виробника, рекламу товару, витрати на подальшу його експлуатацію тощо.

Модель конкурентоспроможності продукції складається з трьох складових [5 с. 30]:

- 1) соціальний аспект задоволення попиту;
- 2) отримання прибутку та вигоди виробником;

3) отримання прибутку торговими підприємствами.

Така сукупність факторів є стратегічно орієнтуючою, враховуючи при розробці або проектуванні продукту, передусім, норми прибутку та ціну виробу [5, с. 31].

Головною метою підприємства є випуск продукції, що повністю відповідатиме вимогам цільових споживачів. Для досягнення цієї мети потрібно забезпечити комплексну систему управління якістю і конкурентоспроможністю продукції на підприємстві. Тому її розробка, впровадження та функціонування є основою для випуску високоякісної продукції на підприємстві. Система управління конкурентоспроможністю охоплює всі види діяльності підприємства, пов'язані зі створенням конкурентних переваг підприємства, робіт, послуг. Проте конкурентні переваги все більше охоплюють систему властивостей, важливих для споживачів та спрямованих на задоволення індивідуальних потреб підприємства [1, с. 132].

Управління конкурентоспроможністю продукції враховує дію багатьох факторів: соціального аспекту задоволення попиту, якості, асортименту, отримання прибутку та вигоди виробником, сервісу, отримання прибутку торговими підприємствами, післяпродажного обслуговування. Виділяють такі основні рівні управління конкурентоспроможністю продукції підприємства (рис. 1) [4].

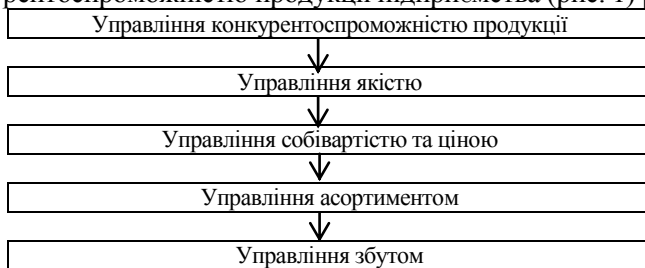


Рис. 1. Рівні управління конкурентоспроможністю продукції підприємства

Згідно визначень багатьох авторів [2; 3; 5], попри рівноцінність рівнів управління, найголовнішим з рівнів конкурентоспроможності є управління якістю. Існує навіть така думка, що якість та конкурентоспроможність є рівнозначними поняттями.

Управління якістю складається із ряду елементів, які на вищому рівні визначають параметри продукту найвищої якості та показники якості продукції.

На першому із рівнів конкурентоспроможності управління якістю здійснюється поелементне управління якістю сировини і технології, транспортуванням, зберіганням та пакуванням продукції. На другому із рівнів конкурентоспроможності – управління собівартістю та ціною, відбувається контролювання цін сировини, собівартості обробки і вартості зберігання, фіксація відхилень нормативних показників та їх ліквідація. Аналіз структури асортименту та частоти оновлення, визначення частки продукції для експорту до загального обсягу включає третій рівень конкурентоспроможності. На останньому із рівнів конкурентоспроможності – управління збутом визначається оптимальна стратегія просування продукції. Управління збутом продукції передбачає, окрім заходів 4 P (price, promotion, place, product) отримання параметрів продукції, які мають бути запропоновані маркетинговим відділом на стадії її розробки за допомогою: 1) порівняння проміжних результатів зі створення конкурентних переваг продукції із споживчими очікуваннями та кон'юнктурою ринку; 2) визначення вагомості параметрів продукції з метою подальшого інформування споживача про найважливіші її характеристики (інноваційність, унікальність, незамінність тощо); 3) розвиток сервісного обслуговування, варіантів просування товару тощо; 4) планування брендингу, каналів розподілу та збуту. Формування відділом збуту конкурентних переваг відбувається за рахунок: ефективної реклами, реалізації ідеї бренду, реалізації сервісних пропозицій, знижок тощо. Вимоги споживачів варто враховувати при виготовленні нового продукту, зміни структури асортименту чи варіюванні ціни, вимоги можна виявити через процес фактичної реалізації конкурентних переваг продукції.

Всі рівні управління є цільовими, тому що передбачають досягнення організацією поставлених цілей. Різняться тільки методи усвідомлення, обґрунтування та визначення цілей. Чим більш точно сформульована мета, тим більше впевненості в її досягненні. Потрібно довести зміст мети підприємства до кожного із чотирьох рівнів системи управління та його виконавців, для того, щоб досягти конкурентоспроможності продукції.

Отже, вирішальним чинником комерційного успіху товару в ринковій економіці є його конкурентоспроможність. Це поняття є багатограним, та відображає і відповідність товару умовам ринку, і вимогам споживачів, і різним умовам його реалізації тощо.

Висновки. Таким чином, управління конкурентоспроможністю продукції представляє собою процес ідентифікації, планування, формування, утримання та нарощування (нагромадження) конкурентних переваг продукції на кожному етапі створення доданої вартості з метою підвищення рівня конкурентоспроможності продукції або втримання його на запланованому рівні. При цьому в умовах мінливого середовища функціонування підприємства, управління конкурентоспроможністю продукції повинно відбуватися систематично, постійно удосконалюватися.

1. Бурцева Т. А. Управление маркетингом : учеб. пособ. / Т. А. Бурцева, В. С. Сизов, О. А. Цень. – 2005. – 271 с.
2. Коваленко О. В. Економічна діагностика : навч.-метод. посіб. / О. В. Коваленко, Ю. О. Барабаш. – Запоріжжя : ЗДІА, 2010. – 212 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер; пер. с англ. под ред. Т. Р. Тэор. – СПб. : Нева, 2003. – 224 с.
4. Портер М. Э. Конкуренция / М. Э. Портер. – М. : Вильямс, 2003. – 496 с.
5. Сабєцька Г. Р. Рыночная модель конкурентоспособности продукции / Г. Р. Сабєцька // Маркетинг. – 2006. – № 1 (86). – С. 29–33.

УДК 338.242.2

Коцїй О. В., д.е.н., професор,

Стрижеус Л. В., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ІННОВАЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВГОСТРОКОВОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В статті наголошено на необхідності забезпечення стійкого довгострокового розвитку економіки України, обгрутовано залежність між довгостроковим розвитком країни та рівнем її конкурентоспроможності, наголошено на важливій

ролі інноваційного розвитку у забезпеченні конкурентоспроможності та досягненні економічного зростання країни в довгостроковій перспективі.

Ключові слова: довгостроковий розвиток, стійкий розвиток, національна економіка, конкурентоспроможність національної економіки, інноваційний розвиток національної економіки.

Koschiy O., Stryzheus L.

INNOVATIONS AS A PRELIMINARY PROVISION FOR LONG-TERM DEVELOPMENT OF THE ECONOMY OF UKRAINE

The article emphasizes the need to ensure sustainable long-term development of the Ukrainian economy. It is grounded that ensuring sustainable long-term development can only be achieved by achieving a high level of competitiveness of the national economy. At the same time, an important role in the conditions of rapid development of scientific and technological progress belongs to innovations, which act as a precondition for obtaining competitive advantages.

The decisive dependence of the level of competitiveness of the national economy on its innovative development is emphasized. The importance of raising the level of innovation activity in the Ukrainian economy has been proved. It is grounded that innovative activity positively affects the competitiveness of the national economy, regional economy, the competitiveness of individual enterprises and industries and promotes the production of world-class goods and services. The study of the dynamics of the ranking of global competitiveness of Ukraine has shown deterioration of its positions, which testifies to the decline in the competitiveness of the national economy on the world stage. It has been found that Ukraine has come closer to such backward countries as Qatar and Thailand at the present time and is far behind the leading countries, which include Switzerland, Sweden and the Netherlands. The results of the analysis showed that there are problems with the innovative development of the national economy, which currently does not occupy the leading positions in the world arena for this indicator. It is revealed that at present, Ukraine is bordering on the global index of innovation with countries such as Qatar and Thailand and is significantly inferior to the leaders, which include Swiss, Sweden and the Netherlands.

The structure of the national economy is studied in terms of: the volume of production in the context of technological forms, the financing of scientific developments in the context of technological processes, the cost of innovation in the context of technological forms, investments in different technological structures, investment of capital in technical re-equipment and modernization in the context of technological structures. The dominance of the third and fourth technological processes in the national economy has been revealed, which testifies to the backwardness of the Ukrainian economy, its inability to produce world-class products of competitiveness. So, for the time being, only a small part of the products manufactured in Ukraine belongs to the fifth and sixth technological processes. It is proved that a serious threat to the further development of the national economy is that the overwhelming majority of investments are diverted into outdated technological structures.

Key words: long-term development, sustainable development, national economy, competitiveness of the national economy, innovative development of the national economy.

Кошій О. В., Стрижеус Л. В.

ИННОВАЦИИ КАК ПРЕДПОСЫЛКОЙ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОЛГОСРОЧНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

В статье отмечена необходимость обеспечения устойчивого долгосрочного развития экономики Украины, акцентировано внимание на наличии зависимости между долгосрочным развитием страны и уровнем ее конкурентоспособности, отмечено важную роль инновационного развития в обеспечении конкурентоспособности и достижении экономического роста страны в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: долгосрочное развитие, устойчивое развитие, национальная экономика, конкурентоспособность национальной экономики, инновационное развитие национальной экономики.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Для забезпечення конкурентоспроможності та успішного розвитку національної економіки потрібно приділяти увагу не лише короткостроковій але і довгостроковій перспективі. При цьому в умовах глобалізації до уваги потрібно брати тенденції розвитку світового ринку, провідних держав світу тощо.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Проблемі забезпечення успішного розвитку національних економік присвятили праці Антонюк Л. Л., Воробйова Н. П., Гальчук А. А., Згуровський М. З., Румянцева С. Ю., Сацик В. І. тощо. Проте національна економіка є унікальною, мінливою, що потребує її вивчення.

Цілі статті. Ціль статті полягає у вивченні проблеми забезпечення довгострокового розвитку економіки України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Кожна держава світу прагне досягнути стійкого динамічного розвитку у довгостроковій перспективі. Але на жаль не всім країнам це вдається. Виникають проблеми із досягненням стійкого довгострокового розвитку і у національній економіці.

Нині багато фахівців доходять до думки, що в умовах швидкого НТП саме здатність країни до успішного інноваційного розвитку виступає передумовою посилення її конкурентоспроможності та економічного піднесення. Без створення конкурентоспроможної економіки не варто очікувати стійкого довгострокового розвитку країни.

Результати дослідження динаміки рейтингу глобальної конкурентоспроможності України свідчать про наявність проблем в цій сфері (рис. 1) [1; 2].

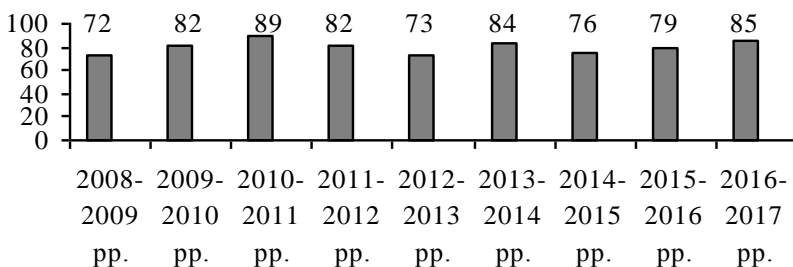


Рис. 1. Динаміка рейтингу глобальної конкурентоспроможності України

Дані рис. 1 свідчать, що у 2016–2017 рр. Україна посіла 85 місце у рейтингу глобальної конкурентоспроможності, що було на 13 пунктів менше рівня 2008–2009 рр. Це свідчить, що протягом 2008–2017 рр. спостерігалась негативна тенденція до пониження рівня конкурентоспроможності національної економіки. Тому виникає потреба у пошуці шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки. І вирішальну роль в цьому можуть відіграти саме інновації.

Як зазначає Гальчук А. А. саме за рахунок інноваційного розвитку більшість розвинутих країн світу досягли високої конкурентоспроможності та стійкого економічного зростання [3]. Вплив інноваційності на формування конкурентоспроможності системи наведено на рис. 2 [3].

Однак для національної економіки характерні проблеми з її інноваційним розвитком, що негативно відображається на її конкурентоспроможності і здатності досягати стійкого розвитку у довгостроковій перспективі (рис. 3).

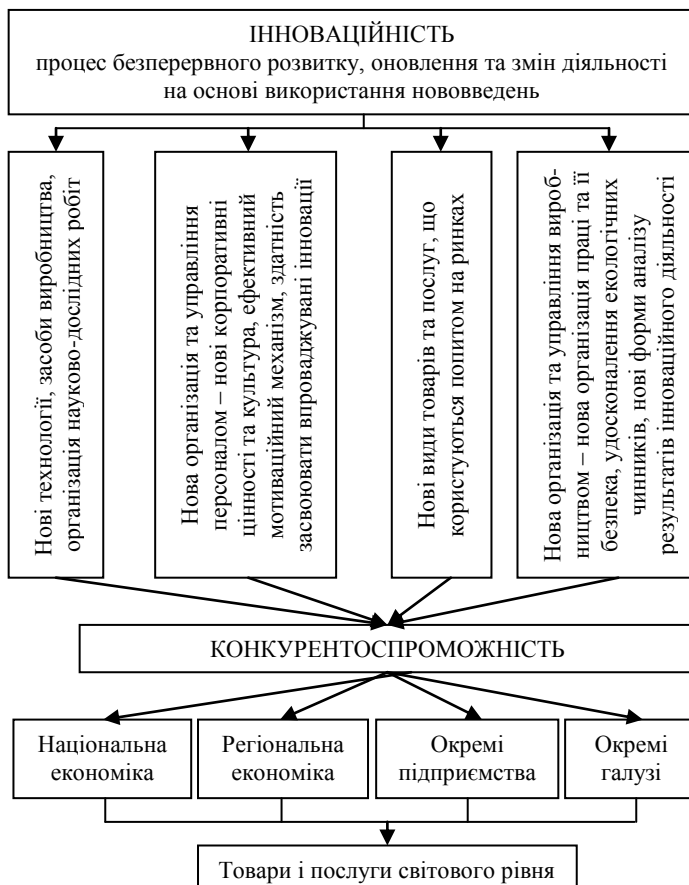


Рис. 2. Вплив інноваційності на формування конкурентоспроможності системи

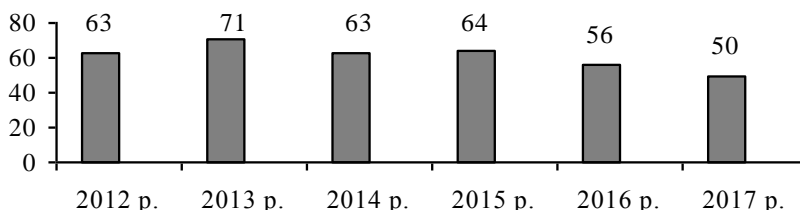


Рис. 3. Динаміка рейтингу України за глобальним індексом інновацій

Дані рис. 3 свідчать, що у 2017 р. за глобальним індексом інновацій Україна посіла 50 місце. І хоча це на 13 позицій вище рівня 2012 р. однак цього недостатньо для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності національної економіки та її процвітання у майбутньому.

Найближчими сусідами України виявились Катар (49 місце) і Таїланд (51 місце) [4]. Лідерами за даним показником на світовому рівні виявились Швейцарія (1 місце), Швеція (2 місце) та Нідерланди (3 місце). Нині для національної економіки притаманне відставання в інноваційній сфері від високорозвинених країн світу. Про це свідчить структура економіки України за національними укладами (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Структура економіки України за технологічними укладами

Показники	Технологічні уклади, %			
	3	4	5	6
Обсяг виробництва продукції	57,9	38	4	0,1
Фінансування наукових розробок	6	69,7	23	0,3
Витрати на інновації	30	60	8,6	0,4
Інвестиції	75	20	4,5	0,5
Вкладення капіталу в технічне переозброєння і модернізацію	83	10	6,1	0,9

На даний момент часу лівова частка продукції в Україні, яка виготовляється, відноситься до третього відсталого технологічного укладу. До п'ятого та шостого технологічних укладів можна віднести лише 4,1% продукції. Відповідно переважна більшість товарів вітчизняного виробництва не володіють світовим рівнем конкурентоспроможності. Парадоксальною є ситуація зумовлена тим, лівова частка фінансування наукових розробок в Україні припадає на четвертий технологічний уклад (69,7%), 75% інвестицій спрямовуються в третій інноваційний уклад.

Відсталість національної економіки, низькій рівень її інноваційного розвитку становлять серйозну загрозу для майбутнього економіки України.

Висновки. Таким чином, інноваційний розвиток національної економіки вирішальним чином впливає на її конкурентоспроможність і здатність динамічно розвиватись у довгостроковій перспективі. Однак інноваційна відсталість України становить сер-

йозну загрозу для забезпечення сталого та динамічного її розвитку. Тому виникає нагальна проблема для вирішення даної проблеми та активізації інноваційної діяльності в національній економіці.

1. Воробйова Н. П. Современный уровень конкурентоспособности Украины / Н. П. Воробйова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/102597/97673>
2. Позиція України у рейтингу країн світу за індексом глобальної конкурентоспроможності 2016–2017 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingu-krayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-1>
3. Гальчук А. А. Інновації як чинник конкурентоспроможності економіки / А. А. Гальчук // Економіка та держава. – 2015. – №9. – С. 136–138.
4. Рейтинг стран мира по индексу инноваций // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info>.
5. Форсайт економіки України середньостроковий (2015–2020 роки) і довгостроковий (2020– 2030 роки) часові горизонти / Наук. керівник проекту акад. НАН України М. З. Згуровський // Міжнародна рада з науки (ICSU); Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»; Інститут прикладного системного аналізу НАН України і МОН України; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. – Київ : НТУУ «КПІ», 2015. – 136 с.

УДК 658.711:334.72

Кривов'язюк І. В., к. е. н., професор,

Кварцяна О. А.

Луцький національний технічний університет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ТА АНАЛІЗ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ВОЛИНИ

В статті удосконалено теоретико-методичні засади реалізації корпоративного управління машинобудівними підприємствами. Уточнено сутність поняття «корпоративне управління». Запропонована та апробована методика оцінювання кризової ситуації та стану корпоративного управління машинобудівних підприємств Волинського регіону. Уточнено схему взаємозв'язків на етапі розробки корпоративної стратегії машинобудівного підприємства з врахуванням

кризової ситуації. При виборі корпоративної стратегії машинобудівного підприємства запропоновано враховувати такі критерії як рівень корпоративного управління та ступінь кризової ситуації.

Ключові слова: корпоративне управління, антикризові засади, кризова ситуація, рейтингове оцінювання, модель корпоративного управління, стратегія.

Kryvovyazyuk I., Kvartsiiana O.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL JUSTIFICATION AND ANALYSIS OF CORPORATE MANAGEMENT OF VOLYN'S ENGINEERING ENTERPRISES

Corporate management in modern conditions of economic activity should be aimed at balancing the goals of the corporation and the interests of the parties of corporate relations, its survival in conditions of the threat to its viability and the emergence of a crisis state. It requires improvement of theoretical and methodical foundations and development of practical recommendations for implementing corporate management of engineering enterprises through the implementation of anti-crisis principles.

Consequently, corporate management in the current conditions of science development should be understood not only as a process of balancing the goals of the corporation and individual, group, state and social interests, but also as a corporation policy format built on the defined management principles in accordance with the norms of corporate code, which promotes the implementation of organizational principles of its activity that serve as the basis for its survival in conditions of crisis situations appearance. It should be interpreted also as a system of relationships of interested parties of corporate relations that establishes shape, structure and ways of their interaction for the purpose of observance of the participants' interests in the management process.

The combination of factors of the internal and external environment (economic, organizational, normative and legal, market, financial, social, managerial and international) leads to significant level of losses of joint stock companies functioning in Ukraine, imperfect corporate management caused by absence of proper methodology for assessing the crisis situation and state of the corporate management of enterprises.

The revealed negative tendencies of Ukraine's economic development and functioning peculiarities of the engineering corporations indicate the dependence of the final results of their economic activity on the influence of internal and external environment factors. Volyn region engineering corporations, the share of which machine-building products is one of the largest in Ukraine were selected for further research.

The assessment of the crisis situation based on the results of diagnostics of their condition using Altman, Springate, Toffler, and Liss bankruptcy models showed that for PJSC SKF Ukraine according to applied models is characterized by the absence of a crisis state; for PJSC Electrothermometry, according to two models is characterized by a deep and mild crisis, as evidenced by the dynamics of financial indicators. The analysis and evaluation of the corporate management system at the enterprises using the methods of comparison and grouping, as well as implementing methodology of IBI-Rating agency

indicates that PJSC SKF Ukraine is characterized by an exemplary level of corporate management, while PJSC Electrothermometry by a satisfactory level of corporate management. The analysis and evaluation of the corporate management system at the enterprises also indicates the dependence of the final results of economic activity on the level of corporate management in the enterprise.

In order to improve the process of corporate management of engineering enterprises, the model of corporate management on the basis of anti-crisis principles is suggested, taking into account signs of outsider and insider models based on the adoption of a code of corporate management. The scheme of interconnections at the stage of development of the corporate strategy of engineering enterprise has been clarified, taking into account the state of the environment where the business is conducted, the possibility to prevent manifestation or liquidation of a crisis situation, factors of influence on the development of the strategy. While selecting a corporate strategy for engineering enterprise, it is suggested to take into account such criteria as the level of corporate management and the degree of crisis situation. The strategy of crisis prevention is recommended for PJSC SKF Ukraine and mixed corporate strategy for PJSC Electrothermometry.

Key words: corporate management, anti-crisis principles, crisis situation, ranking evaluation, model of corporate management, strategy.

Кривовязюк И. В., Кварцяна О. А.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ И АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ВОЛЫНИ

В статье усовершенствованы теоретико-методические основы реализации корпоративного управления машиностроительными предприятиями. Уточнена сущность понятия «корпоративное управление». Предложена и апробирована методика оценки кризисной ситуации и состояния корпоративного управления машиностроительных предприятий Вольнского региона. Уточнено схему взаимосвязей на этапе разработки корпоративной стратегии машиностроительного предприятия с учетом кризисной ситуации. При выборе корпоративной стратегии машиностроительного предприятия предложено учитывать такие критерии как уровень корпоративного управления и степень кризисной ситуации.

Ключевые слова: корпоративное управление, антикризисные начала, кризисная ситуация, рейтинговое оценивание, модель корпоративного управления, стратегия.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Ефективне корпоративне управління, яке нині виступає одним із ключових елементів успішної діяльності машинобудівних підприємств, встановлює правила та процедури прийняття рішень стосовно їх діяль-

ності, вимагає удосконалення. І, в першу чергу, цього вимагає наявність збитковості на 33,5% функціонуючих машинобудівних підприємств України, а також загальна кризова ситуація в країні. Як вимога часу – необхідність використання інструментів антикризового управління машинобудівними підприємствами, розробка моделі корпоративного управління на антикризових засадах, обґрунтування вибору корпоративних стратегій в умовах кризових ситуацій.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження проблем корпоративного управління детально розкрито в працях таких вчених сучасності як В. Александров [1], Я. Головін [3], О. Гудзь [4], А. Дементьєва [5], І. Ігнат'єва [6], А. Корнійчук [9], І. Кривов'язюк [10], О. Полінкевич [14], В. Прохорова [15], Н. Розанова [18], J. Diplock [20]. Теоретичні та прикладні аспекти використання антикризових засад в діяльності акціонерних товариств розкрито в роботах А. Камнева [7], В. Копчинської [8], І. Кривов'язюка [11], Е. Юрія [19]. Проте, навіть приймаючи до уваги ту обставину, що корпоративне управління та розробка шляхів його удосконалення неодноразово виступало центром диспуту вчених, достатньо велика сторін даної проблематики все ще вимагає дослідження. Так, на нашу думку, вимагає поглиблення теоретична та методична основа використання антикризових засад в корпоративному управлінні машинобудівними підприємствами. Не менш вагомим є розв'язання проблеми імплементації антикризових засад в практику корпоративного управління стосовно розробки її моделі, уточнення вибору стратегії та обґрунтування проектних рішень. Вирішення цих завдань має незаперечну актуальність для управління машинобудівними підприємствами.

Цілі статті. Метою роботи є удосконалення теоретико-методичних положень і надання практичних рекомендацій щодо реалізації корпоративного управління машинобудівними підприємствами на основі використання антикризових засад.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Теорія корпоративного управління розпочала своє активне формування у 80-х роках минулого століття, коли розпочався період дослідження ефективності взаємозв'язків між головними сторонами корпора-

тивних відносин – акціонерами, власниками корпорацій, управляючими, а також їх працівниками, споживачами продукції та послуг, кредиторами, державними органами, громадськістю тощо. Вирішення корпораціями таких важливих завдань як забезпечення максимальної ефективності, залучення необхідного обсягу інвестицій та виконання ними усіх юридичних і соціальних зобов'язань [1, с. 17] процес сам по собі достатньо складний. Проте, коли на нього накладаються кризові стани та явища, що характерно для української економіки [11, с. 48–50], складність їх вирішення зростає в рази.

Характеристика поняття «корпоративне управління» як наукової категорії представлена нами схематично (рис. 1).



Рис. 1. Узагальнена характеристика корпоративного управління як наукової категорії *

* сформовано авторами на основі даних джерел: [1–4; 6; 10]

На основі критичного аналізу підходів до визначення сутності поняття «корпоративне управління» [1–4; 6; 10; 18] під ним пропонується розуміти процес збалансування цілей корпорації та індивідуальних, групових, державних і суспільних інтересів; формат політики корпорації, побудований на визначених принципах управління згідно норм корпоративного кодексу, який сприяє реалізації організаційних засад її діяльності, що виступають базисом його виживання в умовах виникнення кризових ситуацій; систему взаємозв'язків зацікавлених сторін корпоративних відносин, що встановлює форми, структури та способи їх взаємодії з метою дотримання інтересів учасників у процесі управління.

Важливість корпоративного управління для товариств полягає у його внеску у підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності, а для держави вона обумовлена його впливом на соціально-економічний розвиток країни [14, с. 127].

Необхідність використання інструментів антикризового спрямування в корпоративному управлінні підприємств викликана значним рівнем збитковості серед акціонерних товариств України, недоліками корпоративного управління у кризовий період, недосконалістю української моделі корпоративного управління, впливом низки факторів (рис. 2).

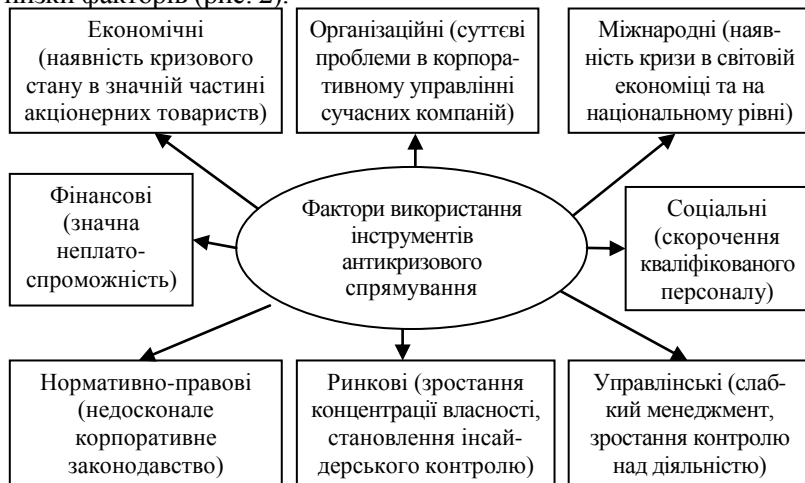


Рис. 2. Фактори, що визначають необхідність використання інструментів антикризового спрямування в корпоративному управлінні підприємств *

* сформовано авторами на основі даних джерел: [7; 8; 11; 19]

Зміна цільового призначення використання інструментарію антикризового управління виступає основою удосконалення механізму корпоративного управління в сучасних умовах поширення кризових ситуацій на підприємствах.

Ефективне корпоративне управління діяльністю підприємства в умовах кризи вимагає розроблення відповідних методичних основ своєчасного оцінювання кризової ситуації та стану корпоративного управління. Як результат, пропонується відповідна методика (рис. 3), яка реалізується в декілька етапів: підготовчий, основний та завершальний, перевагою якої є встановлення взаємозв'язку між наявним кризовим станом чи його відсутністю та рівнем корпоративного управління підприємством.

Сучасний кризовий період у розвитку України як самостійної держави обумовлений рядом об'єктивних і суб'єктивних чинників, що мають як внутрішній, так і зовнішній характер. У 2013–2016 рр. кризові тенденції в реальному секторі національної економіки, де формується більш як третя частина її валової доданої вартості, значно поглибились. До того ж має місце зниження реального ВВП у більшості видах діяльності: добувній та переробній промисловості, сільському господарстві, транспорті тощо.

Суттєвого негативу в економіку додає військовий конфлікт на сході країни, що має прояв у руйнуванні виробничих потужностей та транспортної інфраструктури, втраті логістичних каналів і зв'язків, погіршенні забезпечення матеріалами та сировиною базових підприємств експортноорієнтованих компаній України.

Для подальшого дослідження обираємо машинобудівний комплекс Волинської області, де питома вага машинобудівної продукції є однією з найбільших в Україні (17,6 % і друге місце по країні) [13]. З підприємств обираємо ті, які характеризує акціонерна форма власності: ПрАТ «СКФ Україна» та ПАТ «Електротермометрія» (їх внесок в розвиток машинобудування регіону становить 44% [2]). Значно потужнішим є ПрАТ «СКФ Україна», яке реалізувало продукції на суму 1680,2 млн грн, стабільно отримує прибуток та здійснює високоефективну діяльність. ПАТ «Електротермометрія» реалізувало продукції на суму 37,1 млн грн, веде переважно збиткову діяльність і має низьку ефективність господарювання.



Рис. 3. Методика оцінювання кризової ситуації та стану корпоративного управління підприємством *

* сформовано авторами

Оцінювання кризової ситуації на машинобудівних підприємствах (табл. 1) показало, що для ПрАТ «СКФ Україна» за застосовуваними моделями банкрутства характерна відсутність кризового стану; для ПАТ «Електротермометрія» за двома моделями характерна глибока і легка кризи, про що свідчить динаміка фінансових показників.

Таблиця 1

Оцінювання кризової ситуації машинобудівних підприємств
за моделями банкрутства у 2016 році

ПрАТ «СКФ Україна»	ПАТ «ЕТМ»
<i>Модель банкрутства Альтмана</i> ($Z > 2,91$ і вище – ймовірність банкрутства дуже низька)	
Відсутність кризового стану ($Z=8,156$)	Відсутність кризового стану ($Z=3,480$)
<i>Модель Спрінгейта ($Z < 0,862$, підприємство – потенційний банкрут, якщо $Z > 2,451$, то загроза банкрутства мінімальна)</i>	
Відсутність кризового стану ($Z=3,272$)	Глибока криза ($Z=-0,090$)
<i>Модель Таффлера ($Z > 0,3$ – в підприємства непогані довгострокові перспективи; якщо $< 0,2$ – банкрутство дуже ймовірне)</i>	
Відсутність кризового стану ($Z=1,899$)	Легка криза ($Z=0,301$)
<i>Модель Ліса (Z менше $0,037$ – це свідчить про загрозу банкрутства)</i>	
Відсутність кризового стану ($Z=0,145$)	Відсутність кризового стану ($Z=0,146$)

* сформовано авторами на основі даних джерел: [16; 17]

Аналіз системи корпоративного управління на машинобудівних підприємствах області показав (табл. 2) повне дотримання її базових положень для ПрАТ «СКФ Україна» та часткове на ПАТ «Електротермометрія».

Таблиця 2

Зміст базових положень системи корпоративного управління
машинобудівних підприємств Волинської області

ПрАТ «СКФ Україна»	ПАТ «ЕТМ»
1	2
1. Дотримання Кодексу корпоративного управління та чинного законодавства з питань регулювання діяльності корпорацій	1. Система корпоративного управління функціонує на основі положень Закону України «Про акціонерні товариства»
2. Реалізація принципів раціонального корпоративного управління як інструменту підвищення конкурентоспроможності та підвищення довіри до компанії серед усіх зацікавлених сторін	2. Товариство не має власного кодексу (принципів, правил) корпоративного управління

продовж. табл. 2

1	2
3. Підтримання ефективної організаційної структури шляхом визначення сфер відповідальності та дотримання правил делегування повноважень	3. Намагається підтримувати ефективну лінійно-функціональну організаційну структуру
4. Формування прозорості діяльності АТ	4. Оприлюднює фінансову звітність згідно вимог чинного законодавства
5. Використання інтегрованої системи внутрішнього контролю	5. Використання системи фінансового контролю
6. Забезпечення високої якості фінансової звітності компанії	6. Забезпечення якості фінансової звітності згідно вимог національного законодавства
7. Забезпечення стійкого, позитивного розвитку у коротко-, середньо- і довгостроковій перспективі	
8. Кодекс поведінки підкреслює втілення таких цінностей як висока етика, розширення прав і можливостей, відкритість та спільна робота у напрямку розвитку чотирьох сфер відповідальності: клієнтів, дистриб'юторів, постачальників; співробітників; суспільства; акціонерів	

* сформовано авторами на основі даних джерел: [16; 17]

Результати дослідження показали відмінності у розподілі компетенцій між органами корпоративного управління машинобудівних підприємств, які стосуються затвердження бізнес-планів, річних фінансових звітів і балансів, затвердження договорів, щодо яких існує конфлікт інтересів.

Для оцінювання системи корпоративного управління використано методику агенції IBI rating [12], за якою виділено модель розрахунку рівня корпоративного управління (формула (1)):

$$CGM = \frac{\sum n}{p} \times 100, \quad (1)$$

де CGM – рівень корпоративного управління (%);

n – бальна оцінка кожного показника;

p – максимальна кількість балів, p = 100.

Результати визначаються за спеціальною шкалою (табл. 3).

Таблиця 3

Шкала визначення рівня корпоративного управління [12]

Рівень CGM	Рівень	Характеристика
80–100 %	cgA	Об'єкт оцінки має зразковий рівень корпоративного управління. Ризики для акціонерів, інвесторів та стейкхолдерів (зацікавлених осіб) – мінімальні.
60–80 %	cgB	Об'єкт оцінки має достатній рівень корпоративного управління. Ризики для акціонерів, інвесторів та стейкхолдерів (зацікавлених осіб) – помірковані.
40–60 %	cgC	Об'єкт оцінки має задовільний рівень корпоративного управління. Ризики для акціонерів, інвесторів та стейкхолдерів (зацікавлених осіб) – значні.
0–40%	cgD	Об'єкт оцінки має незадовільний рівень корпоративного управління. Ризики для акціонерів, інвесторів та стейкхолдерів (зацікавлених осіб) – дуже високі.

Оцінювання системи корпоративного управління машинобудівних підприємств регіону показала (табл. 4), що для ПрАТ «СКФ Україна» характерний зразковий рівень корпоративного управління, тоді як для ПАТ «Електротермометрія» – задовільний рівень корпоративного управління.

Таблиця 4

Рейтинг корпоративного управління
машинобудівних підприємств регіону

Назва підприємства	Місце	Рейтинг корпоративного управління, %	Рівень корпоративного управління
ПрАТ «СКФ Україна»	1	88,0	cgA
ПАТ «ЕТМ»	2	56,0	cgC

* сформовано авторами на основі даних джерела: [12]

Враховуючи недоліки сучасних моделей корпоративного управління запропоновано впровадити модель корпоративного управління на антикризових засадах із врахуванням ознак аутсайдерської та інсайдерської моделей на основі прийняття кодексу корпоративного управління, як це прийнято в передових системах. Її впровадження покликане забезпечити розвиток ринку прав власності з метою захисту інтересів акціонерів, створення Інституту антикризового регулювання на ринку цінних паперів, розосередження концентрації власності активізацією інвестиційних процесів та удосконалення системи моніторингу діяльності менеджерів корпорацій.

Оскільки корпоративне управління – це, перш за все, управління, що побудоване на пріоритетності інтересів акціонерів, подруге, управління, що враховує реалізацію прав власності та передбачає корпоративні комунікації, та загалом передбачає базування на стратегії розвитку корпорації, тобто корпоративній стратегії.

При обґрунтуванні вибору корпоративної стратегії необхідно враховувати і систему взаємозв'язків в середовищі, де ведеться бізнес, і можливості запобігання прояву або ліквідації кризової ситуації, і фактори впливу на розробку стратегії (рис. 4).



Рис. 4. Схема взаємозв'язків на етапі розробки корпоративної стратегії машинобудівного підприємства з врахуванням кризової ситуації *

* сформовано авторами

Вибір корпоративної стратегії машинобудівних підприємств пропонуємо здійснювати на основі таких критеріїв як рівень корпоративного управління та ступінь кризової ситуації (рис. 5), що дає можливість визначити та обґрунтувати систему стратегічних заходів з удосконалення управління їх діяльністю. Для ПрАТ «СКФ Україна» рекомендовано стратегію попередження кризи, для ПАТ «Електротермометрія» – змішану корпоративну стратегію.

Ступінь прояву кризової ситуації	Рівень корпоративного управління			
	зразковий	достатній	задовільний	незадовільний
Відсутність кризового стану	1	1	1	4
Легка криза	2	2	2	4
Помірна криза	3	3	3	4
Глибока криза	4	4	4	4

- 1 – стратегія попередження кризи;
- 2 – стратегія вичікування;
- 3 – стратегія протидії всім явищам кризового характеру;
- 4 – потреба перегляду стратегії.

Рис. 5. Матриця вибору корпоративної стратегії машинобудівного підприємства із врахуванням ступеня прояву кризової ситуації *

* сформовано авторами

В межах прийнятих стратегій рекомендується реалізувати систему проектних рішень: для ПрАТ «СКФ Україна» – запровадити виробництво надточних підшипників SKF Super-Precision; для ПАТ «Електротермометрія» – виробництво регуляторів тиску газу ЗДГС-11.

Висновки. Таким чином, запропоноване нове вирішення наукового завдання щодо удосконалення теоретико-методичних основ і розробки практичних рекомендацій з реалізації корпоративного управління машинобудівними підприємствами шляхом

імплементатії антикризових засад створює необхідні передумови для підвищення ефективності їх господарювання.

Виявлені негативні тенденції економічного розвитку України та особливості функціонування машинобудівних корпорацій вказують на залежність кінцевих результатів їх господарювання від впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Оцінка кризової ситуації показала зниження рівня збитковості машинобудівних підприємств Волинської області та незначну ймовірність виникнення загрози кризового стану. Аналіз і оцінка системи корпоративного управління на підприємствах вказує на залежність кінцевих результатів господарювання від рівня корпоративного управління на підприємстві.

Для удосконалення процесу корпоративного управління машинобудівними підприємствами запропоновано модель корпоративного управління на антикризових засадах, матрицю вибору корпоративних стратегій із врахуванням кризової ситуації та комплекс господарських рішень для розв'язання існуючих ситуацій.

1. Александров В. В. Перспективи застосування принципів корпоративного управління у вітчизняних компаніях / В. В. Александров // Зб. наук. пр. «Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ». – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – №47 (1219). – С. 17–20.
2. Виробництво основних видів промислової продукції у 2014–2016 рр. / Офіційний сайт Головного управління статистики у Волинській області // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/>.
3. Головіна Я. С. Сутність корпоративного управління / Я. С. Головіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – №4. – С. 335–339.
4. Гудзь О. Є. Корпоративне управління : навч. посібн. / О. Є. Гудзь. – К. : Державний університет телекомунікацій, 2014. – 123 с.
5. Дементьева А. Г. Корпоративное управление : учебн. / А. Г. Дементьева. – М. : Магистр : ИНФРАМ, 2017. – 496 с.
6. Ігнатєва І. А. Корпоративне управління : підручн. / І. А. Ігнатєва, О. І. Гарфоновна. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 600 с.
7. Камнева А. В. Дослідження існуючих інструментів та моделей антикризового управління на підприємстві / А. В. Камнева // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2014. – №4(28). – С. 15–27.
8. Копчинська В. В. Основні підходи до моделювання антикризового управління на підприємстві / В. В. Копчинська // Економічний форум. – 2017. – №3. – С. 165–170.
9. Корнійчук А. А. Оцінка ефективності корпоративного управління на підприємстві / А. А. Корнійчук // Вісник ЖДТУ. – Серія : Економічні науки. – 2017. – № 1 (79). – С. 76–81.
10. Кривов'язюк І. В. Корпоративне управління діяльністю акціонерних товариств України: стан та перспективи розвитку / І. В. Кривов'язюк, С. О. Крайчук // Зб.

- наук. пр. «Економічні науки». – Серія «Економіка та менеджмент». – Випуск 12(46). – Луцьк : ЛНТУ, 2015. – С. 145–161.
11. Кривов'язюк І. В. Кризові явища в українській економіці та їх зв'язок з циклічністю / І. В. Кривов'язюк // *Економіка та держава*. – 2010. – №12. – С. 48–50.
 12. Корпоративне управління в компаніях реального сектору України 2016 / IBI-Rating Agency // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ibi.com.ua/UK/ratings-research-and-analytics/korporativne-upravlinnya-v-kompaniyakh-realnogo-sektoru-ukrajni-2016.html>.
 13. Офіційний сайт Державної служби статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
 14. Полінкевич О. М. Оцінювання зовнішніх передумов формування корпоративного управління на підприємствах / О. М. Полінкевич // *Актуальні проблеми економіки*. – 2016. – №4(178). – С. 126–132.
 15. Прохорова В. В. Розвиток корпоративного сектору як передумова ефективної реалізації трансформаційних процесів в економіці / В. В. Прохорова // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. – 2017. – Вип. 57. – С. 76–81.
 16. Річна інформація емітента цінних паперів за 2016 рік / Офіційний сайт ПрАТ «СКФ Україна» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.skf.com/ua/uk/our-company/SKF-Ukraine/ZAO-SKF-Lutsk/index.html>
 17. Річна інформація емітента цінних паперів за 2016 рік / Офіційний сайт ПАТ «Електротермометрія» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.etm.org.ua/>.
 18. Розанова Н. М. Корпоративное управление : учебн. для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. – М. : Издательство Юрайт, 2017. – 339 с.
 19. Юрій Е. О. Управління діяльністю підприємства в умовах кризи: інструменти та моделі / Е. О. Юрій, К. В. Гросу // *Молодий вчений*. – 2016. – №12.1(40). – С. 1018–1022.
 20. Diplock J. Corporate Governance in the Post Crisis World / J. Diplock // *Taiwan, Chinese Taipei*. 28.10.2010 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.seccom.govt.nz/speeches/2010/281010.shtml>.

