

Міністерство освіти і науки України
Чернігівський національний технологічний університет

НАУКОВИЙ ВІСНИК ПОЛІССЯ

Науковий економічний журнал

Випуск 3(3)

ЧЕРНІГІВ

2015

Державна реєстраційна служба України
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
Серія КВ № 21188-10988ПР від 03.02.2015 р.

Відповідно до наказу МОНУ від 05.02.2014 р. №103 Чернігівський національний технологічний університет є правонаступником усіх прав та обов'язків Чернігівського державного інституту економіки і управління, в тому числі дозволу на публікації результатів дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з ЕКОНОМІКИ (Постанова президії ВАК № 747 від 13.07.2015 р.)

Науковий журнал «Науковий вісник Полісся» включено до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з ЕКОНОМІКИ (Постанова президії ВАК № 747 від 13.07.2015 р.)

Випуск рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ЧНТУ Від 28.09.2015 р., Протокол № 8

Редакційна колегія:

О. І. Гонта	доктор економічних наук, професор (головний редактор);
Л. О. Коваленко	кандидат економічних наук, професор (відповідальний редактор);
С. М. Шкарлет	доктор економічних наук, професор;
О. В. Абакуменко	доктор економічних наук, професор;
Ж. В. Дерій	доктор економічних наук, доцент;
В. П. Ільчук	доктор економічних наук, професор;
В. Ф. Савченко	доктор економічних наук, професор;
С. М. Вдовенко	доктор наук з державного управління, доцент;
А. І. Мельник	доктор філософських наук, професор;
О. В. Тополь	доктор філософських наук, доцент;
Ю. В. Кирилюк	кандидат економічних наук, доцент;
В. Г. Маргасова	кандидат економічних наук, професор;
Р. Дьякон	доктор економічних наук, професор (Рига, Латвія);
М. Живитере	доктор економічних наук, професор(Рига, Латвія);
А. С. Саркісян	кандидат економічних наук, доцент (Свіщов, Болгарія);
Л. Л. Антонюк	доктор економічних наук, професор;
О. А. Грیشнова	доктор економічних наук, професор;
З. Б. Живко	доктор економічних наук, доцент;
І. С. Каленюк	доктор економічних наук, професор;
В. М. Левківський	доктор економічних наук, професор;
Л. О. Петкова	доктор економічних наук, професор;
Ю. Півоварські	доктор філософських наук, професор;
Б. І. Сорвиров	доктор економічних наук, професор (Гомель, Білорусь);
В. Б. Тропіна	доктор економічних наук, професор;
К. В. Корсак	доктор філософських наук, професор;
Н. В. Мороз	відповідальний секретар.

Н 34 **Науковий вісник Полісся** [Текст]. – Чернігів : ЧНТУ, 2015. – № 3(3). – 172, [2] с.

Висвітлюються актуальні проблеми розвитку сучасної економіки, функціонування та розвитку підприємств різних форм власності, інвестиційно-інноваційної діяльності, підвищення конкурентоспроможності національної економіки, регіонального розвитку.

Для наукових працівників, викладачів, аспірантів, студентів, практиків.



Ліцензія Creative Commons «Attribution-NonCommercial» («Із зазначенням авторства – Некомерційна») 4.0 Всесвітня

ISSN 2410-9576 (Print)
ISSN 2412-2394 (Online)

Ministry of Education and Science of Ukraine
Chernihiv National University of Technology

SCIENTIFIC BULLETIN OF POLISSIA

Scientific journal on Economics

Issue 3(3)

CHERNIHIV
2015

According to the MESU directive from 05.02.2014 p. №103 Chernihiv National University of Technology is a legal successor of all rights and responsibilities of Chernihiv State Institute of Economics and Management as well as of the permission to publish the results of dissertations on obtaining an academic degree of doctor and candidate of sciences in ECONOMICS (HAC presidium regulation № 747 from 13.07.2015)

“Scientific bulletin of Polissia” by the decision of Chernihiv National University of Technology Academic Senate is included to the List of scientific professional edition of Ukraine, where the results of dissertations on obtaining an academic degree of doctor and candidate of sciences in ECONOMICS can be published (HAC presidium regulation № 747 from 13.07.2015)

**The issue is recommended to be sent to the press by Chernihiv National University of Technology Academic Senate decision
From 28.09.2015, Proceeding № 8**

Editorial Board:

O. I. Honta	Doctor of Economic Sciences, Professor (<i>chief editor</i>);
L. O. Kovalenko	candidate of Economic Sciences, Professor (<i>managing editor</i>);
C. M. Shkarlet	Doctor of Economic Sciences, Professor;
O.V. Abakumenko	Doctor of Economic Sciences, Professor;
Zh.V. Derii	Doctor of Economic Sciences, associate professor;
V. P. Ilchuk	Doctor of Economic Sciences, Professor;
V. Ph. Savchenko	Doctor of Economic Sciences, Professor;
S. M. Vdovenko	Doctor of Public administration Sciences, associate professor;
A. I. Melnyk	Doctor of Philosophy, Professor;
O. V. Topol	Doctor of Philosophy, associate professor;
Yu. V. Kyryliuk	Candidate of Economic Sciences, associate professor;
V. H. Marhasova	Doctor of Economic Sciences, Professor;
R. Djakons	Doctor of Economic Sciences, Professor (Riga, Latvia);
M. Živitere	Doctor of Economic Sciences, Professor (Riga, Latvia);
A. S. Sarkisian	Doctor of Economic Sciences, associate professor (Svishtov, Bulgaria);
L. L. Antoniuk	Doctor of Economic Sciences, Professor;
O. A. Hrishnova	Doctor of Economic Sciences, Professor;
Z. B. Zhyvko	Doctor of Economic Sciences, associate professor;
I. S. Kaleniuk	Doctor of Economic Sciences, Professor;
V. M. Levkivskiy	Doctor of Economic Sciences, Professor;
L. O. Pietkova	Doctor of Economic Sciences, Professor;
J. Piwowarski	Doctor of Philosophy, Professor;
B. I. Sorvyrov	Doctor of Economic Sciences, Professor (Homel, Belarus);
V. B. Tropina	Doctor of Economic Sciences, Professor;
K. V. Korsak	Doctor of Philosophy, Professor;
N. V. Moroz	managing secretary

Scientific bulletin of Polissia [Text]. – Chernihiv : ChNUT, 2015. - № 3(3). – 172, [2] p.

Urgent problems of present-day economics' development, different ownership enterprises operation and development, investment and innovative activity, increasing national economy's competitiveness, regional development are reported.

It is intended for scientists, lecturers, postgraduate students, students and practitioners.



Creative Commons License “Attribution-NonCommercial”
4.0 International (CCBY-NC 4.0).

ISSN 2410-9576 (Print)
ISSN 2412-2394 (Online)

ЗМІСТ

• ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<i>Савченко В. Ф.</i> Державне регулювання відносин власності у ринковій економіці.....	9-18
<i>Бондаренко В. М.</i> Конкурентна стратегія страхових компаній на ринку фінансових послуг.....	19-27
<i>Льчук В. П., Пазюк В. Л.</i> Інституційне забезпечення функціонування та розвитку ринку вина в Україні...	28-40
<i>Verdenkhofa O. R.</i> Regulation features of the education market.....	41-46

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

<i>Холодницька А. В.</i> Інноваційний розвиток соціальної та гуманітарної інфраструктури сільських територій Чернігівської області.....	47-51
---	-------

ІННОВАЦІЇ

<i>Абакуменко О. В., Коваленко Л. О., Марченко Н. А.</i> Роль бізнес-інкубаторів у активізації інноваційного розвитку країни.....	52-60
---	-------

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

<i>Боярчук Л. В.</i> Сорсинг як інструмент підвищення зайнятості: адаптація зарубіжного досвіду до реалій економіки України.....	61-68
--	-------

МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Гудзинський О. Д.</i> Організаційна культура в розвитку соціально-економічних систем.....	69-71
--	-------

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

<i>Хоменко О. В., Паливода О. М.</i> Малий та середній бізнес у країнах ЄС: тенденції розвитку та проблеми управління.....	72-77
<i>Полковниченко С. О.</i> Сучасний стан туристичного співробітництва України з Європейським Союзом	78-84

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

<i>Гарафонова О. І.</i> Використання CRM-системи та кластеризації у маркетинговій діяльності сучасного підприємства.....	85-89
<i>Lukianova V. V., Sviderska A. V.</i> Risk management procedures as a component of the managerial system of corporate foreign economic activity.....	90-95
<i>Савіна Г. Г., Баличова В. О., Калугін Ю. О.</i> Позитивний імідж та ділова репутація у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.....	96-99
<i>Кунденко А. В., Кратко Є. В.</i> Стратегічні та тактичні напрями управління кризовими явищами.....	100-105
<i>Миколайчук І. П.</i> Формування механізму економічної стійкості підприємства.....	106-110
<i>Ніколаєнко Ю. В.</i> Стратегічні напрями підприємства щодо вдосконалення системи мотивації персоналу.....	111-117
<i>Савін С. Ю., Тяхтенко Н. А.</i> Зв'язок соціальної та інформаційної фрагментарності персоналу підприємств.....	118-121
<i>Шегда М. В.</i> Соціальна відповідальність підприємства як конкурентна перевага.....	122-126

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

<i>Прокопенко Н. С., Дуднікова І. І.</i> Концептуальні підходи до механізму фінансування екологічних державних цільових програм.....	127-134
<i>Ткаченко Н. В., Виговська В. В.</i> Банківське споживче кредитування: регіональний вимір та основні тенденції розвитку.....	135-142
<i>Джурабаєв Ж. Ш.</i> Практичний досвід провідних центральних банків у подоланні наслідків світової фінансової кризи.....	143-151

Повжик К. В. Державне регулювання vs саморегулювання фінансового ринку..... 152-158

МАРКЕТИНГ

Євдоченко О. О., Чала Н. В. Сучасні напрями екологізації маркетингової діяльності ТНК..... 159-164

Відомості про авторів..... 165-169

Правила оформлення та подання рукопису до журналу..... 170-172

TABLE OF CONTENTS

NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT AND ECONOMICS	
<i>Savchenko V. F.</i> State regulation of property relations in a market economy.....	9-18
<i>Bondarenko V. M.</i> Competitive strategy of insurance companies at market of financial services.....	19-27
<i>Ilchuk V. P., Paziuk V. L.</i> Institutional support of functioning and development of the wine market in Ukraine	28-40
<i>Verdenkhofa O. R.</i> Regulation features of the education market.....	41-46
REGIONAL ECONOMICS	
<i>Kholodnytska A. V.</i> Innovative development of social and humanitarian infrastructure of Chernihiv region rural areas.....	47-51
INNOVATIONS	
<i>Abakumenko O. V., Kovalenko L. O., Marchenko N. A.</i> The role of business incubators in activation the innovative development of country.....	52-60
LABOUR ECONOMICS	
<i>Boiarchuk L. V.</i> Sourcing as instrument of increase employment: adaptation of foreign experience to the realities Ukrainian economy.....	61-68
MANAGEMENT	
<i>Hudzynskiy O. D.</i> Organizational culture in the development of socio-economic systems.....	69-71
INTERNATIONAL ECONOMICS	
<i>Palyvoda O. M., Khomenko O. V.</i> Small and medium business in the member states of the European Union: tendencies of development and problems of management.....	72-77
<i>Polkovnychenko S. O.</i> The current state of cooperation in tourism between Ukraine and the European Union	78-84
ENTERPRISE MANAGEMENT	
<i>Harafonova O. I.</i> CRM-system use and clustering of marketing activities in the modern enterprise.....	85-89
<i>Lukianova V. V., Sviderska A. V.</i> Risk management procedures as a component of the managerial system of corporate foreign economic activity.....	90-95
<i>Savina H. H., Balychova V. O., Kaluhin Yu. O.</i> Positive image and business reputation in providing competitiveness of the enterprise.....	96-99
<i>Kundenko A. V., Kratko Ye. V.</i> Strategic and tactical crisis management areas.....	100-105
<i>Mykolaichuk I. P.</i> Formation of the mechanism of company economic stability.....	106-110
<i>Nikolaenko Yu. V.</i> Strategic directions of enterprise to improve the system of staff motivation.....	111-117
<i>Savin S. Yu., Tiukhtenko N. A.</i> Connection of social and information fragmentariness of enterprise staff.....	118-121
<i>Shegda M. V.</i> Social responsibility of enterprise as a competitive advantage.....	122-126
FINANCE. BANKING	
<i>Prokopenko N. S., Dudnikova I. I.</i> Conceptual approaches to funding vehicle of environmental state target programs.....	127-134
<i>Tkachenko N. V., Vyhovska V. V.</i> Banking consumer crediting: regional dimension and main trends of development.....	135-142
<i>Dzhurabaiev Zh. Sh.</i> Practical experiences of the leading central banks in overcoming consequences of the global financial crisis.....	143-151
<i>Povzhyk K. V.</i> State regulation vs self-regulation of financial market.....	152-158

MARKETING

Yevdochenko O. O., Chala N. V. The modern trends of the marketing activities ecologization of MNC..... 159-164

Authors data..... 165-169

The rules of formatting and publishing the article in the journal..... 170-172

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 330.111.62(477)

В. Ф. Савченко, д. е. н., професор,
заслужений економіст України**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІДНОСИН ВЛАСНОСТІ У РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Анотація. Досліджено трактування поняття «власність» за останні сторіччя та його сутність у сучасному світі. Проаналізовано форми власності, види приватизації, ситуацію у загальнодержавній, муніципальній та комунальній власності, становище з інтелектуальною власністю. Надано пропозиції щодо посилення державного регулювання відносин власності в Україні.

Ключові слова: власність, приватизація, загальнодержавна власність, муніципальна власність, комунальна власність, інтелектуальна власність, ефективність, корпорація.

В. Ф. Савченко, д. э. н., профессор,
заслуженный экономист Украины**ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ СОБСТВЕННОСТИ
В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Аннотация. Исследована эволюция понятия «собственность» за последние столетия и его сущность в современном мире. Проанализированы формы собственности, виды приватизации, ситуацию в общегосударственной, муниципальной и коммунальной собственности, положение с интеллектуальной собственностью. Аргументированы предложения относительно усиления государственного регулирования отношений собственности в Украине.

Ключевые слова: собственность, приватизация, общегосударственная собственность, муниципальная собственность, коммунальная собственность, интеллектуальная собственность, эффективность, корпорация.

V. F. Savchenko, Doctor of Economics, Professor,
Honored Economist of Ukraine**STATE REGULATION OF PROPERTY RELATIONS IN A MARKET ECONOMY**

Abstract. The evolution of the concept of "ownership" over the past century and its essence in the modern world are investigated. The forms of ownership, types of privatization, the situation in the national, municipal and communal property, position of intellectual property are analyzed. Proposals for strengthening government regulation of property relations in Ukraine are reasoned.

Keywords: ownership, privatization, national property, public property, communal property, intellectual property, the effectiveness of the corporation.

Актуальність теми дослідження. Приватизаційні процеси, які відбулися в Україні, не дали очікуваного позитивного результату і потребують подальших дій як у теоретичній площині, так і шляхом практичної реалізації.

Постановка проблеми. Необхідність державного регулювання відносин власності потребує вироблення пропозицій щодо його конкретизації, теоретичного осмислення і реальних дій на всіх рівнях влади.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У науковій літературі розгляду питань власності приділяється значна увага. В останні роки своїми напрацюваннями відомі такі вітчизняні вчені: Л. А. Биченко, І. В. Бовгунівська, Л. О. Головка, І. В. Гуськова, О. О. Капович, Н. Г. Клименко, Ю. А. Лузан, Т. В. Мамрош, Л. Г. Олейнікова, Г. В. Теплінський та інші. Проте потребує додатко-

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

вого вивчення комплексне дослідження взаємодії і еволюції різних форм власності, включаючи інтелектуальну.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичні і практичні аспекти приватизації та функціонування різних форм власності, державне регулювання цих процесів в Україні.

Виклад основного матеріалу. Теоретичним питанням сутності відносин власності, їх еволюції та життєдіяльності у сучасних умовах приділена значна увага зарубіжних і вітчизняних вчених.

Французький економіст, засновник школи фізіократів Франсуа Кене (1694-1774) у свій час запропонував ідею «природного порядку», який ґрунтується на економічній свободі та недоторканої приватної власності.

Для Адама Сміта (1723-1790) власність була синонімом багатства. Підприємницьку приватну власність, її примноження на індивідуальному та національному рівнях він вважав основним стимулом суспільного розвитку. Погляди А. Сміта на власність поділяв видатний англійський економіст епохи промислової революції Давід Рікардо (1772-1823).

На думку німецьких економістів К. Маркса та Ф. Енгельса, специфіка відносин власності і спієвіснування її різних форм об'єктивно зумовлена ступенем розвитку продуктивних сил. Обґрунтовуючи положення щодо історично обмеженого характеру відповідного виду власності, вчені заперечували природність і вічність приватної власності.

Марксистський політико-економічний підхід до аналізу відносин власності наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. був підданий критиці представниками німецької історичної та соціальної шкіл, які визначали власність як невід'ємну рису особистості, нерозривно пов'язану з її духовним самовдосконаленням.

Український економіст Михайло Туган-Барановський (1865-1919) в одній із своїх праць стверджував: «Несправедливість та гноблення полягають не в тому, що людина захоплює знаряддя праці або земельну ділянку, а в тому, що одна людина позбавляє всього цього інших людей...»