УДК 338-049.5(477)

Левчишин В. О.,

Орлов О. Г., викладач

Рівненський державний гуманітарний університет

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

У статті розглядаються актуальні проблеми економічної безпеки країни. Визначено внутрішні та зовнішні загрози економічній безпеці України.

Також, визначено, що безпека будь-якої країни характеризується поняттями, серед яких виділяють: предмети, загрози, стратегії забезпечення безпеки. Зазначено, що загрозами економічній безпеці країни є сукупність умов і чинників, які створюють небезпеку життєво важливим інтересам особистості, суспільства, держави, ускладнюють або унеможливають реалізацію національних економічних інтересів.

Ключові слова: економічна безпека, національна безпека, суб'єкт економічної безпеки, стратегія, загрози.

Levchyshyn V., Orlov O.

THE ACTUAL PROBLEMS OF ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

The article deals with actual problems of economic security of the country. The internal and external threats to economic security of Ukraine are determined.

The scientific literature gives many views on the definition of «economic security». This circumstance arises because of the lack of unity in understanding the essence of economic security.

In the field of economic security, a state strategy is being developed and implemented in the framework of implemented economic policy. The main tasks of economic security are: abrupt economic growth, curbing inflation and unemployment, formation of an effective structure of the economy, reduction of budget deficit and public debt, providing social protection and improving the quality of life of support for the sustainability of the national currency, etc.

Key words: economic security, national security, subject of economic security, strategy, threats.

Левчишин В. А., Орлов А. Г.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

В статье рассматриваются актуальные проблемы экономической безопасности страны. Определены внутренние и внешние угрозы экономической безопасности Украины.

Также определено, что безопасность любой страны характеризуется понятиями, среди которых выделяют: предметы, угрозы, стратегии обеспечения безопасности. Отмечено, что угрозами экономической безопасности страны является совокупность условий и факторов, создающих опасность жизненно важным интересам личности, общества, государства, затрудняют или делают невозможным реализацию национальных экономических интересов.

Ключевые слова: экономическая безопасность, национальная безопасность, субъект экономической безопасности, стратегия, угрозы.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Характерною рисою аналізу проблеми економічної безпеки, став перехід від концепції економічної безпеки, яка базувалася на військовому чиннику, до концепції, в якій економічна безпека є наслідком незалежності держави від зовнішньоекономічної політики інших країн, а незалежність базується на сукупності умов і чинників внутрішнього та зовнішнього середовища.

Актуальність цього підтверджується низкою обставин. По-перше, це є бажання деяких держав, особливо США, Росії, доповнити свою перевагу над іншими країнами для досягнення своїх політичних, економічних та інших інтересів. По-друге, зростаюча проблема збалансованості позитивних та негативних сторін глобалізації з точки зору економічної безпеки.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження економічної безпеки, а також питання щодо її забезпечення набули популярності у працях учених. Серед вітчизняних вчених вагомий внесок у розгляд питань економічної безпеки зробили: Варналій З. С., Буркальцева Д. Д., Насенко О. С., Власюк О. С., Шевченко Л. С., Дмитриченко Л. І., В. Гончарова та інші, серед зарубіжних: Х. Беренс, Дж. Голден, В. Загашвілі, Т. Ілген, Р. Келлі, П. Ноак, Л. Олвей, М. Портной, К. Самсонов.

Цілі статті. Метою написання даної статті є встановлення актуальних проблем економічної безпеки України в контексті зовнішніх та внутрішніх загроз.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Економічна безпека будь-якої країни характеризується поняттями, серед яких виділяють: предмети, загрози, стратегії забезпечення безпеки.

Суб'єктами економічної безпеки України є функціональні й галузеві міністерства та інші органи державної влади, податкові й митні служби, банки, біржі, фонди і страхові компанії, а також виробники, продавці продукції та вітчизняні споживачі.

Предметом державної діяльності в галузі економічної безпеки є:

- визначення і моніторинг чинників, що підривають стійкість соціально-економічних системи і держави в короткостроковій і довгостроковій перспективі;

- формування економічної політики та інституціональних перетворень, що усуває або пом'якшує шкідливий вплив цих чинників у рамках єдиної програми економічної реформи.

У науковій літературі наводиться багато поглядів на визначення поняття «економічна безпека». Ця обставина виникає через відсутність єдності у розумінні сутності економічної безпеки. Зокрема, на думку Л. І. Дмитриченка, економічна безпека – це стан держави, за яким вона має змогу розвивати і створювати ефективні умови для розвитку та зростання добробуту громадян [4, с. 74]. Економічна безпека – це такий стан національної економіки, за якого забезпечуються захист національних інтересів, стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, здатність до розвитку та захищеність життєво важливих інтересів людей, суспільства, держави [1, с. 38]. Проаналізувавши дані визначення можна дійти висновку, що економічна безпека – це складова частина національної безпеки, а також її матеріальна основа.

Деякі науковці розглядають національну безпеку, виходячи з національно-державних інтересів, національної ідеї, взаємозв'язку державної та економічної безпеки країни, а також як систему, що складається з різноманітних підсистем (рис. 1) [6, с. 23].



Рис. 1. Структура національної безпеки

Сукупність елементів, які входять у структуру національної безпеки, взаємопов'язані один з одним: кожний з цих видів може

досить яскраво проявитися у сфері дії іншого, доповнюючи або послаблюючи його вплив. А основою національної безпеки залишається економічна безпека, яка є визначальною у розвитку виробництва та ринкових відносин, обміну товарами і послугами, формує вимоги до забезпечення заходів захисно-охоронного напрямку.

У сфері забезпечення економічної безпеки розробляється та втілюється державна стратегія в межах реалізованої економічної політики, основними пріоритетами якої є забезпечення стійкості економічного стану особистості, соціально-економічної та військово-політичної стабільності суспільства, держави, збереження конституційних прав і свобод людини, законності та законслухняності всіх, передусім органів державної влади.

Стратегія економічної безпеки містить:

1) характеристику зовнішніх і внутрішніх загроз економічній безпеці як сукупності умов і чинників, що створюють небезпечку життєво важливим економічним інтересам особистості, суспільства і держави;

2) визначення критеріїв і параметрів стану економіки, що відповідають вимогам економічної безпеки і забезпечують захист життєво важливих інтересів країни;

3) механізми забезпечення економічної безпеки країни, захисту її життєво важливих інтересів шляхом застосування усіма інститутами державної влади правових, економічних та адміністративних заходів дії [6, с. 34].

До основних внутрішніх загроз економічній безпеці України відносяться [5, с. 15]:

- значне зменшення витрат на наукову та інноваційну діяльність, включаючи кошти держбюджету;
- «тінізація» економіки;
- скорочення обсягів виробництва;
- низький рівень інвестиційної привабливості;
- монополізація економіки;
- великий внутрішній борг;
- високий рівень інфляції та безробіття.

Сьогодні розширилися можливості для співробітництва України з іншими країнами. Однак у практичній реалізації цих можливостей Україна зазнає істотних труднощів [2, с. 142].

До зовнішніх загроз економічній безпеці України відносяться [3]:

- втрата позицій на зовнішніх ринках;
- від'ємне зовнішньоторговельне сальдо;
- велика боргова залежність держави, критичні обсяги державних зовнішнього і внутрішнього боргів.

На нашу думку, кожна країна, якою б економічно розвинутою вона б не була, жодним чином не застрахована від агресивних проявів іншої держави чи складової її економіки. У США, країнах Європи, Японії розробляються і реалізуються концепції національної безпеки з урахуванням власних економічних інтересів. Тому для даних країн загроза економічній безпеці менш ймовірна, аніж для нових індустріальних країн, країн СНД, до складу яких і входить Україна.

Висновки. Отже, головним завданням будь-якої країни у світі на сьогодні є досягнення такого рівня економічної безпеки, що гарантуватиме внутрішню стабільність, активну участь у міжнародному поділі праці та одночасно національний суверенітет.

1. Варналій З. С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія / З. С. Варналій, Д. Д. Буркальцева і О. С. Наєнко / За заг. ред. проф. З. С. Варналія. – К. : Знання України, 2011. – 299 с.
2. Економічна безпека держави: сутність та напрями формування : монографія / За ред. Л. С. Шевченко. – К. : Право, 2009. – 312 с.
3. ЗУ «Про основи національної безпеки України» від 19 червня 2003 р. №964-IV // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/964-15>
4. Дмитриченко Л. І. Державне регулювання економіки: методологія і теорія : монографія / Л. І. Дмитриченко. – Донецьк : УкрІТЕК, 2010. – 330 с.
5. Андрійчук Б. Г. Економічна безпека України: стан, критерії виміру та превентивні заходи / Б. Г. Андрійчук // Зб. тез допов. XIII Міжнародної науково-практичної конференції. – 28 травня 2010 р. – Ч. I. – К. : УДУФМТ, 2010. – С. 14–18.
6. Власюк О. С. Економічна безпека України в умовах ринкових трансформацій та антикризового регулювання / О. С. Власюк. – К. : ДННУ «Акад. фін. управління», 2011. – 474 с.

УДК 339.92

Лещук В. П., д.е.н., професор

Луцька філія Тернопільського національного економічного
університету

Полінкевич О. М., д.е.н., професор

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

КОМПЛЕКСНА МОДЕЛЬ ГАРМОНІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

В статті розглянуто особливості розмежування понять ТНК та МНК, ознаки відповідно до рекомендацій комісії ООН, побудовано модель гармонізації МНК, яка включає вісім систем забезпечення: інституційного, трудоворесурсного, фінансового, організаційного, інфраструктурного, інформаційного, інноваційного, інвестиційного.

Ключові слова: транснаціональні корпорації, мультинаціональні корпорації, транснаціоналізації, глобалізація, випереджальний розвиток, підприємством, світові ринки, конкурентне середовище.

Leshchuk V., Polinkevych O.

COMPLEX MODEL OF HARMONIZATION OF THE COMPETITIVE MEDIUM OF MULTINATIONAL CORPORATIONS

The article deals with the features of differentiation of the concepts of TNCs and MNCs, signs in accordance with the recommendations of the UN Commission, built a model of harmonization of MNC, which includes eight systems of support: institutional, labor, financial, organizational, infrastructure, information, innovation, investment.

The intensification of competition in the international market exacerbates the disproportion in the development of small business entities that are not able to compete on an equal footing with multinational corporations. All this necessitates the creation of a comprehensive model for harmonizing the competitive environment of multinational corporations.

In modern conditions, international corporations are in the form of TNCs and are not divided into TNCs and MNCs. It should be noted that the number of TNCs may be small firms that have one unit abroad.

Along with this, the world's dominant economy is 500 powerful MNCs, which realize 80% of the world's manufacturing electronics and chemistry, 95% – pharmaceuticals, 76% – machine building products. The most powerful 85 companies control 70% of all foreign investment. 60% of the TNCs are employed in the production sector, 37% – services and 3% in the mining industry and agriculture.

Thus, in the mechanical engineering, chemical industry, and pharmaceuticals, a competitive environment is formed that is determined by politically multinational corporations.

The model for harmonizing the competitive environment of multinational corporations should take into account the current trends in development and involves the construction of eight systems of institutional, labor, financial, organizational, infrastructure, information, innovation, and investment. The model assumes the coherence of the internal environment of the MNC and the external environment. The latter is a competitive environment. It is formed taking into account the interests and the whole development of only the MNCs, but also other entities of entrepreneurship.

The model for harmonizing the competitive environment of multinational corporations involves, firstly, controlling the diffusion of innovation and managing the process of dissemination of knowledge and technology; secondly, the generation of new knowledge involving a wide range of subjects of the world economic system (especially within the framework of mechanisms of transnational cooperation), which will have a positive impact on the position of the state in the world economy system; third, the intensification of investment policies in countries; fourthly, information and economic security of the business entities in the world markets; fifthly, the formation of preconditions for the advance development of the economies of the countries.

Key words: multinational corporations, multinational corporations, transnationalization, globalization, advanced development, enterprise, world markets, competitive environment.

Лещук В. Ф., Полинкевич О. Н.

КОМПЛЕКСНАЯ МОДЕЛЬ ГАРМОНИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ МУЛЬТИНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ

В статье рассмотрены особенности разграничения понятий ТНК и МНК, признаки соответствия с рекомендациями комиссии ООН, построена модель гармонизации МНК, которая включает восемь систем обеспечения: институционального, трудовых ресурсов, финансового, организационного, инфраструктурного, информационного, инновационного, инвестиционного.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, мультинациональные корпорации, транснационализации, глобализация, опережающее развитие, предприятием, мировые рынки, конкурентная среда.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Світовий розвиток характеризується транснаціоналізацією економічної діяльності та формуванням основ випереджального розвитку підприємств через використання інновацій та новітніх технологій у міжнародній економічній взаємодії. Зростання ролі інноваційного чинника спричинило активізацію інноваційної діяльності ТНК і фор-

мування нових підходів до процесу інновацій під час транснаціоналізації. Поглиблення конкуренції на міжнародному ринку поглиблює диспропорції у розвитку малих суб'єктів підприємництва, які не спроможні конкурувати нарівні із мультинаціональними корпораціями. Все це обумовлює необхідність створення комплексної моделі гармонізації конкурентного середовища мультинаціональних корпорацій.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження процесів трансформаційного розвитку світової економіки здійснюють такі вітчизняні і зарубіжні вчені, як Дж. Акерлоф, І. Валлерстайн, А. Гідденс, М. Кастельс, К. Оме, Д. Розенау, Д. Томпсон, Д. Харві, В. Базилевич, О. Білорус, О. Булатова, А. Гальчинський, В. Геєць, Р. Заблоцька, Д. Лук'яненко, Ю. Макогон, С. Мочерний, В. Новицький, В. Омельченко, Ю. Пахомов, А. Філіпенко, Ю. Чентуков та ін. Проблемам транснаціоналізації присвячено праці Г. Боуена, Т. Джонса, К. Девіса, А. Керолла, Т. Левітта, Л. Престона, С. Сакса, М. Фрідмана, К. Хокертса, С. Хоссейні, А. Кредісова, Т. Орехової, О. Плотнікова, О. Рогача, Л. Руденко-Сударевої, С. Якубовського та ін.

Михайлишин Л. І. визначила новий напрям наукового дослідження, сутність якого полягає у розробці системно-методологічного і концептуально-організаційного апарату забезпечення трансформації транснаціоналізації світової економіки в інноваційно-синергетичних імперативах розвитку світогосподарських відносин, розроблено концепцію системної трансформації інноваційного забезпечення транснаціоналізації світової економіки, в основу якої покладено розуміння інноваційного забезпечення транснаціоналізації економічної діяльності як комплексу системних дій, спрямованих на реалізацію ринкового та інноваційного потенціалу транснаціональних корпорацій, яка втілена в механізмі інноваційного забезпечення транснаціоналізації економічної діяльності та концептуально-організаційному механізмі системної трансформації інноваційного забезпечення транснаціоналізації світової економіки, запропоновано концептуально-синергетичний підхід до регулювання транснаціоналізації, введено у науковий обіг поняття інноваційного клімату, під яким запропоновано розуміти цілеспрямований комплекс умов (матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, організаційних), необхідних для здійснення

інноваційної діяльності на різних рівнях, що забезпечує перехід економічної системи (міжнародного, макро-, макrorівня) на інноваційну модель розвитку через реалізацію таких можливостей: виробництво нових або удосконалення наявних видів продукції та послуг; кадрові інновації; управлінські інновації; ринкові інновації; придбання ноу-хау, патентів; фінансово-податкові преференції; державно-приватне партнерство; комерціалізація технологій тощо [5].

Савич В. О. зазначив, що, на думку гіперглобалістів, держава-нація суперечить глобальному порядку, який формується. Держави стають все менш ефективними і слабкими в конкуренції з новими міжнародними суб'єктами. Економічна і політична влада денационалізується, а глобалізація – це джерело майбутнього процвітання, шлях підвищення життєвого рівня, соціальної стабільності, політичної значимості. Сучасна глобалізація означає нову епоху, відмінною рисою якої є залежність людей від порядків, існуючих на світовому ринку. В межах досліджуваного підходу є розбіжності, які слід ще ретельно вивчити, але загалом його представники вважають, що глобалізація – це в першу чергу економічне явище, яке створює новий тип переможців і переможених [9].

Куцик П. О., Ковтунець О. І., Башнянин Г. І. висвітили теоретико-методологічні положення, закономірності та принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку глобальної економіки; дослідили в контексті аналізу проблеми та визначили оптимальні напрями і дієві механізми забезпечення повноцінної та ефективної (вигідної) інтеграції національної економіки України в глобальну та міжнародні інтеграційні економічні системи сучасності. Розглянули питання природи глобальних трансформацій, становлення глобальної економіки, генези і форм інтернаціоналізації та глобальної економічної інтеграції, еволюції форм організації глобального корпоративного бізнесу, визначення та формування конкурентних переваг корпоративної та регіональної економічної інтеграції в глобальних умовах розвитку, динаміки процесів інституалізації глобального економічного розвитку, дії механізмів глобального ринку, систему регуляторних інститутів глобальної економіки та їх функцій, формування стратегічних альтернатив забезпечення конкурентоспроможності та конкурентного лідерства глобальних корпорацій [4].

Козаченко Р. П. розкрила трансформаційну логіку еволюції моделей міжнародного трансферу технологій як новітньої форми

МЕВ з ідентифікацією ключових його форм: комерційна модель – 1950–1960 рр. (купівля-продаж ліцензій, патентів, високотехнологічного обладнання і наукомістких товарів, одностороння передача технологій від держав-лідерів до країн, що розвиваються; виробничо-інвестиційна модель – 1970–1980-ті рр. (рух технологій за каналами міждержавного і міжкорпоративного виробничо-інвестиційного співробітництва, поставки технологічного обладнання у процесі реалізації міжнародних проектів, внески учасників міжнародних підприємств до статутного фонду у формі технологій і ноу-хау, надання інжинірингових послуг, міжнародна міграція висококваліфікованих науково-технічних кадрів); технологічно-мережева модель – 1990-ті роки і дотепер. Обґрунтовано, що технологічно-мережева модель, пов'язана з глобалізацією НДДКР транснаціональних корпорацій, надає міжнародному технологічному трансферу глобального формату з відповідними його механізмами: формування міждержавних і міжкорпоративних стратегічних альянсів у науково-технічній сфері; системи «відкритих» і «закритих» інновацій, зв'язаних «блок-патентів»; технологічний аутсорсинг і аутстафінг; технологічний енвайронменталізм; уніфікація механізмів і методик розрахунку вартості об'єктів інтелектуальної власності та розміру ліцензійних винагород; глобальна стандартизація оподаткування, бухгалтерського і фінансового обліку ліцензійних операцій [3].

Зварич Р. Є. охарактеризував цивілізаційні виміри глобального економічного розвитку та визначено фази економічного розвитку цивілізації. Визначив перспективи розвитку неоліберальної системи світової економіки. Проаналізував теорії виникнення та становлення глобалізації. Виділив систему критики глобальних процесів та їх базові критичні зауваження. Дослідив процес становлення альтернативи глобалізації та сформовано базові принципи альтерглобалізації [2].

Пешко А. В., Назаренко Г. В. Розглянули діяльність транснаціональних корпорацій, які є невід'ємними учасниками інтеграційних процесів у світовій економіці і найбільшими інвесторами на міжнародному інвестиційному ринку. Відмітили, що надання пільг іноземним інвесторам обертається лише втратою для державного бюджету. Зазначили, що Україна повинна стимулювати конкуренцію, забезпечувати рівні умови для всіх виробників і розвивати інфраструктуру [7].

Незважаючи на достатньо велику кількість праць з викладаєної проблематики, недостатньо дослідженими залишаються питання системного забезпечення трансформації транснаціоналізації з використанням інноваційних важелів. Одним із таких важелів є побудова моделі гармонізації конкурентного середовища мультинаціональних корпорацій.

Цілі статті. Метою статті є побудова моделі гармонізації конкурентного середовища мультинаціональних корпорацій.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У світовій практиці виділяють два види міжнародних корпорацій:

1) транснаціональні корпорації (ТНК) – корпорації, у яких головна компанія належить капіталу однієї країни, а філії розміщені у багатьох країнах світу;

2) мультинаціональні корпорації (МНК) – корпорації, у яких головна компанія належить капіталу двом і більше країн, і філії також знаходяться в різних країнах.

В сучасних умовах міжнародні корпорації мають форму ТНК і не поділяються на ТНК і МНК. Слід зауважити, що до числа ТНК можуть потрапити малі фірми, які мають один підрозділ за кордоном. Згідно з офіційним визначенням Комісії ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД) ТНК – це компанія, яка має господарські одиниці у двох чи більше країнах незалежно від їх юридичного статусу та сфери діяльності; оперує у рамках системи прийняття рішень, що дозволяє проводити узгоджену політику та здійснювати загальну стратегію через єдиний керівний центр; в якій окремі одиниці пов'язані через власність або в інший спосіб так, що одна або декілька з них можуть мати значний вплив на діяльність інших, зокрема ділити знання, ресурси і відповідальність з іншими [10].

Критеріями віднесення корпорацій до ТНК, визначеними Комісією з ТНК при Економічній і соціальній Раді ООН, є наступні:

- річний обіг (обсяг продажу) понад 1 млрд дол США;
- наявність філій не менш як у шести країнах;
- частка іноземних активів не менше 25–30% від обсягу загальної вартості всіх активів компанії;
- зовнішньоекономічні операції, здійснювані поза межами країни базування, на рівні 1/5–1/3 всього обороту компанії.

Для ТНК з країн ЄС і США найбільш привабливими є наступні види економічної діяльності української економіки [6]:

- харчова промисловість (Nestle, ABInBev, Kraft Foods, Coca-Cola Company, Uniliver);
- торгівля (Wal-Mart Stores, Carrefour SA, McDonalds Corporation);
- фінансовий сектор (Raiffeisen International Bank – Holding AG);
- фармацевтика (BASF SE, Bayer AG).

Поряд з цим домінуючими у світовій економіці є 500 потужних ТНК, що реалізують 80% світової виробничої продукції електроніки і хімії, 95% – фармацевтики, 76% – машинобудування.

Економічна експансія ТНК в Україні за видами економічної діяльності представлена в табл. 1.

Найпотужніші 85 компанії контролюють 70% усіх іноземних інвестицій. 60% ТНК зайняті у сфері виробництва, 37% – послуг і 3% у добувній промисловості і сільському господарстві [8].

Таблиця 1

Економічна експансія ТНК в Україні
за видами економічної діяльності [1]

Рейтинг	Компанія	Вид економічної діяльності
6	WOG	Нафтогазова промисловість
19	Київстар	Телекомунікаційні послуги
20	ТНК-ВР Комерс	Нафтогазова промисловість
43	JT International Company Ukraine	Тютюнова промисловість
47	Samsung Electronics Україна	Торгівля
50	Global Spirits Group	Алкогольна промисловість
57	Procter and Gamble Україна	Хімічна промисловість
59	Philip Morris Україна	Сільське господарство
66	Nestle Україна	Харчова промисловість
72	Toyota Україна	Машинобудування
73	Shell Україна	Нафтогазова промисловість
75	PepsiCo	Харчова промисловість
76	Kraft Foods Україна	Сільське господарство
98	Carlsberg Україна	Сільське господарство
113	Coca-Cola Україна	Харчова промисловість
124	Nissan Motor Україна	Машинобудування
140	McDonald's Україна	Харчова промисловість
177	Mars Україна	Торгівля

Таким чином, у машинобудуванні, хімічній промисловості, фармацевтиці формується конкурентне середовище, що визначається політико-мультинаціональний корпорацій.

Висновки. Модель гармонізації конкурентного середовища мультинаціональних корпорацій (рис. 1) має враховувати сучасні тенденції розвитку і передбачає побудову інституційного; трудоворесурсного; фінансового; організаційного; інфраструктурного; інформаційного; інноваційного; інвестиційного систем забезпечення.



Рис. 1. Модель гармонізації конкурентного середовища мультинаціональних корпорацій *

* сформовано авторами

Модель передбачає взаємоузгодженість внутрішнього середовища МНК та зовнішнього середовища. Останнє є конкурентним середовищем. Воно формується із урахуванням інтересів та ціле розвитку на лише МНК, але й інших суб'єктів підприємництва.

Таким чином, модель гармонізації конкурентного середовища мультинаціональних корпорацій передбачає, по-перше, контроль за дифузією інновацій та управління процесом розповсюдження знань і технологій; по-друге, генерування нових знань за участю широкого кола суб'єктів світогосподарської системи (перш за все, в рамках механізмів транснаціональної взаємодії), що дозволить здійснювати позитивний вплив на позиції держави в системі світової економіки; по-третє, активізація інвестиційної політики в країнах; по-четверте, інформаційна та економічна безпеки функціонування суб'єктів підприємництва на світових ринках; по-п'яте, формування передумов випереджального розвитку економік країн.

1. 200 крупнейших компаний Украины // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.forbs.ua/ratings/2>
2. Зварич Р. Є. Теоретико-методологічні основи процесів альтерглобалізації / Р. Є. Зварич // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/12062/1/Zvarych%20Roman.pdf>.
3. Козаченко Р. П. Міжнародний трансфер технологій в забезпеченні конкурентного розвитку країн : дис. на здоб. к.е.н. за спец. 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини / Р. П. Козаченко. – К. : НАУ, 2016. – 245 с.
4. Куцик П. О. Глобальна економіка: принципи становлення, функціонування, регулювання та розвитку : монографія / П. О. Куцик, О. І. Ковтун, Г. І. Башнянин. – Львів : Вид-во ЛКА, 2015. – 594 с.
5. Михайлишин Л. І. Системна трансформація інноваційного забезпечення транснаціоналізації світової економіки : дис. на здоб. д.е.н. за спец. 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини / Л. І. Михайлишин. – Вінниця : ДНУ, 2016. – 472 с.
6. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>.
7. Полінкевич О. М. Чинники випереджального розвитку підприємств України та Польщі на світових ринках / О. М. Полінкевич // Зб. наук. пр. «Економічні науки». – Серія «Економіка та менеджмент». – Вип. 13 (50). – Луцьк : Луцький НТУ, 2016. – С. 197–206.
8. Пешко А. В. Транснаціональні компанії і їх роль у міжнародній інвестиційній діяльності / А. В. Пешко, Г. В. Назаренко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2007-2/doc/5/01.pdf>
9. Савич В. О. Погляди гіперглобалістів на сучасний розвиток економіки та політики / В. О. Савич // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. – 2009. – Вип. 1. – С. 145–150.

10. United Nations conference on Trade and development // [Electronic resource]. – Access mode : www.unctad.org.

УДК 658.8

Лорві І. Ф., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ЕФЕКТИВНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРОМ

У статті досліджено теоретичні аспекти визначення понять «ефективність» та «конкурентоспроможність» в системі управління товаром. Проведена систематизація наукових підходів до визначення ефективності товарної політики підприємства. Обґрунтовано загальні критерії ефективності в системі управління товаром.

Ключові слова: товар, ефективність, конкурентоспроможність, ефективна товарна політика.

Lorvi I.

EFFICIENCY IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF THE PRODUCT

The article investigates the theoretical aspects of defining the concepts of «efficiency» and «competitiveness» in the system of product management. The systematization of scientific approaches to the definition of the efficiency of the product policy of the enterprise is carried out. The general criteria of efficiency in product management system are substantiated.

In marketing, the term «efficiency» is used extensively - mainly under, it means the effectiveness of management. Effectiveness is directly related to the production and consumption of socially necessary material and social benefits. The main emphasis is on what the product gives the consumer and what kind of benefit he brings to him.

The main advantage in determining the effectiveness of management is to achieve the goals and effectiveness of commercial activity. That is, profitability and focus on costs. However, in our opinion, these points of view go round the social sphere. Making a profit should not go aside. But the profit depends on the factors of consumer satisfaction and human resource costs. These factors are difficult to estimate by the system «costs-results».

Consequently, we believe that any process or end result can be called effective when the following conditions are fulfilled:

- 1) Achieving maximum social satisfaction.
- 2) Achieving maximum results at minimal cost.
- 3) Achieving strategically meaningful goals.

Effective commodity policy is a managerial, coordinating and stimulating process aimed at increasing the competitiveness of the enterprise by improving the properties and characteristics of the product, brand, packaging, related services, based on the concept of the life cycle of the formation of the range of goods and control over the quality of goods and services. It is a system of managerial influence of an entity on participants in a market environment through various methods, economic regulators, norms and incentives, as well as the result of the interaction of a managed and management system that meets established performance criteria.

Keywords: commodity, efficiency, competitiveness, effective commodity policy.

Лорви И. Ф.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРОМ

В статье исследованы теоретические аспекты определения понятий «эффективность» и «конкурентоспособность» в системе управления товаром. Проведена систематизация научных подходов к определению эффективности товарной политики предприятия. Обоснованно общие критерии эффективности в системе управления товаром.

Ключевые слова: товар, эффективность, конкурентоспособность, эффективная товарная политика.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. У сучасних умовах розвитку ринкових відносин в Україні, які характеризуються посиленням ролі споживачів, невизначеністю умов функціонування підприємств, зростанням ступеня їхньої залежності від зовнішнього оточення, загостренням конкурентної боротьби за ринки збуту товарів, особливої актуальності набуває питання ефективного управління товарною політикою підприємств на основі маркетингу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. У сучасній економічній літературі велика увага приділяється питанням формування товарної політики та розвитку її основних складових: асортиментна політика, життєвий цикл товарів, оновлення продукції, товарна марка та її сервісна підтримка. Значний внесок у розвиток цих напрямків наукових досліджень внесли такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як І. Ансофф,

Л. В. Балабанова, Л. В. Головацька, Е. Дихтль, С. М. Ілляшенко, З. С. Каїра, В. Я. Кардаш, В. Л. Карпенко, Ф. Котлер, Д. Кревенс, Є. В. Криківський, В. В. Кузьменко, О. А. Овечкіна, М. Портер, Д. Хекшер, Н. І. Чухрай та ін. Разом з тим питання оцінки ефективності товарної політики підприємств, основних напрямків її підвищення, особливо в умовах макроекономічної фінансово-економічної кризи, потребують подальших системних досліджень.

Цілі статті. Згідно актуальності метою даної статті є обґрунтування теоретичних засад визначення ефективності товарної політики підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Поняття «товарна політика» у ряді публікацій [1; 2–8] вживається і безпосередньо пов'язується з поняттям «ефективність». Термін «ефективність» з латинського (effectus) означає «дія». У науковій літературі зустрічається декілька концепцій ефективності. Так, часто її визначають як досягнення стратегічно значущих цілей і максимальне забезпечення соціально важливих потреб [2; 4; 8]. Однак найбільш поширене розуміння ефективності: «характеристика якості ..., а саме характеристика з точки зору співвідношення витрат і результатів» [7, с. 3].

Необхідно зауважити, що у маркетингу термін «ефективність» використовується широко – переважно під ним розуміється ефективність управління. Разом з тим, поняття ефективності управлінських процесів залишається недостатньо опрацьованим теоретично. Спочатку вивчення процесів управління та їх ефективності розглядалося з погляду виробництва, на сучасному ж етапі основна увага приділяється ефективності управління підприємством у контексті реалізації товарної політики [9, с. 110].

Ефективність безпосередньо пов'язана із виробництвом необхідних суспільству матеріальних і соціальних благ, а так само як і з їх споживанням, де основний акцент здійснюється на тому, що дає продукт споживачеві та яку користь він йому приносить.

Для позначення якості управлінської діяльності використовується поняття «ефективність управління», необхідність визначення якої обумовлена тим, що вона виступає провідним критерієм для оцінки та вибору рішення. Ефективність управління – предмет

постійної уваги з боку маркетингу, економічної теорії і практики. Враховуючи багатозначність й багатоаспектність поняття ефективності стосовно процесу управління, його розуміння істотно ускладнюється, оскільки слід брати до уваги ефективність управління у цілому, ефективність систем управління та ефективність виробництва. Розглянемо думки деяких авторів з цього приводу.

Згідно О. І. Іщенко та О. І. Маслак «ефективність управління визначається насамперед тим, якою мірою система управління сприяє задоволенню безперервно зростаючих потреб суспільства... Ефективність управління характеризує отриманий результат (обсяг реалізованої продукції) у зіставленні з витратами на його виробництво та збут» [7, с. 4].

У поданому визначенні акцент робиться на необхідності задоволення інтересів і потреб суспільства, що відображає головний принцип сучасної економіки – орієнтувати виробництво на результат. Однак ефективність слід розглядати не тільки як результат, але і як процес. Тому у даному випадку ми визначаємо ефективність управління як процес, спрямований на досягнення запланованих результатів.

Ломовських Л. О. та Я. О. Фатуллаєва розуміють суть ефективності управління «...у скороченні витрат на одиницю продукції та підвищенні рентабельності виробництва» [4, с. 215]. З точки зору Б. Хендерсона, ефективність управління слід розглядати як «продуктивну, дієву, що забезпечує необхідні результати, – результат функціонування системи управління і праці в ній, який забезпечує досягнення поставлених перед керованою системою цілей при прийнятих витратах на управління» [8, с. 7–8].

Основна перевага при визначенні ефективності управління за вищеподаними формулюваннями віддається досягненню поставлених цілей і ефективності комерційної діяльності, тобто рентабельності, а також загострено увагу на витратах. Проте, на нашу думку, ці точки зору йдуть в обхід соціальної сфери. Отримання прибутку не повинно відходити на другий план, але і прибуток залежить від факторів задоволеності споживачів та витрат людських ресурсів, які важко оцінити за системою «витрати – результати».

Виходячи з вище викладеного, вважаємо, що будь-який процес або кінцевий результат можна назвати ефективним лише за умови, якщо вони задовольняють наступним критеріям:

- 1) досягнення максимальної соціальної задоволеності;
- 2) досягнення максимальних результатів при мінімальних витратах;
- 3) досягнення стратегічно значущих цілей.

Враховуючи основні напрямки товарної політики, очевидно, що розуміння ефективності товарної політики має особливий взаємозв'язок з вимірюванням конкурентоспроможності. У результаті порівняння понять «конкурентоспроможність» та «ефективність» з точки зору ознак, структури і призначення отримано результати, відображені у табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння понять
«конкурентоспроможність» та «ефективність» *

Критерії порівняння	Конкурентоспроможність	Ефективність
Ознака	Визначається рівнем привабливості продукції підприємства	Характеризує співвідношення «результат – витрати»
Показник	Визначається як складний якісний показник. Використовується для виміру здатності підприємства виробляти більш привабливі товари, послуги	Визначається як складний якісний показник. Виражається співвідношенням витрат і результатів
Призначення	Відображає взаємозв'язок явищ, що не взаємодіють напряду	Показує не лише взаємозв'язок явищ, але й їхню взаємодію

* сформовано на основі даних джерел: [1; 3; 7]

Дані табл. 1 дозволяють визначити, що конкурентоспроможність – це передусім результат оцінки продукції споживачем, а ефективність визначається внутрішньою оцінкою підприємства. Для підтримання та підвищення конкурентних переваг підприємству необхідно постійно збільшувати капіталовкладення, а ефективність визначається оптимальним використанням наявних ресурсів. Збільшення витрат на підвищення конкурентоспроможності не завжди відображає підвищення ефективності, проте підвищення ефективності завжди призводить до підвищення конкурентоспроможності. На наше переконання, ці дві категорії (конкурентоспро-

можність і ефективність) безпосередньо відображають рівень товарної політики підприємства.

Висновки. У результаті, беручи до уваги критерії ефективного управління і товарну політику, яка розглядається як інструмент управління та підвищення конкурентоспроможності підприємства, пропонується наступне тлумачення ефективної товарної політики. Ефективна товарна політика – це керуючий, координуючий і стимулюючий процес, спрямований на підвищення конкурентоспроможності підприємства шляхом поліпшення властивостей та характеристик товару, марки, упаковки, супутніх послуг, який базується на концепції життєвого циклу формування асортименту товарів та контролі за якістю товарів і послуг. Це система управлінського впливу суб'єкта господарювання на учасників ринкового середовища за допомогою різних методів, економічних регуляторів, нормативів і стимулів, а також результат взаємодії керованої та керуючої системи, що відповідає встановленим критеріям результативності.

1. Головацька Л. В. Товарна політика в системі управління маркетингом / Л. В. Головацька // Наукові записки Української академії друкарства. – 2011. – №4. – С. 111–117.
2. Верба В. А. Оптимізація товарного портфеля як чинник підвищення економічної ефективності виробничого підприємства / В. А. Верба, В. В. Ліщинська // Проблеми економіки. – 2014. – №4. – С. 262–268.
3. Дайновський Ю. А. Особливості оцінювання економічної ефективності прийомів управління та маркетингу / Ю. А. Дайновський // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №4. – С. 143–153.
4. Ломовських Л. О. Управління маркетингом та економічна ефективність виробництва продукції / Л. О. Ломовських, Я. О. Фатуллаєва // Вісник ХНАУ імені В. В. Докучаєва. – Серія: Економічні науки. – 2014. – №5. – С. 214–219.
5. Фролова Л. Концептуальні положення щодо вибору маркетингової товарної стратегії підприємства / Л. Фролова, А. Наторіна // Науковий вісник. – 2015. – №10. – С. 188–197.
6. Іщенко О. І. Методичні аспекти визначення рівня ефективності товарної політики промислового підприємства / О. І. Іщенко, О. І. Маслак // Ефективна економіка. – 2014. – №9. – С. 3–4.
7. Хендерсон Б. Продуктовий портфель / Б. Хендерсон // Бостонская консалтинговая группа BCG Review : Дайджест. – 2008. – №2. – С. 7–8.
8. Синяева И. М. Управление маркетингом : учеб. пособ. / И. М. Синяева. – [2-е изд., перераб. и доп.]. – М. : Вузовский учебник, 2014. – 415 с.

УДК 339.138

Морохова В. О., к.е.н., професор,

Дроздовська Н. Ю.

Луцький національний технічний університет

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ЇЇ ВИБОРУ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті досліджено теоретичні підходи до розкриття змісту поняття маркетингової стратегії та систематизовано її класифікацію. Обґрунтовано рекомендації щодо вибору підприємством ефективної маркетингової стратегії.

Ключові слова: маркетингова стратегія, маркетингова ціль, класифікація маркетингових стратегій, реалізація стратегії, ефективність стратегії.

Morokhova V., Drozdovska N.

MARKETING STRATEGY AND THE FOUNDATIONS OF MARKETING STRATEGY CHOICE UNDER THE MODERN CONDITIONS OF MANAGEMENT

It has been proved that there is no marketing strategy for solving all problems, because each single enterprise is unique and the conditions in which it functions to achieve its goals are unique too.

It was suggested to consider the marketing strategy as a strategic direction of the enterprise, which is based on a long-term multi-stage action plan and uses a set of tools for achievement of different goals, in particular long-term income growth by means of satisfaction or forming of positive demand.

There is a number of features that are inherent to marketing strategy of modern enterprises: being long-term oriented; being a means of marketing goal realization; being based on the results of marketing strategic analysis; having a certain subordination in the hierarchy of enterprise strategies (functional strategy); it determines enterprise's market direction .

The classification of marketing strategies has been systematized. It was suggested to distinguish between the following classifying attributes: general economic state of the enterprise; the level of market segmentation; method of target market selection, the ratio of the relative market share of the enterprise and the growth rate of its sales market; competitive status; elements of the marketing complex; stage of the product cycle; terms of its realization; competitive advantages (by M. Porter); features according to Boston Consulting Group's «product-market» matrix; features according to McKensey matrix.

As the study has shown, while choosing a specific marketing strategy a business entity needs to align marketing goals with the company's ultimate goals in order to prevent the contradiction between marketing strategy and general strategy of enterprise development. The scholars claim that the following aspects might help an enterprise choose an acceptable strategy: the position of the company on the market, resources supply, level of production costs and marketing costs.

It has been proved that marketing strategy should correspond to the general concept of enterprise development. It should take into account the strengths of the enterprise on the market as compared to its competitors. While setting the goals, attention should be paid to the enterprise potential and consumer inquiries. The basic factors of successful realization of a chosen marketing strategy have been described.

Key words: marketing strategy, marketing goal, classification of marketing strategies, strategy implementation, strategy efficiency.

Морохова В. О., Дроздовская Н. Ю.

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ И ОБОСНОВАНИЕ ЕЕ ВЫБОРА КОМПАНИЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В статье исследованы теоретические подходы к раскрытию содержания понятия маркетинговой стратегии и систематизировано ее классификацию. Обоснованы рекомендации по выбору предприятием эффективной маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, маркетинговая цель, классификация маркетинговых стратегий, реализация стратегии, эффективность стратегии.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Темпи ринкових змін у світовій і національній економіці постійно зростають. За таких умов успішна економічна діяльність неможлива без ефективного управління і стратегічного планування. Вирішальним фактором такого успіху є розробка і реалізація загальнокорпоративних і маркетингових стратегій ринкової орієнтації, спроможних адаптувати підприємства до змін зовнішнього середовища. За допомогою обґрунтованої маркетингової стратегії підприємство може досягнути конкурентних переваг за рахунок гнучкості, адаптуватись до ринкових змін, ефективно використовувати усі ресурси та досягти синергізму стратегічної діяльності фірми, тобто посилити стратегічний баланс її портфеля бізнесу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питанням дослідження сутності поняття

«маркетингова стратегія» займалися такі зарубіжні та вітчизняні вчені як: А. Алфьоров, Л. Балабанова, Є. Венигор, С. Гаркавенко, А. Григор, Н. Куденко, А. Павленко, А. Войчак, І. Решетникова, Г. Ассель, І. Ансоф, Ф. Котлер, М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, та багато інших. Але, незважаючи на численні публікації, проблема розуміння та вибору маркетингової стратегії є актуальною на сьогоднішній день.