Реформація у країнах Західної та Центральної Європи дала поштовх до зародження капіталізму, що, у свою чергу, підштовхнуло до виникнення «протестантської етики», відомої з праць М. Вебера. На відміну від попередніх вчень, протестантська етика вважала підприємців, чия діяльність спрямована на одержання прибутку законними способами, досить шановними людьми, адже завдяки їх діяльності покращується добробут усього суспільства [1, с. 29-31].

З наданих висловлювань відомих економістів останніх трьох століть можна зробити узагальнення, що поняття приватної власності трактувалося не завжди однозначно, проте все-таки в цілому позитивно, особливо що стосується постулатів ринкової економіки. Перейдемо до дослідження відносин власності у сучасних умовах.

Інститут власності, який визнано найголовнішою економічною категорією, складається з двох інститутів – приватної та неприватної власності.

Інститут приватної власності може функціонувати в наступних формах: індивідуальна – власником є одна особа; сімейна – власниками є члени сім'ї; колективна(корпоративна) – приватні власники здійснюють колективне управління. Кожна людина має право бути власником засобів виробництва і результатів праці.

Інститут неприватної власності передбачає суспільного чи колективного власника. При цьому власність має наступні форми: державна – власником є держава, конкретно в Україні Фонд державного майна; комунальна (муніципальна) – власником є міська(селищна, сільська) рада; кооперативна – власником є кооператив; колективна (змішана) – приватні та неприватні власники передають свою власність у колективне управління.

Власність, на наше переконання, є основою формування відносин, що забезпечують наявність господарського змісту. Її властивістю є здатність приносити прибуток і нагромаджуватися завдяки цілеспрямованій та ефективній праці.

Ефективність національної економіки в першу чергу визначається формою власності на основний та обіговий капітал, землю, результати праці. Ефективна ринкова економіка побудована на переважній приватній власності і створенні механізму, що забезпечує її нарощування у вигляді нерухомості, землі, основних та оборотних засобів, цінних паперів тощо.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Кожен суб'єкт ринкових відносин реалізує власні інтереси. Ринкові умови повинні бути сприятливими для такої діяльності, щоб не допустити спаду виробництва та зниження доходів. Відчуження власника від об'єкта власності знижує його інтерес до виробництва і послаблює ефективну працю, а також спонукає до "тіньових" схем задоволення потреб. Неприватна власність має узагальненого неконкретного власника. Вона відчужена від конкретної людини, чий інтерес звужується до розміру заробітної плати. На відміну від цього, інтерес власника розповсюджується на весь процес розширеного виробництва: збільшення прибутку; зниження витрат виробництва; залежність оплати праці від її затрат та продуктивності.

Разом з тим види власності мають бути в різних формах. Переваги того чи іншого виду повинні виявлятися у конкурентній боротьбі. Співвідношення форм власності мають бути динамічними і економічно та соціально гармонійними. Створення умов для конкуренції різних форм власності – сприятливий фактор зростання обсягів виробництва та підвищення якості продукції. Тому оптимальною і важливою складовою ефективного функціонування різних видів власності є цілеспрямована антимонопольна політика держави.

Між країнами спостерігаються істотні розходження у стратегіях приватизації, а також неоднаковий прогрес у здійсненні приватизаційного процесу. Практично в жодній постсоціалістичній країні прямий продаж окремих підприємств стратегічним інвесторам не був головним методом приватизації. Він відігравав другорядну роль і в основному використовувався в країнах з багатими природними ресурсами.

Недолік прямого продажу полягає в тому, що даний метод приватизації є відносно повільним. Проте він забезпечує одночасне надходження державних та зовнішніх інвестицій для реструктуризації підприємств і полегшує передачу управлінських ноу-хау. З іншої сторони, масова приватизація забезпечує швидку зміну власності. Вона проводиться через викуп підприємств адміністрацією, працівниками чи за допомогою розподільних та ваучерних схем приватизації за участю всього населення. На відміну від прямого продажу, такі методи приватизації не генерують нових інвестицій і не супроводжуються передачею управлінських ноу-хау.

У більшості пострадянських країн переважає швидкий метод зміни форм власності шляхом викупу підприємств їх адміністрацією чи працівниками або за допомогою сертифікатних схем приватизації. Прихильники масової приватизації сподівалися, що такий підхід в кінцевому рахунку приведе до формування вузької групи зовнішніх власників у результаті скупівлі ними активів на вторинному ринку в тих, у кого вони виявилися після першого етапу приватизації. Прогнози не виправдалися, оскільки найбільш активними учасниками операцій на вторинному ринку були впливові інсайдери, зокрема менеджери. У результаті в даний час власниками підприємств у країнах є інсайдери з числа керівників компаній та численних працівників–власників, що займають домінуючий стан.

У багатьох випадках держава, як і раніше, зберігає значну частку участі в капіталі підприємств. Частка державних цінних паперів становить у середньому понад 15% у приватизованих компаніях в Албанії, Білорусі, Грузії, Литві, Польщі, Росії, Румунії і Україні та понад 30% у Болгарії, Словенії, Узбекистані та Хорватії.

Земельна реформа у країнах з перехідною економікою включає у себе три наступні складові: приватизацію землі, тобто зміну структури власності; розформування великих державних і колективних господарств та створення більш дрібних виробничих одиниць; створення можливостей для необмеженої переуступки землі.

Розформування великих господарств і утворення численних невеликих земельних ділянок не надають можливостей для підвищення ефективності, незважаючи на зміну власності. Проте процес концентрації власності на землю тільки за допомогою ринку, на нашу думку, може в довгостроковому плані привести до появи великих сільськогосподарських підприємств завдяки економії, обумовленій ростом масштабів виробництва і можливостей доступу до фінансових джерел та послуг. Альтернативним варіантом є створення асоціацій сільськогосподарського спрямування.

У законодавстві України у 1992 році було передбачено створення приватних господарств. У 2001 році Верховна Рада України прийняла Земельний кодекс, що передбачає продаж і купівлю

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

сільськогосподарської землі, починаючи із січня 2005 року. Проте на зазначений закон все ще діє мораторій.

У країнах пострадянського простору процес реформ у галузі сільськогосподарських земель здійснюється в два етапи: державні фірми перетворюються в колективні; приватні особи отримують сертифікати, які дають їм право на землю, що знаходиться в колективній власності. Проте зазначені сертифікати не надають фізичної ділянки землі. Тому земельна реформа не призвела до виникнення чітких прав власності на індивідуальні ділянки землі. Ситуація суттєво відрізняється від земельної реформи в країнах Центральної Європи, де для встановлення прав власності на земельні ділянки були використані різні методи, включаючи сертифікатну приватизацію, оренду державної землі і безпосередній розподіл земель серед сільських домашніх господарств.

Ситуація в Україні, як свідчить досвід проведення реформи, відбулася по двох основних і в той же час протилежних спрямуваннях: привласнення капіталу і отримання надмірних прибутків; залучення прямих іноземних інвестицій, диверсифікація виробництва, створення збалансованої економіки.

Для України більш привабливий другий тип приватизації, однак в реаліях переважив перший – привласнення майна підприємств вітчизняними олігархами, які отримують прибуток в основному через “тіньові схеми”, майже не здійснюючи структурної і технологічної реорганізації. Оскільки така приватизація призвела до застою у ринкових реформах, поляризації суспільства на найбагатших і найбідніших з практичною відсутністю середнього класу, вона потребує значного корегування.

В Україні проблему права власності ще не розв’язано. Багато об’єктів незавершеного будівництва не мають власників, оскільки незрозуміло, кому належать земля чи будівлі. Невирішене питання приватизації землі. Із зміною влади періодично виникають реприватизаційні процеси, які мають не законодавчий (правовий), а кон’юнктурний або політичний підтекст. Крім того, приватизація, не підкріплена іншими стабільними складовими ринкової економіки на достатньо відпрацьованому рівні, не призвела до інтенсивного способу виробництва та покращення показників роботи суб’єктів господарської діяльності.

Приватизація в узагальненому вигляді повинна здійснюватись для вирішення наступних проблем: наповнення ринків необхідною продукцією, зниження цін, зростання прибутків виробників; забезпечення ліберальних умов діяльності власників майна та капіталу; створення конкурентного середовища.

Важливим аспектом приватизації є отримання прибутків у досить далекому майбутньому, а не відразу. Однак в Україні, враховуючи нестабільність її економічних та політичних процесів, значне відставання в технічному рівні виробництва, особисту невпевненість у завтрашньому дні, власники здебільшого вбачають у своєму підприємстві лише джерело сьогоденного прибутку, а не основу майбутнього добробуту. Тому вони не проводять фінансових дій, націлених на його довготривалий розвиток.

В Україні переважно проведено акціонування (корпоратизацію) підприємств. Акціонування – це правова процедура перетворення державного підприємства на акціонерне товариство, яка передбачає поділ власності на велику кількість частин (акцій) відповідно до закону та їх розподіл між працівниками чи продаж населенню. Здебільшого в процесі акціонування контрольні пакети акцій отримують підприємства, решта виставляється на сертифікатні аукціони, де беруть участь окремі індивіди та інвестиційні фонди.

З огляду на теоретичні положення неінституціональної теорії, головною умовою приватизації є її відповідність теоремі Коуза: установлення оптимального розміру фірми, першочергове оформлення прав власності, мінімізація трансакційних та управлінських витрат. Інституціональна структура економіки України початку 90-х років не відповідала вимогам теорем Коуза, що призвело до негативних результатів. Аналіз ходу приватизації показав, що вона супроводжувалась суттєвими недоліками і зловживаннями. Переслідування політичних цілей зумовило масовість і швидкість приватизації. Відсутність чіткого законодавчого поля, а також обрані способи сприяли розкраданню державного майна.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Враховуючи необхідність удосконалення системи національної безпеки у сфері приватизації, з метою реалізації основних напрямків державної політики, визначених Законом України "Про основи національної безпеки України", для забезпечення умов сталого економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності національної економіки, прискорення прогресивних структурних та інституціональних змін, поліпшення інвестиційного клімату, підвищення ефективності інвестиційних процесів необхідно виходити з наступних факторів:

- визнати рівень нормативно-правового регулювання засад приватизації державного майна таким, що призводить до послаблення системи державного регулювання і контролю у сфері приватизації, зниження інвестиційної та інноваційної активності, зростання частки іноземного капіталу у стратегічних галузях економіки, ускладнює створення конкурентного середовища, а відтак посилює загрозу національним інтересам і економічній безпеці держави;

- вважати такою, що не відповідає національним інтересам, є дестабілізуючим чинником, практику, яка склалася внаслідок діяльності державних органів під час приватизації, насамперед здійснення з порушенням законодавства приватизації державного майна, зокрема підготовки об'єктів державної власності до приватизації, організацію їх продажу.

Інститут права власності в суспільстві виступає гарантом економічної й політичної незалежності кожного його члена. Значення системи інституту права власності, що формується в Україні, для розвитку економіки в цілому зумовлюється наступними обставинами:

- визначеність і стабільність, захист прав власника мають принципове значення для функціонування економіки на ринкових засадах;

- регулювання відносин власності з боку держави відбувається з урахуванням усіх аспектів соціально-економічного розвитку суспільства, а тому повинно здійснюватися комплексно;

- модель і система державного нормативно-правового регулювання відносин власності у суспільстві на макрорівні виступає однією з основних інституціональних складових поступального економічного зростання, фактором залучення інвестицій в українську економіку.

Фактором психологічного тиску на великий бізнес залишається невизначеність у перегляді підсумків приватизації. Жодна з конструктивних пропозицій – публічне політичне рішення про мораторій на перегляд підсумків у цілому, зниження термінів давності, диференціація можливих підходів до перегляду угод залежно від наявності кримінальної складової, прийняття детальних правил націоналізації та інше, які прозвучали на початку 2000-х років, не прийняті чи реалізовані надто формально. Аналіз недоліків етапів приватизації важливий для попередження помилок при подальшому проведенні приватизації земельних надр, землі, енергетики і об'єктів залізниці.

Необхідність публічного політичного мораторію на перегляд підсумків приватизації стає все більш очевидною. Він має поширюватися на всі приватизаційні угоди за виключенням тих, в яких явно були порушені чинні на той час законодавчі акти (як ознака корупції і кримінальної складової). Перелік останніх слід чітко визначити у спеціальному нормативно-правовому акті. За об'єктивності застосування правових актів на практиці таке рішення стало б серйозним обмеженням намагань псевдолегального перегляду власності у значних масштабах.

Після проведення приватизації згідно її програми (в розвинутих країнах ринкової економіки 15–20% підприємств залишилися у державній формі власності), Україні необхідно буде виправити помилки, вдосконалити механізм подальших дій, а також створити ефективну програму приватизації власності та судову систему, спроможну забезпечити дотримання прав даної форми власності [2, с. 36–41].

Останнім часом актуалізуються проблеми розвитку територій, що багато в чому пояснюється трансформацією відносин власності. Питання управління комунальною власністю посідають важливе місце у вирішенні даної проблеми.

Населений пункт має існувати як незалежний суб'єкт господарювання, що вирішує завдання територіальної громади за рахунок коштів місцевого бюджету та раціонального використання комунальної власності.

Ми маємо такі особливості комунальної власності в частині її функціонування:

1. Органи місцевого самоврядування використовують її для того, щоб впливати на поведінку господарюючих суб'єктів на користь населення і отримувати дохід.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

2. Комунальна власність повинна задовольняти колективні потреби населення (громадський транспорт, прибирання вулиць, протипожежна служба та ін.).

Тому комунальна власність має подвійний характер і поєднує в собі принципи прибутковості та соціальної корисності. Специфіка комунальної власності також полягає у складному характері її об'єктів. Вони створені для цільового використання, вирішують питання місцевого значення: задоволення житлово-комунальних, соціально-культурних і побутових потреб населення. Разом з тим об'єкти багатофункціональні, оскільки задіяні у вирішенні широкого кола територіальних проблем: забезпеченні доходів місцевих бюджетів за рахунок продажу чи оренди комунального майна; зміцненні соціальної інфраструктури через розвиток інститутів соціального захисту та забезпечення зайнятості; вдосконаленні транспортної, інформаційної інфраструктури, побутових та інженерних комунікацій; посиленні позицій малого та середнього бізнесу; розвитку ринкової інфраструктури тощо.

Право користування і розпорядження комунальною власністю належить членам територіальної громади. Проте на практиці ця правомочність є більше декларативною. Громада лише володіє комунальною власністю, передаючи право розпорядження і користування нею відповідному органу місцевого самоврядування. Таким чином, реальні майнові права відносно комунальної власності мають не місцеве населення, а обрані ним органи влади і посадовці місцевого рівня.

Ще однією особливістю комунальної власності є її монопольний характер. Вона монопольна за своєю суттю, що, з однієї сторони, дозволяє проводити цілеспрямовану несуперечливу політику, а з іншої – мати всі недоліки, характерні для монопольної діяльності.

Однією з причин низької результативності економічних реформ в Україні є недостатньо продумане проведення перетворень форм і стосунків власності, які є головною проблемою при формуванні системи управління комунальною власністю, оскільки на території населених пунктів розташовані об'єкти, що можуть знаходитися як у державній, так і в комунальній власності.

Реальна користь комунальної власності місцевим співтовариствам можлива тільки в тому випадку, коли вона ефективно використовується, тобто забезпечує зростання добробуту людей і постійно виконує поставлені перед нею завдання, підтримуючи в належному стані місцеву соціально-економічну систему [3, с. 144-145].

Правова база українського місцевого самоврядування розвивалася через ратифікацію Європейської хартії самоврядування. Українські фахівці з проблем розвитку місцевого самоврядування, творчо відпрацьовуючи дослідження відомих європейських вчених Д. Бейкера, Ф. фон Бонда-Бекмона, М. Гердегена, Д. Гола та інших, намагаються адаптувати відповідний зарубіжний досвід до реалій розвитку вітчизняного муніципального господарювання.

Розглянемо окремі питання європейських напрацювань в цьому спрямуванні. Щоб органи самоврядування країн ЄС виконували свої функції, структури управління місцевими справами реформуються за такими напрямками:

- населення муніципальних утворень ширше залучається до прийняття управлінських рішень і їх виконання;
- зміцнюються правові гарантії функціонування органів місцевого самоврядування і відбувається доопрацювання їх нормативно-правової бази;
- змінюється корпоративний менеджмент;
- проводиться приватизація муніципальних служб і розвивається система контрактації між органами самоврядування та приватними корпораціями і підприємствами;
- посилюється державна підтримка місцевого самоврядування фінансовими та організаційними заходами.

У жодній європейській країні муніципальні підприємства не можуть продавати нерухоме майно, здавати його в оренду, віддавати в заставу, вносити у статутний капітал господарчих товариств та інше без згоди відповідних органів місцевого самоврядування. До того ж слід зазначити, що органи місцевого самоврядування розвинутих країн ЄС виходять з аксіоми переважання приватної форми власності над іншими формами.

Одним з важливих засобів розвитку муніципального підприємництва у країнах ЄС виступає муніципальний кредит. На початку 1990-х рр. інститут комунального кредиту став впроваджува-

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

тися і в Україні, причому відразу у двох формах: облігаційні міські позики і комерційний комунальний банківський кредит. Проте вони, на відміну від країн ЄС, діють епізодично, не підтверджені конкретною нормативно-правовою базою і соціально-економічними факторами підтримки муніципального господарювання [4, с.191-193].

У зв'язку з тим, що обласні та районні ради поступово перетворилися в органи, що вирішують питання місцевого значення, держава була змушена створити на місцевому рівні структури, які мали відповідати за вирішення проблем державного значення, у тому числі управління муніципальною власністю. Такі органи отримали назву обласних державних адміністрацій (ОДА) та районних державних адміністрацій (РДА) і були безпосередньо підпорядковані Президенту України.