Цілі статті. Відповідно до актуальності метою статті є розкриття змісту поняття «маркетингова стратегія» та обґрунтування її вибору підприємством, виходячи із загальної концепції розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На сучасному етапі розвитку українська економіка відзначається високим рівнем нестабільності. Саме тому вітчизняні підприємства приділяють все більше уваги формуванню маркетингової стратегії, як головному інструменту ведення ефективної діяльності в постійно мінливих умовах. Це пов'язано з тим, що маркетингова стратегія дозволяє забезпечувати обґрунтовану методологічну базу для прийняття управлінських рішень, і сформуванню єдиного апарату стратегічного планування маркетингової діяльності.

Дослідження економічної наукової літератури показало, що нині існує багато різноманітних підходів до визначення поняття «маркетингова стратегія» серед як зарубіжних, так і вітчизняних авторів [1–3; 5; 7]. Узагальнення основних підходів відображено на рис 1.

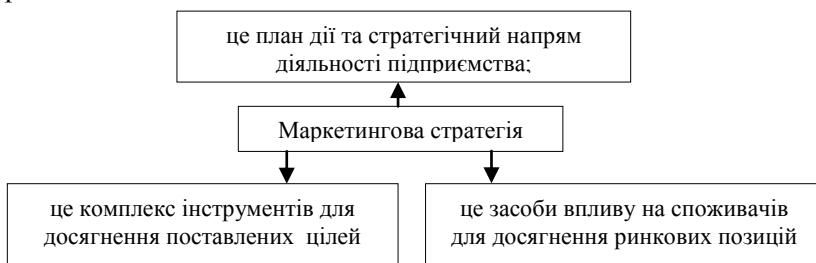


Рис. 1. Сутність підходів до визначення терміну «маркетингова стратегія»

Проаналізувавши різні трактування, на наш погляд, маркетингова стратегія – це стратегічний напрям діяльності підприємства, що базується на довгостроковому, багатоетапному плані дій з використанням наявного набору засобів, спрямованих на досягнення поставлених цілей, зокрема, зростання прибутковості діяльності в довгостроковому періоді через задоволення або формування позитивного попиту.

До основних особливостей маркетингової стратегії підприємства Куденко Н. В. [7] відносить те, що вона є: довгостроково орієнтованою; являє собою засіб реалізації маркетингових цілей підприємства; базується на результатах маркетингового стратегічного аналізу; має певну підпорядкованість в ієрархії стратегій підприємства (функціональна стратегія); визначає ринкове спрямування діяльності підприємства.

У світовій практиці доведено, що не існує для всіх підприємств єдиної уніфікованої маркетингової стратегії підприємства, яка здатна розв'язати всі проблеми, тому що кожне окреме підприємство, умови в яких воно діє та поставлені цілі є унікальними. Ці обставини обумовлюють необхідність вибору маркетингових стратегій, виходячи із загальної концепції підприємства, ресурсів, креативності та кваліфікованості управлінського персоналу.

Систематизовані класифікаційні ознаки та відповідні їм маркетингові стратегії наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Класифікація маркетингових стратегій

Класифікаційна ознака	Стратегії
1	2
Загальноекономічний стан підприємства	виживання; стабілізації; зростання
Ступінь сегментації ринку збуту	агрегована; диференційована; концентрована
Метод обрання цільового ринку	товарної спеціалізації; сегментної спеціалізації; односегментної концентрації; вибіркової спеціалізації; повного охоплення
Співвідношення відносної ринкової частки підприємства та темпу зростання його ринку збуту	розвитку; підтримання; збирання врожаю; елімінації
Конкурентний стан	лідера; членджера; послідовника; нішева
Елементи маркетингового комплексу	товарна; цінова; товарного руху (розподілу); просування

продовж. табл. 1

1	2
Стадія життєвого циклу товару	впровадження; зростання; насичення; виведення товару (виходу) з ринку
Термін реалізації	довгострокова; середньострокова; коротко-строкова
Конкурентні переваги (за М. Портером)	цінового лідерства; диференціації; фоку-сування
За матрицею «товар-ринок»	стратегія проникнення на ринок; стратегія розвитку ринку; стратегія розробки товару; стратегія диверсифікації
За матрицею Бостонської консалтингової групи	інтенсифікація маркетингових зусиль; під-тримання існуючого становлення; зменшення зусиль або продажів
За матрицею Мак-Кінсі	інвестиції і зростання; селективне зростання; отримання прибутку і відмова від участі; деінвестування; отримання прибутку; вибірковість

* сформовано на основі даних джерела: [6–8]

Підприємству для вибору конкретної маркетингової стратегії необхідно узгодити цілі маркетингу із загальними цілями підприємства з метою запобігання протиріччям маркетингової стратегії та загальної стратегії розвитку підприємства.

Як свідчать дослідження, маркетингові цілі в основному стосуються двох аспектів діяльності сучасних підприємств – товарів та ринків. Таким чином, маркетингові цілі підприємства – це конкретні якісні та кількісні зобов'язання підприємства у показниках обсягу продажу або прибутку, котрі можуть бути досягнуті за певний період часу. До найбільш поширених маркетингових цілей відносять: прибутковість інвестицій; прибутковість акцій; збільшення ринкової частки; збільшення частки нових продуктів тощо.

В ході вибору прийнятної стратегії враховуються особливості підприємства, а саме: позиція підприємства на ринку, забезпеченість його ресурсами, рівень витрат на виробництво й маркетинг. Маркетингова стратегія полягає у визначенні відповідних продуктів, послуг і ринків, на яких вони будуть запропоновані, а також ефективного складу комплексу маркетингу [4].

Оптимальною, на нашу думку, слід вважати таку маркетингову стратегію, яка: забезпечує фірмі стійку конкурентну перевагу;

забезпечує найефективніше досягнення маркетингових і загальнофірмових цілей; ґрунтується на використанні ринкових можливостей і знешкодженні ринкових загроз; є мобільною й адаптивною до ринкових змін; характеризується невисоким ризиком; є реальною, тобто відповідає ресурсним можливостям фірми; є сумісною з організаційною структурою фірми та її корпоративною культурою; забезпечує синергізм стратегічної діяльності фірми, тобто посилює стратегічний баланс її портфеля бізнесу.

Якщо ефективність стратегії розглядати як співвідношення між її результативністю та витратами на її реалізацію, то порівняльна прогнозна ефективність стратегії може бути оцінена за формулою [9]:

$$K_e = \frac{P_e}{Z_e} = \frac{\sum_{i=1}^m K_{ei} O_i}{\sum_{j=1}^n K_{cj} O_j} \quad (1)$$

де K_e – загальна експертна оцінка ефективності певного варіанта стратегії;

P_e – загальна експертна оцінка результативності певного варіанта стратегії за всіма цілями;

K_{vi} – коефіцієнт вагомості i -цілі;

O_i – оцінка результативності даного варіанта за i -ціллю;

Z_e – загальна експертна оцінка необхідних зусиль і складності реалізації даного варіанта стратегії;

K_{cj} – коефіцієнт складності використання j -ресурсу фірми;

O_j – оцінка необхідної величини j -ресурсу для даного варіанта стратегії.

Лише за умови ефективності маркетингової стратегії в процесі її реалізації фірма матиме стратегічний успіх і досягне поставлених цілей.

На нашу думку, основними факторами успішної реалізації обраної маркетингової стратегії можуть бути:

- створення відповідних організаційних можливостей для ефективного виконання обраної стратегії;

- наявність відповідної корпоративної політики, яка б забезпечувала реалізацію стратегії;

- ефективного управління бюджетом для оптимального розміщення ресурсів підприємства;
- створення та коригування відповідної системи мотивації працівників, з метою досягнення найкращих результатів реалізації стратегії;
- контроль за реалізацією стратегії та її ефективністю.

В цілому, реалізація стратегії являє собою процес трансформації стратегії маркетингу в конкретні дії шляхом розробки маркетингового плану та бюджету. Цей процес може передбачати зміни в бізнес-структурі, культурі та системі управління підприємством (фірмою).

Висновки. Отже, маркетингова стратегія має відповідати загальній концепції розвитку підприємства, повинна враховувати сильні сторони підприємства на ринку в порівнянні з конкурентами, свій потенціал та запити споживачів в процесі обрання цілей. Стратегій маркетингу може бути багато, але головне – вибрати найбільш вдалу з них для кожного ринку і кожного товару, тобто стратегію, яка відповідала б вимогам досягнення маркетингових цілей.

1. Балабанова Л. В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю : монографія / Л. В. Балабанова, Ю. М. Логвіна. – Донецьк: Донец. Нац ун-т економіки і торгівлі ім М. Туган-Барановського, 2012. – 249 с.
2. Венигор Є. В. Маркетингова стратегія підприємства / Є. В. Венигор // Управління розвитком. – 2014. – №5. – С. 27–28.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручн. / С. С. Гаркавенко. – [7-е вид.]. – К. : Лібра, 2010. – 720 с.
4. Карачина Н. П. Змістовність поняття «маркетингова стратегія підприємства» та особливості її розробки / Н. П. Карачина, І. В. Зозуля // Економічний простір. – 2017. – №119. – С. 165–172.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Дж. Сондерс. – [5-е европейское изд.]. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2013. – 752 с.
6. Крамарчук С. П. Методичні аспекти формування маркетингової стратегії туристичних підприємств / Міжнародні економічні відносини та світове господарство / С. П. Крамарчук, Н. П. Лубкей // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – №7. – С. 41–43.
7. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : підручн. / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2012. – 523 с.
8. Міщенко В. А. Формування маркетингової стратегії промислового підприємства на зовнішньому ринку на основі моделі «4С» / В. А. Міщенко, О. Г. Мартиненко // Вісник НТУ «ХП». – 2013. – №24 (997). – С. 96–99.

9. Сагайдак М. П. Ефективність використання маркетингових стратегій промисловими підприємствами / М. П. Сагайдак, М. І. Іщенко, З. Й. Гелевачук // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – №18. – С. 64–68.

УДК 658.7

Морохова В. О., к. е. н., професор,

Шевчук І. В.

Луцький національний технічний університет

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Стаття присвячена вивченню теоретичних і практичних аспектів ефективного використання і подальшого нарощування потенціалу підприємств. Проведено огляд наукових підходів до розуміння сутності потенціалу підприємства, а також взаємозалежності таких понять, як потенціал, розвиток та конкурентоспроможність. Обґрунтовано необхідність розробки підприємствами економічної стратегії розвитку на засадах застосування інтегральних показників.

Ключові слова: розвиток, управління розвитком, потенціал підприємства, структура потенціалу, стратегія розвитку, кількісні та якісні зміни.

Morohova V., Shevchuk I.

MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE ON THE BASIS OF EFFECTIVE USE OF RESOURCE POTENTIAL

Article is devoted to studying of theoretical and practical aspects of effective use and further capacity-building of the enterprises.

It is proved that priority activity of the enterprises in modern conditions of managing is formation and assessment of the current and perspective opportunities of the enterprise, that is his potential. Authors consider internal capacity of the enterprise the main resource of his development.

The review of scientific approaches to understanding of essence of capacity of the enterprise is carried out. It is noted that practically all approaches lean on resources of the enterprise, on the one hand, and achievements with their help of the purposes, with another. The interdependence of such concepts as potential, development and

competitiveness are considered. The conclusion is drawn that presence of positive parameters at the enterprise (competitiveness, investment attractiveness and development) is formed by appropriate level of his potential, that is set of the existing opportunities and reserves for further development.

It is investigated block and modular and functional structurization of capacity of the enterprise. As has shown a research, the greatest distribution was gained by the resource concept within which allocation of the following elements is provided: technical, technological, personnel, spatial, information, financial resources and resources of organizational structure of a control system.

Need of development of the economic development strategy by the enterprises on the basis of application of integrated indicators is proved. Such approach will allow to provide basic fullest and general assessment to the level of development of the enterprise. In turn, productive manifestation of development for the enterprise will consist in realization of quantitative and high-quality changes, increase in capacity of the enterprise, ensuring ability of the enterprise to counteract negative impacts of the external environment and increase in viability of the enterprise.

Keywords: development, management of development, capacity of the enterprise, structure of potential, development strategy, quantitative and high-quality changes.

Морохова В. А., Шевчук И. В.

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ПРИНЦИПАХ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА

Статья посвящена изучению теоретических и практических аспектов эффективного использования и дальнейшего наращивания потенциала предприятий. Проведен обзор научных подходов к пониманию сущности потенциала предприятия, а также взаимозависимости таких понятий, как потенциал, развитие и конкурентоспособность. Обоснована необходимость разработки предприятиями экономической стратегии развития на основе применения интегральных показателей.

Ключевые слова: развитие, управление развитием, потенциал предприятия, структура потенциала, стратегия развития, количественные и качественные изменения.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. В умовах ринку, що характеризуються нестабільністю, одним з першочергових завдань керівництва стає формування та оцінка поточних та перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу, збалансування можливостей підприємства з потенціалом зовнішнього середовища для досягнення запланованих задач та з метою

виживання в умовах конкуренції сьогодні та в перспективі. Саме внутрішній потенціал підприємства необхідно вважати головним ресурсом його розвитку. З огляду на це, забезпечення ефективного використання і подальшого нарощування потенціалу має стати одним з головних пріоритетів діяльності як керівництва підприємства, так і усіх його підрозділів.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблем. Більшість теоретичних концепцій розвитку потенціалу, його структури та властивостей, що лежать в основі його використання, як свідчить аналіз наукових публікацій, є недостатньо обґрунтованими або суперечливими. В економічній літературі недостатньо уваги приділено ефективності використання потенціалу. Це, своєю чергою, негативно вплинуло на формування методології та методики його використання на підприємствах. Тому постає об'єктивна необхідність у пошуку нових підходів до забезпечення ефективного використання потенціалу підприємств, що потребує з'ясування низки питань щодо економічної сутності, властивостей, структури потенціалу, а також стратегії його використання.

Цілі статті. Метою даної статті є поглиблення теоретичного обґрунтування сутності управління розвитком підприємств на засадах ефективного використання ресурсного потенціалу та визначення особливостей формування стратегічних напрямів розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Визначення стратегії розвитку підприємства ґрунтується на наявності у нього потенціалу. Стосовно економіки в контексті соціально-економічних систем, до яких належить будь-яке підприємство, потенціал є сукупністю ресурсів. Окремі науковці соціально-економічну систему визначають як сукупність ресурсів з обов'язковою і домінуючою участю людського чинника, об'єднаних для досягнення деякої мети економічного характеру, організованих належним чином і діючих як єдине ціле.

Найбільш поширене трактування сутності потенціалу підприємства як сукупності природних умов і ресурсів, можливостей, запасів і цінностей, що можуть бути використані для досягнення

певних цілей [1–4]. Крім того, іноді потенціал підприємства визначають як можливості господарської системи виробляти продукцію або як можливості продуктивних сил забезпечувати певний ефект. Таким чином, практично всі визначення тією чи іншою мірою спираються на ресурси підприємства, з одного боку, та досягнення з їхньою допомогою поставлених цілей, з іншої.

Н. С. Краснокутська [4] виділяє дві основні складові потенціалу підприємства, а саме: ресурси як базис у формуванні потенціалу та здібності підприємства мобілізувати дані ресурси у ході здійснення комплексу дій (бізнес-процесів). З урахуванням того, що сукупність таких здібностей в економічній літературі прийнято називати компетенціями, то потенціал підприємства вищезгаданий науковець визначає як можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів.

Різноманіття підходів до розуміння сутності потенціалу підприємства дозволяє вважати його багаторівневим і багатоаспектним поняттям, зміст якого розкривається у всьому комплексі його проявів.

О. Є. Кузьмін та О. Г. Мельник [5] розглядають потенціал підприємства як його можливості щодо створення та забезпечення перспектив функціонування. Крім того, вищезгадані науковці за результатами дослідження практики функціонування вітчизняних підприємств дійшли висновку, що потенціал підприємства залежить від трьох взаємопов'язаних чинників: конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та розвитку підприємства.

Потенціал підприємства як його можливість щодо формування перспективи зумовлюється насамперед конкурентоспроможністю підприємства. Достатній рівень конкурентоспроможності підприємства на певному ринку створює умови для його подальшого розвитку, але перехід на якісно новий рівень розвитку неможливий без значних інвестувань, що зумовлює важливість створювати та формувати інвестиційну привабливість підприємства.

Крім того, на взаємозалежності таких понять як потенціал, розвиток та конкурентоспроможність підприємства акцентували увагу А. Е. Воронкова та Ю. С. Погорелов, відмітивши, що досліджувані метахарактеристики підприємства у взаємному впливі є

стимулянтами, тобто кожна з них впливає на інші позитивно. За результатами якісного діалектичного аналізу зв'язку потенціалу підприємства та його розвитку А. Е. Воронкова та Ю. С. Погорелов [3] зробили такі висновки:

- потенціал є характеристикою поточного стану підприємства й передумовою формування його майбутніх результатів і майбутнього стану, а розвиток є шляхом переходу від поточного до майбутнього стану підприємства;

- кількісне накопичення потенціалу підприємства (у вигляді збільшення виробничо-фінансових, інтелектуальних і трудових можливостей) сприяє виникненню якісно нових шляхів та можливостей розвитку підприємства;

- розвиток підприємства в довгостроковому періоді є причинно-наслідковою основою формування його нового потенціалу, а створений потенціал підприємства є причинно-ресурсною основою для його подальшого розвитку;

- в довгостроковому періоді розвиток підприємства сприяє посиленню його потенціалу, а міцний потенціал створює сприятливі умови для подальшого розвитку, тобто дані поняття є взаємозумовлюючими.

З метою більш детального дослідження впливу потенціалу як основи розвитку підприємства вищезгадані науковці звернулися до складових поняття розвитку підприємства й розглянули потенціал підприємства як основу для формування кожної з таких складових, як: кількісні та якісні зміни; поліпшення; довготривалість; процесний характер; сукупність процесів; збільшення потенціалу підприємства; адаптація до зовнішнього середовища та здатність протидіяти його негативним впливам; підвищення життєздатності підприємства; внутрішня інтеграція підприємства.

Таким чином, можна стверджувати, що потенціал підприємства є основою його довготривалого розвитку, причому такий зв'язок є причинно-наслідковим.

При формуванні та використанні потенціалу підприємства проводиться його декомпозиція на компоненти, встановлюються їх функції і зв'язки, тобто здійснюється структуризація. Чіткого та однозначного уявлення про структуру потенціалу підприємства поки не сформульовано. Це обумовлено тим, що дослідження з

даної проблеми здійснюються в рамках окремих проявів потенціалу. У результаті накопичено багатий інструментарій оцінки ринкових, виробничих, фінансових можливостей підприємства, але разом з тим відчувається недолік повноти охоплення та систематизованого підходу в представленні структури його сукупного потенціалу. Оптимальна структура потенціалу повинна мати мінімальну кількість компонентів, але, разом з тим, вони повною мірою повинні виконувати задані функції. Існує кілька можливих підходів до структуризації потенціалу підприємства: блочно-модульна структуризація та функціональна структуризація.

Блочно-модульна структуризація потенціалу підприємства заснована на взаємодії трьох складових, які охоплюють всі стратегічні компоненти підприємства, що дозволяють досягати поставлені цілі, та найбільш повно характеризують внутрішній стан підприємства – ресурсів, системи управління та діяльності персоналу [8].

Відповідно до ресурсної концепції, потенціал підприємства розглядається як система ресурсів, що вступають у взаємодію й обумовлюють досягнуті результати. Блок ресурсів, незважаючи на нібито однозначність їхнього трактування, в економічній літературі представляється різним набором модулів. Так, автори блочно-модульної структуризації пропонують у складі ресурсів виділяти кадрові, інформаційні, фінансові та матеріальні. Однак, такий підхід, на думку Н. С. Краснокутської, упускає з розгляду цінні організаційні ресурси та нематеріальні активи [4].

Найбільше поширення одержала концепція виділення в сукупності ресурсів наступних елементів: технічні ресурси (виробничі потужності та їхні особливості, обладнання, матеріали і т. ін.); технологічні ресурси (технології, наявність конкурентоспроможних ідей, наукові розробки й ін.); кадрові ресурси (кваліфікаційний, демографічний склад працівників, їхнє прагнення до знань і удосконалювання, інтелектуальний капітал); просторові ресурси (характер виробничих приміщень і території підприємства, розташування об'єктів нерухомості, комунікацій, можливість розширення й ін.); інформаційні ресурси (кількість і якість інформації про внутрішнє та зовнішнє середовище, каналів її поширення, можливості розширення та підвищення вірогідності інформаційної бази і т. ін.); ресурси організаційної структури системи управ-

лінія (характер і гнучкість керуючої системи, швидкість проходження керуючих впливів і ін.); фінансові ресурси (наявність і достатність власного та позикового капіталу, стан активів, ліквідність, наявність кредитних ліній і т. ін.).

Кожний із зазначених видів ресурсів становить сукупність можливостей досягнення цілей підприємством. Це означає, що маючи у своєму розпорядженні ті чи інші засоби виробництва, кадри, виробничі приміщення з певними характеристиками, спорудження та інші ресурси, підприємство тією чи іншою мірою здатне задовольняти потреби та запити потенційних покупців.

Крім ресурсної складової в сучасній економічній науці виділяють блок системи управління, в рамках якого розрізняють три підсистеми: а) планування (націлена на виявлення майбутнього потенціалу успіху; з урахуванням довгострокових цілей підприємство повинне вирішити, чи треба намагатися формувати новий потенціал або діяти за раніше наміченим курсом, тобто використовувати уже виявлений); б) реалізації (має завданнями створення нового потенціалу та перетворення існуючого у фактори успіху); в) контролю (виконує функції перевірки ефективності здійснення планів і рішень: чи дотримуються плани, чи досягається адекватна конкурентна позиція, чи забезпечує ця позиція задовільні результати).

В цілому, процес формування потенціалу підприємства полягає у створенні й організації системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був чинником успіху в досягненні цілей діяльності підприємства [6].

Щоб забезпечити ефективну діяльність та конкурентоспроможність сучасне підприємство повинно мати добре обґрунтовану стратегію, а також повинно бути готовим адаптуватися до випадкових обставин, виникнення яких можливо в майбутньому.

Розглядаючи стратегію розвитку підприємства, Т. В. Пуліна та К. В. Цускарь [9] вважають за необхідне проаналізувати дві категорії її складових: такі, що реалізуються у зовнішній сфері підприємства (ресурсно-ринкова стратегія, інтеграційна стратегія, товарно-ринкова стратегія, стратегія ціноутворення) та такі, що реалізуються у внутрішній сфері підприємства (виробнича стратегія; кадрова стратегія; стратегія управління).

Існують й інші підходи до класифікації стратегій. Так, відповідно до класифікації М. Портера [7], підприємство може застосовувати в бізнесі стратегію диференціації, стратегію управління витратами (лідерство за витратами) та стратегію фокусування.

Стратегічний набір являє собою систему стратегій різного типу, що їх розробляє підприємство на певний відрізок часу, яка відбиває специфіку функціонування та розвитку підприємства, а також рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі. Метою стратегічного набору є заповнення «стратегічної прогалини» діяльності підприємства, тобто забезпечення умов для його саморозвитку.

Заслужує на увагу методика оцінки рівня розвитку підприємства Р. В. Фецура та В. Ю. Самуляка [10]. Ґрунтуючись на основних принципах формування системи показників оцінювання діяльності підприємств, вже існуючих системах показників та власних дослідженнях, науковцями було сформовано систему факторних оцінок рівня розвитку підприємств, яка містить три цільові групи: 1) показники використання ресурсів (R); 2) показники продукції (P); 3) показники економічної ефективності (E). Даний підхід до оцінювання рівня розвитку підприємств відзначається обґрунтованістю і доступністю.

Можливість отримання узагальнюючих висновків, розроблення та прийняття стратегічних рішень щодо управління розвитком обумовлюють необхідність розробки та застосування інтегральних показників розвитку, які б надавали принципову, максимально повну та загальну оцінку рівню розвитку компанії. Однак, використання інтегральних показників розвитку компанії має певні проблеми концептуального та методичного характеру. Передусім це стосується ідентифікації механізму впливу змін в окремих складових системи на загальний результат діяльності компанії. До того ж складним завданням виявляється кількісна фінансова або нефінансова оцінка ідентифікованих змін.

Висновки. Перед підприємствами, що функціонують у сучасних умовах господарювання гостро постає питання виживання і ефективної діяльності у довгостроковій перспективі. Це обумовлює необхідність розробки усіма підприємствами економічної стратегії розвитку. За своїм змістом розвиток підприємства є

сукупністю процесів, які сумарно ведуть до збільшення потенціалу підприємства. Явними формами прояву таких процесів виступають кількісні та якісні зміни, адаптація до зовнішнього середовища підприємства та внутрішня інтеграція підприємства. Результативний прояв розвитку для підприємства полягає в реалізації кількісних та якісних змін, збільшенні потенціалу підприємства, забезпеченні здатності підприємства протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища та підвищенні життєздатності підприємства. Тому для забезпечення розвитку підприємств необхідний пошук нових підходів стосовно формування і використання ресурсного потенціалу.

1. Бачевський Б. Є. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посібн. / Б. Є. Бачевський, І. В. Заблодська, О. О. Решетняк. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.
2. Блонська В. І. Методичні підходи до оцінки потенціалу підприємства у ході формування стратегічних переваг / В. І. Блонська, С. Я. Нагірна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.2. – С. 150–155.
3. Воронкова А. Е. Потенціал підприємства як основа його довгострокового розвитку / А. Е. Воронкова, Ю. С. Погорелов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №4(94). – С. 77–82.
4. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
5. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : підручн. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : ТОВ «Академвидав», 2003. – 416 с.
6. Погорелов Ю. С. Розвиток підприємства: поняття та види / Ю. С. Погорелов // [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://masters.donntu.edu.ua/2011/iem/bashkevich/library/tez7.htm>
7. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Портер. – [пер.с англ.]. – К. : Основи, 1997. – 563 с.
8. Прийма Л. Р. Розвиток підприємства: сутність поняття / Л. Р. Прийма, І. Я. Кулиняк // Зб. наук.-техн. пр. «Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України». – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.10. – 400 с. – С. 236–241.
9. Пуліна Т. В. Особливості системного підходу до стратегічного управління розвитком підприємства / Т. В. Пуліна, К. В. Цускарь // Економічний простір, 2013. – №73. – С. 235–244.
10. Фещур Р. В. Групи показників (індикаторів) оцінювання рівня розвитку підприємств / Р. В. Фещур, В. Ю. Самуляк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів : Вид-во Львівська політехніка, 2010. – №691. – С. 231–239.

УДК 346.7:336.743

Мостовенко Н. А. к.е.н., доцент,

Коробчук Т. І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

РЕГУЛЯТОРНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОЇ ВІРТУАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ

У статті проаналізовано еволюцію становлення цифрової валюти як форми грошових платежів на електронній основі. Обґрунтовано поняття цифрової віртуальної валюти. Виявлено зміст основних видів цифрової віртуальної валюти. Встановлено особливості регулювання обігу цифрової віртуальної валюти. Представлено групування країн за правовим визнанням цифрової віртуальної валюти.

Ключові слова: цифрова валюта, електронні гроші, віртуальна валюта, криптовалюта, мережеві гроші, регулювання.

Mostovenko N., Korobchuk T.

REGULATORY FEATURES OF THE USE OF DIGITAL VIRTUAL CURRENCY

The evolution of the formation of the digital currency as a form of cash payments on an electronic basis is analyzed in the article, highlights and characterizes its main stages. The concept of digital virtual currency is substantiated. The content of the main types of digital virtual currency and its key characteristics are revealed. The conditions of appearance of new virtual forms of currency are analyzed. The peculiarities of the regulation of the circulation of digital virtual currency are established. The complexity of its legal status is highlighted. The grouping of countries for the legal recognition of the digital virtual currency, in particular Bitcoin as its most common form, is presented. A characteristic is given to each group.

Key words: digital currency, electronic money, virtual currency, crypto foreign currency, network money, regulation.

Мостовенко Н. А., Коробчук Т. И.

РЕГУЛЯТОРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ВИРТУАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ

В статье проанализирована эволюция становления цифровой валюты как формы денежных платежей на электронной основе. Обосновано понятие

цифровой виртуальной валюты. Выявлено содержание основных видов цифровой виртуальной валюты. Установлены особенности регулирования обращения цифровой виртуальной валюты. Представлены группировки стран по правовому признанию цифровой виртуальной валюты.

Ключевые слова: цифровая валюта, электронные деньги, виртуальная валюта, криптовалюта, сетевые деньги, регулирование.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Сучасний період розвитку фінансових систем відзначається високою динамікою інноваційних змін, а операції з електронними заміниками традиційних банківських грошей на глобальних фінансових ринках набувають масового характеру. Через електронні платіжні інструменти відбувається взаємодія між національною грошовою системою країни та глобальним фінансовим ринком, що породжує низку питань про можливість використання цифрової валюти у внутрішній грошовій системі. Масове поширення грошових операцій з використанням цифрової валюти, незважаючи на певні перестороги з боку регулятивних органів, потребує більш ґрунтовного вивчення можливостей функціонування різноманітних платіжних засобів на електронній основі у внутрішній грошовій системі країни.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Як відомо, ускладнення та урізноманітнення форм грошей відбувалося під впливом зміни суспільних відносин, розвитку ринку та виробничих відносин, а також посиленням регулятивної ролі держави. Із XIX століття власна валюта була невід'ємним символом кожної незалежної держави, а вартість національної валюти безпосередньо залежала від стану економічної системи. Поява цифрової віртуальної валюти породила сумнів у державній монополії на емісію грошей, а центральні банки багатьох країн вбачають у такій валюті реальну загрозу, називаючи її «грошовими сурогатами» та застерігають від її використання. Як зазначено у [1, с. 829]: «Системи криптовалют роблять капітал абсолютно вільним, що лякає центральні банки різних країн, оскільки контроль за рухом капіталу є основним із джерел влади».

Таким чином, питання лояльності до цифрових віртуальних валют з боку національних регуляторів грошових систем має надзвичайну актуальність, про що свідчать дослідження О. Гончарен-

ка [1], Г. Карчевої [12], А. Квітки [5], Н. Пантелєєвої [7], В. Поліщука [11], фахівців Групи ФАТФ [4] та ін. За останні роки відношення до цифрових віртуальних валют змінилося, більшість центробанків визнають доцільність подальшого вивчення цього питання та декларують необхідність розробки та впровадження регулятивних документів.

Цілі статті. Метою публікації є узагальнення регулятивних підходів щодо правового статусу та можливостей використання цифрових віртуальних валют економічними суб'єктами.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. З'явившись як революційний засіб платежу, цифрова віртуальна валюта, насамперед, потребує конкретизації економічного змісту. Слід зазначити, що єдиного визначення цього поняття не існує, як і не існує загальнозживаної класифікації платежів на електронній основі. З метою уточнення поняття «цифрова валюта» з'ясуємо етапи становлення грошового обороту з використанням платіжних інструментів на електронній основі (табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика основних етапів
становлення цифрової валюти *

Етапи	Види платіжних інструментів на електронній основі
1 етап (1960–1980 рр.)	Початкова форма електронних грошей – характеризується введенням в обіг кредитних та дебетових карток, а також широким використанням систем електронного переказу коштів
2 етап (1980–2000 рр.)	Другий тип електронних грошей характеризується появою смарт-карток (smart cards), або карток із збереженою вартістю (stored-value cards). Такі картки мають вбудований мікропроцесор із записаним на ньому в результаті передоплати грошовим еквівалентом. Електронні гроші, розміщені на смарт-картках, використовуються у роздрібних платежах, які здійснюються безпосередньо між держателем і торговцем (face-to-face)
3 етап (початок 2000 р.)	Третій тип електронних грошей характеризується появою нового виду електронних грошей на основі програмних – «network money» або «software-based electronic money». У даному випадку електронна грошова вартість зберігається в пам'яті комп'ютерів на жорстких дисках. Такі гроші дозволяють здійснювати платежі в режимі реального часу або «он-лайн» через глобальну комп'ютерну мережу Інтернет

* сформовано на основі даних джерел: [2, с. 184; 3]

Отже, поняття цифрової валюти з'явилося в результаті еволюції електронних грошей як різновиду депозитної форми грошей, що функціонують на основі техніко-програмного забезпечення. Так, формулювання «software-based electronic money» у перекладі означає: електронні гроші на програмній основі.

Достатньо деталізовано сутність цифрової валюти розкрито фахівцями ФАТФ у Звіті «Про віртуальні валюти», що тлумачиться так: «Цифрова валюта може виступати як засіб цифрового виразу або віртуальної валюти (нефіатної валюти), або електронних грошей (фіатної валюти), і тому часто вживається як синонім «віртуальної валюти» [4, с. 8]. Тобто, ключовою характеристикою цифрової валюти спеціалісти ФАТФ вважають технічний формат запису та переказу грошей.

Найбільш поширеним видом нефіатної цифрової валюти (віртуальної валюти) вважають криптовалюту. Вважаємо за доцільне окремо виділити ще один її підвид – мережеві гроші (рис. 1).

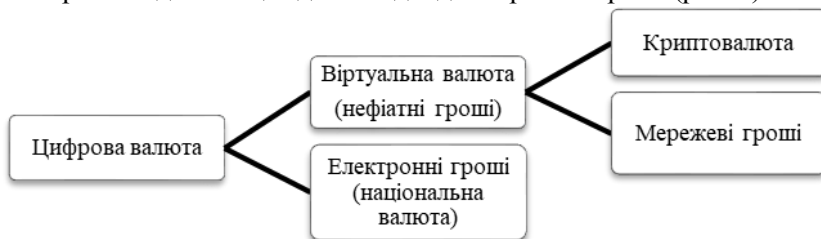


Рис. 1. Різновиди цифрової валюти *

* сформовано на основі джерела [4, с. 8–9].

Термін «криптовалюта» означає засновану на математичних принципах децентралізовану віртуальну валюту, яка захищена за допомогою криптографічних методів, таких як Proof-of-work та / або Proof-of-stake. Цей метод передбачає, що єдиний спосіб випуску валюти – це витрата величезних комп'ютерних потужностей на виконання великої кількості обчислювальних задач [5, с. 112]. Функціонування системи (емісія грошей) відбувається при відсутності центрального адміністратора в розподіленій комп'ютерній мережі, а всі учасники емісійного процесу є анонімними. Сам процес емісії таких грошей називається «майнінгом».

Мережеві гроші – це закрита віртуальна валюта, призначена для використання в конкретних віртуальних сферах: онлайн-іграх або магазині Amazon.com, і яка не підлягає обміну на фіатну валюту, що обумовлюється адміністратором такої валюти (н-д, долари в грі «Project Entropia»; Q Coins; золото у грі «World of Warcraft») [4, с. 9].

Користувачі різних видів цифрових віртуальних валют часто не розуміють складність їх правового статусу. Так, недержавні емісії грошових одиниць не передбачають обміну цифрових валют між собою, що, насамперед, суперечить принципу визнання платіжного інструменту валютою. А можливість використання різних цифрових віртуальних валют економічними суб'єктами країни безпосередньо залежить від чинного режиму правового визнання та регулювання.

Вимоги, що регулюють випуск та використання електронних грошей в Україні, викладено в статті 15 Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» та Положенні про електронні гроші в Україні, затвердженому постановою Правління Національного банку України від 04.11.2010 №481. Статтею 15 Закону України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні» визначено лише поняття «електронні гроші». Це – одиниці вартості, які зберігаються на електронному пристрої, приймаються як засіб платежу іншими особами, ніж особа, яка їх випускає, і є грошовим зобов'язанням цієї особи, що виконується в готівковій або безготівковій формі.

Нормативними документами визначено, що [6]:

- випуск електронних грошей може здійснювати виключно банк;
- випуск електронних грошей здійснюється шляхом їх надання користувачам або комерційним агентам в обмін на готівкові або безготівкові кошти;
- банк має право випускати електронні гроші на суму, яка не перевищує суму отриманих ним грошових коштів;
- банк, що здійснює випуск електронних грошей, зобов'язаний погашати випущені ним електронні гроші на вимогу користувача;
- порядок здійснення операцій з електронними грошима та максимальна сума електронних грошей на електронному пристрої,

що перебуває в розпорядженні користувача, визначаються нормативно-правовими актами НБУ. Таким нормативно-правовим актом Національного банку України є Положення про електронні гроші в Україні.

Аналіз різноманітних джерел [1, с. 830; 5 с. 114–115; 7, с. 29–30; 8] дозволив нам систематизувати країни за їх підходами до правового визнання цифрових віртуальних валют, зокрема й біткоїнів як їх найпоширенішої форми (рис. 2).

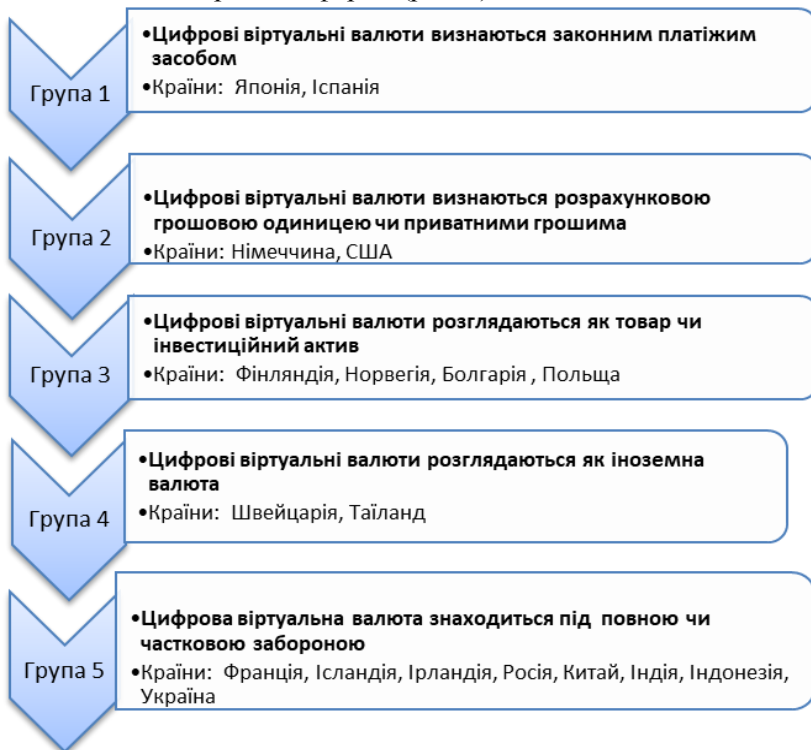


Рис. 2. Розподіл країн за узагальненням регулятивних підходів щодо правового статусу цифрових віртуальних валют *

* сформовано на основі даних джерел: [1, с. 830; 5, с. 114–115; 7, с. 29–30; 8]

Як відомо, статус законного платіжного засобу зобов'язує усіх суб'єктів господарювання приймати гроші у всі платежі, номі-

новані у цій валюті. Країн, які офіційно визнають статус криптовалюти як законних платіжних засобів небагато. Так, віртуальна валюта біткоїн офіційно визнана у Японії з березня 2016 року, а в Іспанії офіційно визнано законною електронну платіжну систему Bitcoin. Запровадження правил використання Bitcoin як одного із основних способів оплати планується вирішити найближчим часом.

Країни другої групи легалізували використання криптовалюти не в статусі електронних грошей чи іноземної валюти, а у статусі приватних (особистих) грошей чи лічильних одиниць для клірингових операцій, відповідно оподатковуючи їх.

Найбільш сприятливим для використання криптовалюти є фінансове середовище у Німеччині. Так, керівництво німецької біржі Bitcoin.de почало співпрацю із інноваційним банком Німеччини Фідор (Fidor), що дозволило напряму підключитися до класичної банківської системи, збільшити швидкість розрахунків та, найважливіше, підвищити захист власників віртуальних грошей. Якщо раніше їм доводилося створювати аккаунти в фіатних грошах і зберігати свої гроші на торговій платформі, то віднині усі кошти користувачів, що купують криптовалюту зберігатимуться на рахунках фінансової установи [1, с. 830].

Міністерство фінансів США відносить біткоїн до «децентралізованих віртуальних валют» [8]. У березні 2013 року Комісія з фінансових злочинів (FinCEN) оголосила про те, що операції по обміну будь-яких криптовалют на фіатні гроші повинні регулюватися так само, як і операції з обміну фіатних грошей між собою, а тому біткоїн-біржі та обмінні пункти повинні реєструватися як постачальники фінансових послуг (англ. Money Service Business) і повідомляти про підозрілі транзакції.

У серпні 2013 року суддя Східного округу штату Техас (США) прийняв рішення: оскільки біткоїни можна використовувати як гроші для оплати за товари або обміняти на звичайні валюти, такі як долар США, євро, ієна або юань, то біткоїн є валютою або формою грошей. 25 березня 2014 року Служба внутрішніх доходів США випустила керівництво по оподаткуванню операцій з біткоїнами та іншими віртуальними валютами. З метою сплати федеральних податків біткоїни розглядаються як майно, тобто ті,

хто їх набувають, отримують прибуток від «приросту капіталу» як фінансової інвестиції, а не прибуток від «курсової різниці» [8].

У третю групу об'єднані країни, які також не розглядають криптовалюти як грошові одиниці, але не забороняють їх використання, надавши статус: «сировинного товару» (Фінляндія), «біржового активу» (Норвегія); «фінансового активу» (Болгарія), «фінансового інструменту» (Польща). Ці країни вдалися до різних схем оподаткування операцій з використанням біткоїнів: або встановивши безпосередньо ставку на дохід від фінансових активів, або ставку оподаткування приросту капіталу, або податок з продажів цієї валюти.