Відповідно до Указу Президента України від 14.04.1992 р. «Про положення про місцеву державну адміністрацію», найбільш суттєвими повноваженнями адміністрації у сфері управління муніципальною власністю стали:

- розгляд пропозицій щодо розміщення та розвитку підприємств, організацій і установ незалежно від форми власності, внесення пропозицій до відповідних органів управління, контроль за виконанням прийнятих рішень;
- погодження укладання контрактів з керівниками підприємств, які знаходяться у загальнодержавній власності;
- внесення пропозицій до проектів програм приватизації загальнодержавного майна на довірчій території;
- здійснення контролю за станом фінансової дисципліни, обліку і звітності на підприємствах, в установах та організаціях згідно із законодавством.

Створення ОДА та РДА сприяло ситуації, внаслідок якої органи місцевого самоврядування обласного і районного рівнів були практично усунені від процесу управління належним їм майном, що стало причиною напружених відносин між адміністраціями та радами відповідних рівнів, у ряді випадків призводило до відкритих конфліктів.

Проте завдяки зазначеним повноваженням місцевих державних адміністрацій багато в чому вдалося на територіальному рівні здійснити процес приватизації державної і комунальної власності з метою створення ефективного власника, розпочати формування принципово нового механізму управління муніципальною власністю на засадах ефективності і прибутковості [5, с. 207].

Доцільно зупинитись на проблемах регулювання відносин власності на рівні підприємств. Економічна реалізація відносин корпоративної власності пов'язана з привласненням доходу як результату підприємницької діяльності.

По суті, корпоративна власність відсторонена від її власників-акціонерів. Управління нею здійснюють наймані менеджери. Корпорація, згідно з І. Ансоффом, – це форма організації підприємницької діяльності, що передбачає часткову власність, юридичний статус і зосередження функцій управління в руках верхнього ешелону професійних керуючих, які працюють за наймом. Розходження між позиціями власників та менеджерів наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Позиції власників та менеджерів з окремих проблем

Проблема	Власники	Менеджери
1	2	3
Імідж менеджерів корпорації	Прагнення до економії	Розмір власних доходів
Вибір інвестиційного напрямку	Довгостроковий	Короткостроковий
Відношення до ризиків	Ризик щодо рішень, прийнятих найнятими управлінцями	Прийняття і втілення в життя рішень, за які не несуть відповідальності власним коштом
Ефективне використання прибутків	Одержання винагороди у вигляді дивідендів або капіталізації за ставкою, що не нижча норми прибутковості	Збільшення власного впливу корпорації і власних доходів

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Продовження таблиці 1

1	2	3
Відношення до корпорації	Як до одного з джерел власного забезпечення	Як до єдиного джерела доходу
Прагнення до встановлення контролю над корпорацією	У власників великого пакета акцій – сильне, у дрібного власника – низьке	Сильне
Стимули до злиття і поглинання, що здійснює корпорація	Одержання прибутку не нижче норми прибутковості	Як правило, збільшення власного впливу і задоволення амбіцій
Відношення до продажу корпорації	При достатній винагороді за продаж пакета акцій – позитивне	Як правило, негативне
Прагнення до здійснення особистих витрат за рахунок корпорації	Низьке – чим більша частка акціонерного капіталу, тим таке прагнення нижче	Високе

Джерело: [6, с.166], доопрацьовано автором

З погляду діючої на даний час класифікації управління корпоративною власністю доцільно виділити такі види власності: нерухоме майно, нематеріальні активи, пакети акцій, що перебувають у корпоративній власності. Найбільш актуальні завдання щодо практичного управління корпоративною власністю наведені на рисунку 1.

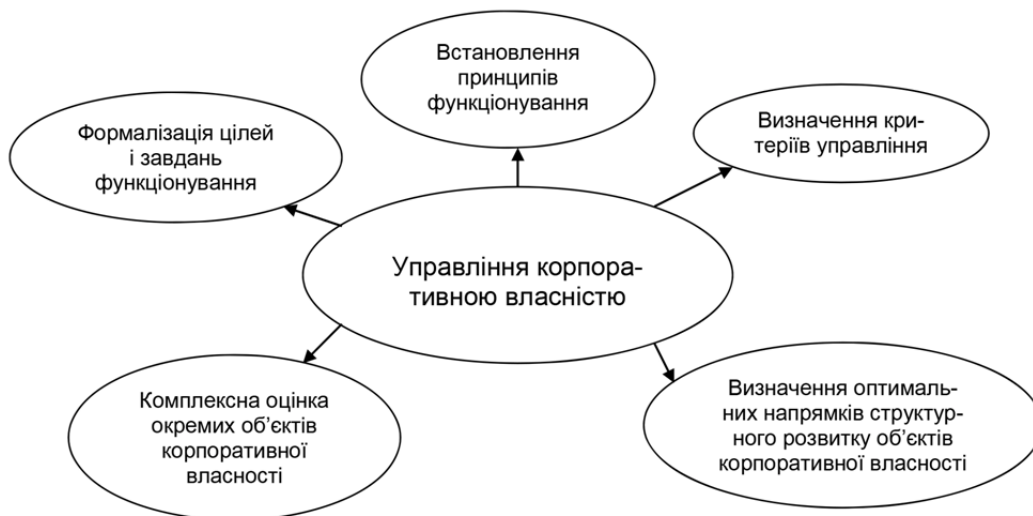


Рис. 1. Завдання управління корпоративною власністю

Джерело: [6, с.166], доопрацьовано автором

Однією з головних особливостей управління корпоративною власністю є те, що вона характеризується масштабом усупільнення, а це затрудняє реалізацію оперативних управлінських впливів керівництва корпорації на об'єкти власності. Тому одним з поширених методів управління сучасною корпорацією є «управління за цілями», де основна увага приділяється прогнозуванню майбутнього і впливу на нього, а не аналізу й діям згідно методу екстраполяції. «Управління за цілями» — це процес, який складається з чотирьох взаємопов'язаних етапів: визначення цілей, планування дій, перевірка й оцінка, коригувальні заходи [7, с. 20].

Останніми роками в Україні, як і в більшості країн пострадянського простору, підвищується роль і значимість соціально-економічного інституту інтелектуальної власності. Поступальний соціально-економічний розвиток суспільства і держави на сучасному етапі відзначається успішністю управління людськими ресурсами з метою розкриття творчого потенціалу особистості (рис. 2).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

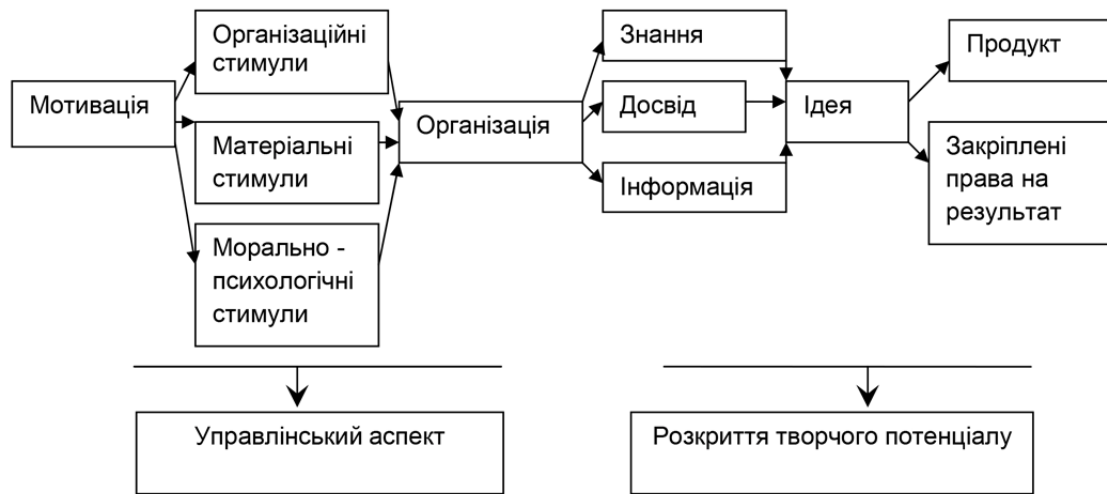


Рис.2. Схема процесу інтелектуальної діяльності
Джерело: [8, с. 38], доопрацьовано автором

На відміну від природних ресурсів – нафти, землі, вугілля та інше, запаси яких обмежені, — інтелектуальна власність є невичерпним ресурсом. Тому в останні десятиріччя вона швидко замінює традиційні матеріальні активи і стає рушійною силою економічного і культурного розвитку суспільства.

Інформаційна насиченість сучасного виробництва відображається у зростанні наукоємності створюваних продуктів і послуг, посиленні організаційної структури підприємств, зміні споживчих стандартів і, відповідно, необхідності врахування фактора часу при розробці стратегії і тактики на рівні підприємств та національної економіки в цілому.