Четверта група об'єднала країни, у яких регулятори остаточно не визначилися зі способом регулювання віртуальних валют, проте за характером здійснюваних операцій та частковими роз'ясненнями, транзакції з ними можна умовно прирівняти до операцій з іноземною валютою.

Найбільш чисельною є група країн, що вдаються до обмежень чи заборони операцій із віртуальною валютою. Так у Китаї заборона стосується операцій з її використанням для юридичних осіб та банків, тоді як для фізичних осіб обмежень немає. Подібні заходи вжиті в Україні, Росії, Індії.

Що стосується України, то до листопада 2017 року НБУ розглядав «віртуальну валюту/криптовалюту» Bitcoin як грошовий сурогат, який не мав забезпечення реальною вартістю і не міг використовуватися фізичними та юридичними особами на території України як засіб платежу, оскільки це суперечило нормам українського законодавства [9].

Тому з метою захисту прав споживачів, безпечності здійснення переказу коштів Національний банк України рекомендував громадянам використовувати послуги лише тих платіжних систем, систем розрахунків, які внесені Національним банком України до Реєстру платіжних систем, систем розрахунків, учасників цих систем та операторів послуг платіжної інфраструктури.

30 листопада 2017 року у Спільній заяві фінансових регуляторів оприлюднений більш детальний підхід до визнання правового статусу криптовалют в Україні. Згідно нього криптовалюта не може бути визнана: грошима; валютою чи валютною цінністю;

електронними грошима; цінним папером і, навіть, грошовим сурогатом. НБУ наголошує, що всі ризики за використання в розрахунках криптовалют несуть їх учасники [10].

Висновки. Таким чином, становлення цифрової валюти здійснювалось поетапно. Завдяки розвитку мережевих програмно-технічних засобів продовжують з'являтися її нові віртуальні форми.

Значна зацікавленість національних економічних агентів способами та можливістю використання різних цифрових віртуальних валют потребує розробки чіткого формулювання їх правового статусу та режиму функціонування. Що стосується сучасних формулювань та правового визнання цифрової віртуальної валюти, то на рівні фінансових регуляторів грошових систем провідних країн світу відношення до неї сформувались діаметрально протилежними – від визнання окремими функціональними формами грошей та відповідної регламентації обігу до часткової чи повної заборони.

1. Гончаренко О. С. Особливості функціонування криптовалют на світових фінансових ринках / О. С. Гончаренко, М. В. Богаченко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 826–830.
2. Дзямучич М. І. Сутність електронних грошей в сучасній фінансовій системі / М. І. Дзямучич // Зб. наук. пр. «Економічні науки». – Серія «Облік і фінанси». – Випуск 7 (25). – Ч. 4. – 2010. – С. 181–185.
3. Панасюк Б. А. Розвиток та функціонування електронних грошей в світовій економіці / Б. А. Панасюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/3_ANR_2011/Economics/1_78150.doc.htm
4. Звіт ФАТФ Віртуальні валюти. Ключові визначення і потенційні ризики в сфері ПБК/ФТ. Червень 2014 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.sdfm.gov.ua/content.
5. Квитка А. В. Криптовалюта: сутність и тенденції розвитку в сучасних умовах / А. В. Квитка, Е. І. Зайцева // Економічна теорія та право. – 2015. – №1(20). – С. 111–119.
6. Положення про електронні гроші в Україні. Затв. Постановою Правління НБУ №481 від 04.11.2010 (зі змінами) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1336-10>.
7. Пантелеева Н. Нові форми грошей в умовах формування інформаційного суспільства / Н. Пантелеева // Вісник Національного банку України. – 2015. – №5. – С. 25–31.
8. Правовой статус системы «Биткойн» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ru.wikipedia.org/wiki/Правовой_статус_системы_«Биткойн».
9. Роз'яснення щодо правомірності використання в Україні «віртуальної валюти/криптовалюти» Bitcoin від 10.11.2014 р. // Офіційний сайт Національного банку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=11879608

10. Спільна заява фінансових регуляторів щодо статусу криптовалют в Україні // Офіційний сайт Національного банку України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=5973_5329&cat_id=55838.
11. Поліщук В. Г. Забезпечення фінансової безпеки при використанні інноваційної криптовалюти BITCOIN / В. Г. Поліщук // Економічний форум. – 2017. – №4. – С. 248–255.
12. Карчева Г. Т. Віртуальні інноваційні валюти як валюти майбутнього / Г. Т. Карчева, С. М. Нікітчук // Фінансовий простір. – 2015. – №2(18). – С. 24–30.

УДК 336.6

Олександренко І. В., к.н., доцент,

Сахнюк А. І.

Луцький національний технічний університет

НАПРЯМИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті подано аналіз розвитку підприємств оптової та роздрібною торгівлі в Україні. Відображено основні підходи до визначення прибутку, що дозволило подати визначення прибутку підприємств торгівлі та обґрунтувати фактори впливу на його обсяги. Обґрунтовано потребу в управлінні прибутком торгівельних підприємств та відображено послідовність дій у даному напрямку. Визначено напрями збільшення прибутку торгівельних підприємств, зважаючи на сучасні умови їх розвитку та специфіку діяльності.

Ключові слова: оптовий товарооборот, прибуток, роздрібний товарооборот, торгівельні підприємства, управління прибутком.

Oleksandrenko I., Sachnyuk A.

WAYS OF INCREASE OF PROFIT OF TRADE ENTERPRISES

The article substantiates the need to determine the directions of increase of profit of trade enterprises. In order to identify the problems that exist in the development of trade enterprises, the analysis of wholesale and retail trade turnover in Ukraine was carried out. The analysis of financial results of trading enterprises of Ukraine was carried out, which allowed to present the dynamics of profitability of their operating activity.

An analysis of approaches to determining the profit of an enterprise was made, which allowed to distinguish its essential characteristics, the role of enterprise development and factors of influence. It is determined that the profit of a trading company is an indicator that characterizes its final financial result and is defined as the difference between the received income and expenses in a certain reporting period.

The factors influencing the profit of trade enterprises by their types depending on the reflection in the financial statements are determined. It is substantiated that in order to manage and increase profits, it is also necessary to investigate the process of its distribution into consumer and capitalized parts. The main factors of influence on the proportion of distribution of profit on consumer and capitalized parts are singled out.

The necessity to manage the profit of the enterprise and its key tasks are grounded. The main directions and sequence of actions in the direction of profit management of the enterprise are shown. The main ways of increasing the profit of trading enterprises, which are an integral part of the development of any business entity, are determined and presented.

Keywords: wholesale trade turnover, profit, retail trade turnover, trade enterprises, profit management.

Олександренко И. В., Сахнюк А. И.

НАПРАВЛЕНИЯ УВЕЛИЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье представлен анализ развития предприятий оптовой и розничной торговли в Украине. Отражены основные подходы к определению прибыли, что позволило подать определения прибыли предприятий торговли и обосновать факторы влияния на его объемы. Обоснована необходимость в управлении прибылью торговых предприятий и отражено последовательность действий в данном направлении. Определены направления увеличения прибыли торговых предприятий, учитывая современные условия их развития и специфику деятельности.

Ключевые слова: оптовый товароборот, прибыль, розничный товароборот, торговые предприятия, управления прибылью.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. В умовах кризового стану економіки, де діяльність підприємств залежить від умов зовнішнього середовища підвищується увага до питань, які пов'язані з формуванням, розподілом на пошуком шляхів збільшення прибутку. Це обумовлюється тим, що вплив факторів зовнішнього середовища, негативно відображається на фінансових результатах діяльності підприємств і сприяє їх збитковій роботі. Відповідно, збитковість роботи підприємств змушує керівництво постійно шукати шляхи розвитку в напрямку забезпечення прибут-

кової діяльності як в короткостроковому, так і в довгостроковому періоді.

В цілому, досить часто збитковою є діяльність торгівельних підприємств, які працюють у високо конкурентному та мінливому середовищі, яке змінюється під впливом попиту та пропозиції. Таким чином, актуалізується потреба у дослідженні шляхів збільшення прибутку торгівельних підприємств з врахуванням умов зовнішнього середовища та специфіки їх діяльності.

Аналіз останніх наукових досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Загалом, економічну сутність прибутку підприємства, його роль, функції та види досліджували у своїх працях такі науковці: В. Г. Андрійчук [3], І. А. Бланк [4], О. Р. Кривицька [6], А. І. Орехова [8], Л. І. Шваб [12], О. В. Шляга [13]. Теоретичні аспекти формування, розподілу та управління прибутком підприємства висвітлювали у своїх наукових розробках Л. О. Денисенко [5], Б. В. Сидяга [9], С. О. Шарманська [10], Є. О. Шаховалова [11]. Незважаючи на наявність значної кількості праць, присвячених вивченню прибутку, необхідно відмітити про потребу у подальшому розвитку даної проблематики з огляду на галузеву приналежність підприємства та сучасні умови його господарювання.

Цілі статті. Основною метою написання статті є визначення напрямів управління та шляхів збільшення прибутку торгівельних підприємств.

Викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Аналіз розвитку економіки країни, дозволяє відзначити, що найбільш швидкими темпами відбувається збільшення кількості торгівельних підприємств. Це пояснюється тим, що інвестиції у відкриття торгівельних підприємств є вигідними з точки зору незначного терміну окупності капіталовкладень. Однак, незважаючи на швидку окупність інвестицій, діяльність торгівельних підприємств піддається впливу зовнішнього середовища, що негативно відображається на їх фінансових результатах. Вплив на фінансові результати проявляється у зменшенні доходів та прибутку в результаті збільшення конкурентів на ринку, появи товарів-замінників, невідповідності цін на продукції, тощо. Окрім цього, багато торгівельних підпри-

емств працюють збитково, що збільшує кількість підприємств-банкрутів у даній сфері.

Загалом, результати аналізу роздрібного та оптового товарообороту в Україні показують його збільшення в останні роки, що обумовлюється в першу чергу збільшенням цін в країні, а також ростом попиту на окремі види товарів. Динаміка оптового та роздрібного товарообороту в Україні подана в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка оптового та роздрібного товарообороту підприємств в Україні *

Показник	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік
1. Обсяг роздрібного товарообороту, млн грн	350059	405114	433081	438343	487558	555975
- у т. ч. питома вага продовольчих товарів, %	38,9	40,2	41,1	41,3	41,1	41,0
- у т. ч. питома вага непродовольчих товарів, %	61,1	59,8	58,9	58,7	58,9	59,0
2. Обсяг оптового товарообороту, млн грн	1107283,4	1093290,8	1074753,2	987957,0	1244220,8	1555965,7
- у т. ч. питома вага продовольчих товарів, %	17,6	19,7	18,6	19,7	18,0	16,2
- у т. ч. питома вага непродовольчих товарів, %	82,4	80,3	81,4	80,3	82,0	83,8
3. Обсяг роздрібного та оптового товарообороту, млн грн	1457342	1498405	1507834	1426300	1731779	2111941

* розроблено авторами на основі даних джерела: [14]

Дані табл. 1 свідчать, що сумарний обсяг роздрібного та оптового товарообороту зростав в динаміці, лише у 2014 році зменшився на 81534,2 млн. грн. або на 5,41% за рахунок зниження платоспроможного попиту в кінці року в результаті політичної нестабільності в країні. Якщо брати до уваги роздрібний товарообороту, то можемо побачити його збільшення протягом 2010–2016 років. Темп приросту роздрібного товарообороту становив у 2011 році – 24,62% по відношенню до попереднього року, у 2012 році – 15,73%, у 2013 році – 6,90%, у 2014 році – 1,22%, у 2015 році – 11,23%, а у 2016 році – 14,03%. Більшу частку роздрібного товарообороту становить продаж непродовольчих товарів. У структурі роздрібного товарообороту непродовольчих товарів, найбільша частка належить парфумерно-косметичним товарам, фармацевтич-

ним товарах, бензині, дизельному паливу та будівельним матеріалам і залізним виробам.

Відносно оптового товарообороту, то можемо відмітити, що у 2011 році відбулось збільшення його обсягу по відношенню до 2010 року на 11,43%. У 2012 році обсягу оптового товарообороту знизився по відношенню до попереднього року на 1,26%, у 2013 році знизився на 1,7%, у 2014 році знизився на 8,08%. У 2015 та 2016 роках можемо спостерігати позитивну динаміку зміни обсягу оптового товарообороту. Темп приросту обсягу оптового товарообороту становив 25,94% у 2015 році та 25,06% у 2016 році. В структурі оптового товарообороту найбільшу питому вагу становить торгівля непродовольчими товарами. У товарній структурі оптового товарообороту непродовольчих товарів найбільшу питому вагу у 2016 році становила торгівля дизельним паливом (9,5%), бензином (4,2%), фармацевтичною продукцією (6,1%), кам'яним вугіллям (2%), основними металами, а саме чавуном, залізом, сталлю (4,0%), пшеницею (2,6%), кукурудзою (2,6%), легковими автотранспортними засобами (3,1%), добривами та агрохімічною продукцією (7,2%).

У товарній структурі оптового товарообороту продовольчих товарів, найбільшу частку у 2016 році займала торгівля тютюновими виробами, крім відходів тютюну (3,7%), шоколадом та кондитерськими виробами (1,1%), олією та харчовими жирами (1,1%), молочними продуктами, маслом, сиром (1,0%).

Найбільша частка оптового товарообороту припадала на підприємства Кисва, Київської, Дніпропетровської, Одеської, Донецької та Харківської областей [7, с. 76]

Відносно розвитку підприємств роздрібної торгівлі, то варто відмітити зменшення їх кількості в динаміці. Загалом, у 2010 році в Україні функціонувало 64,8 тис. од. підприємств роздрібної торгівлі, у 2011 році – 64,2 тис. од., у 2012 році – 62,2 тис. од., у 2013 році – 59,8 тис. од., у 2014 році – 49,6 тис. од., у 2015 році – 49,6 тис. од., а у 2016 році – 49,3 тис. од.

Результати аналізу роздрібного та оптового товарообороту, свідчать, що в динаміці знижується частка товарів, які вироблені в Україні і продаються через мережу торговельних підприємств. Це

обумовлюється тим, що зростає частка іноземних товарів, які реалізуються через мережу роздрібних та оптових підприємств.

Аналіз фінансових результатів діяльності оптових та роздрібних підприємств, свідчить, що їх діяльність не у всіх роках була прибутковою. На рис. 1 відображено динаміку рівня рентабельності (збитковості) операційної діяльності підприємств оптової та роздрібною торгівлі в Україні.

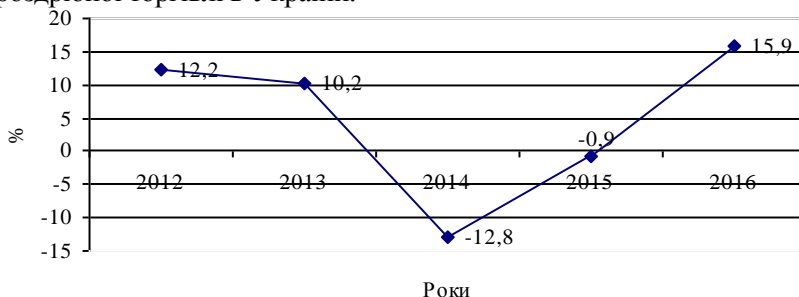


Рис. 1. Динаміка рівня рентабельності (збитковості) підприємств оптової та роздрібною торгівлі в Україні *

* розроблено авторами на основі даних джерела: [14]

У 2012 році на кожну гривню операційних витрат підприємств оптової та роздрібною торгівлі, отримано 12,2 копійки прибутку від операційної діяльності. У 2013 році рентабельність операційної діяльності знизилась на 2% і показує, що на кожну гривню операційних витрат отримано 10,2 копійок прибутку від операційної діяльності. У 2014 та 2015 роках операційна діяльність підприємств оптової та роздрібною торгівлі була збитковою, і відповідно на кожну гривню операційних витрат отримано 12,8 та 0,9 копійок збитку від операційної діяльності. У 2016 році ефективність діяльності вітчизняних підприємств торгівлі підвищилась і рентабельність операційної діяльності становила 15,8%.

З метою розробки напрямів збільшення прибутку, варто дослідити сутнісні характеристики прибутку, що дозволить виявити його роль у розвитку підприємства та фактори впливу на зміну обсягів. У табл. 2 подано окремі підходи до трактування сутності прибутку та визначено його роль у розвитку підприємства.

Таблиця 2

Підходи до визначення прибутку підприємства

Автор	Сутність прибутку	Роль прибутку
Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [2]	Сума, на яку доходи перевищують пов'язані з ними витрати	Характеризує економічний результат від здійснення діяльності
В. Г. Андрійчук [3, с. 171]	Додаткова вартість, що створена в процесі підприємницької діяльності понад вартість виробничо спожитих у виробництві ресурсів і робочої сили	Формування додаткової вартості
А. І. Бланк [4, с. 38]	Чистий дохід, створений у сфері виробництва та послуг у процесі підприємницької діяльності	Відображає розмір чистого доходу
А. І. Орехова, А. І. Костюченко [8, с. 315]	Дохід на вкладений капітал, який є винагородою підприємця за ризик, мотив його діяльності та який розраховується як різниця між сукупним доходом і сукупними витратами	Визначає розмір винагороди власникам і мотивує їх
Л. І. Шваб [12, с. 483]	Узагальнюючий фінансовий показник діяльності підприємства, який визначається як частина виручки, що залишається після відшкодування усіх витрат на його виробничу та комерційну діяльність	Є узагальнюючим фінансовим показником роботи підприємства
О. М. Кривицька [6, с. 85]	Позитивний фінансовий результат, досягнення якого дасть змогу забезпечити бажаний інтерес і принесе певну користь	Забезпечує інтереси власників
О. В. Шляга, Л. І. Шипуля [12, с. 76]	Показник, що характеризує успішність і ефективність діяльності будь-якого підприємства	Виступає критерієм успіху і ефекту від здійснення діяльності

З огляду на вище зазначені підходи, можемо свідчити, що прибуток торгівельного підприємства – це показник, який характеризує його кінцевий фінансовий результат і визначається як різниця між отриманими доходами і витратами в певному звітному періоді.

Для виявлення факторів впливу на прибуток торгівельних підприємств, варто дослідити його види залежно від джерел формування, що дозволить більш комплексно підійти до виявлення їх

зміни в динаміці. Згідно із методичними рекомендаціями щодо заповнення форм фінансової звітності [1], виокремлюється валовий прибуток (збиток), прибуток (збиток) від операційної діяльності, прибуток (збиток) до оподаткування та чистий прибуток (збиток). При цьому, валовий прибуток (збиток) – це прибуток від основної операційної діяльності і розраховується як різниця між чистою виручкою від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції. Прибуток (збиток) від операційної діяльності визначається як валовий прибуток додати інші операційні доходи, відняти витрати на збут, відняти адміністративні витрати та відняти інші операційні витрати. Прибуток (збиток) до оподаткування розраховується як алгебраїчна сума прибутку від операційної діяльності, доходів від участі в капіталі, інших фінансових доходів, інших доходів, витрат від участі в капіталі, фінансових витрат та інших витрат. Чистий прибуток (збиток) – це різниця між прибутком до оподаткування і податком на прибуток [1]. На рис. 2 нами відображено фактори впливу на прибуток торговельних підприємств, залежно від його видової класифікації, яка виділена згідно із Звітом про фінансові результати.

З огляду на визначені нами фактори, необхідно відмітити, що найбільш важливу роль відіграючи ті фактори, які впливають на валовий прибуток. Це обумовлюється тим, що кожний наступний прибуток формується на основі валового прибутку і в більшості випадків, якщо підприємство отримує валовий збиток, то кінцевий фінансовий результат теж матиме від’ємне значення.

Для цілей управління та розробки напрямів збільшення прибутку, вагому роль відіграє розподіл прибутку за характером використання на споживчий та капіталізований. Під споживчим прибутком розуміємо частину чистого прибутку, що виплачується власникам у вигляді дивідендів чи спрямовується на інші цілі поза межами підприємства. Капіталізований прибуток – це частина чистого прибутку, що залишається на підприємстві і спрямовується на збільшення власного капіталу. Капіталізований прибуток впливає на збільшення обсягу резервного капіталу та нерозподіленого прибутку. Пропорції розподілу прибутку на споживчу та капіталізовану частину визначаються специфікою діяльності підприємства.



Рис. 2. Фактори впливу на прибуток торговельних підприємств *

* розроблено авторами

Загалом, основними факторами впливу на розподіл чистого прибутку на споживчу і капіталізовану частину підприємств торгівлі є:

- потреба у розширенні асортименту продукції – якщо, на підприємстві підвищується потреба у збільшенні асортименту продукції, зростає необхідність у додаткових коштах для придбання товарів. Якщо вигідніше купити товари за власні кошти, ніж взяти у кредит, то частка капіталізованого чистого прибутку буде зростати;

- потреба у інвестиціях – якщо, підприємство хоче здійснити капітальні чи фінансові інвестиції, і вигідніше це зробити за рахунок власних коштів, то збільшується частка капіталізованого прибутку;

- здатність підприємства залучати кредити і купувати товари в кредит – якщо підприємство є не кредитоспроможним і у нього погана ділова репутація серед постачальників, зростає потреба у власних коштах для ведення діяльності;

- наявність дебіторської заборгованості – якщо на підприємстві є великий обсяг дебіторської заборгованості, збільшується потреба у додаткових коштах для продовження своєї діяльності і придбання товарів.

Однак, для того щоб забезпечити ефективність аналізу, достовірність отриманих даних щодо факторів впливу та обґрунтувати реальні пропозиції щодо збільшення прибутку, важливою ланкою роботи підприємства є процес управління прибутком.

Основними задачами управління формуванням прибутку є: максимізації обсягу прибутку у відповідності до ресурсного забезпечення; забезпечення відповідності між рівнем ризику та обсягом отриманого підприємством прибутку; забезпечення якості отриманого прибутку; постійне збільшення ринкової вартості підприємства; досягнення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості підприємства; забезпечення достатнього рівня ліквідності і платоспроможності підприємства [5, с. 150]. Окрім цього, у процесі управління прибутком варто забезпечувати: розширення асортименту та номенклатури товарів; модернізацію основних засобів, що використовуються у збуті продукції (вітрини, морозильні камери, транспортні засоби, ваги, тощо); збільшення клієнтської бази, підвищення заробітної плати працівникам зайнятих збутом, в умовах досягнення певного обсягу реалізації. Управління прибутком необхідно здійснювати у певній послідовності і у відповідності до цілей та задач. Схематично управління прибутком торговельних підприємств відображено на рис. 3.

У процесі управління прибутком торговельних підприємств, необхідно багато уваги приділити моніторингу зовнішнього середовища, з метою ознайомлення з діяльністю конкурентів, попитом і пропозицією на ринку і пошуком альтернативних дешевших шляхів закупівлі товарів. Враховуючи, що сфера торгівлі розвивається активно, відповідно змінюються підходи до постачання та здійснення збутової діяльності. Таким чином, вивчення діяльності конкурентів дозволить виявити, які проблеми існують на підприємстві

у сфері постачання та збуту, що відповідно збільшує собівартість товарів і зменшує обсяги реалізації.

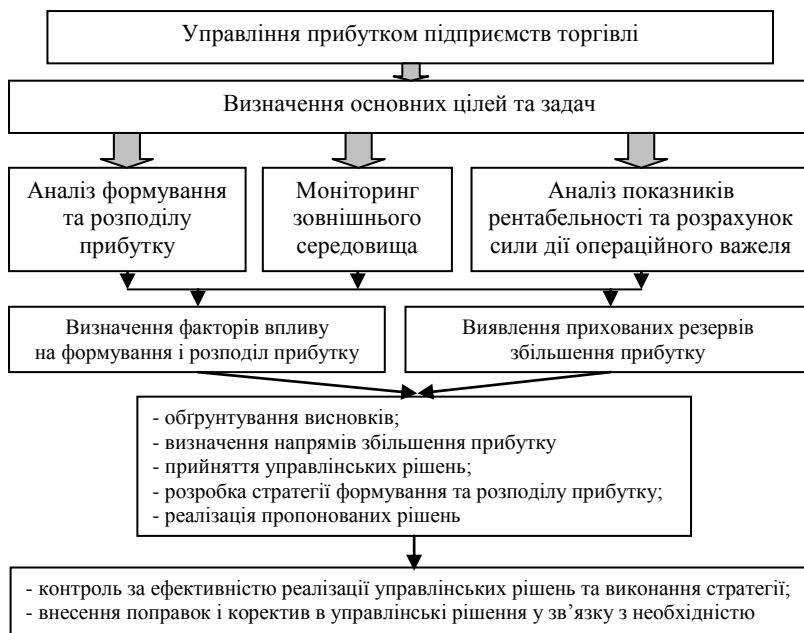


Рис. 3. Послідовність управління прибутком торговельних підприємств *

* розроблено авторами на основі даних джерел: [9–11]

Вагомим етапом управління прибутком є визначення шляхів його збільшення. Враховуючи сучасний стан розвитку підприємств торгівлі основними шляхами збільшення прибутку є:

- закупівля товарів за більш дешевшими цінами, без впливу на їх якість;
- розширення асортименту товарів;
- підвищення ефективності збутової діяльності, за рахунок надання знижок покупцям та проведення різних святкових акцій;
- відкриття Інтернет магазинів з доставкою до клієнта;
- фасування товарів в упаковки, що є більш привабливими для покупців за своїми об'ємами;

- надання премій працівникам, за умови досягнення запланованих обсягів реалізації товарів;
- розширення бази клієнтів в географічному розміщенні;
- моніторинг ринку з метою пропонування нових видів продукції і задоволення потреб споживачів;
- відмова від тих товарів, які не відповідають якості і знижують ділову репутацію підприємства на ринку;
- мінімізація витрат у сфері постачання та збуту, за рахунок запозичення досвіду зарубіжних країн;
- оптимізація транспортних витрат в результаті збуту продукції.

Висновки: Підсумовуючи вище зазначене, відмітимо, що прибуток відіграє вагомую роль в діяльності підприємств торгівлі, оскільки виступає мотивуючим та стимулюючим фактором розширення діяльності, впровадження новітніх методів постачання та збуту, а також є джерелом формування доходів бюджету і задоволення суспільних інтересів. У ході обґрунтування шляхів збільшення прибутку, вагомим завданням є його аналіз за минулі роки, а також ефективний моніторинг зовнішнього середовища. Визначено, що досягнення ефективності у сфері аналізу, виявлення факторів впливу та реалізації пропонованих шляхів збільшення прибутку, неможливе без управління прибутком, яке повинно здійснюватись у певній послідовності та поетапності. Ефективне управління прибутком є запорукою покращення фінансових результатів, фінансового стану та в цілому підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівлі.

1. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності, затвержені наказом Міністерства фінансів України від 23.03.2013 р. №433 (зі змінами і доповненнями) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» затверджене наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. №73 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>.
3. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручн. / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.
4. Бланк І. А. Управління прибутком / І. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2007. – 768 с.
5. Денисенко Л. О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві / Л. О. Денисенко, Ю. О. Кучерявенко // Вісник КНУТД. – 2014. – №1. – С. 145–153.

6. Кривицька О. Р. Сутність прибутку як економічної категорії: еволюційний підхід та сучасне бачення / О. Р. Кривицька // Зб. наук. пр. «Актуальні проблеми розвитку економіки регіону». – Вип. 7. – Т. 2. – Івано-Франківськ : Вид-во Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2011. – С. 82–86.
7. Круглова О. А. Тенденції розвитку підприємств торгівлі в Україні / О. А. Круглова, О. В. Кот, Г. Г. Лисак // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – Одеса : МГУ, 2017. – Вип. 23. – С. 76–80.
8. Орехова А. І. Економічна сутність категорії прибуток / А. І. Орехова, А. І. Костюченко // Інноваційна економіка. – 2013. – №7. – С. 313–316.
9. Сидяга Б. В. Проблеми формування та використання прибутку комерційних підприємств / Б. В. Сидяга, В. О. Ониськів // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Серія «Економічні науки». – Вип. 3. – Чернівці : ЧТЕІ, 2014. – С. 144–152.
10. Шарманська С. О. Прибуток та особливості його формування і використання в транзитній економіці : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / С. О. Шарманська. – Київ, 2010. – 22 с.
11. Шаховалова Є. О. Управління прибутком: теоретичний аспект / Є. О. Шаховалова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – №2. – Т. 3. – С. 216–222.
12. Шваб Л. І. Економіка підприємства : навч. посібн. / Л. І. Шваб. – 4е вид. – К. : Каравела, 2007. – 584 с.
13. Шляга О. В. Прибуток та рентабельність як показники ефективності виробництва / О. В. Шляга, Л. І. Шипуля // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – №8. – С. 75–81.
14. Офіційний сайт Державної служби статистики України // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК 358.330

Полінкевич О. М., д.е.н., професор

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУРАХ

В статті розглянуто особливості цінностей кластерних структур, Формування корпоративної культури кластерних структур відбувається під впливом двох груп завдань, управлінням корпоративною культурою кластеру, кінцеву мету

розвитку корпоративної культури, типи корпоративної культури. Визначено роль та значення корпоративної культури в кластерних структурах.

Ключові слова: корпоративна структура, кластер, цінність, ефект, роль корпоративної культури, значення корпоративної культури.

Polinkevyh O.

ROLE AND VALUE OF CORPORATE CULTURE IN CLUSTER STRUCTURES

The article deals with the peculiarities of the values of cluster structures. Formation of the corporate culture of cluster structures occurs under the influence of two groups of tasks, the management of the corporate culture of the cluster, the ultimate goal of the development of corporate culture, types of corporate culture. The role and significance of corporate culture in cluster structures is determined.

Innovative development of the Ukrainian economy and the processes of globalization and integration into the world economic space have led to a deepening of the attention of specialists to corporate culture. Due to the formation of a corporate culture, business entities, including clusters, have the potential to form competitive advantages, which enable them to enter new competitive markets, accelerate information and innovation processes.

Corporate culture is a component of the functioning of business entities. This is especially true of cluster structures, which unite, in addition to large enterprises, small and medium enterprises, for whom corporate culture is a minor phenomenon and practically does not deal with it.

Under the management of a corporate culture, a cluster is understood as the management of its development. Management corporate culture occurs in two ways: top-down, bottom-up.

The ultimate goal of corporate culture development is adaptation to the changing environment, mobility, flexibility, competitiveness, adaptability to market conditions. In scientific works are often considered four types of organizational cultures that can be used for corporate: authoritarian; bureaucratic; culture-oriented task; a human-oriented culture.

Accordingly, we can conclude that the role of corporate culture in cluster structures to the achievement of such effects: 1) economic, which implies the dynamism and performance of development, adaptability of enterprises; 2) social, which includes the general level of social responsibility of enterprises, the level of ethics for staff, loyalty and ethics for clients; 3) innovative, which determines the level of manageability of the culture management process; 4) socio-cultural, which involves the level of development of the symbolic subsystem of culture, normative, communicative and managerial, identification, value subsystems, the level of tactical and strategic management

The significance of corporate culture in cluster structures is: 1) the ideal design of management, the development of theory, strategy, techniques, methods and means of management; 2) rationalization, deep critical thinking of practical management of the students and their orientation to the requirements of economic (business) and social efficiency; 3) prompting managers to change models, techniques, style, methods and

means of management by workers on the basis of alternatives offered by science.

Key words: corporate structure, cluster, value, effect, role of corporate culture, importance of corporate culture.

Полинкевич О. Н.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В КЛАСТЕРНЫХ СТРУКТУРАХ

В статье рассмотрены особенности ценностей кластерных структур, формирование корпоративной культуры кластерных структур происходит под влиянием двух групп задач, управлением корпоративной культурой кластера, конечную цель развития корпоративной культуры, типы корпоративной культуры. Определена роль и значение корпоративной культуры в кластерных структурах.

Ключевые слова: корпоративная структура, кластер, ценность, эффект, роль корпоративной культуры, значение корпоративной культуры.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Інноваційний розвиток економіки України та процеси глобалізації і інтеграції у світовий економічний простір спричинили поглиблення уваги фахівців до корпоративної культури. Завдяки формуванню корпоративної культури суб'єкти підприємництва, у тому числі і кластери, мають можливості формування конкурентних переваг, що забезпечує їм вихід на нові конкурентні ринки, прискорення інформаційних та інноваційних процесів. Більшість підприємств у розвинутих країнах створили і підтримують корпоративну культуру, яка відповідає місії і цінностям, які використовують як важливий чинник економічного зростання та випереджального розвитку. Приклади діяльності підприємств та об'єднань у розвинутих країнах засвідчують, що найбільшої ефективності досягають економічні системи з високим рівнем внутрішньої конкуренції і кооперації, найефективнішою з яких на сьогодні є кластер.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. В інформаційному суспільстві питанням формування та розвитку корпоративної культури присвячена низка праць вчених: О. Виханського [3; 4], Г. Кіндрацької [6], А. Наумової [3], Е. Шейна [11] та ін.

Череп А. В., Пуліна Т. В. розглянули сутність корпоративної культури. Проаналізували фактори, які визначають корпоративну

культуру кластерного об'єднання підприємств харчової промисловості. Визначили оптимальний тип корпоративної культури кластерного об'єднання підприємств харчової промисловості. Запропонували концепцію розвитку корпоративної культури кластерного об'єднання підприємств харчової промисловості. Ними зазначено, що розвиток корпоративної культури це, насамперед, інноваційна діяльність, пов'язана з соціальними та організаційними інноваціями, впровадження яких, зазвичай, супроводжується опором змінам з боку працівників підприємства [10].

Войнаренко М. П., Васильківський Д. М., Нижник В. М. зазначили, що кластерна політика має на увазі скорочення втручання держави і підвищення активності бізнес-структур для оптимізації результатів діяльності власних компаній у складі вже існуючих кластерів. Базою для практичного застосування кластерних ініціатив в Україні може стати аналіз передумов створення і ефективного розвитку провідних освітніх кластерів у світі, а також, вивчення програмного підходу до реалізації кластерної політики з метою підвищення результативності кластерів в освітньому середовищі різних країн. Аналізуючи зарубіжний досвід, зробили висновок про позитивну дію кластерів на регіональну економіку, що у свою чергу, стимулює виникнення кластерних ініціатив, під якими маються на увазі погоджені дії, ціллю яких є підвищення конкурентоспроможності і забезпечення зростання кластера в регіоні [2].

Харчишина О. В. запропонувала математичну модель та розроблено емпіричні індикатори формування організаційної культури для підприємств харчової промисловості, використання яких у практиці управління дозволяє здійснювати порівняльну оцінку підприємств, планування і прогнозування процесу формування організаційної культури. Розробила комплексну програму формування організаційної культури підприємств харчової промисловості, яка спирається на поняття «ефективна організаційна культура» і передбачає використання емпіричних індикаторів для визначення переліку заходів програми [9].

Мірзодаєва Т. В. зазначила актуальність і можливість формування в Україні соціально орієнтованих технологій розвитку економіки на основі кластерного підходу. Визначила критерії оцінки якості життя для споживачів соціального ефекту, запропонувала

методику застосування результиуючих показників у процесі реалізації кластерної технології в регіоні. Соціальний кластер може стати центральним ланцюгом локалізованої мережі соціальних організацій, чия діяльність тісно пов'язана через обмін знаннями, досвідом і послугами [8].

Деркач Т. В. розробила концепцію й сформовано механізм управління процесами регіональної економічної інтеграції, на засадах корпоративного підходу до управління розвитком міжрегіональних відносин; запропонувала механізм формування й розвитку міжрегіональної корпорації з позиції активізації відносин між регіонами; обґрунтувала концепцію стратегічного управління розвитком соціально-економічного простору макрорегіону на засадах узгодження й реалізації стратегій інтеграції й диверсифікації, що комплексно поєднує інституціональні інструменти [5].

Бабій І. В. розглянула та узагальнила основні наукові підходи до визначення сутності конкурентного потенціалу підприємства, визначено основні його елементні складові. Запропонувала створити механізм підготовки власного кадрового потенціалу, використовуючи кластерну взаємодію підприємства та навчальних закладів [1].

Незважаючи на достатньо велику кількість праць з викладеної проблематики, недостатньо дослідженими залишаються питання ролі та значення корпоративної культури в кластерних структурах.

Цілі статті. Метою статті є визначення ролі та значення корпоративної культури в кластерних структурах в умовах глобалізації та посилення процесів інтеграції у світовий економічний простір на фоні формування інформаційного суспільства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Корпоративна культура є складовою функціонування суб'єктів підприємництва. Особливо це стосується кластерних структур, які об'єднують крім великих підприємств, ще й малі та середні, для яких корпоративна культура є другорядним явищем і нею практично не займаються. В основі корпоративної культури кластерних структур покладено цінності, які поділяють усі члени підприємств. До головних цінностей кластерних структур належать [10]:

- 1) взаємоповага;
- 2) командна робота;
- 3) ініціативність;
- 4) професіоналізм;
- 5) відповідальність перед споживачами;
- 6) інноваційність;
- 7) соціальний захист працівників.

Формування корпоративної культури кластерних структур відбувається під впливом двох груп завдань.

1) зовнішня адаптація – вирішення завдань із формування сприятливого зовнішнього мікроклімату між учасниками кластерного об'єднання;

2) внутрішня інтеграція – налагодження ефективної співпраці всередині структур та кластеру.

Під управлінням корпоративною культурою кластеру розуміють управління його розвитком. Керівництво корпоративною культурою відбувається двома способами:

- 1) зверху-вниз.
- 2) знизу-вгору.

Кінцевою метою розвитку корпоративної культури є адаптація до змінного середовища, мобільність, гнучкість, конкурентоспроможність, адаптованість до ринкових умов. У наукових працях найчастіше розглядають чотири типи організаційних культур, які можна використати і для корпоративних [10]: авторитарну; бюрократичну; культуру, орієнтовану на завдання; культуру, орієнтовану на людину.

Авторитарна культура ґрунтується на централізації влади і чіткій структурі підпорядкованості. Від працівників очікується безумовне підпорядкування вищому керівництву. Причому не припустимі будь-які протистояння. Високі результати й орієнтація на перемогу є визначальними чинниками ефективності. Для неї характерний високий ступінь суб'єктивізму, оскільки будь-яке рішення щодо заохочення чи покарання приймається на підставі особистих оцінок керівництва.

Бюрократична культура визначає домінуючу позицію власника. Для неї характерна система формалізованих, чітко структурованих правил, інструкцій і положень щодо найрізноманітніших

аспектів функціонування кластеру. Ієрархічна позиція визначає ступінь влади, повноваження і відповідальність.

Культура, орієнтована на завдання, характерна для матричних чи проектно-орієнтованих підприємств. Керівництво розподіляє проекти між різними підрозділами підприємства, причому проекти розробляють і реалізують самостійно кожним із підрозділів. Формування команд відбувається з урахуванням відповідності їх окремому проекту. Віддають перевагу працівникам, які виконують різні функції, мають різні рівні компетентності і підпорядкування. Основними структурними елементами моделі є: поєднання ринкових і демократичних форм організації підприємства і управління (принципи організації і принципи керівництва), цілеспрямований розвиток персоналу і підвищення кваліфікації працівників, відкритість комунікацій, нові форми організації й оплати праці, участь у прибутках і в капіталі, додаткові форми соціального і пенсійного забезпечення.

Культуру, орієнтовану на людину характеризується тим, що людина є ключовою цінністю для кластеру, а його діяльність підпорядкована інтересам людей.

Кожен тип корпоративної культури, зазвичай, пов'язаний з визначеною організаційною структурою. Авторитарна культура реалізується через тверду ієрархічну корпоративну структуру, що задає чітку систему підпорядкованості. Бюрократична культура може виражатися в різних оргструктурах, хоча також прагне до ієрархічної. Культура, що орієнтована на завдання, частіше пов'язана з матричною структурою, а культура, що орієнтована на людину, зазвичай, взагалі не співвідноситься з формальною організаційною структурою.

Висновки. Відповідно до цього можемо зробити висновок, що роль корпоративної культури в кластерних структурах до досягнень таких ефектів:

1) економічний, який передбачає динамічність і результативність розвитку, адаптивність підприємств;

2) соціальний, що включає загальний рівень соціальної відповідальності підприємств, рівень етичності до персоналу, лояльності та етичності до клієнтів;

3) інноваційний, який визначає рівень керованості процесу управління культурою;

4) соціо-культурний, що передбачає рівень розвитку символічної підсистеми культури, нормативно, комунікативно-управлінської, ідентифікаційної, ціннісної підсистем, рівень тактичного і стратегічного управління.

Значення корпоративної культури в кластерних структурах полягає у:

1) ідеальному конструюванню управління, розробка теорії, стратегії, техніки, способів і засобів управління;

2) раціоналізації, глибокому критичному осмисленні практичного управління структурами та їх орієнтація на вимоги економічної (ділової) і соціальної ефективності;

3) спонуканні керівників до зміни моделей, техніки, стилю, способів і засобів керівництва робітниками на основі альтернатив, пропонованих наукою.

1. Бабій І. В. Теоретичні аспекти розвитку конкурентного потенціалу кластерів в Україні / І. В. Бабій // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – №2. – Том 2. – С. 130–135.
2. Васильківський Д. М. Кластерна політика як чинник підвищення ефективності функціонування соціально-економічних систем / Д. М. Васильківський, М. П. Войнаренко, В. М. Нижник // Вісник економічної науки України. – 2017. – №1(32). – С. 25–30.
3. Виханский О. С. Менеджмент : учебн. / О. С. Виханский, А. И. Наумов. – Изд. 3-ое, [перераб. и доп.]. – М. : Изд-во «Гардарики», 2000. – 528 с.
4. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебн. / О. С. Виханский. – Изд. 2-ое, [перераб. и доп.]. – М. : Изд-во «Гардарики», 2002. – 296 с.
5. Деркач Т. В. Интегральные механизмы трансформации территориальных экономических систем: теория, методология, практика : дис. на здоб. наук. ступеня д.е.н. за спец. 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / Т. В. Деркач. – Миколаїв : Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського, 2017. – 475 с.
6. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посібн. / Г. І. Кіндрацька. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2010. – 406 с.
7. Ліпич Л. Г. Періодизація інноваційного розвитку підприємств за процесним підходом / Л. Г. Ліпич, О. М. Полінкевич, О. Товстенюк // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. – 2015. – №4. – С. 37–46.
8. Мірзодаєва Т. В. Кластерні технології як засіб регіональної соціалізації економіки / Т. В. Мірзодаєва // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2012. – №1(56). – С. 195–202.
9. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: автореферат дис. на здобуття наук.