Інтелектуальна власність – одна з найбільш важливих категорій інноваційного менеджменту, що визначає сукупність принципів, методів і форм управління інноваційними процесами. Для України одним із завдань активізації інноваційної діяльності є трансформація науково-технічних розробок в інноваційний продукт, тобто проблема комерціалізації науково-технічної сфери та вибору найбільш прийнятних способів капіталізації інтелектуального потенціалу. Організаційно-економічний механізм щодо вирішення цієї проблеми полягає у створенні спеціалізованих підприємницьких науково-технічних фірм, заснованих власниками інтелектуальної продукції.

Інтелектуальна власність – надбання українського суспільства і її ефективне використання через державне регулювання має сприяти економічному зростанню та інноваційному розвитку всіх складових держави.

Висновки.

1. Загальнодержавна власність на засоби виробництва була визначальним показником планової економіки. При переході до економіки ринкового типу Україна пройшла нелегкий шлях приватизації власності, визначення приватної форми власності головною при рівних умовах для різних форм і типів її існування.

2. Приватизаційні процеси в державі були здійснені безсистемно, похапцем, корисливо, із значними помилками і зловживаннями в частині строків, видів приватизації, законодавчого забезпечення і не дали реального результату щодо економічного зростання, інноваційного розвитку, покращення рівня життя населення.

3. Для створення дієздатної, конкурентоспроможної, інноваційно розвиненої України необхідні державне регулювання і управління процесами відносин власності на макро-, регіональному, комунальному, муніципальному рівнях, а також щодо конкретних корпорацій, малих і середніх підприємств.

Література

1. Лузан Ю. Я. Еволюція поняття «власність» / Ю. Я. Лузан, Н. П. Стецюра // Агросвіт. - 2013. - №16. - С. 29-34.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

2. Савченко В. Ф. Національна економіка : навч. посібник. 2-е вид. / В. Ф. Савченко. – Чернівці : ЧДІЕУ, 2014. – 134 с.
3. Гуськова І. В. Комунальна власність як ресурс місцевого самоврядування / І. В. Гуськова // Інвестиції: практика та досвід. - 2013. - №21. - С. 144-147.
4. Снісаренко С. Г. Муніципальна власність як основа комунального підприємництва в країнах Європейського Союзу / С. Г. Снісаренко // Держава та регіони. Серія Державне управління. - 2012. - №2. - С. 191-194.
5. Клименко Н. Г. Принципи управління муніципальною власністю громади / Н. Г. Клименко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. - 2012. - №3. - С. 205-208.
6. Теплінський Г. В. Корпоративна власність у контексті здійснення управління корпораціями / Г. В. Теплінський // Формування ринкових відносин в Україні. - 2013. - №3. - С. 162-167.
7. Теплінський Г. В. Стратегія як основа управління корпоративною власністю / Г. В. Теплінський // Формування ринкових відносин в Україні. - 2013. - №2. - С. 19-24.
8. Олейнікова Л. Г. Соціально-економічний аспект управління інтелектуальною власністю в Україні / Л. Г. Олейнікова // Агросвіт. - 2013. - №13. - С. 37-40.

References

1. Luzan, Yu. Ya., & Stetsiura, N. P. (2013). Evoliutsiia poniattia «vlasnist» [The evolution of the concept of "property"]. *Ahrosvit – Agrosvit*, 16, 29-34 [in Ukrainian].
2. Savchenko, V. F. (2014). *Natsionalna ekonomika: navch.posibnyk. 2-e vyd. [National economy: tutorial 2nd ed.]*. Chernihiv: ChSIEM [in Ukrainian].
3. Huskova, I. V. (2013). Komunalna vlasnist yak resurs mistsevoho samovriaduvannia [Communal property as a resource for local governments]. *Investytsii: praktyka ta dosvid - Investment: practice and experience*, 21, 144-147 [in Ukrainian].
4. Snisarenko, S. H. (2012). Munitsypalna vlasnist yak osnova komunalnoho pidpriemnytstva v krainakh Yevropeiskoho Soiuzu [Municipal property as the basis of communal enterprise in the European Union]. *Derzhava ta rehiony. Seriya Derzhavne upravlinnia - The state and the regions. Series: Public Administration*, 2, 191-194 [in Ukrainian].
5. Klymenko, N. H. (2012). Pryntsyipy upravlinnia munitsypalnoiu vlasnistiu hromady [Principles of management of community municipal property]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo - Foreign trade: economics, finance, law*, 3, 205-208 [in Ukrainian].
6. Teplinskyi, H. V. (2013). Korporatyvna vlasnist u konteksti zdiisnennia upravlinnia korporatsiiamy [Corporate ownership in the context of management corporations]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini - Formation of market relations in Ukraine*, 3, 162-167 [in Ukrainian].
7. Teplinskyi, H. V. (2013). Stratehiia yak osnova upravlinnia korporatyvnoiu vlasnistiu [Strategy as the basis of corporate property management]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini - Formation of market relations in Ukraine*, 2, 19-24 [in Ukrainian].
8. Oleinikova, L. H. (2013). Sotsialno - ekonomichniy aspekt upravlinnia intelektualnoiu vlasnistiu v Ukraini [Socio - economic aspect of intellectual property management in Ukraine]. *Ahrosvit – Agrosvit*, 13, 37-40 [in Ukrainian].

Надійшла 12.03.2015

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 658.15:338.24

В. М. Бондаренко, д. е. н.**КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ**

Анотація. Досліджено і розроблено теоретичні засади конкурентоспроможності страхових компаній та систематизовано методичні підходи до визначення конкурентної позиції страхової організації. Виявлено та згруповано основні чинники, які впливають на страховиків, що надало можливість формування конкурентних стратегій компаній. Запропоновано впровадження маркетингу в діяльність страхової компанії що є наслідком пошуку нових підходів в управлінні а також передбачає оперативну реакцію на ринкові зміни за допомогою розробки і здійснення конкретних заходів щодо вивчення та розвитку ринку, підготовки альтернативних і гнучких рішень а також досягнення кінцевої мети діяльності – забезпечення прибуткового й довгострокового функціонування організації. Зазначено що, розробка та реалізація маркетингової стратегії є безумовним компонентом успішного управління страховою компанією.

Ключові слова: страхова компанія, конкурентоспроможність, конкурентні стратегії, ринок фінансових послуг, конкурентні процеси, бренд страхової компанії, страхові послуги, маркетинг, страховий ринок.

В. М. Бондаренко, д. э. н.**КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ НА РЫНКЕ ФИНАНСОВЫХ УСЛУГ**

Аннотация. Исследованы и разработаны теоретические основы конкурентоспособности страховых компаний и систематизированы методические подходы к определению конкурентной позиции страховой организации. Выявлено и сгруппированы основные факторы, которые влияют на страховщиков, что позволило формирование конкурентных стратегий компаний. Предложено внедрение маркетинга в деятельности страховой компании что является следствием поиска новых подходов в управлении а также предусматривает оперативную реакцию на рыночные изменения с помощью разработки и осуществления конкретных мероприятий по изучению и развитию рынка, подготовки альтернативных и гибких решений а также достижения конечной цели деятельности - обеспечение прибыльного и долгосрочного функционирования организации. Отмечено, что разработка и реализация маркетинговой стратегии является безусловным компонентом успешного управления страховой компанией.

Ключевые слова: страховая компания, конкурентоспособность, конкурентные стратегии, рынок финансовых услуг, конкурентные процессы, бренд страховой компании, страховые услуги, маркетинг, страховой рынок.

V. M. Bondarenko, Doctor of Economic Sciences**COMPETITIVE STRATEGY OF INSURANCE COMPANIES AT MARKET OF FINANCIAL SERVICES**

Abstract. The theoretical foundations of competitiveness of insurance companies are researched and developed and methodical approaches to determination the competitive position of the insurance company are systematized. The main factors are defined and classified, which influence the insurers, which allow the possibility of forming competitive strategies of companies. The marketing implementation is suggested in activities of the insurance company which is a consequence of new approaches in management and provides rapid response to market changes through the development and implementation of specific measures to study and development of market, preparation of alternative and

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

flexible solutions and achieve the ultimate goal of - providing income and long-term operation of the organization. It is indicated that the development and implementation of marketing strategy is a clear component of the successful management of the insurance company.

Keywords: *insurance company, competitiveness, competitive strategy, the financial services market, the competitive process, the brand of the insurance company, insurance services, marketing, insurance market.*

Постановка проблеми. Процес інтеграції національних ринків фінансових послуг в цілому та сегментів даного ринку призводить до необхідності оцінки конкурентних переваг кожного суб'єкта господарювання. Страхові компанії не є виключенням. Розвиток страхування в умовах глобалізації світового страхового ринку, концентрація капіталу призводить до величезного загострення конкуренції між потужними транснаціональними страховиками. Конкурентні процеси набувають все гостріших форм, а конкурентна боротьба стає все дедалі різноманітнішою. Адекватний вибір конкурентної стратегії є необхідною складовою збереження клієнтської бази та подальшого розширення діяльності страхової компанії. Основними методами конкурентної боротьби на ринку послуг є поліпшення якості, дизайну послуг, швидке оновлення асортименту, надання гарантій і післяпродажних послуг, тимчасове зниження цін, умов оплати, впровадження заходів інноваційної політики, ефективного рекламування послуг тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Слід підкреслити, що на сьогодні досить інтенсивно ведуться наукові дослідження питань, пов'язаних з оцінкою рівня конкурентоспроможності страхових компаній, формуванням методології управління конкурентоспроможністю економічних агентів на фінансовому і страховому ринку. Даній проблематиці присвячені праці В. Д. Базилевича, К. Г. Воблого, О. О. Гаманкової, О. В. Козьменко, Г. В. Кравчук, М. В. Мниха, В. В. Шахова, В. К. Райхера, Р. Солоу, Ф. Котлера, С. Гареллі, М. Портера та інших. В останні роки відчувається значна зацікавленість українських вчених-правознавців правовими проблемами страхових правовідносин. Аналізу страхових правовідносин присвячені праці Є. М. Білоусова, В. В. Луця, В. П. Янішена.

Метою даного дослідження є розробка теоретичних засад конкурентоспроможності страхових компаній та систематизація методичних підходів до визначення конкурентної позиції страхової організації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головними проблемами, що виникають при запровадженні нового виду страхових послуг, є проблеми оптимізації процесу надходжень страхових платежів; процесу формування та розміщення страхових резервів; процесу подальшого розподілення ризиків; процесу компенсації здійснених страхових відшкодувань.

Конкурентний аналіз страхового ринку шляхом оцінки дії на нього п'яти конкурентних сил дозволяє розширити уявлення про характер і особливості конкуренції у цій галузі, виявити та згрупувати основні чинники, які впливають на страховиків, що надасть можливість формування конкурентних стратегій компанії (рис. 1.).

Конкуренція породжує конкурентне середовище. Конкурентне середовище представлене значною кількістю самостійних (незалежних) організацій, які прагнуть зміцнити своє економічне становище, залучаючи покупців завдяки пропозиції кращих умов продажу порівняно з конкурентами.

Поряд з цим, використовуються "мирні" методи обмеження конкуренції: таємні угоди про єдину політику цін і поділ ринків збуту, реалізацію великих науково-технічних проектів, обмін інформацією з різних питань наукової, технічної, ринкової стратегії. Серед неекономічних методів конкурентної боротьби - фінансові махінації та спекуляції цінними паперами, промислове шпигунство, підкуп чиновників державного апарату з метою отримання урядових контрактів, субсидій тощо.

Діяльність будь-якого суб'єкта господарювання в цілому та страхової компанії зокрема визначається багатьма факторами. Для забезпечення ефективного функціонування на страховому ринку одними із визначальних факторів виступають конкурентні стратегії. Це обумовлене тим, що організація поточної діяльності страхової компанії відповідно до встановлених конкурентних

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

стратегій дозволяє адаптуватися до конкурентного середовища та досягти підвищення прибутковості і рентабельності.

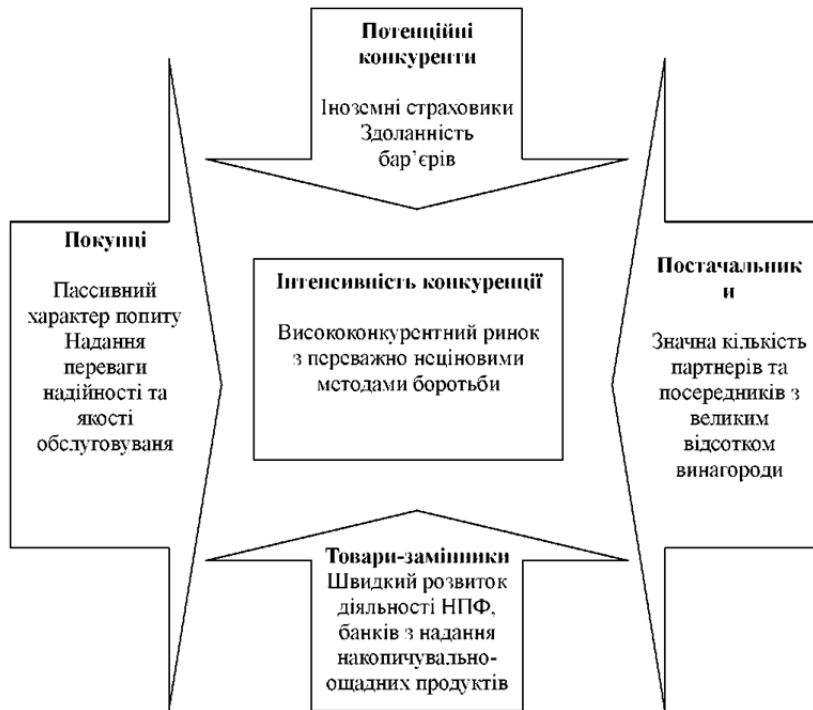


Рис. 1 П'ять конкурентних сил на вітчизняному страховому ринку

На формування стратегії впливають різні чинники, зокрема тип ринку, на якому працює страхова компанія. Досягнуті конкурентні переваги, які забезпечують міцне становище страховика на ринку, не є статичними, вони динамічно змінюються, на що впливають усі сфери діяльності (як по просуванню продукту на ринку, так і внутрішні питання страхової компанії як організації).

При виборі конкурентної стратегії необхідно досліджувати потреби страхувальників та переконатися в тому, що досягнуті конкурентні переваги сприйняті ними. До основних переваг відносять високий рівень репутації (скільки років існує страхова компанія, рівень актуарних розрахунків, кваліфікованість персоналу, внутрішній менеджмент, партнерські відносини зі страхувальниками).

Ці конкурентні переваги мають тривалий характер і дають змогу досягати більш високих прибутків. Якісні переваги, які забезпечуються інноваціями, дають можливість переходити до реалізації конкурентних переваг більш високого рангу, а також збільшувати якість та рівень. Наявність дешевої робочої сили надає переваги низького рангу.

В залежності від кількості отриманих конкурентних переваг, обумовлених як внутрішніми так і зовнішніми факторами, можна визначити наступні конкурентні стратегії страхової компанії: – стратегія “екстраверт”, використовується частіше компаніями, для яких більшість конкурентних переваг обумовлені зовнішніми чинниками. В рамках даної стратегії виділяються два напрямки в залежності від рівня конкурентоспроможності: – “екстраверт-адаптація”, застосування даної стратегії є характерним для страхових компаній, рівень конкурентоспроможності яких не перевищує 0,5. Такі компанії акумулюють внутрішні резерви в основному з метою адаптації до умов конкурентного середовища, продиктовані компаніями-лідерами на страховому ринку; – “активний екстраверт”, характерний для страхових компаній із рівнем конкурентоспроможності не менше 0,5, які постійно слідкують за отриманням будь-якої можливості освоєння та використання

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

інноваційних страхових послуг в рамках конкурентного середовища на страховому ринку з метою отримання додаткових конкурентних переваг; – стратегія “інтроверт”, використовується частіше компаніями, для яких більшість конкурентних переваг обумовлені внутрішніми чинниками.

Таким чином, на основі визначення співвідношення між кількістю конкурентних переваг страховика, обумовлених зовнішніми і внутрішніми факторами було визначено певний набір конкурентних стратегій страхової компанії. Крім того, дає можливість провести кількісну оцінку рівня конкурентоспроможності.

На сучасному етапі розвитку страхового ринку України, особливо в умовах кризи, перед страховиками постає необхідність забезпечення ефективної діяльності та збереження конкурентоспроможності. Запорукою цих процесів є використання всіх можливих ринкових механізмів, серед яких особливе місце належить маркетингу.

В умовах зростаючої конкуренції та пасивного попиту на страхові послуги, страховики повинні приділити основну увагу питанням реалізації страхових продуктів, збереженню конкурентних позицій, посиленню лояльності споживачів тощо. Таким чином саме принципи маркетингу стають головними в управлінні страховою компанією.

Актуальність розробки процесу ефективного маркетингового управління у страхуванні нині об'єктивно зростає ще й у зв'язку з тим, що сам процес маркетингового управління в страхових компаніях не набув достатнього наукового обґрунтування.

Вважається, що маркетинг у страхуванні – це політика страховика, яка має на меті заміну частини купівельної здатності суспільства на ефективний пошук пропозицій щодо конкретних страхових послуг у результаті чого можуть бути досягнуті максимальні соціально-економічні вигоди як для самого страховика, так і для страхувальника. Вказаний ефект досягається завдяки раціональному управлінню, проектуванню і виробництву (наданню) страхових послуг з обов'язковим попереднім дослідженням ринку, оцінці ринкової ситуації і врахуванню конкретних управлінських ситуацій.