ступеня д.е.н. за спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / О. Харчишина ; Національний університет харчових технологій. – К. : НУХТ, 2012. – 43 с.

10. Череп А. В. Розроблення концепції корпоративної культури кластерного об'єднання підприємств харчової промисловості / А. В. Череп, Т. В. Пуліна // Зб. наук.-техн. пр. «Науковий вісник НЛТУ України. Освітнянські проблеми вищої освіти». – 2011. – Вип. 21.17. – С. 360–367.
11. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – СПб. : Изд-во «Питер», 2002. – 336 с.

УДК 336.221.24:330.341

Рудь Н. Т., д.е.н., професор

Луцький національний технічний університет

РОЗВИТОК ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ: ФОРМУВАННЯ ІНСТИТУЦІЙНИХ МЕХАНІЗМІВ

В статті запропоновано для інноваційного розвитку використовувати державно-приватне партнерство. Систематизовано види партнерства в Україні. Запропоновано концепцію соціально-інноваційного партнерства, враховуючи інноваційні цінності, пріоритети культури, працівників та підприємств. Досліджено, що найпоширенішим видом партнерства як в Україні, так і за кордоном є соціально-трудове і державно-приватне партнерство. Суть ДПП в інноваційній сфері полягає в узгодженні інтересів держави і бізнесу в доведенні наукових розробок до інноваційної продукції. Вкладення в інноваційний проект доведення наукової розробки до нової продукції, технології, послуги, яка реалізується на ринку, непривабливі для інвестора з ряду причин. Такими причинами є: високий ризик вкладення капіталу порівняно з діючими об'єктами виробництва і реалізації товарів і послуг, посередницької діяльності; відносно високий термін окупності; великі і середні підприємства в багатьох випадках не проявляють зацікавленості в результатах наукових досліджень, інноваційній діяльності з причини їх низької рентабельності. Рекомендовано участь держави в розвитку системи венчурного фінансування, що являє собою фінансову складову інноваційної інфраструктури і об'єднує носіїв капіталу і носіїв технологій.

Ключові слова: держава, бізнес, науково-інноваційна діяльність, соціально-інноваційне партнерство.

Rud N.

DEVELOPMENT OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN UKRAINE: FORMATION OF INSTITUTIONAL MECHANISMS

The article proposes to use public-private partnership for innovation development. The types of partnership in Ukraine are systematized. The concept of social innovation partnership is proposed taking into account innovative values, cultural priorities, employees and enterprises. It is noted that the most common type of partnership in Ukraine and abroad is social-labor and public-private partnership. The essence of the PPP in the innovation field is to reconcile the interests of the state and business in bringing scientific research to innovative products. Investments into an innovative project of bringing scientific research into new products, technologies and services that are being implemented in the market are unattractive to the investor for a number of reasons. Such reasons are: high risk of capital investment in comparison with active production and sales of goods and services, mediation; relatively high payback period; large and medium-sized enterprises in many cases do not show interest in the results of scientific research, innovation activities due to their low profitability. The participation of the state in the development of the system of venture financing, which is a financial component of the innovation infrastructure and unites capital carriers and technology carriers, is recommended.

Key words: state, business, scientific and innovative activity, social and innovative partnership.

Рудь Н. Т.

РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАИНЕ: ФОРМИРОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ МЕХАНИЗМОВ

В статье предложено для инновационного развития использовать государственно-частное партнерство. Систематизированы виды партнерства в Украине. Предложена концепция социально-инновационного партнерства, учитывая инновационные ценности, приоритеты культуры работников и предприятий. Отмечено, что наиболее распространенным видом партнерства как в Украине, так и за рубежом является социально-трудовое и государственно-частное партнерство. Суть ГЧП в инновационной сфере заключается в согласовании интересов государства и бизнеса в доведении научных разработок к инновационной продукции. Вложения в инновационный проект доведения научной разработки новой продукции, технологии, реализуемой на рынке, непривлекательны для инвестора по ряду причин. Такими причинами являются: высокий риск вложения капитала по сравнению с действующими объектами производства и реализации товаров и услуг, посреднической деятельности; относительно высокий срок окупаемости; крупные и средние предприятия во многих случаях не

проявляють заінтересованості в результатах наукових досліджень, інноваційної діяльності по причині їх низької рентабельності. Рекомендується участь держави в розвитку системи венчурного фінансування, що представляє собою фінансову складову інноваційної інфраструктури і об'єднує носіїв капітала і носіїв технологій.

Ключеві слова: держава, бізнес, науково-інноваційна діяльність, соціально-інноваційне партнерство.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. У сучасній Україні, коли поступово формуються нові економічні відносини, а її економіка стає все більш інтегрованою у світове співтовариство, виникає гостра необхідність у структурних змінах і більш тісній взаємодії держави та приватного сектора. З'явилася і починає відігравати все більш значущу роль така ефективна форма, як державно-приватне партнерство (ДПП). Підвищений інтерес до даної взаємодії держави і приватного бізнесу пояснюється тим, що у багатьох країнах вона дозволяє ефективно вирішувати значні соціальні та економічні проблеми шляхом об'єднання ресурсів державного і приватного секторів.

Місце, яке посідатиме Україна в глобалізованому світі, залежить від відповідності її економіки критеріям економіки знань, здатності генерувати наукові ідеї світового рівня і втілювати їх у високі технології. Необхідно відкрито і відверто сказати, що ми дійшли до критичної межі, за якою вітчизняний інноваційний потенціал очікує колапс.

Стан науки та освіти України, як нерозривно пов'язаних соціальних інститутів, є критичним та вимагає рішучих, невідкладних і сміливих дій заради їх порятунку. Ці дії мають бути пов'язані зі створенням необхідних умов для спільної праці влади, освіти, науки, бізнесу на шляху від індустріального суспільства до економіки знань.

За таких обставин державі необхідно переходити від політики пасивного сприяння забезпечення конкуренції до активного втручання в процеси стимулювання науково-технічного прогресу та створення умов партнерства між державою і підприємництвом в інноваційній сфері.

Удосконалення механізму ДПП і формування нових структур в економічній системі України в умовах її модернізації забезпечить

залучення в економіку приватних інвестицій, підвищення якості товарів і послуг, що надаються споживачам, сприятиме зростанню конкурентоспроможності українського бізнесу. Все це, в кінцевому рахунку, створить сприятливі умови для формування інноваційної економіки.

Слід відзначити і той факт, що в умовах функціонування партнерських відносин з'являються нові ефективні базові моделі фінансування, зазнають суттєвих змін відносини власності, освоюються більш прогресивні методи управління.

Основним мотивом, який спонукає уряд до співпраці з бізнесом, є обмеженість бюджетних коштів і, в той же час, нагальна необхідність розширення інвестиційної діяльності.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Важливий внесок у дослідження проблем розвитку партнерства держави та приватного сектору внесли зарубіжні та вітчизняні вчені В. Александрова, Ю. Бажал, Л. Безчасний, С. Валдайцев, А. Гальчинський, В. Геєць, Н. Гончарова, А. Гріньов, М. Данько, Г. Добров, І. Єгоров, П. Завлін, С. Ільєнкова, Н. Іванова, В. Карпов, М. Крупка, О. Мартякова, Ю. Пахомов, С. Півоваров, Є. Черевиков, А. Чухно, А. Шохін, Є. Ясін та інші.

Цілі статті: дослідження основних напрямків формування інституційних механізмів розвитку державно-приватного партнерства, а також дослідження потенціалу його впровадження в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Основу інноваційної економіки складає інтелектуальний потенціал. Якщо при відставанні у науково-технічному розвитку для підтримки економічного зростання достатньо банківського фінансування та державних інститутів розвитку, то вихід на вищий щабель науково-технічного розвитку вимагає високорозвиненої фінансової системи, яка дозволяє диверсифікувати ризики інноваційної діяльності та ресурсну базу, забезпечити партнерське поєднання капіталів підприємницького сектору та державних коштів [1, с. 64].

У науковій літературі відмічаються різні видів партнерства, основні з яких подані в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика видів партнерства в Україні *

Види	Поняття	Законодавча база
Соціальне	система взаємозв'язків між представниками найманих працівників (переважно професійними спілками) – з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями – з другого, і державою та органами місцевого самоврядування – з третього, що виражається у взаємних консультаціях, переговорах і примирних процедурах на взаємоузгоджених принципах з метою дотримання прав та інтересів працівників, роботодавців і держави	Закон України «Про соціальне партнерство», Кодекс законів про працю, Трудовий Кодекс України, національні законодавчі та нормативні акти, які регулюють соціально-трудові відносини
Соціально-трудове	ефективне управління працею, загальноосвітня й професійна підготовка та безперервний розвиток економічно активного населення, мотивація праці, гідна людини якість життя і є досягнення громадської злагоди в суспільстві шляхом узгодження соціально-економічних інтересів сторін соціального партнерства як необхідної умови стійкого економічного розвитку, підвищення життєвого рівня народу	Закон України «Про соціально-трудове партнерство», інші закони і підзаконні акти (потребує вдосконалення)
Державно-приватне	система відносин між державними та приватними партнерами, при реалізації яких ресурси обох партнерів об'єднуються з відповідним розподілом ризиків, відповідальності та винагород (відшкодування) між ними, для взаємовигідної співпраці на довгостроковій основі у створенні (відновленні) нових та/або модернізації (реконструкції) діючих об'єктів, які потребують залучення інвестицій, та користуванні (експлуатації) такими об'єктами	Закон «Про державно-приватне партнерство», Закон України «Про концесії», Закон України «Про концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг», інші закони і підзаконні акти
Державно-громадське	система відносин між державою і суспільством при реалізації яких ресурси обох партнерів об'єднуються з відповідним розподілом ризиків, відповідальності та винагород (відшкодування) між ними, для взаємовигідної співпраці на довгостроковій основі у створенні (відновленні) нових та/або модернізації (реконструкції) діючих інституцій, які потребують залучення інвестицій, та користуванні (експлуатації) такими об'єктами спрямована на задоволення потреб суспільства	Суспільні цінності, пріоритетні напрямки розвитку, культура і соціальні надбання і ін. Знаходиться в статусі формування

* сформовано автором

Рух до суспільства знань не зводиться просто до збільшення фінансування науки і освіти. Збільшення фінансування витрат на науку і освіту до рівня розвинених держав малоефективне, оскільки нинішній стан взаємодії науки, освіти, бізнесу та влади потребує розв'язання цілої низки фундаментальних проблем.

Основними джерелами фінансування науково-дослідних робіт, що забезпечують продукування знань і їх трансфер у матеріальне виробництво є: державний бюджет; замовлення підприємств; кошти вітчизняних інвесторів, державне замовлення; кошти іноземних замовників [2, с. 55].

Безумовно, збільшення фінансування є необхідним, але потрібно вести як активний пошук його джерел, щоб досягти обсягів фінансування науки до визначених світовою практикою (2–3% від ВВП) і Законом України «Про наукову та науково-технічну діяльність» (1,7% ВВП), так і розробку нових форм діяльності, перспективних пріоритетів та співробітництва влади, науки, освіти і бізнесу [3, с. 83].

Найпоширенішим видом партнерства як в Україні, так і за кордоном є соціально-трудове і державно-приватне партнерство.

Інноваційний розвиток України, її місце в світовому економічному та науково-технічному просторі світової спільноти залежить від того, наскільки ефективно буде формуватися структура економіки і підтримуватися її конкурентні переваги на основі розширення високотехнологічних форм відтворення основного капіталу, виробництва наукомісткої продукції шляхом активації інноваційних процесів.

Залишаючись доволі новим явищем, ДПП в Україні має всі шанси стати інституціональним інструментом оновлення суспільного виробництва на підставі об'єднання фінансових ресурсів держави з інвестиційними, управлінськими та іншими ресурсами приватного сектору. Технічно відстала та зношена інфраструктура (автомобільні і залізничні дороги, морські і аеропорти, системи централізованого тепло-, водопостачання і відведення) потребує значних фінансових вкладень й застосування новітніх технологій, що сьогодні держава, в умовах фінансово-економічної кризи, самостійно не здатна забезпечити. Відповідно, основною мотивацією держави для реалізації проектів на умовах ДПП є обмеження бюд-

жетних ресурсів, а також відсутність достатнього досвіду держави ефективного управління об'єктами інфраструктури в ринкових умовах [1, с. 65].

Під терміном Public-Private Partnership або, як зазначено в українському законодавстві ДПП, зазвичай розуміється особлива форма взаємодії бізнесу та держави. Характер цієї взаємодії, методи та конкретні форми такої співпраці суттєво відрізняються залежно від національних особливостей ринкових відносин і правових систем [2, с. 24].

ДПП – складний як з організаційної, так і з фінансової та правової точки зору інститут. Він включає в себе багатосторонні домовленості, розподіл ризиків, аналіз комерційних перспектив та індивідуальні схеми фінансування і юридичного втілення.

Приватні партнери, які наважуються співпрацювати із українською державою, змушені проходити через нескінченні кола погоджень, дозволів, схвалень та віз ще задовго до того як постане питання про будь-яке документальне оформлення можливої співпраці із державою. Такі випробування потребують інвестицій часу, коштів, винайдення контактів в бюрократичному середовищі, які бізнес може використати більш ефективно та з швидшою й масштабнішою віддачою в інших сферах [4, с. 112].

ДПП являє собою систему взаємодії держави і бізнесу з метою реалізації суспільно значущих проєктів і програм у широкому спектрі галузей промисловості та сфер наукових досліджень. Суть ДПП в інноваційній сфері полягає в узгодженні інтересів держави і бізнесу в доведенні наукових розробок до інноваційної продукції.

У ринковій економіці приватний інвестор вкладає капітал в об'єкт, якщо ризик мінімальний, а прибуток високий. Обов'язковою умовою при цьому є гарантоване повернення капіталу. У зв'язку з цим вкладення в інноваційний проєкт, в доведення наукової розробки до інновації – нової продукції, технології, послуги, яка реалізується на ринку, – непривабливі для інвестора з ряду причин.

По-перше, через високий ризик вкладення капіталу порівняно з діючими об'єктами виробництва і реалізації товарів і послуг, посередницької діяльності тощо. Ризик – це можливість виникнення непередбачуваних ситуацій, які можуть перешкодити реалізації інновацій.

По-друге, інвестор стримується від вкладень в інноваційний проект через відносно високий термін окупності, період, пов'язаний лише з витратами, нерідко повільного зростання прибутковості нової продукції. Інноваційна діяльність за своєю суттю орієнтована на перспективу і не дає негайного прибутку. Для отримання результату потрібні фінансові вливання і час.

По-третє, великі і середні підприємства в багатьох випадках не проявляють зацікавленості в результатах наукових досліджень, інноваційній діяльності з причини їх низької рентабельності і, як наслідок, обмеженості власних коштів – основного джерела фінансування інновацій [5, с. 81].

Незважаючи на різне бачення ДПП як у вітчизняній, так і в зарубіжній практиці, все-таки можна виокремити низку основних спільних ознак у розумінні такого партнерства, як в Україні, так і за кордоном [3, с. 53]:

- модель взаємодії держави та приватного бізнесу передбачає об'єднання їхніх зусиль та ресурсів (у тому числі сильних сторін та переваг);

- між учасниками партнерства обов'язково має місце розподіл ризиків;

- метою створення партнерства є реалізація найбільш суспільно значущих проектів;

- взаємодія держави та приватного бізнесу передбачає довгострокову основу;

- предметом партнерства є розвиток, використання та управління державною та муніципальною власністю.

До основних принципів здійснення державно-приватного партнерства належать [6, с. 48]:

- рівність перед законом державного та приватного партнера;

- заборона будь-якої дискримінації прав державних чи приватних партнерів;

- узгодження інтересів державних та приватних партнерів з метою отримання взаємної вигоди;

- незмінність протягом усього строку дії договору, укладеного в рамках ДПП, цільового призначення та форми власності об'єктів, що перебувають у державній або комунальній власності, переданих приватному партнеру;

- визнання державними та приватними партнерами прав та обов'язків, передбачених законодавством України та визначених умовами договору укладеного в рамках ДПП;

- справедливий розподіл між державним та приватним партнерами ризиків, пов'язаних з виконанням договорів, укладених у рамках ДПП.

Основні завдання ДПП в інноваційній сфері [7, с. 103]:

- стимулювання приватного підприємництва до видів діяльності, що відрізняється підвищеним ступенем ризику та невизначеності;

- розвиток робочих контактів між учасниками інноваційного процесу з самих різних сфер (виробничий сектор, фінанси, сфера освіти, дослідний сектор);

- залучення коштів з різних джерел в пріоритетні напрямки, непривабливі при даній економіко-інвестиційній кон'юнктурі для приватних вкладень.

Отже, виконання цих завдань зумовить активізацію в інноваційній сфері. На нашу думку, проекти ДПП потрібно впроваджувати у сфері споживання, що тим самим наблизить суспільство до користування інноваціями. Переваги і недоліки реалізації проектів на умовах ДПП представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Переваги і недоліки реалізації проектів на умовах ДПП *

Переваги	Недоліки
1	2
Скорочення тиску на державний місцевий бюджет в короткостроковій перспективі за рахунок перенесення витрат бюджету на наступні 15–20 рр.	Потенційно високий ризик значних витрат держави у випадку розірвання договору про ДПП
Підвищення якості державних послуг населенню	Створення фінансових зобов'язань держави на довгострокову перспективу
Забезпечення ефективнішої експлуатації об'єкта приватним партнером	Відсутність досвіду реалізації проектів ДПП, відсутність фахівців достатньо високого рівня, зокрема, зі сторони державного партнера
Створення об'єкта певної фіксованої вартості, визначеної на етапі конкурсу	Тривалість строків реалізації проектів ДПП та неможливість урахувати при укладенні договору про ДПП всі ризики

продовж. табл. 2

1	2
Використання досвіду та професіоналізму приватного сектору при збереженні державного контролю над активами	Розрив у часі між реалізацією проекту та можливістю бюджету профінансувати його реалізацію
Розподіл ризиків між державою та приватним партнером	Потенційно висока корупційна складова
Стимулювання конструктивного діалогу між бізнесом та владою	У бюджеті не відображається конкретний проект, відсутні дієві механізми відстеження його реалізації

* сформовано автором на основі даних джерела: [9, с. 82; 10; 11]

Формами взаємодії держави і приватного капіталу є [5, с. 60]:

- контракти підряду (контракт на управління об'єктом, контракт на оренду об'єкта);

- нові проекти або проекти «з нуля» (будівництво, оренда та передача об'єкта; будівництво, експлуатація та передача об'єкта; будівництво, володіння та експлуатація та об'єкта, оренда об'єкта, приватне будівництво і експлуатація об'єкта);

- продаж активів (повна або часткова приватизація);

- концесії.

Якщо розглядати інноваційну сферу, то можна виділити міжвідомчі інноваційні програми, венчурне інвестування, офшорне програмування, лізинг, аутсорсинг тощо.

ДПП має різні форми і може бути здійснене на різних стадіях інноваційного процесу, але в загальній практиці найбільшого поширення набули фінансово-інвестиційні механізми ДПП, одним з яких є участь держави в розвитку системи венчурного фінансування. За своєю суттю венчурний капітал являє собою фінансову ланку інноваційної інфраструктури, що об'єднує носіїв капіталу і носіїв технологій. Він вирішує проблему фінансового забезпечення реалізації інноваційних проектів. Основна особливість венчурних компаній полягає в тому, що кошти, якими вони володіють, інвестуються в проекти з підвищеним ризиком [8, с. 37].

У результаті реалізації проектів ДПП як держава, так і приватний сектор отримують вигоду від взаємного співробітництва:

- держава: зниження витрат; коректування пріоритетів розвитку, відповідних потреб ринку і сучасних тенденцій розвитку; активізація підприємництва; гнучкість управління (подолання ефективної бюрократичної організації інноваційних процесів); формування інноваційної культури;

- приватний сектор: зниження ризиків; розвиток співпраці з наукою; відпрацювання інноваційних механізмів; доступ до унікального обладнання, нових рішень, ідей; розвиток людського потенціалу.

Поряд з перевагами існує також і ряд недоліків для кожного із секторів:

- держава: ризик втрати коштів, які були вкладені в проект у разі його розірвання, неможливість проаналізувати надходження в державний бюджет коштів від реалізації проекту, адже він проводиться в довгостроковій перспективі, відсутність кваліфікованих кадрів;

- приватний сектор: нестабільна банківська і податкова система, нестійка політична ситуація в країні і, звичайно, величезна корумпована складова.

Проекти ДПП можна запроваджувати в будь-якій області діяльності, проте є ті, в яких їх застосування буде найдоцільнішим. До пріоритетних областей для запровадження проектів ДПП відносять [6, с. 75]:

- розвиток виробничої й транспортної інфраструктури;
- житлово-комунальне господарство;
- охорона здоров'я й соціальні послуги;
- фінансування наукових досліджень, що мають перспективи комерціалізації;
- розвиток інноваційної інфраструктури.

Відповідно до переліку пріоритетів відноситься сфера наукових розробок і формування інноваційної інфраструктури, що має сприяти освоєнню принципів і завдань ДПП для інноваційного розвитку України.

Згідно з опублікованими даним, на початку цього століття в розвинених країнах на частку нових знань, втілюваних у нових технологіях, обладнанні, організації виробництва, припадає від 70% до 85% приросту валового внутрішнього продукту (ВВП).

Прискорено зростає внесок інноваційної складової в приріст ВВП розвинених країн, який в США, наприклад, збільшився з 31% в 1980-і рр. до 34,6% на початку XXI ст.; в Японії відповідно з 30,6% до 42,3 %; в Європі – з 45,5% до 50%. Розвинені країни концентрують у себе понад 90% світового наукового потенціалу і контролюють 80% глобального ринку високих технологій, обсяг якого оцінюється в 2,5–3 трлн дол. Намічається, що до 2020 рр. він досягне 4 трлн дол. [10, с. 63].

Україна з серйозним запізненням входить в систему інноваційних перетворень. Можна виокремити групу інноваційних проєктів, які характеризуються відносно низькою комерційною та високою суспільною ефективністю. Саме такі проєкти вимагають державної підтримки, оскільки їхнє здійснення приносить суспільству значні чисті вигоди, однак у зв'язку з відносно низькою фінансовою ефективністю вони не приваблюють приватних учасників, зацікавлених у їхній реалізації [11, с. 112].

Зарубіжний досвід ДПП в інноваційній сфері вказує на те, що в моделі взаємодії держави й бізнесу в інноваційному процесі у розвинутих країнах роль приватного сектора полягає в розробці технологій на основі власних досліджень та в ринковому освоєнні інновацій, а роль держави – у сприянні виробництву фундаментального знання й комплексу технологій стратегічного характеру. Узагальнення зарубіжного досвіду дозволяє вивчити організаційні механізми реалізації проєктів ДПП в сфері наукових досліджень та інновацій розвинутих країн світу та виявити можливості запровадження подібних проєктів в Україні [8, с. 201].

Як показує світовий досвід, механізми ДПП можуть стати фінансовою основою інноваційного розвитку економічних систем. На даному етапі ДПП в Україні не отримало достатнього поширення і не може повністю реалізувати свій потенціал. Для забезпечення більш ефективної роботи даного інструменту необхідно вжити комплекс заходів, що сприяють розвитку механізмів ДПП в Україні як на державному, так і на регіональному рівнях [12, с. 97].

Висновки. Створення сприятливих правових та інституціональних умов для розвитку державно-приватного партнерства в інноваційній сфері вимагатиме від держави подолання законодавчої невизначеності щодо ряду питань здійснення державно-приват-

ного партнерства, у тому числі володіння, користування і розпорядження результатами науково-технічної діяльності й правами інтелектуальної власності, створеними з використанням коштів державного бюджету, а також послідовного формування правових, організаційно-економічних і фінансових механізмів взаємовигідного партнерства.

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» від 1 липня 2010 року №2404-VI // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/>
2. Дутко Н. Г. Європейський досвід державно-приватного партнерства / Н. Г. Дутко // Вісник академії державного управління // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.academy.gov.ua/ej/ej11/txts/10dngdprv.pdf>
3. Сидорова Е. Н. Государственно-частное партнерство в инновационной сфере / Е. Н. Сидорова – М. : Вершина, 2012. – 143 с.
4. Чернышев О. Развитие государственно-частного партнерства в России / О. Чернышев, Е. Калашникова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rusk.ru/st.php?idar=113838>
5. Directorate-General for Public Works and Water Management (RWS): DBFM agreement. Standard 2.0. 30 July 2012 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ppsbijhetrijk.nl/dsresource?objectid=808&type=org>
6. Вінник О. М. Інституційна форма державно-приватного партнерства: проблеми правового регулювання / О. М. Вінник // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №1. – С. 6–19.
7. Винницький Б. Досвід та перспективи впровадження державно-приватного партнерства в Україні та за кордоном / Б. Винницький, М. Лендьял, Б. Онишук, П. Сегварі. – К. : К. І. С., 2011. – 146 с.
8. Павлюк К. В. Сутність і роль державно-приватного партнерства в соціально-економічному розвитку держави / К. В. Павлюк, С. М. Павлюк // Наукові праці КНТУ. – Економічні науки. – 2010. – №17 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/>.
9. Шнипко О. С. Держава і підприємництво: партнерство в інноваційній діяльності / О. С. Шнипко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №6. – С. 130–139.
10. Діденко Н. Г. Державне управління і соціальне партнерство: актуальні проблеми теорії і практики : монографія / Н. Г. Діденко. – Донецьк : Східний видавничий дім, 2012. – 404с.
11. Лебеда Т. Державно-приватне партнерство як фактор економічного зростання та проблеми його розвитку в Україні / Т. Лебеда, І. Запатріна // Економіст. – 2011. – №3. – С. 52–58.

УДК 332.14: 620.9

Серета О. В., к.е.н., ст. викладач

Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВІДНОВЛЮВАЛЬНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В МІСТАХ УКРАЇНИ

У статті розкрито сутність, цілі, завдання та етапи стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в місті. Визначено проблеми у сфері стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в містах України. Запропоновано комплекс заходів, спрямованих на удосконалення процесу формування та реалізації енергетичних стратегій міст нашої держави як базових елементів стратегічного управління.

Ключові слова: стратегічне управління, стратегія, відновлювальна енергетика, відновлювальні джерела енергії, місто, сталий розвиток.

Sereda O.

PECULIARITIES OF STRATEGIC MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF RENEWABLE ENERGY IN UKRAINE'S CITIES

The article describes the essence, objectives, tasks and stages of strategic management of development of renewable energy in the city. Under current conditions, using of renewable energy sources is one of the most perspective solutions of growing problems in energy supply and energy efficiency. The necessity of activating the implementation and using of renewable energy sources as a promising strategic direction of ensuring sustainable development of Ukrainian cities is substantiated. Thence, the purpose of strategic management of development of renewable energy in the city is ensuring its sustainable development.

The tasks of strategic management of development of renewable energy in cities are: formation of local energy saving policy, the priority of which is ensuring sustainable development of the city; increasing the competitiveness of the city among other cities of Ukraine and abroad; definition of the preconditions for implementation and expediency of using different types of renewable energy sources; analysis and estimation of the overall level of efficiency of using of renewable sources in the city.

The algorithm of the stages for effective strategic management of development of renewable energy in the city is proposed in this article.

The problems in the strategic management of development of renewable energy in the cities of our country are identified: the lack of a clear separation of authorities

between the state, regions and cities in the hierarchical system of strategic management of the energy sector in general and directly in the field of renewable energy; lack of coordination and hierarchy in energy strategies for different hierarchical levels (state - region - city); imperfect legal and regulatory framework; low-performing organizational and economic mechanism for promoting the introduction and using of RES; a low level of investment in the energy sector in general and in the field of renewable energy in particular; irrational using potential of RES in the cities; irrational logistics organization and imperfect infrastructure support for using RES; lack of real cooperation between the subjects of strategic management of development of renewable energy in cities in the format «authority-business – society – science».

That's why we propose the set of measures aimed at improving the process of formation and implementation of energy strategies of the cities of our country as the basic elements of strategic management. This set include the measures of normative-legal, financial-economic, organizational, personnel, informational character.

Key words: strategic management, strategy, renewable energy, renewable energy sources, city, sustainable development.

Середа О. В.

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ВОЗОБНОВЛЯЕМОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В ГОРОДАХ УКРАИНЫ

В статье раскрыта сущность, цели, задачи и этапы стратегического управления развитием возобновляемой энергетики в городе. Определены проблемы в сфере стратегического управления развитием возобновляемой энергетики в городах Украины. Предложен комплекс мероприятий, направленных на совершенствование процесса формирования и реализации энергетических стратегий городов нашей страны как базовых элементов стратегического управления.

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегия, возобновляемая энергетика, возобновляемые источники энергии, город, устойчивое развитие.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. В умовах сьогодення міста України потребують ефективного стратегічного управління в енергетичній сфері. Адже невирішеність ряду питань в енергозабезпеченні, надмірна залежність від імпорту енергоресурсів, зростання тарифів на електроенергію та ряд інших проблем характеризують кризову ситуацію в енергетичній галузі України, що, в свою чергу, вкрай негативно позначається на соціо-еколого-економічному стані міст нашої держави, перешкоджає забезпеченню їх сталого розвитку. Більше того, проблеми в соціальній, екологічній та економічній сферах життєдіяльності міст заважають

успішно розвиватись паливно-енергетичному комплексу країни, ставлять під загрозу її енергетичну безпеку та незалежність.

Відповідно, виникає об'єктивна необхідність у вирішенні даних проблем, виходячи із завдань, задекларованих у «Енергетичній стратегії України до 2030 року» та новій енергетичній стратегії України до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність». На рівні адміністративно-територіальних одиниць держави (зокрема, міст) це можливо шляхом ефективної імплементації локальних енергетичних стратегій як базових елементів стратегічного управління, які, в свою чергу, повинні ґрунтуватися на основі впровадження та використання екологічно чистих та безпечних для місцевих жителів відновлювальних джерел енергії.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Теоретико-методологічні та прикладні аспекти стратегічного управління містами України досліджено у працях Л. Беззубко, О. Берданової, О. Бойко-Бойчука, І. Вахович, З. Герасимчук, О. Карого, О. Карлової, А. Мельник, Г. Монастирського, І. Парасюка, Ю. Попової, Ю. Шарова та ін. Концептуальні засади розвитку відновлювальної енергетики у нашій державі загалом та у містах зокрема вивчали С. Бевз, С. Дев'яткіна, С. Кудря, О. Ляшенко, С. Мазепа, В. Олейко, О. Соловей, О. Сохачька, А. Шидловський, Т. Шкварницька та ін. Віддаючи належне науковим здобуткам вчених за вище зазначеними напрямками, слід відмітити, що проблемі комплексного дослідження стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики міст України в контексті забезпечення їх сталого (збалансованого соціо-еколого-економічного) розвитку приділено недостатньо уваги.

Цілі статті. У статті поставлено за мету дослідити сутність та особливості стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в містах України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Зважаючи на реалії сьогодення, впровадження та використання відновлювальних джерел енергії (ВДЕ) – сонячної енергетики, вітроенергетики, гідроенергетики, біоенергетики, є одним із найбільш перспективних шляхів вирішення зростаючих проблем енергозабезпечення і підвищення енергоефективності та відіграє важливу роль у забез-

печенні сталого розвитку не лише міст, але й регіонів та держави в цілому [1].

За своєю суттю стратегічне управління розвитком відновлювальної енергетики в місті являє собою систему дій та рішень органів місцевого самоврядування, представників бізнесу, громадськості та науковців стосовно вибору, розробки та реалізації енергетичних стратегій, які орієнтовані на забезпечення максимально можливого впровадження та використання ВДЕ задля отримання позитивних ефектів у соціальній, екологічній, економічній сферах життєдіяльності міст. Відповідно, кінцевим результатом або метою стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в місті є забезпечення його сталого розвитку.

Завдання стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в місті [2; 3]:

- формування місцевої політики енергозбереження, пріоритетом якої є забезпечення сталого розвитку міста;

- підвищення конкурентоспроможності міста серед інших міст України та закордону шляхом впровадження та активізації використання інноваційних енергозберігаючих технологій на підприємствах, установах, організаціях різних розмірів, профілів та типів власності, домашніх господарствах, що дасть змогу забезпечити ефективне та екологічнобезпечне функціонування економіки; сприяти розвитку соціальної інфраструктури, покращити добробут місцевих жителів і суб'єктів господарювання;

- визначення передумов впровадження та доцільності використання різних видів ВДЕ (зокрема, аналіз фінансового забезпечення сфери відновлювальної енергетики, інвестиційної привабливості територій міст в цілях впровадження та використання ВДЕ; аналіз природоресурсного потенціалу відновлювальної енергетики; аналіз обсягів та структури виробництва й споживання енергетичних ресурсів, в т.ч. ВДЕ, для місцевих жителів та суб'єктів господарювання);

- аналіз та оцінка загального рівня ефективності використання відновлювальних джерел в місті шляхом визначення співвідношення результативності використання відновлювальних джерел енергії – досягнення кінцевого результату – забезпечення сталого розвитку міста до витрат на розвиток відновлювальної енергетики.

Слід зауважити, що в сучасних умовах механізм стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в містах України є недосконалим, містить ряд суттєвих недоліків порівняно із країнами ЄС, США, Канади, Австралії. Відповідно, результативність впровадження ВДЕ у містах нашої держави та й в Україні загалом станом на сьогодні є не такою високою як у високорозвинених країнах Західної Європи та світу. Для прикладу енергетичні стратегії Данії, Швеції, Австрії (згідно прогнозу Австрійського енергетичного агентства) уже до 2050 року передбачають 100% забезпечення енергетичних потреб за рахунок ВДЕ. На сьогоднішній день у світі вже є міста, які повністю стовідсотково перейшли на використання ВДЕ або збираються це зробити у найближчій перспективі – Аспен, Бурлінгтон, Вермонт (США), Ванкувер (Канада), Франкфурт, Мюнхен (Німеччина), Копенгаген (Данія), Мальмо (Швеція), Сідней (Австралія). При цьому кількість таких міст, які поставили за мету використання лише відновлювальної енергетики та розробили для цього відповідні стратегії і довгострокові програми, невпинно зростає [4].

В той час у більшості міст України є ряд проблем, що заважають ефективному стратегічному управлінню розвитком відновлювальної енергетики, а саме [3; 7]:

1) нечіткість розмежування повноважень між державою, регіонами та містами в ієрархічній системі стратегічного управління енергетичною галуззю загалом та безпосередньо у сфері відновлювальної енергетики;

2) відсутність координації та ієрархічності у енергетичних стратегіях, розроблених для різних ієрархічних рівнів (зокрема, невідповідність між основними положеннями «Енергетичної стратегії України до 2030 року», нової енергетичної стратегії України до 2035 року «Безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність», енергетичних стратегій регіонів, міст та інших концептуальних документів, цільових програм, що регулюють сферу відновлювальної енергетики на рівні держави, регіонів та міст);

3) недостатньо уваги приділяється впровадженню та використанню ВДЕ як перспективного стратегічного напрямку забезпечення сталого розвитку міст, а безпосередньо сфера відновлюваль-

ної енергетики переважно не визначається як один із об'єктів стратегічного управління сталого розвитку міст;

4) недосконале нормативно-правове забезпечення – більшість із законів України, підзаконних нормативно-правових актів та локальних концептуальних документів, розроблених на рівні міст є неефективними, оскільки мають формальний декларативний характер і не передбачають чіткого алгоритму впровадження ВДЕ;

5) низькоефективний організаційно-економічний механізм стимулювання впровадження і використання ВДЕ, а також невисокий рівень інвестування енергетичної галузі в цілому й сфери відновлювальної енергетики зокрема;

6) нераціональне використання потенціалу ВДЕ міст, що, в свою чергу, пов'язано з неефективним енергоменеджментом на місцевому, регіональному, державному рівнях;

7) нераціональна логістична організація та недосконале інфраструктурне забезпечення використання ВДЕ;

8) відсутність реальної співпраці між суб'єктами стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в містах у форматі «влада – бізнес – громадськість – наука».

Для вирішення проблем такого типу та активізації розвитку відновлювальної енергетики в містах України, слід удосконалювати процес стратегічного управління в енергетичній сфері. Вважаємо, що даний різновид стратегічного управління слід здійснювати поетапно, за певним конкретним алгоритмом, що дасть змогу уникнути помилок у процесі розвитку відновлювальної енергетики в місті.

Етапи стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в місті наведено на рис. 1.

Варто відмітити, що кожне із міст нашої держави є особливим, має власну специфіку та різну величину фінансового, трудового, інноваційного, інвестиційного, природно-ресурсного потенціалу (в т.ч. й потенціалу ВДЕ) на своїй території. Тому, відповідно, для розвитку відновлювальної енергетики виступають різні передумови, а безпосередньо процедура стратегічного управління не допускає абсолютно однакового підходу до всіх міст, і для кожного з них матиме свої відмінності та особливості. Однак, при цьому, поетапність процесу стратегічного управління, запропонована на рис. 1, обов'язково повинна бути дотримана [2].

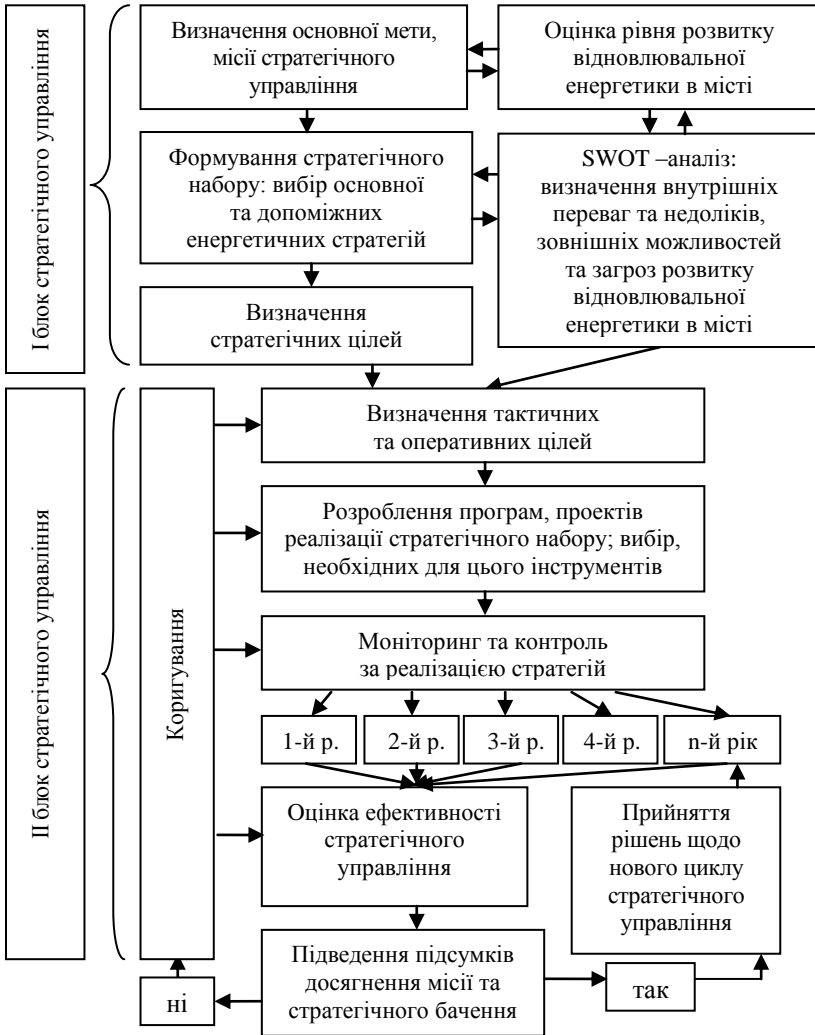


Рис.1. Етапи стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в місті *

* сформовано автором на основі даних джерел: [2; 5]

Відтак, в основу ефективного стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в місті, як бачимо з рис. 1,

повинен бути покладений стратегічний набір: основна та допоміжні енергетичні стратегії, формування та реалізація яких, у свою чергу, сприятиме детальному вивченню передумов впровадження, активізації напрямів розвитку та доцільності використання різновидів ВДЕ (сонячної енергетики, вітроенергетики, гідроенергетики, біоенергетики), а головне – забезпеченню сталого розвитку міст.

Для імплементації такого стратегічного набору необхідні ефективні та дієві програми та проекти, такі як, наприклад, Проект Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) «Муніципальна енергетична реформа», основна мета якого – підвищення енергетичної безпеки України на засадах муніципально-приватного партнерства. Зокрема, у рамках дії даного Проекту в окремих містах України здійснюються заходи щодо удосконалення енергетичної політики; підвищення енергоефективності; залучення інвестицій для реалізації проектів з альтернативних, чистих та безпечних джерел енергії тощо [6].

Досвід реалізації таких проектів в окремих містах України є надзвичайно корисним для нашої держави. Адже є важливим етапом в процесі стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики, що, в свою чергу, сприяє налагодженню співпраці у рамках «влада – бізнес – громадськість – наука». Однак, з огляду на масштабність енергетичних проблем в Україні, наявність таких поодиноких успішних проектів в окремих її містах є недостатньою. Тут потрібний комплексний, системний підхід до покращення стану енергетичної галузі в довгостроковій перспективі. На наш погляд, комплекс заходів, спрямованих на удосконалення процесу формування та реалізації енергетичних стратегій міст України, як базових елементів стратегічного управління, повинен включати [1; 3; 7]:

1) нормативно-правові – розробка нових та удосконалення існуючих нормативно-правових актів у енергетичній галузі; прийняття на рівні уряду законопроектів, що будуть визначати механізм формування та реалізації енергетичних стратегій у кожному із міст нашої держави, орієнтованих на впровадження та використання ВДЕ; розробку нових актів локального характеру, спрямованих на регулювання діяльності органів місцевого самоврядування та функціонування муніципально-приватного партнерства у сфері відновлювальної енергетики;

2) фінансово-економічні заходи щодо підвищення інвестиційної привабливості міст задля залучення вітчизняних та іноземних інвестицій у сферу енергетики, стимулювання активізації розвитку відновлювальної енергетики (в т.ч. за допомогою «зелених» тарифів); налагодження механізму надання податкових пільг та оптимальної системи кредитування на установки відновлювальної енергетики в містах;

3) організаційні – координація діяльності всіх суб'єктів стратегічного управління у сфері відновлювальної енергетики у форматі «влада – бізнес – громадськість – наука»; зокрема, активізація співпраці муніципалітетів із бізнес-структурами та громадськими організаціями й науковими установами міст у рамках вирішення питання активізації впровадження та використання ВДЕ; досягнення реальної взаємоузгодженості між собою енергетичних стратегій на національному, регіональному та місцевому рівнях шляхом посилення обміну інформацією та усунення розбіжностей в часі під час формування та реалізації таких стратегій;

4) кадрові – створення системи комплексної теоретико-методологічної та практичної підготовки висококваліфікованих фахівців у сфері відновлювальної енергетики у ВНЗ III-IV рівнів акредитації, підвищення кваліфікації працівників сфери відновлювальної енергетики шляхом проведення тренінгів, участі у міжнародних науково-практичних конференціях, стажуванні у країнах ЄС з високим рівнем енергоефективності з метою обміну досвідом та адаптації його згодом до вітчизняних реалій;

5) інформаційні – налагодження діалогу влади з громадськістю (наприклад, розповсюдження інформації через ЗМІ щодо суті та цілей енергетичних стратегій міст, обґрунтування переваг та доцільності використання відновлювальної енергетики серед місцевих жителів та суб'єктів господарювання з метою їх залучення до енергоменеджменту міст).

Висновки. Підсумовуючи вище викладене, вважаємо, що імплементація вище наведених заходів сприятиме активізації впровадження та використання ВДЕ на теренах нашої держави та її адміністративно-територіальних одиниць (зокрема, міст), дасть змогу підвищити ефективність стратегічного управління розвитком відновлювальної енергетики в містах України, сприятиме забезпеченню їх сталого розвитку.

1. Герасимчук З. В. Проблеми та перспективи використання відновлювальних джерел енергії в контексті забезпечення сталого розвитку регіонів / З. В. Герасимчук, О. В. Серeda // Економічний форум. – №3. – 2015. – С. 112–117.
2. Герасимчук З. В. Стратегічне управління сталим розвитком міст: теорія, методологія, практика / З. В. Герасимчук, О. В. Серeda : монографія. – Луцьк : Вежа-Друк, 2014. – 276 с.
3. Управління соціально-економічними системами регіонального рівня: теорія та практика : монографія / [авт. кол.: Василик Н. М., Гасанов С. С., Герасимяк Н. В., Гордійчук А. І., Лорві І. Ф., Рудь Н. Т., Серeda О. В., Степанов В. М., Степанова К. В., Шевчук І. В., Шубала І. В., Шубалий О. М.] / Під заг. ред. О. М. Шубалого. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2016. – 340 с.
4. Гелетуґа Г. Г. Аналіз енергетичних стратегій країн ЄС та світу і ролі в них відновлюваних джерел енергії / Г. Г. Гелетуґа, Т. А. Железна, А. К. Праховнік // Аналітична записка БАУ №13 від 1 грудня 2015 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.uabio.org/activity/uabio-analytics
5. Серeda О. В. Стратегічне управління сталим розвитком міст : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. зі спец. 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / О. В. Серeda. – Луцьк : Луцький національний технічний університет, 2013. – 21 с.
6. Офіційний сайт Проекту USAID «Муніципальна енергетична реформа в Україні» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.merp.org.ua/index.php?lang=uk>
7. Серeda О. В. Проблеми формування та реалізації енергетичних стратегій міст у контексті забезпеченні їх сталого розвитку / О. В. Серeda // Зб. тез допов. III Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки». – 25 березня. – Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2016. – С. 190–191.

УДК 336.226:338.1

Сидорук С. В., к.е.н., ст. викладач

Луцький національний технічний університет

СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА УПРАВЛІННЯ СЕРВІСОМ ГОТЕЛЬНОЇ СФЕРИ

У статті проаналізовано сучасний погляд на управління сервісом готельної сфери з врахуванням специфіки діяльності та напрямів функціонування готельного закладу в сучасних умовах.

Ключові слова: управління, сервіс, готельні послуги, готельне обслуговування, система, клієнт, стратегія.

Sidoruk S.

MODERN VIEW ON MANAGEMENT OF THE HOTEL SPANISH SERVICE

Hotel service management is an important kind of professional economic activity aimed at achieving the goal through the rational organization of material, financial, labor, information resources, using principles, functions and management methods. Today, the issue of service is considered in the same aspect as quality, the central element of any decisions and actions of each service organization is the client.

The purpose of the article is to study the substantive characteristics of the service of the hotel sphere - preservation of competitive positions in the sphere of hospitality, which is realized in the end in ensuring profitability of the enterprise.

Hence, hotel service management is a field of activity whose main purpose is to provide clients with a particular service or set of services in their interaction with them, and often with their direct involvement. As an example, such well-known service companies as banks, airlines, hospitals, law firms, retail stores and restaurants can be called. Within the service business you can distinguish two types of services:

- service within the service enterprise environment (facilities-based services);
- serving the client environment (field-based services).

The essence of hotel service management is determined by the formation and functioning of the hotel management system. Within the system of hotel service management, the following subsystems should be singled out:

- technical – a set of technical means by means of which management is carried out;
- technological – rules and regulations that determine the sequence of operations in the management process;
- organizational – consists of the management structure, regulations and instructions on which it operates;
- economic – economic and financial processes and connections;
- social – a set of social relationships that are formed in the process of joint activities of people.

Keywords: management, service, hotel services, hotel service, system, client, strategy.

Сидорук С. В.

СОВРЕМЕННЫЙ ВЗГЛЯД НА УПРАВЛЕНИЕ СЕРВИСОМ ГОСТИНИЧНОЙ СФЕРЕ

В статье проанализированы современный взгляд на управление сервисом гостиничной сферы с учетом специфики деятельности и направлений функционирования гостиничного заведения в современных условиях.

Ключевые слова: управление, сервис, гостиничные услуги, гостиничное обслуживание, система, клиент, стратегия.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Управління сервісом готельної сфери є важливим видом фахової економічної діяльності, спрямованої на досягнення мети через раціональну організацію матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних ресурсів зі застосуванням принципів, функцій і методів управління. Сьогодні питання обслуговування розглядаються в тому ж аспекті, що і питання якості, центральним елементом будь-яких рішень і дій кожної сервісної організації є клієнт.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. У розробку питань методології та організації менеджменту готельного бізнесу вагомий внесок зробили вітчизняні вчені, передусім такі як Х. Й. Роглев, Л. І. Нечаюк, Н. О. Телеш, Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова, Л. Г. Лук'янова, О. П. Мельник, І. М. Мініч, Г. Б. Мунін, Л. П. Шматько, М. Г. Бойко, С. І. Байлик, І. Б. Андренко та ряд інших. Функціональний зміст управління досліджували в своїх працях іноземні фахівці Ф. Тейлор, А. Файоль, Г. Черч, Л. Джильберт, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі. Значну увагу цьому питанню приділяли вітчизняні науковці Г. Таукач, М. Мартиненко, В. Голиков, Б. Мізюк, В. О. Кузьмін, Ф. Хміль, В. Геєць, Г. Попов, О. Козлова, та інші фахівці з питань управління [1–2]. Однак, враховуючи актуальність даної теми для розвитку економіки та іміджу України як туристичної держави, можна констатувати недостатнє дослідження проблем даної галузі з питань управління сервісом готельної сфери.

Цілі статті. Метою статті є дослідження змістовної характеристики сервісу готельної сфери – збереження конкурентних позицій у середовищі сфери гостинності, яка реалізується в підсумку в забезпеченні рентабельності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Сучасні тенденції розвитку сервісу готельних послуг свідчать про необхідність використання філософії обслуговування у сфері гостинності, яка наочно зображена в сервісному трикутнику, приведеному на рис. 1.

Як видно з рис. 1, в центрі всієї решти елементів сервісної системи є сервісна стратегія, система і клієнт.



Рис. 1. Трикутник сфери сервісу готельного обслуговування *

* модифіковано автором на основі даних джерела: [3]

Отже, якщо розгля-дати обслуговування таким чином, підтверджується загальновідома істина, що сервісна організація існує для того, щоб обслуговувати клієнта, а системи обслуговуючий персонал – для того, щоб забезпечувати процес надання послуг. Деякі дослідники цього питання вважають, що сервісна організація повинна обслуговувати також своїх службовців, оскільки саме через них можна точніше оцінити якість послуг.

Проаналізувавши інформацію з рис. 1, можна відмітити, що клієнт одержує послугу у такому вигляді, в якому її визначає керівництво підприємства. Іншими словами, це, як управлінський персонал керує своїми службовцями, повною мірою характеризує обслуговування клієнтів. Якщо працівники добре підготовлені і мають вагомні стимули працювати якомога ефективно, вони обслуговують клієнтів ввічливо, уважно і якісно.

Роль операцій в сервісному трикутнику першорядна. Вони визначають структуру сервісних систем (процедури, устаткування, приміщення) і управління роботою обслуговуючого персоналу, який звичайно складає переважну більшість великих сервісних підприємств, що працюють.

Але перш ніж приступити до докладного обговорення цієї ролі, корисно провести класифікацію послуг з тим, щоб з'ясувати, який вплив на операції сервісної організації надає клієнт. Є погляд, який заслуговує на увагу спеціалістів і фахівців готельної сфери, оскільки пропонує регламентувати застосування кожного з окремих підходів до управління залежно від специфіки діяльності, певних напрямів функціонування внутрішніх складників готельного закладу.

Отже, управління сервісом готельної сфери є сферою діяльності, основною метою якої є надання клієнтам якої-небудь конкретної (основної або додаткової) послуги або набору послуг при взаємодії з ними і часто з їх безпосередньою участю. Як приклад можна назвати такі всім знайомі сервісні підприємства, такі як банки, авіалінії, лікарні, юридичні фірми, магазини роздрібною торгівлі, ресторани, заправні пункти, фаст-фуди, супермаркети тощо.

В рамках сервісного бізнесу можна виділити два типи обслуговування:

- обслуговування в середовищі сервісного підприємства (facilities-based services);
- обслуговування в середовищі клієнта (field-based services).

Розглянемо на конкретних прикладах склад ключових елементів управління сервісом готельної сфери, що наведено у табл. 1.

Грунтуючись на цій концепції, можна зробити висновок, що сервісними системами з високим ступенем контакту з клієнтом (high degree customer contact) управляти набагато складніше і, крім того, їх значно важче раціоналізувати, ніж системи з низьким ступенем контакту з клієнтом (low degree customer contact).

Сутність управління сервісом готельної сфери визначається формуванням і функціонуванням системи управління готельного закладу. В межах системи управління сервісом готельної сфери варто виокремити такі підсистеми:

- технічна – сукупність технічних засобів за допомогою яких здійснюється управління;
- технологічна – правила і норми які визначають послідовність операцій в процесі управління;
- організаційна – складається зі структури управління, положень та інструкцій за якими вона функціонує;
- економічна – господарські і фінансові процеси і зв'язки;
- соціальна – укупність соціальних взаємовідносин, що формуються в процесі спільної діяльності людей.

З нашої точки зору, управління сервісом готельної сфери це процес поєднання елементів системи менеджменту з використанням стандартів сфери послуг, що прямують до формування відповідно конкурентоспроможних готельних послуг відповідної категорійної групи і смакових якостей клієнта.

Таблиця 1

Ключові елементи управління сервісом готельної сфери *

Склад системи управління сервісом готельної сфери				
Реалізатори готельних послуг	Завдання	Посередники	Завдання	Споживачі готельних послуг
Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України, готелі, мотелі, кемпінги, особи, що мають інтерес у розвитку готельного бізнесу та туристичної сфери, котеджі, турбази, приватні будинки, туроператори (підприємства, які формують і продають готельну послугу, переважно, оптом посередникам)	Надання основних послуг (проживання, перебування, розміщення на ночівлю); додаткових послуг (інформаційні, побутові, фінансові, ексклюзивні, культурно-оздоровчі) периферійних (підтримання чистоти в готелях; технічне обслуговування приміщень; забезпечення своєчасних ремонтів)	Турфірми, транспортні організації, екскурсійні бюро, заклади дозвілля (казино, спортивні заклади, кіно концертні зали, розважальні центри, аеропорти, морські порти), посередницькі фірми, що забезпечують даний сектор матеріальними, запасними частинами, іншими ресурсами; дистриб'юторські фірми готельної сфери регіону; відділи регіональної і державної адміністрації	Переміщення споживачів готельних послуг; надання готельним закладом – споживачам зручних місць для придбання товарів і послуг; постачання ресурсів, інструментів, будівельних матеріалів; реалізація комплексу послуг із просування готельних послуг на нові ринки, надання рекламних послуг в регіоні	Організовані споживчі потоки готельних послуг (компанії, туристичні групи). Неорганізовані споживчі потоки готельних послуг (бізнесмен, транзитний відвідувач, турист (зовнішній, внутрішній), бізнесмен

* сформовано автором

Висновки. Отже, управління сервісом готельної сфери включає в себе складний процес планування, організації, регулювання та контролю за процесом обслуговування клієнтів у готельній сфері. З наведеного нижче списку видно, що основною метою багатьох сервісних організацій є забезпечення доступності їх підприємств, яка визначається як здатність зв'язатися з сервісним підприємством у будь-який час і з використанням сучасних комунікацій різних типів.

1. Гуткевич, С. О. Проблеми діяльності підприємств туристичної сфери і шляхи їх розв'язання / С. О. Гуткевич, Л. А. Дяченко // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №11(101). – С. 63–71.
2. Дяченко Л. А. Організаційно-економічний розвиток готельного господарства / Л. А. Дяченко // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. – Вип. 2(38). – «Економічні науки». – Чернівці : ЧТЕІ КНЕУ, 2010. – С. 204–211.
3. Малюк Л. П. Сервісологія та сервісна діяльність : навч. посібн. / Л. П. Малюк, О. М. Варипаєв, А. В. Зюлковська. – Х. : ХДУХТ, 2009. – 211 с.

УДК 332.87

Сяська О. В., к.е.н., доцент

Рівненський державний гуманітарний університет

АНАЛІЗ ОСТАННІХ РЕФОРМ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

У статті проведено аналіз останніх реформ ЖКГ, спрямованих на створення та функціонування об'єднання співвласників багатоквартирних будинків, виявлено основні проблеми та недоліки. Розроблено пропозиції щодо удосконалення управління житлово-комунальним господарством України.

Ключові слова: житлово-комунальне господарство, об'єднання співвласників багатоквартирних будинків, аварійний житловий фонд, капітальний ремонт, «хрущовки», «спільна власність».

Syaska O.

ANALYSIS OF THE LATEST REFORMS OF UKRAINIAN HOUSING AND COMMUNAL SERVICES

The article analyzes the latest housing and communal services reforms aimed at creating and operating an association of joint owners of apartment houses. Thesis there is determined issues and shortcomings in the law on association of joint owners of apartment houses, in particular, in the Law of Ukraine «On the peculiarities of the exercise of the right of ownership in an apartment houses», «according to which the state actually shifts all responsibility for the content, current and capital repairs of the housing stock on the citizens themselves. Attention is drawn to the emergency situation of the vast majority of apartment houses in the country and the inability of the population to pay their capital repairs independently.

Proposals have been developed to improve the management of Ukrainian housing and communal services, in particular by amending the legislation of Ukraine. Justified the feasibility of creating association of joint owners of apartment houses only in new multi-storey houses.

Key words: housing and communal services, association of joint owners of apartment houses, emergency housing stock, major repairs, «khrushchevki», «common property».

Сяськая Е. В.

АНАЛИЗ ПОСЛЕДНИХ РЕФОРМ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ

В статье проведен анализ последних реформ ЖКХ, направленных на создание и функционирование объединения совладельцев многоквартирных домов, выявлены основные проблемы и недостатки. Разработаны предложения по совершенствованию управления жилищно-коммунальным хозяйством Украины.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, объединение совладельцев многоквартирных домов, аварийный жилой фонд, капитальный ремонт, «хрущевки», «общая собственность».

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Житлово-комунальне господарство – одна з найбільших галузей економіки України, яка має великий вплив на щоденне життя кожної людини та на ситуацію у країні в цілому. Сьогодні ЖКГ залишається однією із самих слабких ланок в економіці країни і є одним з основних осередків соціальної напруги. Головна причина такого стану полягає в тому, що галузь безнадійно відстала в оновленні основ-

них фондів і технологій через збитковість і критичне фінансове становище підприємств ЖКГ.

В Україні реформа житлово-комунального господарства здійснюється давно. Ринкові перетворення торкнулися багатьох аспектів його функціонування, проте не стали фактором зростання якості житлово-комунального обслуговування населення та поліпшення умов проживання.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питання реформування житлово-комунального господарства та аналізу діяльності підприємств галузі розглянуті в працях таких науковців як О. В. Димченко, Т. М. Качала, О. А. Кириченко, В. Ніколаєв, В. П. Полуянов, М. А. Хвесик та ін. Однак, незважаючи на значимість і цінність проведених досліджень, проблеми забезпечення ефективного функціонування підприємств ЖКГ та напрямки його успішного реформування залишаються до кінця невирішеними.

Цілі статті. Метою даної роботи є дослідження та аналіз останніх реформ ЖКГ, виявлення основних проблем та недоліків у цих реформах і на основі проведених досліджень розробка пропозицій щодо удосконалення управління житлово-комунальним господарством України.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Одним з ключових моментів, які гальмують процес реформування ЖКГ, є брак фінансових коштів, обумовлений різними причинами. В їх числі неповне і невчасне здійснення платежів абонентами за надані послуги, велика заборгованість бюджетів усіх рівнів, неузгодженість темпів зростання тарифів житлово-комунальних підприємств і зовнішніх монополістів – постачальників ресурсів, високий рівень зносу основних фондів, нераціональний розподіл ресурсів, непривабливість сфери для інвесторів тощо. Справа навіть не в тому, що у галузі накопичилась критична маса проблем, а в тому, що з часом вони мало вирішуються, перероджуються в інші, або не вирішуються взагалі.

Всі реформи ЖКГ, які пропонує уряд, в основному, зводяться до поетапного зростання тарифів на комунальні послуги, причому якість самих послуг кращою від цього не стає.

Черговою реформою ЖКГ стало прийняття так званого закону про ОСББ (Закону України №417-VIII від 14.05.2015 р. «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку»). Цей Закон визначає особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку, регулює правові, організаційні та економічні відносини, пов'язані з реалізацією прав та виконанням обов'язків співвласників багатоквартирного будинку щодо його утримання та управління [1]. Через рік Законом України №1413-VIII від 14.06.2016 р. було внесено зміни до Закону №417-VIII, які полягають в тому, що у разі, якщо протягом одного року з дня набрання чинності цим Законом співвласники багатоквартирного будинку, в якому не створено об'єднання співвласників, не прийняли рішення про форму управління багатоквартирним будинком, управління таким будинком здійснюється управителем, який призначається на конкурсних засадах виконавчим органом місцевої ради, на території якої розташований багатоквартирний будинок [2].

Сьогодні дія цих двох законів практично зводиться до того, що, ліквідовуючи житлово-комунальні підприємства та надаючи право мешканцям багатоквартирних будинків обирати як управляти своєю власністю, держава фактично перекладає з себе усю відповідальність за утримання, експлуатацію, реконструкцію, реставрацію, поточний та капітальний ремонт цих будинків на самих громадян. Про це йдеться в статті 7 Закону України «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку».

Ідея створення ОСББ була започаткована ще у 2001 році з прийняттям Закону України №2866-III «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» від 29.11.2001 р. [3]. В цьому законі передбачалось, що жителі багатоповерхового будинку можуть на добровільній основі як створити ОСББ так і вийти з нього. Тобто їх ніхто не примушував обов'язково створювати ОСББ до певного визначеного терміну (як це передбачено Законом України №1413-VIII від 14.06.2016 р.). Крім того, в цьому законі (стаття 24) зазначалось, що в разі створення ОСББ у неновому будинку, перший, після передачі на баланс ОСББ, капітальний ремонт має проводитись за кошти попереднього балансоутримувача, тобто за рахунок ЖКП. Однак з прийняттям Закону України №417-VIII від

14.05.2015 р. статтю 24 було відмінено. Це означає, що сьогодні держава перекладає витрати на капітальний ремонт на плечі жителів, нічого при цьому не інвестуючи в оновлення житлового фонду.

В той же час Законом України «Про приватизацію державного житлового фонду» передбачено, що колишні власники (їх правонаступники), які володіли багатоквартирними будинками до моменту приватизації, зобов'язані брати участь у фінансуванні їх ремонту та сприяти організації його проведення [4]. Зазначимо, що до 1991 р. всім багатоквартирним житловим фондом володіла держава, тобто всі будинки знаходились на балансі державних ЖЕКів. В 1991 р. держава передала весь житловий фонд на баланси місцевих рад. Таким чином, ці будинки стали власністю громад, а ЖЕКи стали комунальними, місцевими. Сьогодні 99% квартир приватизовані.

Враховуючи те, що «колишніми власниками» у розумінні Закону України «Про приватизацію державного житлового фонду» є територіальні громади, тому органи місцевого самоврядування повинні фінансувати капітальний ремонт будинків відповідно до прийнятих місцевих програм. Однак, як показує вітчизняна практика, реалізувати це на ділі буде дуже складно, оскільки в жодному місцевому бюджеті немає коштів на капітальний ремонт усіх багатопверхових будинків.

За офіційними даними, в Україні близько 80% багатоквартирних будинків потребують капітального ремонту. Ці будинки є скрізь – в столиці, обласних та районних центрах [5]. При цьому з кожним роком рівень зношеності і аварійності житлового фонду постійно зростає.

В Україні більшу частину багатопверхівок побудували в 60-70-х роках. «Хрущовки» будувалися як тимчасове житло – через 25 років будинки планували знести, а замість них побудувати більш «довговічну» нерухомість. Такі багатопверхівки в Радянському Союзі вважалися «соціальним житлом», їх роздавали безкоштовно. Поступово термін експлуатації «хрущовок» продовжили до 60 років. Таким чином, будівлі, які потрапили в першу чергу будівництва, пора зносити вже в 2017 р. А якщо за цей час будинок ні разу не ремонтували, він повинен був піти під знесення ще десять років тому [6].

І що ж тепер робити власникам таких «хрущовок»? Створювати ОСББ і робити за власні кошти капітальний ремонт будинку, що розвалюється, чи відразу будувати новий будинок також за власні кошти? На наш погляд, більш глухого кута придумати вже не можна. Варто зазначити, що аварійні «хрущовки» – це лише третина будинків з тих 80% житлового фонду країни, що потребують капітального ремонту.

Тепер розглянемо ситуацію, що склалася, з іншого боку. Припустимо, що співвласники старого будинку, який потребує капітального ремонту, зважаться на створення ОСББ. Їм потрібно враховувати, що витрати на утримання будинку (з усіма його комунікаціями, дахами і нескінченними проблемами) та прибудинкової території зростуть в рази. Крім «індивідуальних» витрат, пов'язаних з власною квартирою, кожен власник повинен буде також покрити витрати, пов'язані зі «спільною власністю» та її капітальним ремонтом, а це дуже великі гроші. Крім того, ніхто не може гарантувати, що новообраний голова ОСББ не буде використовувати кошти, м'яко кажучи, «не за призначенням». Таким чином, уряд пропонує проблему ЖКГ замінити на іншу – ОСББ.

Деякі прихильники останніх реформ ЖКГ наголошують на обов'язковому створенні ОСББ, опираючись на «вдалий європейський досвід». Однак, не потрібно забувати про те, що у більшості наших громадян зарплати і пенсії зовсім «не європейські». Майже половина населення України отримує субсидії.

За даними Державної служби статистики України, в січні-лютому 2017 р. за субсидіями для відшкодування витрат на оплату житлово-комунальних послуг звернулися 870,4 тис. домогосподарств, що на 5,7% більше, ніж у січні-лютому 2016 р. Серед регіонів найбільша питома вага сімей, які отримували субсидії, у Сумській та Полтавській областях (62,6% і 61,4% відповідно), а найменша – в Одеській і Києві (15,9% і 25,5% відповідно) [7].

Як видно з цієї ситуації, населенню просто нічим буде платити за капітальний ремонт своїх старих багатоповерхівок. І наївно вважати, що держава планує якимось чином вирішувати цю проблему. Ще не одна реформа ЖКГ не дала позитивного результату.

Варто зазначити, що ідея створення ОСББ має право на існування. Вона дає можливість мешканцям будинку самим встанов-

лювати тариф на утримання будинку, контролювати витрати та поліпшити комфорт свого проживання. Однак створювати ОСББ можна лише при умові, що будинок новий і не потребує значних витрат на капітальний ремонт. При цьому це має бути добровільним рішенням всіх мешканців багатопверхового будинку. Але, зважаючи на катастрофічну ситуацію з житловим фондом, що склалася в нашій країні, ОСББ можна створювати лише для 20% багатоквартирних будинків.

Висновки. Проведене дослідження приводить до наступних висновків:

1. Зміни до Закону України №2866-III «Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку» від 29.11.2001 р. потрібно відмінити, а дію Закону України №417-VIII «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку» від 14.05.2015 р. і Закону України №1413-VIII «Про внесення зміни до статті 13 Закону України «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку»» від 14.06.2016 р. скасувати. Жителі багатоквартирних будинків мають самостійно вирішувати: створювати їм ОСББ чи залишатись з ЖЕКом.

2. Розвиток ЖКГ повинен стати пріоритетним для влади. До видатків Державного бюджету України на потреби Міністерства регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ України необхідно додатково виділити кошти на капітальний ремонт аварійного житлового фонду, оскільки місцеві бюджети не в змозі в повному обсязі профінансувати такі витрати.

3. На нашу думку, потрібно удосконалити діяльність самих комунальних підприємств, які вже мають певну матеріально-технічну базу, інфраструктуру, кваліфікованих фахівців і т. д., а не замінювати їх іншими.

4. Реформа ЖКГ повинна в кінцевому результаті вирішувати, як мінімум, дві основні проблеми: населенню – надати якісні послуги за прийнятними цінами, а підприємствам галузі – забезпечити рентабельність роботи та можливість оновлювати основні фонди.

1. Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку: Закон України №417-VIII від 14.05.2015 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/417-19>

2. Про внесення зміни до статті 13 Закону України «Про особливості здійснення права власності у багатоквартирному будинку»: Закон України №417-VIII від 14.05.2015 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1413-19/paran3#n3>
3. Про об'єднання співвласників багатоквартирного будинку: Закон України №2866-III від 29.11.01 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nashdomik.net/obyednannya-spivvlasnikov-budinku/>
4. Про приватизацію державного житлового фонду: Закон України №2482-XII від 19.06.1992 р. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2482-12>
5. Ніколаєв В. Критичні 80%: нотатки на полях проблем ЖКГ / В. Ніколаєв // Інформаційне агентство «Україна комунальна» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://blog.jkg-portal.com.ua/ua/blog/one/kritichn-80-notatki-na-poljah-problem-zhkg>
6. Чому через 10 років власники «хрущовок» опиняться на вулиці // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ukr.segodnya.ua/economics/enews/cherez-10-let-vladelcy-hrushchevok-okazhutsya-na-ulice-srok-eksploatatsii-bolshinstva-ukrainskih-mnogoetazhek-zakanchivaetsya-942539.html>
7. Держстат озвучив кількість сімей, які отримують субсидії // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2197580-derzstat-ozvuciv-killist-simej-so-otrimuut-subsidii.html>

УДК 330.5:338.124.4

Талах В. І., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВИХ ПРОЦЕСІВ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В роботі узагальнено наявні в світовій практиці та Україні напрацювання щодо методичних підходів до діагностики криз в національній економіці в цілому, та визначення індикаторів фінансових криз, як невід'ємної складової зародження та розвитку сучасних економічних криз, зокрема. Окреслений сучасний стан, тенденції становлення та особливості їх застосування для виявлення та запобігання кризових процесів в Україні як на макро- так і на мезорівнях.

Діагностика кризи є важливим елементом антикризового управління, суттєвим чинником його ефективності. Процес діагностики неможливий без визначення системи критеріїв, здатних адекватно відобразити специфіку

конкретного об'єкта з урахуванням найбільш суттєвих чинників впливу на нього в той чи інший період часу.

Особлива увага зосереджена на передчасному виявленні та діагностуванні регіонів, найбільш вразливих до кризових процесів. Адже на підставі таких даних можна відкоригувати економічну, політичну та соціальну концепції управління, їх стратегію і тактику.

Ключові слова: кризові процеси розвитку національної економіки, діагностика кризи, оцінка кризових процесів, індикатори фінансових криз.

Talakh V.

METHODOLOGICAL APPROACHES ON DIAGNOSTIC CRISIS PROCESSES IN NATIONAL ECONOMY

The work summarizes the available in the world practice and Ukraine the development of methodological approaches to the diagnosis of crises in the national economy as a whole, and the identification of indicators of financial crises as an integral component of the birth and development of modern economic crises, in particular. An outline of the current state, development trends and peculiarities of their application for the detection and prevention of crisis processes in Ukraine, both on the macro and on the memories.

Diagnosing the crisis is an important element of crisis management, a significant factor in its effectiveness. The process of diagnosis is impossible without defining a system of criteria that can adequately reflect the specifics of a particular object, taking into account the most significant factors affecting it in one or another period of time.

Particular attention is paid to the early detection and diagnosis of the region's most vulnerable to crisis processes. Indeed, on the basis of such data it is possible to adjust the economic, political and social concepts of management, their strategy and tactics.

The diversity of methods is confirmed by the lack of a unified approach to the quantitative and qualitative assessment of the crisis processes of the development of the national economy. The peculiarities of the development of each country and its territories, the complexity of obtaining and processing of statistical data require the use of different methods for reliable, authentic, accurate receipt of results on the scale of crisis processes in the national economy.

The negative effects of the global crisis have aggravated the socio-economic problems that became relevant not only for other countries of the world, but also for Ukraine. Despite the variety of methods of quantitative and qualitative assessment of crisis processes, all authors are united in the opinion that the main means of survival of domestic commodity producers under such conditions is the development and implementation of an effective mechanism for crisis management, an important place in which the diagnosis of the current state of affairs takes. In the conditions of an unstable environment, in the face of the meso- and macroeconomic systems, the task of continuous monitoring of the activity, identification and evaluation of possible developmental areas arises.

The domestic methodology for assessing the crisis situation does not fully meet the modern requirements of management, and foreign experience is not adequately adapted to Ukrainian laws and basic accounting and auditing provisions. This necessitates the development of a national model for analyzing the propensity of the national economy before the crisis, taking into account sector specifics, the stages of crisis development, current performance, providing a precise and objective assessment of the crisis situation, based on the calculation of key indicators and indicators.

Based on the study, one can distinguish the following main recommendations on methodological approaches to crisis diagnostics in the national economy as a whole, and the definition of indicators of financial crises, in particular:

- the results of the «signal» approach show that it is expedient to carry out an assessment of indicators of the level of development of the national economy based on early warning signals that will reveal a positive or negative dynamics of socio-economic indicators in the post-crisis and pre-crisis periods. We consider it expedient to form both early warning indicators and real, delayed indicators, which will indicate, accordingly, the possibility of occurrence, existence, and the effect of negative factors on the level of development of the national economy;

- the main methodological approach for diagnosing crises in the national economy both at the meso- and at the macro levels can be considered simultaneous monitoring of the dynamics of pairs / groups of key indicators characterizing different sectors of the financial market. To sum up the pairs / groups of the main indicators into a single whole, it is expedient to use a summary indicator aggregated from all the signals given. At the same time, a sharp change in the growth rate of indicators suggests the transition of the financial system to an unstable state, that is, the signaling of the approach to financial instability;

- the formation of groups of indicators, and in fact, the fullness of indicators in each group should be as much as possible weighted, since the indicators of the real economy can be closely correlated with financial variables, and external variable groups, external debt and exogenous variables may contain duplicate indicators, the calculation of which will not allow Evaluate the level of economic crisis and formulate preventive and liquidation tools for crisis management;

- it is advisable to use a comparison of the dynamics of various macroeconomic and financial indicators when formulating a methodological approach to the assessment of the crisis of the national economy, but annual statistical information should be evaluated for the formation of strategic measures of national economy management, while monthly or quarterly statistical information should be evaluated for the selection of operational management tools;

- a necessary pre-emptive turkey is needed to assess the level of development of the national economy as a whole;

- the emergence of a crisis in one country / region can serve as a signal that changes in the values of indicators of macroeconomic and macroeconomic development are possible in other countries / regions.

The task of further research should be to form a single concept for both meso and macro levels in order to prevent and reduce the devastating impact of the global and internal crisis processes on the national economy.

Key words: crisis processes of development of the national economy, crisis diagnostics, assessment of crisis processes, indicators of financial crises.

Талах В. И.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ДИАГНОСТИКЕ КРИЗИСНЫХ ПРОЦЕССОВ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В работе обобщены имеющиеся в мировой практике и Украине наработки по методическим подходам к диагностике кризисов в национальной экономике в целом, и определения индикаторов финансовых кризисов, как неотъемлемой составляющей зарождения и развития современных экономических кризисов, в частности. Очерчены современное состояние, тенденции становления и особенности их применения для выявления и предотвращения кризисных процессов в Украине как на мезо- так и на макроуровнях.

Диагностика кризиса является важным элементом антикризисного управления, существенным фактором его эффективности. Процесс диагностики невозможен без определения системы критериев, способных адекватно отразить специфику конкретного объекта с учетом наиболее существенных факторов влияния на него в тот или иной период времени.

Особое внимание сосредоточено на преждевременном выявлении и диагностике регионов, наиболее уязвимых к кризисным процессам. Ведь на основании таких данных можно откорректировать экономическую, политическую и социальную концепции управления, их стратегию и тактику.

Ключевые слова: кризисные процессы развития национальной экономики, диагностика кризиса, оценка кризисных процессов, индикаторы финансовых кризисов.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Вимірювання рівня та визначення стадії розвитку кризи в якій знаходиться національна економіка є важливим при формуванні пріоритетів державної політики, адже без врахування поточного стану соціально-економічного розвитку держави неможливо здійснити підбір ефективних інструментів стратегічного та оперативного управління нею.

В сучасних умовах основний акцент у формуванні економічної політики, щодо пошуку збалансованої моделі сталого розвитку територій та розробки ефективної концепції їх розвитку, перенесено на регіональний рівень. В контексті сказаного, необхідно особливу увагу зосередити на передчасному виявленні та діагностуванні регіонів, найбільш вразливих до кризових процесів. Адже на підставі таких даних можна відкоригувати економічну, політичну та соціальну концепції управління, їх стратегію і тактику.

Діагностика кризи є важливим елементом антикризового управління, суттєвим чинником його ефективності. Процес діагностики неможливий без визначення системи критеріїв, здатних адекватно відобразити специфіку конкретного об'єкта з урахуванням найбільш суттєвих чинників впливу на нього в той чи інший період часу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Прояви циклічності у розвитку економіки як в світовому, так і національному масштабі змушує науковців розробляти різні методи виміру даного явища. Методичні аспекти оцінки кризових процесів розвитку економіки розглянуті у працях зарубіжних вчених: Дж. Азіза, А. Бартелемі, А. Берга, Е. Боренштейна, Ч. Віплоша, Р. Гліка, С. М. Дробишевського, Б. Ейхенгіна, Дж. Камінські, Дж. Д. Капріо, Ф. Карамаци, Д. Клінгбіель, А. В. Комкової А. Коршуна, Д. Крука, С. Лізондо, Дж. М. Мілессі-Феретті, Р. Морено, К. А. Патілло, Г. І. Плешанова, К. Рейнхарт, А. К. Роуза, Л. Річі, Р. Сальгадо, С. Г. Синельникова-Мурильова, І. В. Труніна, Дж. А. Френкеля, А. Д. Юдіна, О. В. Шкрібели та ін., вітчизняних науковців: О. Сидоренко, О. Барановського та ін. Вчені пропонували авторські методики оцінки рівня діагностики банкрутства суб'єкта управління, вдосконалювали процес аналізу кризових та передкризових явищ в національній економіці. Різноманіття методик підтверджує відсутність єдиного підходу до кількісної та якісної оцінки кризових процесів розвитку національної економіки. Особливості розвитку кожної країни та її територій, складність отримання та опрацювання статистичних даних вимагають використання різних методів задля достовірного, аутентичного, точного отримання результатів про масштаби кризових процесів в національній економіці.

Негативні наслідки світової кризи призвели до загострення соціально-економічних проблем, які стали актуальними не лише для інших країн світу, а і для України. Не дивлячись на різноманіття методик кількісної та якісної оцінки кризових процесів всі автори єдині у думці, що основним засобом виживання вітчизняних товаровиробників у таких умовах є розроблення та впровадження ефективного механізму антикризового управління, важливе місце у якому займає діагностика поточного стану справ. В умовах нестабільного зовнішнього середовища перед мезо- та макроеконо-

мічними системами постає завдання проведення постійного моніторингу діяльності, виявлення та оцінки можливих напрямків розвитку.

Вітчизняна методологія оцінки кризового стану не повністю відповідає сучасним вимогам господарювання, а зарубіжний досвід не належно мірою адаптований до українських законів й основних положень бухгалтерського обліку та аудиту. Це зумовлює потребу в розробленні вітчизняної моделі аналізу схильності національної економіки до кризи, яка б враховувала галузеву специфіку, стадії розвитку кризи, поточні результати діяльності, давала точну та об'єктивну оцінку кризового стану, на основі розрахунку ключових індикаторів і показників.

Цілі статті: узагальнення наявних в Україні та світовій практиці напрацювань щодо методичних підходів до діагностики криз в національній економіці в цілому, та визначення індикаторів фінансових криз, як невід'ємної складової зародження та розвитку сучасних економічних криз, зокрема. Окреслити сучасний стан, тенденції становлення та особливості їх застосування для виявлення та запобігання кризових процесів в Україні на макро- та мезорівнях.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Результати діагностики кризових процесів в національній економіці доцільно узагальнювати за двома основними блоками: фактори, які здатні стабілізувати національну економіку; фактори, що здатні негативно змінити динамічні властивості системи. При діагностиці кризи ведеться дослідження не поточного стану національної економіки, а оцінка показників соціально-економічного розвитку країни в часі. Оскільки, протягом багатьох років всі етапи нестабільності країн переважно вкладалися в три основні категорії: банківські кризи, валютні кризи та кризи на фінансових ринках (в тому числі кризи державних і місцевих фінансів), то виокремимо наступні підходи до визначення індикаторів фінансової кризи [1, с. 6]:

1) перший підхід передбачає використання методів математичної статистики, економетричного моделювання, зокрема лінійних регресій, а також logit- чи probit-моделей з незначною кількістю залежних змінних, які використовуються для перевірки придатності тих чи інших індикаторів у визначенні можливості наближення кризи. Представниками даного підходу є Дж. А. Френкель та

А. К. Роуз [2; 3]. Вчені для виявлення індикаторів валютної кризи застосували графічний аналіз, поділивши показники по країнах за період 1971–1992 рр. за чотирма групами: внутрішні змінні (темپ зростання внутрішнього кредиту; співвідношення профіциту/дефіциту бюджету до ВВП; темп зростання ВВП у реальному вираженні), «міжнародні» змінні (відношення зовнішнього боргу до ВВП; відношення золотовалютних резервів до обсягу імпорту за місяць; відношення сальдо рахунку поточних операцій до ВВП; реальний обмінний курс) та змінні, що характеризують зовнішній борг (частка зовнішніх запозичень, залучених комерційними банками; частка пільгового боргу; частка зовнішнього боргу зі змінною процентною ставкою частка зовнішнього боргу державного сектору; частка короткострокового зовнішнього боргу; частка боргу перед міжнародними фінансовими організаціями; відношення припливу прямих іноземних інвестицій до зовнішнього боргу) і «зовнішні» змінні (короткострокова світова ставка відсотка (середньозважена ставка відсотка в індустріальних країнах); темп зростання ВВП у реальному вираженні в країнах ОЕСР) [4, с. 7–8].

Дослідження динаміки макроекономічних параметрів, що описують поведінку фінансової системи в періоди спокійного розвитку, передкризові періоди і безпосередньо під час фінансових криз в Росії в 1994–1998 рр. здійснював А. А. Струченевський [5]. У роботі аналізується одночасна динаміка пар основних індикаторів, що характеризують різні сектори фінансового ринку. При цьому автор вважає, що у разі різкої зміни темпів приросту показників можна говорити про перехід фінансової системи в нестабільний стан, тобто про подачу сигналу щодо наближення фінансової нестабільності. Автор також пропонує використовувати зведений показник фінансової стабільності, рівний сумі всіх поданих сигналів.

Розрахунок динаміки макроекономічних параметрів здійснювався з використанням probit-аналізу, тобто ймовірність настання кризи оцінювалася залежно від значень наведених вище індикаторів з лагом один місяць. В результаті оцінки моделі був виявлений позитивний зв'язок ймовірності настання кризи з ВВП на душу населення, дефіцитом рахунку поточних операцій, темпом зростання інвестицій, умовами торгівлі, великими ставками відсотка в США і високими темпами економічного зростання в країнах ОЕСР. Крім того, значне відношення золотовалютних резервів до імпорту та

велика частка пільгового боргу в загальному зовнішньому боргу негативно пов'язані з ймовірністю настання кризи.

Використання лінійних регресій доцільне для оцінки ймовірності настання валютної кризи, однак запропонований набір показників не дозволяє визначити ймовірність зростання чи стабілізації національної економіки, потенціал подолання кризи національної економіки. В цілому, використання лінійних регресій заслуговує на увагу при формуванні методичного підходу до оцінки кризи національної економіки, однак слід враховувати, що одним із недоліків їх застосування є систематичне завищення оцінки коефіцієнтів регресії при розмірі вибірки – менше 500, а при побудові моделі потрібно планувати мінімально 10 кризових явищ на кожну незалежну змінну (рекомендоване значення 30–50), що не є бажаним результатом нашого дослідження, оскільки нами за мету ставиться не оцінка ймовірності колапсу та дефолту країни, а виявлення можливостей раціонального використання потенціалу національної економіки, формування інструментів попередження та протидії виникнення кризових явищ. В нинішніх умовах розвитку національної економіки доцільне застосування ортогональної регресії, коли в значеннях пояснюючих змінних факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища можуть міститись і випадкові складові, які будуть враховуватись при оцінці відхилень за всіма змінними.

2) «Сигнальний» підхід досліджували Б. Ейхенгрін, А. К. Роуз і Ч. Віплош [6], які зробили спробу виявити змінні, які можуть служити в якості «ранніх попереджувальних сигналів». Вченими розглядалася динаміка таких перемінних: зміна золотовалютних резервів; обмінний курс; короткострокова ставка відсотка; ставка рефінансування центрального банку; зміна експорту й імпорту; відношення сальдо рахунку поточних операцій платіжного балансу до ВВП; відношення бюджетного дефіциту до ВВП; внутрішній кредит; грошова маса; безробіття; інфляція; ВВП в реальному вираженні; прибутковість державних облігацій; фондовий індекс [4, с. 6]. Загалом автори намагалися відповісти на питання, чи може динаміка яких-небудь економічних змінних передбачити кризи обмінних курсів, а також проаналізувати, наскільки розрізняється поведінка різних індикаторів в посткризовому і докризовому періодах. Для ідентифікації банківської кризи Б. Ейхенгрін, А. К. Роуз і Ч. Віплош опиралися на результати, отримані Дж. Д. Капріо і

Д. Клінгсбіель [7], якими були проаналізовані кризові епізоди в 69 країнах і на підставі офіційних даних та експертних оцінок оцінили серйозність проблем і вплив їх на банківський сектор.

«Сигнальний» підхід детально описано і у працях Дж. Камінські, С. Лізондо і С. М. Рейнхарта [8] і його зміст полягає у побудові граничних значень для індикаторів з метою попередження настання фінансової кризи. Щоб визначити наявність або відсутність взаємозв'язку між двома типами криз, автори підраховали ймовірність того, що одна криза настане після того, як сталася інша. Результати дослідження показали, що банківська криза передує валютній з ненульовою ймовірністю. Ними у працях розглядалися такі змінні [4, с. 13–14]:

1) характеристики фінансової лібералізації (грошовий мультиплікатор; відношення внутрішнього кредиту до ВВП; реальна ставка відсотка по депозитах; відношення ставки по кредитах до ставки за депозитами);

2) інші фінансові показники (надлишкова пропозиція грошей у реальному вираженні; депозити в комерційних банках в реальному вираженні; відношення грошової маси M2 до золотовалютних резервів);

3) рахунок поточних операцій (реальний обмінний курс експорт; імпорт; умови торгівлі);

4) рахунок операцій з капіталом (золотовалютні резерви Центрального банку; різниця між внутрішньою і зовнішньою реальною ставками відсотка);

5) змінні реального сектора (промислове виробництво);

6) фіскальні змінні (бюджетний дефіцит (% ВВП).

Спроможність підходу Дж. Камінські, С. Лізондо і К. М. Рейнхарт щодо попередження кризових явищ було доведено і в працях К.А. Патілло, А. Берга, Е. Боренштейна, Дж. М. Мілессі-Феретті, Н. Едісона [9–11] та ін.

У статті Н. Едісона також була зроблена спроба побудови системи ранніх попереджувальних сигналів, яка могла б допомогти передбачити фінансову кризу. Дослідження Едісона є продовженням методологічних наробок Дж. Камінські, С. Лізондо і С.М. Райнхарта. Н. Едісон розглядав в своїй роботі наступні індикатори [8]:

1) індикатори рахунку поточних операцій (реальний обмінний курс; імпорт; експорт);

2) індикатори рахунку операцій з капіталом (золотовалютні резерви; відношення грошової маси M2 до золотовалютних резервів; спред між внутрішньою і світовою ставками відсотка);

3) індикатори реального сектора (ВВП в реальному вираженні; індекс фондового ринку);

4) фінансові показники: грошовий мультиплікатор; відношення внутрішнього кредиту до ВВП; реальна ставка відсотка за депозитами; відношення ставки за кредитами до ставки за депозитами; надлишкова пропозиція грошей; депозити банків.

Результати дослідження «сигнального» підходу свідчать про доцільність проведення оцінки показників рівня розвитку національної економіки за ранніми попереджувальними сигналами, які дозволять виявити позитивну чи негативну динаміку соціально-економічних показників в посткризовому і докризовому періодах. Вчені на основі ранніх випереджувальних індикаторів прогнозували ймовірність настання кризи обмінних курсів і оцінювали їх вплив на розвиток банківської системи. Вважаємо за доцільне формування як ранніх випереджувальних індикаторів, так і реальних, запізнених індикаторів, які свідчитимуть, відповідно, про можливість виникнення, існування, дії негативних факторів на рівень розвитку національної економіки.

3) третій підхід «змішаний» – підхід, який передбачає поєднання наведених вище двох підходів з використанням чисельних алгоритмів (нейронні мережі, генетичні алгоритми (А. Бартелемі [12]), моделі з марківськими процесами (В. Серра, С. Сахена [13]) тощо.

К. Стевен, С. Едвард та П. Монтіель [14; 15], досліджуючи індикатори-передвісники, настання кризи в часовому вимірі використовували поєднання якісного і кількісного аналізу поведінки різноманітних змінних із розподілом на групи країн, в яких спостерігається фінансова криза або її відсутність.

В праці Дж. Азіза, Ф. Карамаци і Р. Сальгадо [16] вивчаються взаємозв'язки між макроекономічними та фінансовими змінними на прикладі ряду валютних криз в індустриальних країнах та розвинутих країнах за період 1975–1997 рр. У дослідженні розглядалися кризи, що проявилися як у знеціненні національної валюти, так і у різкому зменшенні обсягу золотовалютних резервів.

Аналіз включав в себе співставлення динаміки різних макроекономічних і фінансових показників. Для кожної змінної весь період спостережень був розбитий на спокійні періоди і так звані кризові вікна. Автори використовували вікно у 49 місяців для місячних даних (24 місяці до і 24 місяці після кризи) і вікно в 5 років для річних даних (2,5 роки і до 2,5 років після кризи).

Доцільно при формуванні методичного підходу до оцінки кризи національної економіки використовувати співставлення динаміки різних макроекономічних і фінансових показників, однак для формування стратегічних заходів управління національною економікою варто оцінювати і річну статистичну інформацію, в той час як для підбору інструментів оперативного управління оцінювати щомісячну чи квартальну статистичну інформацію.

Підхід Л. Річчі [17] щодо визначенні кризового стану аналогічний підходу в дослідженні Дж. Азіза, Ф. Карамаци і Р. Сальгадо. Так, авторами з допомогою індексу тиску на валютний ринок визначалися країни, постраждали від Європейської кризи, яка почалася з обвалу фунта стерлінгів у Великобританії (вересень 1992 р.), Мексиканської (грудень 1994 р.), Азіатської (липень 1997 р.) і Російської (серпень 1998 р.) криз. Автори вважали, що криза – це такий епізод, коли значення індексу перевищує середнє на 1,645 стандартних відхилення протягом чотирьох місяців перед передбачуваною датою кризи.

Ф. Карамаци, Л. Річчі та Р. Сальгадо також виокремлювали фактори, які можуть відображати вразливість країни до криз, і які свідчать про уповільнення темпу зростання ВВП та високий рівень безробіття. Вчені, виокремили дві групи показників, що можуть свідчити про виникнення кризи: втеча капіталу та зміни в очікуваннях інвесторів, що на нашу думку, доцільно об'єднати, оскільки втеча капіталу з національної економіки є наслідком прийнятого управлінського рішення інвестора про виведення капіталу. Погоджуємось з припущенням вчених про те, що виникнення кризи в одній країні може слугувати сигналом про те, що в інших країнах можливі прояви зміни значень показників макро- та мезоекономічного розвитку.

Висновки. Виходячи з проведеного дослідження, можна виокремити такі основні рекомендації щодо методичних підходів

до діагностики криз в національній економіці в цілому, та визначення індикаторів фінансових криз, зокрема:

- результати дослідження «сигнального» підходу свідчать про доцільність проведення оцінки показників рівня розвитку національної економіки за ранніми попереджувальними сигналами, які дозволяють виявити позитивну чи негативну динаміку соціально-економічних показників в посткризовому і докризовому періодах. Вважаємо за доцільне формування як ранніх випереджувальних індикаторів, так і реальних, запізнілих індикаторів, які свідчитимуть, відповідно, про можливість виникнення, існування, дії негативних факторів на рівень розвитку національної економіки;

- головним методичним підходом, щодо діагностики криз в національній економіці як на мезо- так і на макрорівнях, можна вважати одночасний моніторинг динаміки пар/груп основних індикаторів, що характеризують різні сектори фінансового ринку. Для зведення пар/груп основних індикаторів до єдиного цілого доцільно використовувати узагальнюючий показник – агрегований з усіх поданих сигналів. При цьому, різка зміна темпів росту показників говорить про перехід фінансової системи в нестабільний стан, тобто про подачу сигналу щодо наближення фінансової нестабільності;

- формування груп показників, та власне, наповненість показниками в кожній групі повинні бути максимально виваженими, адже показники реального сектору економіки можуть тісно корелювати з фінансовими змінними, а групи зовнішніх змінних, зовнішнього боргу та екзогенні змінні можуть містити дублюючі показники, розрахунок яких не дозволить об'єктивно оцінити рівень кризи економіки та сформувати попереджуючі та ліквідаційні інструменти антикризового управління;

- доцільно при формуванні методичного підходу до оцінки кризи національної економіки використовувати співставлення динаміки різних макроекономічних і фінансових показників, однак для формування стратегічних заходів управління національною економікою варто оцінювати і річну статистичну інформацію, в той час як для підбору інструментів оперативного управління оцінювати щомісячну чи квартальну статистичну інформацію;

- необхідне формування граничних випереджувальних індикаторів для оцінки рівня розвитку національної економіки в цілому;

- виникнення кризи в одній країні/регіоні може слугувати сигналом про те, що в інших країнах/регіонах можливі прояви зміни значень показників мезо- та макроекономічного розвитку.

Завданням подальших досліджень має стати формування єдиної концепції як для мезо- так і для макрорівнів з метою запобігання та зменшення руйнівного впливу світових та внутрішніх кризових процесів на національну економіку.

1. Сидоренко О. Ю. Окремі підходи до відбору та використання індикаторів-передвісників фінансової нестабільності / О. Ю. Сидоренко // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – №3 (12). – С. 6–10.
2. Frankel Дж. А. Currency crashes in emerging markets: an empirical treatment / Jeffrey A. Frankel, Andrew K. Rose // International Finance Discussion Papers 534 / Board of Governors of the Federal Reserve System. – U.S., 1996.
3. Jeffrey A. F. George Saravelos. Are leading indicators of financial crises useful for assessing country vulnerability? Evidence from the 2008–09 global crisis / A. Frankel Jeffrey // NBER working paper. – 2010.
4. Дробышевский С. М. Мониторинг финансовой нестабильности в развивающихся экономиках (на примере России) / С. М. Дробышевский, С. Г. Синельников, И. В. Трунин, А. Д. Юдин, Е. В. Шкробела / Под рук. С. М. Дробышевского. – М.: Ин-тут економи переходного типа, 2007. – 89с.
5. Струченевский А. А. Эмпирический анализ финансовых кризисов в России / А. А. Струченевский // Экономический журнал ВШЭ. – 1998. – Т. 2. – №2. – С. 197–209.
6. Eichengreen B. Speculative attacks on pegged exchange rates: an empirical exploration with special reference to the European monetary system / Barry Eichengreen, Andrew K. Rose, Charles Wyplosz // Working Papers In Applied Economic Theory 95–04 / Federal Reserve Bank of San Francisco, 1995.
7. Caprio G. Jr. Bank Insolvencies: Cross-Country / Gerard Jr Caprio, Daniela Klingebiel // Experience World Bank Policy Research Working Paper. – №1620. – July, 1996.
8. Kaminsky G. Leading indicators of currency crisis : IMF staff papers / G. Kaminsky, S. Lizondo, C. M. Reinhart // Palgrave Macmillan Journals. – 1998. – Vol. 45(1).
9. Pattillo C. A. Are Currency Crises Predictable? A Test : IMF Working Papers 98/154 / Catherine A. Pattillo, Andrew Berg // International Monetary Fund. – 1998.
10. Borensztein E. Anticipating Balance of Payments Crises – The Role of Early Warning Systems / Eduardo Borensztein, Gian Maria Milesi-Ferretti, Catherine A. Pattillo, Andrew Berg // IMF Occasional Papers 186, International Monetary Fund. – 2000.
11. Edison H. Do indicators of financial crises work? An evaluation of an early warning system. Board of Governors of the Federal Reserve System / H. Edison // International Finance Discussion Paper. – 2000. – №675. – July.
12. Barthelemy A. Genetic Algorithms and Financial Crises in Emerging Markets Thierry / Apoteker Barthelemy. – 2001. – June.
13. Cerra V., Saxena S. Did output recover from Asian Crisis? / V. Cerra, S. Saxena // IMF Working papers. – 2001. – №57/01.

14. Steven B. K. Devaluation, External Balance and Macroeconomic Performance: A Look at the Numbers / Kamin Steven // *Studies in International Finance*. – №62. – Princeton: Princeton University, Department of Economics, International Finance Section. – August, 1988.
18. Edwards S. Devaluation Crises and the Macroeconomic Consequences of Postponed Adjustment In Developing Countries / Sebastian Edwards, Peter Montiel // *NBER Working Paper*. – 1989. – №66.
19. Aziz J. Currency Crises: In Search of Common Elements / Jahangir Aziz, Francesco Caramazza, Ranil Salgado // *IMF Working Paper*. – 2000. – №00/67. – March
20. Caramazza F. Trade and financial contagion in currency crises/ F. Caramazza, L. Ricci, R. Salgado // *IMF working*. – 2000. – 100/55. – March.

УДК 657

Талах Т. А., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЛІКВІДНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті визначено сутність класифікації активів та пасивів підприємства для оцінки фінансового стану підприємства. Встановлено умови віднесення кожної структурної одиниці активу і пасиву балансу до певної групи для формування управлінського рішення про фінансовий стан підприємства.

Ключові слова: актив, пасив, ліквідність підприємства.

Talakh T.

SOME APPROACHES TO EVALUATION OF LIQUIDITY OF THE ENTERPRISE

Increasing the efficiency of Ukrainian enterprises in a market economy requires a qualitative justification for their modernization, technical re-equipment, reconstruction, introduction of new technologies. In domestic science, today there were new challenges in developing a systematic approach to analyzing the financial state of the enterprise. To form an economic mechanism for managing the economic activity of an enterprise, it is necessary to use a substantiated system of indicators that characterize its efficiency. In existing studies insufficient attention is paid to the issues of classification of assets of the enterprise by the level of liquidity and liabilities at maturity and the calculation of indicators in order to make managerial decisions. In particular, it is necessary to create a

classification and methodology for the analysis of indicators taking into account the system of conditions that determine the liquidity of the enterprise.

The starting point in assessing the financial condition of an enterprise is the question of the state of its liquidity, in particular, its dynamics and directions of change, the comparative characteristic of the average indices of the industry and competitors, since the assessment of the state of liquidity of the enterprise is one of the main tasks of the analysis of the balance.

Methods for assessing liquidity depend on the views (approaches) to understanding the nature of liquidity. The concepts of liquidity and solvency have differences. Yes, liquidity ratios may characterize the financial position as satisfactory, but in essence this estimate may be erroneous if current assets account for a significant proportion of assets that are impossible to sell or are likely to have significant financial losses and past due receivables. But such information is not available in the balance sheet, which is why it is impossible to estimate the current solvency of the company on the balance sheet.

For a more detailed consideration of individual assets it is difficult to attribute to one or another group, because of which there is no unambiguous approach to the classification of assets by degree of liquidity. In the analysis of various variants of the classification of assets, which are given in the literature, the main differences between them are distinguished: to attribute current financial investments to the most liquid or to highly liquid assets; to attribute finished products and goods to fast-liquid or slow-liquid assets; or to include the costs of future periods in slowly liquid assets.

Given a certain conditionality of the classification of assets by degree of liquidity, in order to take into account the individual characteristics of the enterprise, the analysis of liquidity should be expanded by analyzing the indicators of turnover of assets. Comparison of the turnover of individual components of assets will enable to deeply explore the factors of liquidity change (speed of production process, marketing problems, the state of calculations).

When structuring the liability balance often use the division of capital for the terms of engagement, which are determined by the maturity of the obligations of the enterprise. The main differences between the existing classification of liabilities and the maturity of obligations are distinguished: include promissory notes issued and accounts payable for goods, work, services to the most urgent or short-term liabilities; include the provision of employee benefits and other provisions for short-term liabilities or permanent liabilities; or to include future periods' income in continuing liabilities.

The chosen classification will depend on the interpretation of the liquidity of the balance sheet and the methodology for calculating the financial state.

Thus, in order to make a decision on investment financing, the analysis of the capital structure has double significance. On the one hand, it helps to identify the financing risks, on the other hand, informs creditors about the creditworthiness of a particular company in view of the possibility of extending loans or attracting additional debt capital.

Талах Т. А.

НЕКОТОРЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЛИКВИДНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье определена сущность классификации активов и пассивов предприятия для оценки финансового состояния предприятия. Установлены условия отнесения каждой структурной единицы актива и пассива баланса к определенной группе для формирования управленческого решения о финансовом состоянии предприятия.

Ключевые слова: актив, пассив, ликвидность предприятия.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Підвищення ефективності українських підприємств в умовах ринкової економіки вимагає якісного обґрунтування їх модернізації, технічного переоснащення, реконструкції, введення нових технологій. У вітчизняній науці сьогодні постали нові завдання по розробці системного підходу до аналізу фінансового стану підприємства. Для формування економічного механізму управління господарською діяльністю підприємства необхідно використовувати обґрунтовану систему показників, що характеризують її ефективність.

Для оцінки рівня фінансового стану підприємства необхідно виявити:

- досягнутий рівень ефективності використання майна підприємства та рентабельності продукції, а також відповідність цього рівня їх нормативним значенням;

- ступінь фінансової стійкості підприємства та відповідність цього рівня нормативним значенням;

- платоспроможність підприємства та ліквідність його балансу, а також відповідність показників платоспроможності та ліквідності балансу їх нормативним значенням;

- якість продукції, її конкурентоспроможність, техніко-економічний рівень виробництва та здатність підприємства до саморозвитку на базі інноваційної стратегії.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Дослідження у галузі оцінки фінансового стану підприємства завжди знаходились в центрі уваги ряду вітчизняних і закордонних науковців і спеціалістів-практиків. Серед них:

Богацька Н. М., Іванов В. К., Карпінський Б. А., Кіндрацька Г. І., Котляр М. Л., Ковальов В. В., Кулик А. В., Лахтіонова Л. А., Макачук І. М., Огерчук М. О. та ін. учені [1–3; 5–7]. Їхніми зусиллями створений міцний теоретико-методологічний фундамент означеної проблематики, висвітлено багато її практичних аспектів. Вони аналізують коло питань, що виникають в процесі проведення фінансового аналізу і пропонують шляхи їх вирішення. Водночас у наявних дослідженнях недостатньо уваги приділено питанням класифікації активів підприємства за рівнем ліквідності і пасивів за терміном погашення та розрахунку показників з метою прийняття управлінських рішень. Зокрема, необхідним є створення класифікації та методики аналізу показників з урахуванням системи умов, що визначають ліквідність підприємства.

Цілі статті. Визначити основні методичні підходи до класифікації та оцінки ліквідності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Відправним моментом у оцінці фінансового стану підприємства є питання про стан його ліквідності, зокрема, визначення її динаміки та напрямів зміни, порівняльна характеристика середніх показників по галузі та конкурентів, оскільки оцінка стану ліквідності підприємства є одним із головних завдань аналізу балансу.

Способи оцінки ліквідності залежать від поглядів (підходів) до розуміння природи ліквідності. Поняття ліквідності та платоспроможності мають відмінності. Так, коефіцієнти ліквідності можуть характеризувати фінансовий стан як задовільний, однак по суті ця оцінка може бути помилковою, якщо в поточних активах значна питома вага припадає на активи, які продати неможливо або можливо зі значними фінансовими втратами та на прострочену дебіторську заборгованість. Але така інформація у балансі відсутня, через що за балансом оцінити поточну платоспроможність підприємства неможливо.

В процесі здійснення аналізу ліквідності активів їх класифікують за ступенем ліквідності. Відповідно, їх поділяють на високоліквідні, швидколіквідні, повільноліквідні та важколіквідні. Загалом, поняття ліквідність є комплексним і воно включає:

- ліквідність активів – можливість перетворення активів підприємства в гроші за будь-яких умов без втрати ринкової вартості для забезпечення спроможності фінансувати свою діяльність і погашати свої зобов'язання в строк та в повному обсязі [4];

- ліквідність балансу це можливість активів за будь яких обставин, при їх перетворенні в гроші за певний строк, погашати відповідні за термінами зобов'язання у строк і в повному обсязі [8];

- ліквідність підприємства – здатність підприємства за будь-яких умов перетворювати свої активи в гроші без втрати своєї ринкової вартості, а також залучати кошти із зовнішніх джерел для виконання всіх своїх зобов'язань в строк і в повноту обсязі, фінансувати свою діяльність і погашати непередбачені борги; постійно підтримувати баланс між обсягами відповідних груп активів, виділених за строками перетворення в гроші, та зобов'язань, виділених за термінами їх погашення, а також рівновагу між обсягами і строками перетворення активів в гроші, а також обсягами і строками погашення зобов'язань [4].

З позиції фінансової діяльності будь-якому підприємству доводиться вирішувати такі завдання: підтримання спроможності своєчасно відповідати за своїми поточними фінансовими зобов'язаннями; забезпечення фінансування в необхідних обсягах. Ці завдання формуються з позиції коротко та довгострокової перспектив.

Проте при детальнішому розгляді окремі активи важко віднести до тієї чи іншої групи, через що і немає однозначного підходу щодо класифікації активів за ступенем ліквідності. В ході аналізу різних варіантів класифікації активів, що наводяться в літературі, виділено основні відмінності між ними: відносити поточні фінансові інвестиції до найбільш ліквідних чи до швидколіквідних активів; відносити готову продукцію і товари до швидколіквідних чи до повільноліквідних активів; чи включати до повільноліквідних активів витрати майбутніх періодів.

Для уточнення цих питань пропонуємо розділити господарські процеси, результати яких відображаються у відповідних рядках балансу на ті, що залежать переважно від внутрішніх факторів, і на ті, що переважно залежать від зовнішніх факторів.

Поточні фінансові інвестиції – це інвестиції, які підприємство утримує на строк, що не перевищує дванадцяти місяців, і які

можуть бути вільно реалізовані у будь-який час, тому їх необхідно розглядати як найбільш ліквідні активи.

Ступінь ліквідності готової продукції та товарів залежить від їх характеристик і у кожному окремому випадку може бути різним. Готову продукцію можна розглядати як кінцеву фазу оборотності виробничих запасів. У цьому розумінні готова продукція є ліквіднішим активом, ніж виробничі запаси, і за ступенем ліквідності ближчим до дебіторської заборгованості, оскільки за комплектністю, технічними умовами та стандартами вона відповідає умовам договорів із замовниками. Проте, з іншого боку, оскільки виробничі запаси та незавершене виробництво (так само як і готова продукція) відображають етапи того процесу, який контролюється виключно підприємством, то ступінь їх ліквідності значною мірою залежить від ефективності організації виробничого процесу. Крім того, при певній ринковій кон'юктурі запаси можуть бути не менш ліквідними, ніж готова продукція. За цих обставин виробничі запаси мають такий же ступінь ліквідності, як і готова продукція.

Що стосується реалізації готової продукції, то на неї можуть вплинути незалежні від підприємства фактори (наприклад, відмова від договорів з ініціативи покупців(замовників). Наявність же дебіторської заборгованості (не простроченої) свідчить про те, що продукція знайшла свого покупця. Таким чином, дебіторська заборгованість є ліквіднішим активом, ніж продукція, і її можна віднести до групи швидколіквідних.

Враховуючи певну умовність класифікації активів за ступенем ліквідності, для того щоб врахувати індивідуальні особливості підприємства, аналіз ліквідності доцільно доповнити аналізом показників оборотності активів. Порівняння оборотності окремих складових активів дасть можливість глибше дослідити фактори зміни ліквідності (швидкість виробничого процесу, проблеми збуту, стан розрахунків).

Визначити здатність нейтралізації збитків та майбутній потенціал отримання прибутку підприємством безпосередньо за величиною ліквідних засобів неможливо з тієї причини, що сума необхідних резервів ліквідності визначається в основному через величину короткострокових платіжних зобов'язань, демонстрація яких не передбачена Балансом. Крім того, обсяг відображених лік-

відних засобів відносно легко піддається впливу балансової політики. Через це необхідно обережно ставитись до даних, що аналізуються. Вважається, що «здорові» підприємства повинні мати у своєму розпорядженні відносно велику кількість ліквідних засобів. З іншого боку, надлишковий рівень ліквідності являє собою непотрібне навантаження для рентабельності підприємства.

У західній практиці поширеним є акумулювання ліквідних засобів до часу складання звітності. Це робиться для того, щоб суто оптично скласти у користувача інформації враження про високий рівень ліквідності підприємства. Тому аналіз ліквідності повинен доповнюватися аналізом оборотності та прибутковості. Визначення ефективності використання майна, з одного боку, характеризує інвестиційну привабливість підприємства, а з другого – є основою для встановлення необхідних обсягу та структури джерел утворення цього майна (джерел фінансування інвестицій).

При структуруванні пасиву балансу часто використовують поділ капіталу за термінами залучення, які визначаються термінами погашення зобов'язань підприємства. Зазвичай вони поділяються на найбільш термінові, або негайні (П1), короткострокові (П2), довгострокові (П3) і постійні (П4).

Виділено основні відмінності існуючих класифікацій пасивів за термінами погашення зобов'язань: включати векселі видані та кредиторську заборгованість за товари, роботи, послуги до найбільш термінових чи до короткострокових пасивів; включати забезпечення виплат персоналу та інші забезпечення до короткострокових пасивів чи до постійних пасивів; чи включати до постійних пасивів доходи майбутніх періодів.

Погашення зобов'язань залежить виключно від боржника, від наявності у нього внутрішніх ресурсів. Виняток становлять пролонгація, заміщення, списання заборгованості. Що стосується оцінки терміновості векселів, то за звичайних умов підприємство не зацікавлене у простроченні оплати за векселями. Своєчасне або дострокове погашення векселів засвідчує платіжну спроможність підприємства, що збільшує інвестиційну привабливість підприємства. Отже, на нашу думку, з позиції терміновості погашення векселів видані та кредиторську заборгованість за товари, роботи, послуги слід вважати зобов'язаннями одного ряду.

Якщо розглядати доходи майбутніх періодів з позиції власності, то разом з власним капіталом та забезпеченнями майбутніх витрат і платежів вони складають джерела власних коштів і, на відміну від довгострокових зобов'язань, являють собою менш строкову вимогу. Тому, доходи майбутніх періодів необхідно розглядати як постійні пасиви.

Від обраної класифікації залежатиме інтерпретація ліквідності балансу і методика розрахунку показників фінансового стану.

Висновки. Для прийняття рішення про фінансування інвестицій аналіз структури капіталу має подвійне значення. З одного боку, він допомагає визначити ризики фінансування, з другого, інформує кредиторів про кредитоспроможність певного підприємства з огляду на можливість пролонгації кредитів або залучення додаткового позикового капіталу. У західній практиці оцінка структури капіталу особливо важлива тоді, коли очікується зміна попиту на капітал досліджуваного підприємства і необхідно визначити, наскільки підтримка платіжної спроможності залежить від можливостей залучення нового капіталу. Зміни структури капіталу, до яких приводить реалізація інвестиційного проекту, безпосередньо відображаються на фінансовій стійкості підприємства.

1. Богацька Н. М. Методичні підходи до оцінки платоспроможності сучасних підприємств / Н. М. Богацька // Економічний простір. – 2010. – №41. – С. 212–222.
2. Котляр М. Л. Платоспроможність та ліквідність в системі фінансової стійкості підприємства / М. Л. Котляр // Економічний простір. – 2008. – №11. – С. 192–199.
3. Ковальов В. В. Фінансовий аналіз: управління капіталом / В. В. Ковальов. – К. : Фінанси і статистика, 2007. – 432 с.
4. Кулик А. В. Проблеми організації та методики аналізу ліквідності і платоспроможності підприємств // Зб. наук. пр. МННЦ ІТіС «Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем». – К., 2009. – Вип. 14. – С. 300–332.
5. Лахтіонова Л. А. Уточнення поняття ліквідності суб'єкта економіки в ринкових умовах підприємницького господарювання / Л. А. Лахтіонова // Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету. – Серія: Економічні науки – Черкаси : ЧДТУ. – 2009. – Вип. 22. – С. 114–122.
6. Макаруч І. М. Сутність, склад і структура ліквідності підприємств / І. М. Макаруч // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 3. – С. 71 – 79
7. Огерчук М. О. Ліквідність банків України в умовах фінансової нестабільності / М. О. Огерчук // Зб. наук. пр. «Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики». – 2010. – №1(8). – С. 39–45.
8. Черниш С. С. Економічний аналіз : навч. посібн. / С. С. Черниш. – К. : Центр учбової літератури. – 2010. – 312с. – С. 120–125.

УДК 65.014.1

Тендюк А. О., к.е.н., доцент,

Стрижеус Л. В., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У публікації подано результати апробації методики оцінки ефективності реалізації загальних функцій менеджменту на прикладі готельного підприємства. Проведено кількісну оцінку ефективності реалізації функцій планування, організація, мотивація, контроль та координація.

Ключові слова: функції менеджменту, оцінка, планування, організація, мотивація, контроль, координація.

Tendyuk A., Stryzheus L.

ASSESSMENTS THE EFFECTIVENESS OF IMPLEMENTING MANAGEMENT FUNCTIONS IN THE ENTERPRISE

The publication presents the results of approbation of the methodology for evaluating the effectiveness of the implementation of common management functions on an example of a hotel company. A quantitative assessment of the effectiveness of the implementation of planning functions, organization, motivation, control and coordination was carried out.

The effectiveness of strategic, tactical and operational planning at the enterprise has been evaluated. The calculation of the performance indicators of the organizational structure of the enterprise management, the level of its rationality and flexibility are determined. The effectiveness of organizational processes in the enterprise is investigated. The quantitative estimation of the indicators of the company's motivation potential, in terms of the indicators of material and non-material motivation, is carried out. The indicators of control efficiency in the context of realization of strategic, current and operational plans, implementation of control procedures, resource support of the enterprise activity were investigated.

Keywords: functions of management, assessment, planning, organization, motivation, control, coordination.

Тендюк А. О., Стрижеус Л. В.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ФУНКЦИЙ МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРЕДПРИЯТИИ

В публикации представлены результаты апробации методики оценки эффективности реализации общих функций менеджмента на примере гостиничного предприятия. Проведено количественную оценку эффективности реализации функций планирования, организация, мотивация, контроль и координация.

Ключевые слова: функции менеджмента, оценка, планирование, организация, мотивация, контроль, координация.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Ефективність управління в значній мірі визначається якісною реалізацією функцій менеджменту в процесі діяльності підприємства. Тому будь-який управлінський процес доцільно розглядати з позиції вивчення способів і механізмів використання функцій менеджменту з метою досягнення місії та цілей готелю. Ефективне протистояння підприємства змінам зовнішнього середовища можливе тільки за умов здійснення випереджувальних заходів, орієнтованих на оцінку ситуації та вчасне управлінське реагування. Відповідно, формування моделі управління діяльністю підприємств потребує оцінки ефективності реалізації функцій менеджменту.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Функціональний зміст управління досліджували в своїх працях іноземні фахівці Ф. Тейлор, А. Файоль, Г. Черч, Л. Джильберт, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Д. Маслов, П. Ватсон, А. Асаул. Значну увагу проблемам реалізації функцій менеджменту та питанням їх оцінки приділяли вітчизняні науковці М. Виноградський, М. Мартиненко, О. Кузьмін, І. Копитова, Г. Осовська, З. Румянцева, Й. Ситник, Б. Смірнов, О. Ткаченко, Ф. Хміль та інші фахівці з питань управління.

Цілі статті. Визначення «вузьких місць» в управлінській діяльності, визначення витрат на виконання конкретних функцій, а також оцінки їх трудомісткості, складності, ефективності, оцінки ступеня реалізації планів підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для оцінки

ефективності реалізації функцій менеджменту пропонуємо використати розроблену авторами методику оцінки ефективності реалізації функцій менеджменту, детально описану у навчальному посібнику «Управлінський аналіз» [1], сформовану на основі функціональної моделі оцінки менеджменту Д. Маслова, П. Ватсона та Н. Чилиши [2; 3]. Кількісну оцінку особливостей реалізації функцій управління здійснено на основі системи показників, сформованих за розробками українських та зарубіжних науковців представлених у джерелах [4–9].

Оцінку ефективності реалізації загальних функцій менеджменту на основі розробленої методики здійснено на прикладі товариства з обмеженою відповідальністю «Готельний комплекс «Україна», надалі – ТзОВ «ГК «Україна» за усередненими даними 2014–2016 рр. Експертами в оцінюванні виступали: генеральний директор, керівник планово-економічного відділу, керівник служби МТЗ, керівник кадрової служби та головний бухгалтер ТзОВ «ГК «Україна».

ТзОВ «Готельний комплекс «Україна» заходиться на одній із центральних вулиць м. Луцьк (Україна). Основний вид послуг, що надає підприємство – послуги з тимчасового проживання та громадського харчування. Підприємство в аналізованому періоді є прибутковим, розмір чистого прибутку у 2016 році складає 1255 тис. грн., середня чисельність клієнтів за рік – 14 237 чол.

Функцію планування в ГК «Україна» виконує планово-економічний відділ. Місія ТзОВ «ГК «Україна» – надання громадянам України та громадянам іноземних держав якісних готельних послуг згідно затверджених стандартів. У ТзОВ «ГК «Україна» для формування стратегічних та тактичних планів застосовують технологію зустрічного планування, коли відбувається послідовна деталізація та доведення стратегічного плану до підрозділів та служб готельного комплексу, із подальшим корегуванням відповідно до поданих пропозицій. Результати експертного оцінювання функції планування наведено у табл. 1.

Рівень розвитку функції планування у досліджуваному готелі є четвертим, оскільки загальний коефіцієнт планування становить 15. Це свідчить про те, що в ГК «Україна» постійне вдосконалення системи планування та прогнозування ведеться по більшості

напрямок. Результати оцінки показали, що проблемними моментами у готелі є вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища, а також визначення виконавців та відповідальних осіб за реалізацію функції планування.

Таблиця 1

Узагальнюючі дані оцінки
функції «планування» у ТЗОВ «ГК «Україна»

Показники \ Напрями планування	Вивчення зовнішнього середовища (проведення стратегічного аналізу)	Встановлення стратегічних цілей і завдань підприємства	Деталізація стратегічних завдань (розробка тактичних планів)	Деталізація бізнес процесів (розробка оперативних планів)	Планування ресурсного забезпечення
Коефіцієнт ефективності планування - за критерієм «періодичність планування», $\max = 1$	0,6	0,9	0,8	0,9	0,8
- за критерієм «термін виконання», $\max = 1$	0,7	0,8	0,8	0,7	0,7
- за критерієм «визначення виконавців та відповідальних осіб», $\max = 1$	0,5	0,6	0,8	0,9	0,6
- за критерієм «ступінь охоплення кількісних та якісних показників», $\max = 1$	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8
Одиничний коефіцієнт ефективності планування, $K_{en} = \sum_{i=1}^n K_i$, $\max = 4$	2,6	3,1	3,5	3,2	2,9
Загальний коефіцієнт планування, $\max = 20$	$K_{заг.еф.пл.} = \sum_{i=1}^n K_{en} = 15$				

На наступному етапі проведемо оцінку рівня організаційної взаємодії. Функція організації має досить вагомe значення при управлінні підприємствами готельного бізнесу. Саме вона забезпечує впорядкування технічних, економічних, соціально-психоло-

гічних і правових аспектів функціонування будь-якого готельного підприємства. Дана функція націлена на впорядкування діяльності менеджера й виконавців. ТЗОВ «ГК «Україна» має лінійно-функціональний тип організаційної структури управління, за ступенем гнучкості вона є адаптивною. Результати кількісної оцінки організаційної структури управління ТЗОВ «ГК «Україна» наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Оцінка ефективності організаційних процесів
на ТЗОВ «ГК «Україна»

Показник	Значення	Результат оцінки
1	2	3
<i>Показники оцінки виду організаційної структури управління</i>		
Коефіцієнт централізації управління	0,42	Високий рівень децентралізації
Коефіцієнт оперативності управління	0,76	Делеговані завдання виконуються вчасно
Бальна оцінка	2,5	
<i>Показники оцінки функціональних взаємозв'язків організаційної структури управління</i>		
Коефіцієнт актуалізації функцій управління	0,85	Частина цільових функцій (15%) на підприємстві не реалізується
Коефіцієнт концентрації функцій управління	0,45	Концентрація функцій управління не надто висока, що є позитивним фактором для підприємства
Коефіцієнт накопичення організаційною структурою дисфункцій	0,47	Організаційна структура управління має значний рівень накопичених дисфункцій
Коефіцієнт повноти охоплення функцій	0,81	П'ята частина функцій не реалізована повною мірою
Бальна оцінка	1,5	
<i>Показники оцінки структурної відповідності системи управління</i>		
Коефіцієнт ланковості	0,86	Організаційна структура не є надто розгалуженою, ланки високоспеціалізовані
Коефіцієнт керованості	0,82	Середній фактичний рівень керованості є нижчим норми, управлінець у своєму підпорядкуванні мають невелику кількість підлеглих
Коефіцієнт раціональності структури управління	0,71	Організаційна структура наближається до оптимального рівня, хоча кількість ланок управління майже на 30% відхиляється від оптимальних показників

Продовж. табл. 2

1	2	3
Коефіцієнт дублювання управлінських робіт у межах конкретної функції управління	0,28	Рівень дублювання робіт у межах управлінських функцій не є значним
Бальна оцінка	2	
<i>Показники оцінки управлінського потенціалу підприємства</i>		
Коефіцієнт підвищення кваліфікації керівників	0,31	31% від середньооблікової чисельності працівників протягом року підвищили рівень кваліфікації, що є позитивним фактором
Коефіцієнт стабільності кадрів апарату управління	0,09	Коефіцієнт стабільності управлінських кадрів тяжіє до граничного значення
Коефіцієнт зайнятості персоналу в апараті управління	0,25	Питома частка управлінського персоналу в загальній кількості промислово-виробничого персоналу становить четверту частину
Коефіцієнт виконання обов'язків	0,71	Третя частина працівників отримала адміністративні стягнення, оскільки не справлялася з своїми обов'язками
Бальна оцінка	3	
<i>Показники оцінки рівня організації управлінської праці</i>		
Коефіцієнт інтенсивності робочого часу	0,75	Четверта частина робочого часу не використовується, рівень втрат є високим
Коефіцієнт раціонального використання робочого часу	0,73	27% робочого часу використовується нерационально
Коефіцієнт організації робочих місць	0,9	Робочі місця ні підприємстві організовані досить ефективно. Про це свідчить стан службових меблів, забезпеченість службовими приміщеннями, планування робочих місць та освітленість
Коефіцієнт психологічного середовища	0,6	Рівень психологічного клімату на підприємстві несприятливий..
Бальна оцінка	2	
Загальна оцінка	11	

Організаційна структура не є надто розгалуженою, притаманний високий рівень децентралізації, кількість ланок наближається до оптимального рівня. Як свідчать дані, готель має ряд проблемних моментів щодо організаційного проектування. Значна частина управлінських функцій не реалізується повною мірою,

існують недоліки в організації управлінської праці, дотриманні дисциплінарних норм працівниками, що знижує ефективність реалізації організаційних процесів та якість надання готельних послуг.

Система стимування персоналу в ГК «Україна» вважається сформованою: діють положення про оплату праці, преміювання, колективний договір, програма соціального забезпечення працівників. Однак, проведений аналіз складу і структури фонду оплати праці ТзОВ «ГК «Україна» показав, що більше 90% його складає основна заробітна плата, премії та винагороди у 2014–2016 рр. становлять лише 5% від загального фонду оплати праці. Така структура вказує на те, що матеріальне стимулювання в готелі знаходиться на низькому рівні. Результати кількісних показників оцінки реалізації функції «мотивація» наведено у табл. 3.

Таблиця 3

Оцінка реалізації функції «мотивація»
на ТзОВ «ГК «Україна»

Показник	Значення	Результат оцінки
1	2	3
<i>Оцінювання матеріальних стимулів працівників підприємства</i>		
Коефіцієнт, що відображає вагомість витрат на оплату праці в сукупних ресурсах підприємства	0,14	Витрати на оплату праці в сукупних ресурсах підприємства становлять 14%
Коефіцієнт заборгованості з виплати заробітної плати працівникам підприємства	0,13	Готель має заборгованість з виплати заробітної плати
Коефіцієнт, що відображає вагомість заохочувальних і компенсаційних виплат у структурі витрат на оплату праці персоналу підприємства	0,02	Заохочувальні та компенсаційні виплати становлять 2% у структурі витрат на оплату праці персоналу готелю
Бальна оцінка	2	
<i>Оцінювання моральних стимулів працівників</i>		
Коефіцієнт публічного визнання працівників підприємства	0,22	П'ята частина від загальної чисельності працівників були представлені до публічного визнання, а саме: вивішені фотографії на дошці пошани та вручені грамоти

Продовж. табл. 3

1	2	3
Коефіцієнт визнання професійних заслуг працівників підприємства	0,15	15% персоналу готелю були визнані за професійні заслуги. Це свідчить про те, що працівникам є ще куди «рости» і вдосконалюватись
Бальна оцінка	2,5	
<i>Оцінювання стимулів професійно-кваліфікаційного росту працівників підприємства</i>		
Коефіцієнт освітнього рівня	0,62	62% від усієї чисельності працівників мають повну вищу освіту. Це говорить про високий рівень компетентності
Коефіцієнт підвищення рівня кваліфікації працівників	0,31	31% від середньооблікової чисельності працівників протягом року підвищили рівень кваліфікації, що є позитивним фактором
Бальна оцінка	3	
<i>Оцінювання умов праці працівників підприємства</i>		
Коефіцієнт відповідності умов праці санітарно-гігієнічним нормам	0,92	Умови праці наближені до оптимального рівня
Коефіцієнт професійних захворювань і виробничого травматизму працівників	0,02	Відсоток професійних захворювань і травматизму низький, в готелі добре налагоджена система охорони праці
Бальна оцінка	3,5	
<i>Оцінювання взаємостосунків і психологічного клімату в колективі</i>		
Коефіцієнт дисципліни праці	0,87	Майже всі працівники добросовісно ставляться до своїх обов'язків та не порушують трудову дисципліну
Бальна оцінка	2	
Загальна оцінка	13	

Проведений аналіз показав, що в ГК «Україна» низьким є рівень матеріального стимулювання працівників підприємства, спостерігаються проблеми дотримання дисциплінарних норм та потребує удосконалення морально-психологічний клімат у колективі. Протягом останніх трьох років у готельному комплексі не проводились заходи щодо формування корпоративної культури, що є вкрай негативною ознакою, особливо для підприємства сфери послуг.

Контролюючі функції у ТОВ «ГК «Україна» розподілені між директором та менеджерами. Застосовуються система контрольних процедур та видів контролю: попереднього, поточного та заключного. Результати експертного оцінювання реалізації функції «контроль» у ТзОВ «ГК «Україна» подано у табл. 4.

Таблиця 4

Узагальнюючі дані оцінки функції «контроль» у
ТзОВ «ГК «Україна»

Показники	Напрями планування	Контроль за виконанням стратегічних цілей за функціональними напрямками	Контроль за розробкою та реалізацією тактичних і оперативних планів	Контроль ресурсного забезпечення	Оцінка контрольних процедур в готелі	Проблеми, що виникають при здійсненні контролю
Коефіцієнт ефективності контролю - за критерієм «періодичність контролю», $\max = 1$		0,8	0,9	0,8	0,7	0,7
- за критерієм «наявність контролерів», $\max = 1$		0,7	0,6	0,6	0,8	0,7
- за критерієм «перелік критеріїв контролю», $\max = 1$		0,7	0,8	0,6	0,7	0,5
- за критерієм «необхідність зміни управлінського рішення», $\max = 1$		0,8	0,6	0,7	0,9	0,9
Одиничний коефіцієнт ефективності контролю, $K_{ек} = \sum_1^4 K_i$, $\max = 4$		3	2,9	2,7	3,1	2,8
Загальний коефіцієнт контролю, $\max = 20$	$K_{заг.еф.к.} = \sum_1^5 K_{ек} = 14,5$					

Результати оцінювання функції «контроль» у ТзОВ «ГК «Україна» показують, що у готелі проводиться постійне вдосконалення системи контролю, яка є чітко визначеною та регламентованою. Спільні методичні підходи до проведення контролю існують по всіх функціональних напрямках діяльності готелю. Од-

нак, існують проблеми з відповідальними за реалізацію контролюючих функцій особами та формуванні стандартів та критеріїв контролю. Зокрема, на даному етапі, система контролю роботи покоївок потребує корегування критеріїв контролю.

Результати оцінки ефективності реалізації функцій менеджменту в ГК «Україна» узагальнено у табл. 5.

Таблиця 5

Результати оцінювання ефективності
реалізації функцій менеджменту в ГК «Україна»

Критерій	Максимум	Оцінка	Розрив
1. Планування	20	15	5
2. Організація	20	11	9
3. Мотивація	20	13	7
4. Контроль	20	14,5	5,5
5. Загальна оцінка менеджменту = Σ критеріїв 1–4	80	53,5	26,5

Рівень реалізації функцій менеджменту готельного підприємства, який виражається загальною бальною оцінкою складає 53,5, при максимальній оцінці 80.

Висновки. Таким чином, ТзОВ «ГК «Україна» має значний потенціал для підвищення ефективності реалізації функцій менеджменту. Результати оцінки вказують і на чітке домінування планово-контрольних управлінських процедур в готелі, при порівняно низькому рівні організаційних та мотиваційних технологій. Результати експертного оцінювання підтверджуються і кількісними показниками, які демонструють існування значних диспропорцій організаційної структури управління, функціонального розподілу повноважень, завдань та відповідальності. Потребує удосконалення система мотивації персоналу, формування корпоративних стандартів.

1. Управлінський аналіз : навч. посібн. / За заг. ред. д.е.н., проф. З. В. Герасимчук // О. В. Бойко, Н. М. Василик, І. М. Вахович та ін. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2016. – 1002 с.
2. Watson P. A New Model For Obtaining Sustainable Competitive Advantage / P. Watson, N. Chileshe, D. Maslow // Construction Industry Development 2nd Postgraduate Conference Cape Town, South Africa, 10–12 October, 2004.

3. Маслов Д. Применение функциональной модели оценки менеджмента для достижения устойчивых конкурентных преимуществ / Д. Маслов, П. Ватсон, Н. Чилиши // ПГУ имени С. Торайгырова, №3. – 2007. – С. 10–31.
4. Асаул А. Н. Формирование и оценка эффективности организационной структуры управления в компаниях инвестиционно-строительной сферы / А. Н. Асаул, Н. А. Асаул, А. В. Симонов; под ред. засл. строителя РФ, д-ра экон. наук, проф. А. Н. Асаула. – СПб. : ГАСУ. – 2009. – 258с.
5. Кузьмін О. Є. Оцінювання використання мотиваційного потенціалу підприємства / О. Є. Кузьмін, В. Б. Горбань // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – №8(122). – С. 202–211.
6. Осовська Г. В. Основи менеджменту. Практикум : навч. посібн. / Г. В. Осовська, І. В. Копитова. – К. : Кондор 2005. – 581 с.
7. Ситник Й. С. Методологічний підхід до оцінювання ефективності систем управління підприємствами в умовах конкурентного середовища / Й. С. Ситник // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №6. – С. 53–60.
8. Стрижеус Л. В. Методичні підходи до оцінки ефективності управління організаційними процесами / Л. В. Стрижеус, А. О. Тенднок // Актуальні питання обліку, аналізу і аудиту: теорія та практика : колективна монографія у 2 т. / За ред. П. Й. Атамас. – Дніпропетровськ : ФОП Дробязко С. І., 2014. – Т. 1. – С. 176–193.

УДК 331.5(477)

Шубала І.В., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ БЕЗРОБІТТЯ НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

У статті вивчено особливості регулювання безробіття населення в умовах економічної кризи. Розглянуто економічні методи, важелі та засоби регулювання процесів зайнятості та безробіття.

Ключові слова: безробіття, державне регулювання, зайнятість, ринок праці, конкуренція.

Shubala I.

FEATURES OF REGULATION OF UNEMPLOYMENT IN THE CONDITIONS OF THE ECONOMIC CRISIS

The article deals with the features of regulation of unemployment in the conditions of the economic crisis. Economic methods, levers and means of regulation of processes of employment and unemployment are considered.

It has been revealed that in recent years in Ukraine there are negative tendencies in the field of employment, which testifies to the instability of the situation on the labor market. There is a complex of problems requiring state priority intervention in the regulation of employment and social protection of the least competitive categories of the population.

The oblast employment centers, on the one hand, are marked by positive work on providing unemployed people with jobs, increasing their qualifications and retraining, increasing the size of unemployment benefits, and providing financial support to start-up entrepreneurs. But, on the other hand, they are limited in resources and opportunities to regulate the processes of employment and unemployment throughout the labor market. After all, a significant part of the shadow employment of the population is in the private sector of the economy, which influences the activities of which the state employment services do not have the competence and facilities.

Certain steps towards legalization of hired labor and reduction of unemployment rate are carried out by regional, city and district employment centers. In particular, anti-crisis measures have helped to minimize employment in the shortest possible time by voluntary insurance of landowners, mandatory registration of any labor in agriculture, implementation of public-emergency works on ecology and improvement, state support for small-scale entrepreneurship in rural areas. This really contributed to the legalization of labor, the creation of new jobs, justice in matters of social protection, and the overcoming of consumer trends.

The main tasks defined by the local employment services are identified: increasing the number of vacant (vacant) jobs, increasing cooperation with employers in order to timely and complete submission of information on available vacancies, increasing the level of professional training and retraining, stimulating the increase of the number of people, which will be involved in paid public works.

Key words: unemployment, state regulation, employment, labor market, competition.

Шубала І. В.

ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ БЕЗРАБОТИЦЫ НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

В статье изучены особенности регулирования безработицы населения в условиях экономического кризиса. Рассмотрены экономические методы, рычаги и средства регулирования процессов занятости и безработицы.

Ключевые слова: безработица, государственное регулирование, занятость, рынок труда, конкуренция.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Останнім часом проблема безробіття для вітчизняної економіки стала

найбільш гострою, що обумовлено негативним проявом глобальної економічної кризи, що викликала зниження темпів економічного розвитку і, як наслідок, скорочення кількості робочих місць, «тінізацію» національної економіки. Дана обставина вимагає розробки нових науково обґрунтованих напрямків регулювання безробіття економічно активного населення, які б враховували сучасні реалії розвитку країни та перспективи подальшої євроінтеграції, відстоювали національні інтереси на міжнародному ринку праці.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Наукові дослідження, що стосуються вирішення проблем зниження безробіття населення, здійснювали багато вітчизняних і зарубіжних учених, серед них протягом останніх років можна виділити праці: Васильєва О., Кіряна Т., Коваль С., Крауса Н., Кучеренко С., Марченко І., Машика Ю., Семенова К., Чернегу І., Шаповала М. та ін. [1; 4–9; 11; 12]. На даний час в Україні основним законодавчим актом у цій сфері є Закон України «Про зайнятість населення» [2], а на міжнародному рівні – Конвенція Міжнародної організації праці «Про сприяння зайнятості та захист від безробіття» [3]. Активну роботу щодо зниження безробіття населення здійснюють територіальні підрозділи Державної служби зайнятості населення [10]. Водночас виникає необхідність детальнішого вивчення особливостей регулювання безробіття населення в теперішніх кризових умовах.

Цілі статті. Основна ціль проведеного дослідження полягає у вивченні особливостей регулювання безробіття населення в умовах економічної кризи.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Загальновідомо, що безробіття являє собою явище, за якого частина економічно активного населення, яка не зайнята у сфері економіки, не може знайти підходящої роботи. Відповідно безробітними – визначаються працездатні громадяни працездатного віку, які по незалежних від них причин не мають заробітку через відсутність належної роботи, зареєстровані в державній службі зайнятості, дійсно шукають роботу і готові приступити до праці. Різні вчені виділяють види безробіття за різними ознаками, але основними видами вважається фрикційне, структурне і циклічне.

Сучасна ситуація на ринку праці зумовлена такими чинниками, як: економічні, інституційні, соціально-психологічні, матеріальні. Проте головним чинником, що впливає на збільшення рівня безробіття є пасивність певної частини безробітного населення в пошуку роботи. У зв'язку із цим виникає цілий ряд проблем на ринку праці, які потребують негайного вирішення.

Методичні підходи щодо дослідження рівня безробіття потребують удосконалення. Це пов'язано з тим, що аналіз вище згаданих показників не повністю відображатиме ситуацію на ринку праці, оскільки не враховуються всі фактори, які впливають на визначення рівня безробіття. У зв'язку з цим виникає необхідність проведення відповідних перерахунків чисельності працюючих у стані вимушеної неповної зайнятості до оптимальних обсягів чисельності працюючих з повною продуктивною зайнятістю з метою встановлення більш-менш реальної фактичної та надлишкової чисельності зайнятих по галузях і регіонах. Відповідно показник надлишкової чисельності зайнятих можна в деякій мірі оцінювати як потенційну чисельність безробітних.

Враховуючи досвід високо розвинутих країн, можна сказати, що втручання держави в трудові відносини повинно бути виваженим і програмно-плановим, ґрунтуватися на наукових прогнозах і довгостроковій політиці, враховуючи загальноекономічну кон'юнктуру. Разом з тим в розвинених країнах держава не втручається у власне підприємницьку діяльність, яка до того ж стає ефективнішою за рахунок державних програм.

В Україні йде формування конкретних механізмів державного регулювання ринку праці. Визначені кроки тут уже зроблені: створена державна служба зайнятості, розгортається система перепідготовки кадрів, офіційно встановлюються прожитковий мінімум і мінімальна заробітна плата. Утім, поки два останніх індикатори є в Україні (на відміну від високорозвинених країн з ринковою економікою) лише умовними показниками. Справа в тім, що мінімальна заробітна плата встановлена на настільки низькому рівні, що кожна – навіть відверто грабіжницька ставка – легко укладається в цей норматив.

Регіональні ринки праці відрізняються високою конкуренцією серед претендентів на працевлаштування, отже, значною на-

пруженістю ситуації, що позначається як на тривалості пошуку місця роботи, так і на перспективах та якості працевлаштування. Відповідно, зростає напруженість мотивів, які регулюють поведінку учасників ринку праці, відбувається їх змістова переорієнтація та структурна перебудова.

Обласні центри зайнятості, з одного боку, відзначаються позитивною роботою щодо забезпечення незайнятої частини населення робочими місцями, підвищенням рівня їх кваліфікації та перекваліфікації, збільшила розмір допомоги по безробіттю, а також надання фінансової підтримки підприємцям-початківцям. Але, з іншого боку, вони обмежені в ресурсах і можливостях регулювати процеси зайнятості та безробіття на усьому ринку праці. Адже значна частина тіньової зайнятості населення перебуває у приватному секторі економіки, впливати на діяльність якого державні служби працевлаштування не мають компетенції та засобів.

Основними напрямками зниження безробіття повинні бути такі як: приведення законодавства до міжнародних норм і принципів; запровадження механізмів захисту внутрішнього ринку праці; реалізацію Державної та регіональних програм зайнятості; розроблення і затвердження на державному рівні концептуальних засад формування та розвитку єдиної цілісної системи безперервної професійної освіти; сприяння стабільній діяльності стратегічно важливих підприємств; удосконалення управління процесами вивільнення працівників; забезпечення збереження ефективно функціонуючих робочих місць та створення нових; забезпечення сприятливих умов для розвитку сфери малого бізнесу, самозайнятості та підприємницької діяльності безробітних; легалізація тіньової зайнятості; розвиток системи виробничого навчання тощо.

Організаційні важелі щодо зниження рівня безробіття спрямовані на здійснення адміністративно-організаційних заходів щодо забезпечення ефективної зайнятості. Вони реалізуються за допомогою активної та пасивної політики. Організаційні заходи здійснюються через створення при органах державної влади всіх рівнів спеціальних організаційних структур для реалізації державної і регіональної соціальної політики (прикладом можуть слугувати координаційні комітети сприяння зайнятості населення).

Економічні методи боротьби зі зниження рівня безробіття поділяються на активні і пасивні. Більша частина цих методів належить до активних, проте на ринку праці у більшості випадків функціонують пасивні. Активні ж методи потребують вкладання значних коштів, тому діють в менших масштабах.

В напрямку удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання безробіття в Україні як взаємопов'язаної організаційної системи, яка спрямована на збалансування попиту і пропозиції робочої сили, необхідно забезпечити узгоджену дію інструментів різних механізмів та заходів державного впливу на обмеження безробіття, що дасть змогу підвищити професійно-кваліфікаційний рівень робочої сили, її мобільність та рівень зайнятості.

Державна стратегія регулювання ринку праці і забезпечення ефективного використання робочої сили має базуватись на взаємозалежності між основними макроекономічними показниками та такими, що визначають умови відтворення і використання робочої сили, основні з яких є: підвищення життєвого рівня і зайнятості населення шляхом створення ефективних робочих місць у секторах економіки; зростання платоспроможного попиту; відновлення відтворювальної та стимулюючої функції заробітної плати.

Висновки. Протягом останніх років в нашій країні спостерігаються негативні тенденції у сфері зайнятості, що свідчить про нестабільність ситуації на ринку праці. Існує комплекс проблем, що потребують першочергового втручання держави в регулювання зайнятості та соціального захисту найменш конкурентоспроможних категорій населення.

Певні кроки щодо легалізації найманої праці та зниження рівня безробіття населення здійснюються обласними, міськими та районними центрами зайнятості населення. Зокрема, антикризові заходи допомогли в найкоротший період унормувати зайнятість шляхом добровільного страхування землевласників, обов'язкової реєстрації будь-якої праці в землеробстві, виконання громадсько-невідкладних робіт з екології та благоустрою, державної підтримки дрібного підприємництва в сільській місцевості. Це реально сприяло легалізації праці, створенню нових робочих місць, справедливості в питаннях соціального захисту, подоланню тенденцій до споживацтва.

Загалом головні завдання, вирішення яких повинні забезпечити служби працевлаштування на місцях, залишаються незмінними: збільшення рівня працевлаштування на вільні (вакантні) робочі місця, активізація співпраці з роботодавцями щодо своєчасного та повного подання інформації щодо наявних вакансій, збільшення масштабів професійної підготовки та перепідготовки, стимулювання збільшення кількості осіб, що будуть залучені до оплачуваних громадських робіт.

Перспективи подальших наукових досліджень у цій сфері пов'язуються з необхідністю обґрунтування національної стратегії зниження рівня безробіття та формування дієвих економічних механізмів її реалізації.

1. Васильєв О. Прогнозування рівня безробіття в Україні / О. Васильєв // Економіка України. – 2012. – №4. – С. 41–46.
2. Закон України «Про зайнятість населення» №5067-VI від 5 липня 2012 року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>
3. Конвенція МОП «Про сприяння зайнятості та захист від безробіття» №168 від 21 червня 1988 року // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/993_182
4. Кірян Т. Напрями та шляхи подальшого зменшення обсягів безробіття в Україні / Т. Кірян, М. Шаповал, С. Коваль // Вісник економічної науки України. – 2013. – №2. – С. 51–58.
5. Краус Н. М. Тіньова зайнятість і офіційне безробіття на ринку праці: світовий досвід і українські реалії / Н. М. Краус, Є. Г. Самойленко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – Сер.: Економічні науки. – 2014. – №1. – С. 64–71.
6. Кучеренко С. А. Безробіття в трансформаційній економіці України та напрями його подолання / С. А. Кучеренко, С. В. Сушко // Науковий вісник Ужгородського університету. – Сер: Економіка. – 2013. – Вип. 4. – С. 108–112.
7. Марченко І. С. Довготривале безробіття в Україні / І. С. Марченко // Демографія та соціальна економіка. – 2013. – №2. – С. 224–233.
8. Махсма М. Масштаби і тенденції сільського безробіття в Україні / М. Махсма // Україна: аспекти праці. – 2013. – №7. – С. 29–37.
9. Машика Ю. В. Стан та проблеми безробіття в Україні / Ю. В. Машика, О. І. Бобруйко // Економічний простір. – 2013. – №74. – С. 122–130.
10. Офіційний веб-сайт Державної служби зайнятості населення // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dcz.gov.ua>
11. Семенова К. Д. Аналіз впливу економічної кризи на рівень безробіття в Україні / К. Д. Семенова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 1. – С. 106–111.

12. Чернега І. І. Безробіття населення як невід’ємна складова ринкової економіки / І. І. Чернега, Ю. С. Чернега // Вісник ХНАУ. – Серія : Економічні науки. – 2013. – №3. – С. 193–198.

УДК 332.144

Шубалий О. М., д.е.н., доцент

Львівський національний технічний університет

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ОПЛАТИ ПРАЦІ: ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ, ГАЛУЗЕВИЙ, ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИЙ РОЗРІЗИ

У статті проведено оцінку ефективності реалізації політики у сфері оплати праці на прикладі окремого регіону у територіальному, галузевому та інституціональному розрізах.

Ключові слова: оплата праці, середня заробітна плата, вид економічної діяльності, організаційно-правова форма господарювання, регіон.

Shubalyi O.

EVALUATION OF THE RESULTS OF THE IMPLEMENTATION OF LABOR REMUNERATION POLICY: TERRITORIAL, SECTORAL, INSTITUTIONAL CUTS

The article reviews the effectiveness of the implementation of labor remuneration policy on the example of a separate region in the territorial, sectoral and institutional sections.

It is revealed that for the purpose of carrying out the complex analysis and evaluation of the efficiency of implementation of the policy in the area of remuneration, the study of trends in wage changes in the territorial, sectoral and institutional sections is important, which will allow to make substantiated conclusions and suggestions on improvement of the situation. The research was conducted with the aim of evaluating the results of implementation of labor remuneration policy in the territorial, sectoral and institutional sectors. For a research object, a separate region – the Volyn region, which relates to depressed regions, is selected, which is largely due to relatively low wages.

Based on the ranking of administrative-territorial units of the Volyn region by the level of average monthly salary in 2016 and comparison with 2010, an increase in the scale of the variation between the average monthly wage rates in large cities and suburbs was found compared with the indicator in rural areas. This is due to the further decline of

the enterprises of the industrial sphere of production in the countryside. In recent years, there has been a positive trend towards a significant increase in the average monthly salary in the manufacturing sectors (agriculture, industry and construction), which will encourage the attraction of not only skilled workers, but will also extend these positive trends to other types of economic activity. It is revealed that in the conditions of decentralization of the system of public administration, greater responsibility for the implementation of wage policy is transferred to territorial communities that should be interested in increasing the income from personal income tax by increasing the level of remuneration of wage earners to enterprises and organizations located on their territory. It is concluded that in the person of the governing bodies of territorial communities, employees should in the long term receive strong support in raising the level of wages and ensuring timely payment.

Key words: labor remuneration, average wage, type of economic activity, organizational and legal form of management, region.

Шубальый А.М.

ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ ОПЛАТЫ ТРУДА: ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ, ОТРАСЛЕВОЙ, ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ РАЗРЕЗЫ

В статье проведена оценка эффективности реализации политики в сфере оплаты труда на примере отдельного региона в территориальном, отраслевом и институциональном разрезе.

Ключевые слова: оплата труда, средняя заработная плата, вид экономической деятельности, организационно-правовая форма, регион.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Забезпечення прозорості та ефективності політики у сфері оплати праці на національному, регіональному та локальному рівнях має важливе значення як для добробуту працездатного населення, так і для наповнення місцевих бюджетів в умовах децентралізації системи державного управління. Тому підвищується актуальність наукових досліджень щодо оцінки ефективності реалізації політики у сфері оплати праці на різних рівнях управління та різноманітних розрізах. Це дозволить критично підійти до оцінки результатів попередніх реформувальних та розробити реалістичні програми дій на перспективу.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Науковими дослідженнями проблем формування та реалізації політики у сфері оплати праці займалися багато вітчизняних учених: С. Бандур, В. Борейко, О. Грішнова,

В. Гуня, Н. Єсінова, К. Кислиця, О. Коваль, А. Колот, Е. Лібанова, В. Данюк, В. Петюх, Г. Назарова, І. Топішко, Ю. Харазішвілі та ін. [1–7; 10–12]. В той же час для проведення комплексного аналізу та оцінки ефективності реалізації політики у сфері оплати праці важливе значення має вивчення тенденцій зміни заробітної плати у територіальному, галузевому та інституціональному розрізах, що дозволить зробити обґрунтовані висновки та пропозиції щодо покращення ситуації.

Цілі статті. Дослідження проведено з ціллю оцінки результатів реалізації політики у сфері оплати праці у територіальному, галузевому та інституціональному розрізах. За об'єкт дослідження обрано окремий регіон – Волинську область, яка відноситься до депресивних регіонів, що значною мірою пов'язано з порівняно низьким рівнем оплати праці.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На початковому етапі проведено ранжування адміністративно-територіальних одиниць Волинської області за рівнем середньомісячної заробітної плати у 2016 році та порівняння його з 2010 роком (рис. 1).

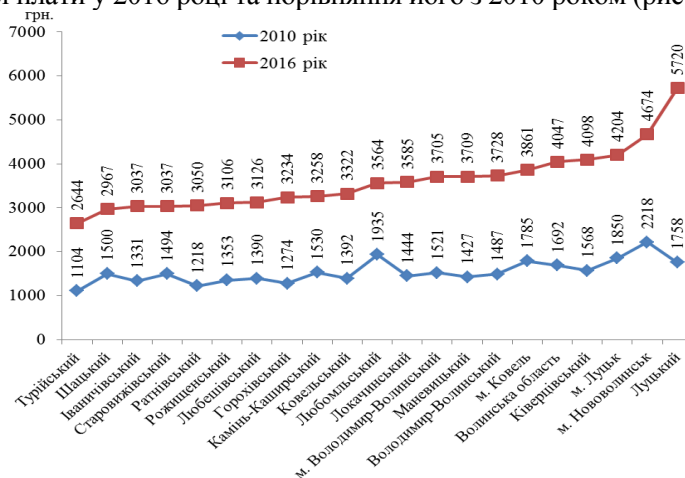


Рис. 1. Ранжування адміністративно-територіальних одиниць Волинської області за рівнем середньомісячної заробітної плати у 2016 році та порівняння з 2010 роком *

* побудовано автором на основі даних джерел: [8; 9]

Як бачимо, найнижчим рівнем середньомісячної заробітної плати як у 2010 році, так і у 2016 році характеризувався Турійський район. Тоді як у 2016 році лідерство за рівнем заробітної плати від м. Нововолинська та Любомльського району перейшло до Луцького району, який досягнув найвищого рівня цього показника за увесь період – 5750 грн. Загалом спостерігається певна втрата позицій щодо рівня оплати праці у Камінь-Каширському, Старовижівському та Шацькому районах, а також у м. Ковелі. Натомість певні позитивні зміни відбулися у Ківерцівському, Маневицькому та Ковельському районах. Але загалом розмах варіації за цим показником залишається значним – максимальна заробітна плата по містах і районах області у 2016 році була у 2,2 рази більшою за мінімальну.

Тобто за аналізований період відбулося збільшення розмаху варіації між показниками середньомісячної заробітної плати у великих містах та приміських районах порівняно із цим показником у «сільських» районах. Це пов'язується із подальшим занепадом суб'єктів господарювання виробничої сфери у сільській місцевості. Тоді як нові та існуючі переробні виробництва концентруються та розвиваються переважно у міській або приміській місцевості, що пов'язується з відносною простотою залучення найманих працівників необхідної кваліфікації. Тому можна дати негативну оцінку тенденціям до зростання дисбалансу у рівнях оплати праці у міській та сільській місцевостях.

Також не менш важливо провести аналіз зміни середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності у Волинській області за 2010–2016 рр. (табл. 1).

Загалом у 2016 році порівняно до попереднього року на фоні всезагального зростання найбільший приріст заробітної плати забезпечили сфери тимчасового розміщування й організації харчування (43,9%), державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування (37,3%) та сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство (33,1%).

Таблиця 1

Зміна середньомісячної заробітної плати за видами економічної діяльності
у Волинській області за 2010–2016 рр. (у розрахунку на одного штатного працівника, грн) *

Вид економічної діяльності	Рік							Темп приросту, %			
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2014 /2013	2015 /2014	2016 /2015	2016/2010 (разів)
Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	972	1284	1706	2008	2288	3340	4444	13,9	46,0	33,1	4,6
Промисловість	1947	2424	2707	2976	3426	4334	5532	15,1	26,5	27,6	2,8
Будівництво	1368	1895	2174	2593	2740	3238	4121	5,7	18,2	27,3	3,0
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	1242	1453	1701	1918	2078	2716	3372	8,3	30,7	24,2	2,7
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	1879	2302	2500	2671	2812	3317	3942	5,3	18,0	18,8	2,1
Тимчасове розміщування й організація харчування	1007	1207	1344	1406	1523	1941	2794	8,3	27,4	43,9	2,8
Інформація та телекомунікації	2037	2285	2610	3042	2908	3278	4183	-4,4	12,7	27,6	2,1
Фінансова та страхова діяльність	3720	4272	4715	5060	4724	5281	6561	-6,6	11,8	24,2	1,8
Операції з нерухомим майном	1549	1844	1611	1801	2045	2367	2868	13,5	15,7	21,2	1,9
Професійна, наукова та технічна діяльність	1336	2086	2531	2525	2456	2849	3739	-2,7	16,0	31,2	2,8
Діяльність у сфері адмін. та допоміж. обслугов.	1059	1304	1661	1959	1914	2241	2416	-2,3	17,1	7,8	2,3
Держ. управління й оборона; обов. соц. страх.	2308	2642	3071	3315	3248	3653	5016	-2,0	12,5	37,3	2,2
Освіта	1715	1867	2293	2463	2526	2931	3406	2,6	16,0	16,2	2,0
Охорона здоров'я та надання соц. допомоги	1493	1567	1940	2089	2190	2581	3021	4,8	17,9	17,0	2,0
Мистецтво, спорт, розваги та відпоч.	1598	1691	2240	2351	2336	2726	3201	-0,6	16,7	17,4	2,0
Надання інших видів послуг	1002	1363	1975	1604	1920	2340	2728	19,7	21,9	16,6	2,7
Усього	1692	1994	2339	2580	2721	3291	4047	5,5	20,9	23,0	2,4

* сформовано автором на основі даних джерел: [8; 9]

Тоді як у 2015 році порівняно до попереднього року найбільшimi приростами характеризувалися знову ж сфери сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство (46,0%) та тимчасове розміщування й організація харчування (27,4%), а найменший приріст був характерним для сфери фінансова та страхова діяльність (11,8%). У 2014 році найбільший позитивний приріст забезпечила сфера надання інших видів послуг (19,7%), а найбільші негативні прирости були характерні для сфер фінансова та страхова діяльність (-6,6%), інформація та телекомунікації (-4,4%), професійна, наукова та технічна діяльність (-2,7%).

Загалом за період 2010-2016 рр. у Волинській області забезпечено найбільше зростання рівня середньомісячної заробітної плати у сферах сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство (у 4,6 рази), будівництво (у 3,0 рази), промисловість (у 2,8 рази), тимчасове розміщування й організація харчування (у 2,7 рази), професійна, наукова та технічна діяльність (у 2,7 рази).

Особливий позитив цих змін полягає у тому, що найбільше зростання заробітної плати відбулося у галузях виробничої сфери, що стане каталізатором її зростання і в інших видах діяльності. Разом з тим найнижчий рівень зростання цього показника за увесь період досягнуто у сферах фінансова та страхова діяльність (у 1,8 рази) та операції з нерухомим майном (у 1,9 рази), які мали завищені рівні заробітної плати у попередні докризові роки.

Надалі проведено ранжування та порівняння рівня заробітної плати у 2016 р. до 2010 р. за видами економічної діяльності у Волинській області (рис. 2). Як бачимо, незважаючи на низькі темпи приросту у аналізованому періоді, найвищий рівень середньомісячної заробітної плати у 2016 році досягнула сфера фінансової та страхової діяльності (6561 грн), яка утримувала першість і у 2010 році (3720 грн). Також значно покращили позиції протягом аналізованого періоду і сфера сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство (середньомісячна зарплата зросла з мінімальних у 2010 році 972 грн до 4444 грн), а також промисловість (з 1947 грн до 5532 грн), що свідчить про відновлення стабільності роботи виробничої галузей сфери.

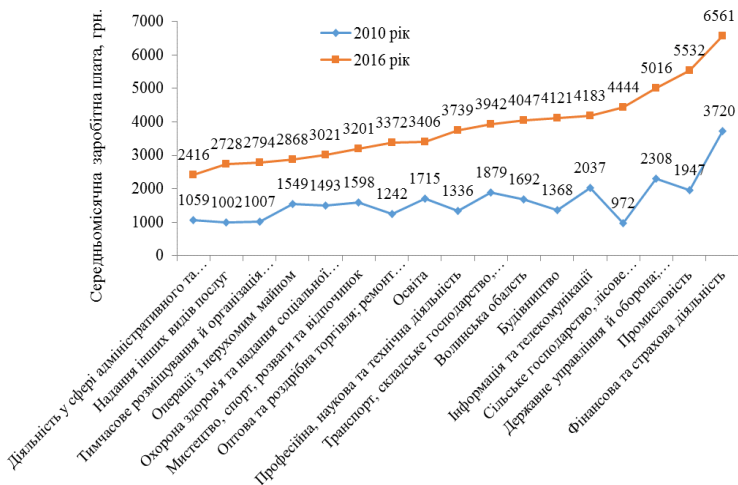


Рис. 2. Ранжування та порівняння рівня заробітної плати у 2016 р. до 2010 р. за видами економічної діяльності у Волинській області *
* сформовано автором на основі даних джерел: [8; 9]

З іншого боку, відбулася певна втрата позицій у сферах транспорту і складського господарства, освіти, що не дає підстав для загального оптимізму. Важливе значення має не тільки аналіз тенденцій зміни заробітної плати загалом, а й аналіз зміна структури основних складових фонду заробітної плати у Волинській області за 2010–2015 роки (рис. 3).

Протягом аналізованого періоду спостерігається зменшення питомої ваги основної заробітної плати – з 63,8% у 2010 році до 57,5% у 2015 році. Натомість відбувалося зростання питомої ваги додаткової заробітної плати – з 31,7% у 2010 році до 38,7% у 2015 році. Питома вага інших заохочувальних та компенсаційних виплат змінювалася у межах 3,8–5,2%.

Це переконує, що роботодавці гідні підвищувати заробітну плату працівникам не за рахунок зростання окладу чи тарифної ставки, а за рахунок вставлення додаткових доплат чи надбавок, або виплачуючи систематичні премії, тобто оцінювати особливі досягнення працівника. З іншого боку, зменшення частки основної або гарантованої заробітної плати в період економічної кризи може негативно вплинути

на загальний рівень добробуту низькокваліфікованих працівників або працівників без досвіду роботи, особливо молоді.

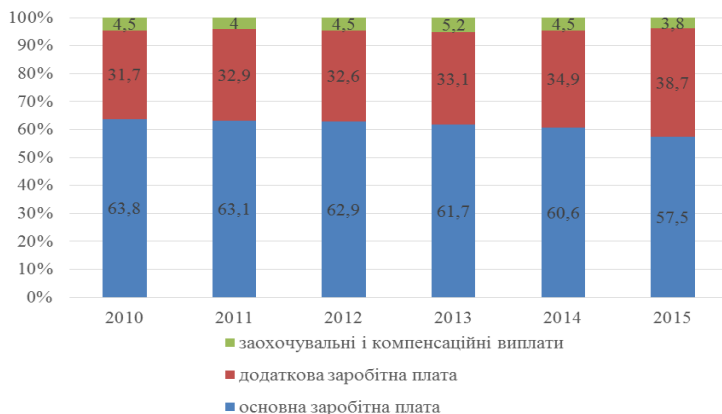


Рис. 3. Зміна структури фонду заробітної плати у Волинській області за 2010–2015 роки

* сформовано автором на основі даних джерела: [8]

На наступному етапі проведено порівняння середньомісячної заробітної плати за організаційними формами суб'єктів економіки у Волинській області за 2015 рік (рис. 4).



Рис. 4. Порівняння середньомісячної заробітної плати за організаційними формами суб'єктів економіки у Волинській області за 2015 рік *

* сформовано автором на основі даних джерела: [8]

На основі проведеного аналізу можна констатувати, що найбільшу заробітну плату у регіоні отримують працівники акціонерних товариств (4158 грн) та філій (3991 грн), а найнижчу – приватних підприємств (2201 грн) та комунальних підприємств (2821 грн). На середньому рівні залишається заробітна плата працівників державних підприємств (3301 грн) та товариств з обмеженою відповідальністю (3571 грн).

Низька заробітна плата у приватному секторі пояснюється, з одного боку, високим рівнем конкурентності у малому бізнесі, а з іншого – його «тінізацією» та свідомим заниженням рівня реальної заробітної плати та зайнятості працівників, що дає короткостроковий ефект і для роботодавця і для працівника, але в довгостроковій перспективі програють усі сторони.

Висновки. Політика у сфері оплати праці протягом аналізованого періоду у Волинській області здійснювалася на основі національної політики, яка базувалася на встановленні розміру мінімальної заробітної плати, контролю за своєчасністю виплати нарахованої заробітної плати, регулюванні міжкваліфікаційних пропорцій у рівнях оплати праці та ін. Регіональні органи влади не наділені повноваженнями щодо прямого підвищення рівня оплати праці в регіоні, а можуть бути тільки учасником переговорів щодо внесення змін до регіональної та галузевих угод. В цьому випадку під час переговорного процесу роботодавці свідомо блокують процес підвищення рівня оплати праці, щоб не збільшувати власні витрати. Певні питання в цьому контексті можуть виникнути до територіальних органів влади (новостворених територіальних громад), зокрема щодо надання дозволів на розміщення нових виробництв та податкового стимулювання розвитку існуючих підприємств виробничої сфери.

Загалом можна дати негативну оцінку дослідженим тенденціям до збільшення розшарування сільських і міських територій у рівнях оплати праці. З іншого боку, протягом останніх років спостерігається позитивна тенденція до стрімкого зростання середньомісячної заробітної плати у галузях виробничої сфери (сільське господарство, промисловість та будівництво), що сприятиме залученню не тільки кваліфікованих працівників, а й дозволить поширити ці позитивні тенденції й на інші види економічної діяльності. Як негатив можна знову ж відмітити той факт, що розвиток нових крупнотованих виробництв

(зокрема у сфері сільського господарства та харчової промисловості) є точковим і не дозволяє вирішити проблему підвищення рівня оплати праці на більшій частині території окремого регіону.

Отже, в умовах децентралізації системи державного управління більша відповідальність щодо реалізації політики у сфері оплати праці перекладається на територіальні громади, які повинні бути зацікавлені у збільшенні надходжень податку з доходів фізичних осіб за рахунок підвищення рівня оплати праці найманих працівників на підприємства і організації, розміщених на їх території. Тобто в особі керівних органів територіальних громад наймані працівники повинні у перспективі отримати потужну підтримку в питанні підвищення рівня оплати праці та забезпечення своєчасної її виплати.

1. Борейко В. І. Шляхи виведення заробітної плати з «тіні» / В. І. Борейко // Вісник економічної науки України. – 2015. – №2. – С. 3–6.
2. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини : підручн. / О. А. Грішнова. – К. : Знання, 2011. – 535 с.
3. Гуня В. О. Заробітна плата: українські та світові реалії / В. О. Гуня, К. В. Кислиця // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики. – 2016. – Вип. 18–19. – С. 24–31.
4. Сінова Н. І. Моніторинг соціально-трудових відносин в Україні / Н. І. Сінова, Д. О. Примаченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2015. – Вип. 1. – С. 179–190.
5. Колот А. М. Соціально-трудові відносини: теорія і практика регулювання : монографія / А. М. Колот. – К. : КНЕУ, 2013. – 230 с.
6. Лукаш С. С. Диференціація регулювання заробітної плати / С. С. Лукаш // Митна справа. – 2013. – №4(2.2). – С. 175–180.
7. Носова Є. А. Тіньова заробітна плата в Україні: причини існування та шляхи подолання / Є. А. Носова // Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2013. – №2. – С. 110–115.
8. Офіційний веб-сайт Головного управління статистики у Волинській області // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>
9. Праця Волині-2015 : стат. зб. / За ред. В. О. Грабаровської. – Луцьк : Головне управління статистики у Волинській області, 2016. – 117 с.
10. Соціально-економічні засади ефективності найманої праці в Україні : монографія / Г. В. Назарова, М. А. Машенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 232 с.
11. Топішко І. І. Удосконалення державного регулювання заробітної плати в контексті формування нової моделі соціально-економічного розвитку України / І. І. Топішко, Н. П. Топішко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». – Економіка. – 2013. – Вип. 23. – С. 108–111.
12. Харазішвілі Ю. М. Детінізація заробітних плат як чинник соціального розвитку та забезпечення економічної безпеки України / Ю. М. Харазішвілі, О. П. Коваль // Стратегічні пріоритети. – 2013. – №4. – С. 38–49.

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет

Наукове видання

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Серія «Економіка та менеджмент»
Збірник наукових праць
Випуск 14 (54)

Комп'ютерна верстка: В. М. Тимонік

Підп. до друку 28.11.2017 р. Формат 60x84/16. Папір офс.
Гарн. Таймс. Ум. друк. арк. 19,75. Обл.-вид. арк. 14,35.
Тираж 100 прим. Зам. 84. Замовне

Адреса редакції:
43024, м. Луцьк, вул. С. Ковалевської, 29.

Редакційно-видавничий відділ
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – РВВ Луцького НТУ

Свідоцтво Держкомінформу України ДК №351 від 05.03.2001 р.