Страховий маркетинг – це система взаємодії страховика та страхувальника, спрямована на взаємне врахування інтересів і потреб. Комплекс страхового маркетингу включає: проведення маркетингових досліджень, сегментацію і позиціонування щодо їх результатів; розробку нових чи адаптацію існуючих страхових продуктів (послуг) з урахуванням вимог ринку; формування конкурентних цін (тарифів) на страхові продукти; формування ефективної системи збуту (розподілу) страхових продуктів та управління цією системою; здійснення заходів щодо просування страхових продуктів.

Завдання маркетингу в страховій компанії впливають з його принципів і є такими: забезпечення рентабельної роботи в умовах, що постійно змінюються; забезпечення конкурентоспроможності компанії з метою дотримання інтересів клієнтів, підтримки суспільного іміджу страховика; максимальне задоволення запитів клієнтів за обсягом, структурою і якістю послуг, створення умов для стійких ділових відносин; комплексне вирішення комерційних, організаційних і соціальних проблем колективу страхової компанії [6].

Маркетинг як спосіб діяльності в умовах ринкових відносин ґрунтується на принципах: орієнтація на споживача, адаптивність і гнучкість, спрямованість на перспективу, вплив на споживача, комплексність, системність, свобода споживача і виробника, обмеження потенційного збитку, задоволення базових потреб, економічна ефективність, інновації, навчання та інформування споживача, захист споживача [4, с. 391].

Управління маркетинговою діяльністю страхових компаній може ставити перед собою ряд цілей:

1. досягнення максимальної прибутковості компанії;
2. збільшення кількості реалізованого страхового продукту;
3. завоювання певної частки ринку;
4. забезпечення постійного зростання конкурентоспроможності компанії.

Аналіз функцій управління маркетингом дозволяє поділити їх на дві категорії: загальні та специфічні. До загальних функцій управління маркетингом страхової компанії слід віднести основні функції класичного менеджменту: планування, організація, мотивація та контроль.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

В свою чергу, до специфічних управління маркетингом страхових компаній належать: розробка цілей і завдань компанії, основних стратегічних принципів її діяльності; організація збирання й обробки маркетингової інформації; розробка стратегії компанії; визначення ринків і позицій, які забезпечуватимуть успіх; планування асортименту страхового продукту; формування та реалізація цінової політики; формування каналів розподілу; планування і реалізація комплексу маркетингових комунікацій; підбір персоналу; формування структури маркетингу [3, с.32].

Однак, введення в дію механізму управління маркетингом в страхових компаніях є дещо важким процесом. Це певна система компонентів – маркетингових цілей, завдань, функцій, структур управління, людей, документів, процедур і програм, проте, це не тільки елементи і зв'язки маркетингу, а й методи та прийоми управління ним. Тому процес упровадження маркетингу в діяльність страхових компаній повинен проходити поступово. Його можна подати як послідовність ряду етапів, наведених у таблиці 1.

Впровадження маркетингу в діяльність страхової компанії є наслідком пошуку нових підходів в управлінні. Адже він передбачає оперативну реакцію на ринкові зміни за допомогою розробки і здійснення конкретних заходів щодо вивчення та розвитку ринку, підготовки альтернативних і гнучких рішень і, зрештою, досягнення кінцевої мети діяльності – забезпечення прибуткового й довгострокового функціонування організації. Кожний страховик використовує основні засади управління маркетингом на власний розсуд залежно від зміни кон'юнктури ринку та регіональних особливостей.

Таблиця 1

Етапи процесу впровадження маркетингу в діяльність страхової компанії

I етап	Здійснюється загальне дослідження ринку, проводиться його сегментація, визначаються основні можливості підприємства щодо реалізації того чи іншого страхового продукту, визначаються можливості способи виходу на ринок, можливість застосування комплексу маркетингу.
II етап	Формуються процес управління маркетингом, його структурні підрозділи, розробляється план маркетингу, що передбачає реалізацію основної мети маркетингової діяльності – задоволення споживача продукцією. Здійснюється аналіз зміни потреб покупців у процесі їх реалізації.
III етап	Розробляється маркетингова стратегія, яка буде орієнтована на певні сегменти страхового ринку.
IV етап	Розробляється комплекс маркетингу.
V етап	Вивчаються можливості виробництва та реалізації як свого, так і страхового продукту конкурентів, з метою зайняти певне становище на ринку, а також спробувати кращі позиції в конкурентній боротьбі.
VI етап	Виконуються усі функції з аналізу окремих сегментів ринку та задоволення потреб покупців, а також із планування, обліку та регулювання роботи, яка пов'язана із захопленням ринків збуту. Ефективно діюча система управління маркетингом забезпечує довгостроковий прибуток і стійке стабільне становище підприємства.

Маркетингова стратегія являє собою певний план досягнення маркетингових цілей компанії. Це комплекс рішень, що приймаються менеджментом, з розміщення ресурсів підприємства і досягнення довготривалих конкурентних переваг на цільових ринках. Маркетингова стратегія страховика - це основні наміри щодо підтримки і розвитку основних конкурентних переваг, які знаходяться у сфері створення та просування страхових послуг на ринки збуту. Свого рішення потребують ті частини проблеми, які пов'язані з побудовою і реалізацією конкурентних стратегій інституційних інвесторів заснованих на конкурентних перевагах, що дозволяють утримати докризові позиції або досягти бажані. Як джерела ринкових переваг можуть виступати стратегічні компетенції бізнесу з орієнтацією на витрати, споживчі цінності, фактичні та перспективні ринкові частки. Професійні навички менеджерів при цьому повинні бути направлені на освоєння концепції стійкості конкурентної переваги.

Маркетингові стратегічні цілі страховиків також можуть стосуватися здобуття відмінних від інших конкурентних переваг, підвищення якості страхових послуг, зниження витрат в порівнянні з іншими конкурентами, розширення асортименту страхових послуг, зміцнення репутації компанії серед клієнтів, тощо.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

В структурі стратегічного маркетингового плану особливе місце відводиться розробці маркетингових стратегій страховика. Особливої уваги заслуговує дотримання ієрархічності розробки стратегічних альтернатив компанії: 1) визначення корпоративних стратегій (портфельні, конкурентні та стратегії зростання); 2) розробка функціональних стратегій (стратегія сегментації та позиціонування); 3) вибір маркетингових інструментальних стратегій (стратегії комплексу маркетингу).

Особливості комплексу маркетингу на страховому ринку розглядаються в основному з точки зору положення (позиції) страховика. Проте, страхування, як особлива форма суспільних відносин, передбачає участь в ньому як мінімум двох суб'єктів: страховика і страхувальника.

При всій зручності і корисності відносин страхування у виробництві і повсякденному житті людей, воно неминуче пов'язане з витратами. Рішення про страхування або відмова від нього завжди (за винятком випадків обов'язковості) приймається як компроміс між його вартістю і очевидними вигодами. Тому маркетингові заходи страхувальника можуть зводитися до наступних кроків:

- виявлення чинників економічної доцільності страхування;
- перевага своєрідних споживчих якостей страхових продуктів; аналіз успіхів або невдач практичних аспектів страхування, що характерні для обраної страхової компанії; вибір критеріїв фінансової надійності страховика.

Об'єктами страхового маркетингу виступають насамперед страхові послуги, до характеристик яких відносять невідчутність, невіддільність, непостійність та не збереженість [3]. Через те, що останнім часом страхові послуги стають все більш уніфікованими, страхові компанії починають виходити за рамки суто страхових операцій при обслуговуванні клієнтів, надаючи останнім все більш широкий спектр додаткових послуг, поступово перетворюючись на так званих сервіс-провайдерів, що у своїй діяльності об'єднують страхові, фінансово-інвестиційні, консультаційні та інші послуги.

Для розробки конкурентоспроможних страхових послуг страхова компанія повинна чітко визначити вимоги конкретної цільової аудиторії до властивостей даних послуг та врахування їх у подальшому формуванні умов страхових контрактів. Такими параметрами страхових послуг можуть бути об'єкти страхування, страхові ризики, страхові тарифи, додаткові послуги та перелік обмежень [2]. Окрім формування страхового продукту, який зміг би користуватися максимальним попитом у споживачів, страховий маркетинг займається подальшою комерціалізацією страхового продукту та формуванням комплексу рекламно-інформаційних заходів, що передбачає розробку рекламного бюджету та подальшу роботу зі ЗМІ [3].

Як вже неодноразово наголошувалось у процесі даного дослідження, страхова послуга має цілий ряд особливостей, які певним чином впливають на її реалізацію (надання) і які обумовлюють її конкурентні позиції. Конкурентоспроможність послуги, особливо страхової, у значному ступені залежить від того, яким чином вона просувається, рекламується. Це обумовлює особливості просування на ринку й страхової компанії в цілому, особливості формування її бренду, в першу чергу (рис. 2).

Таким чином, розробка та реалізація маркетингової стратегії є безумовним компонентом успішного управління страховою компанією. В умовах достатньо насиченого ринку (ситуація, яка, по суті, існує наразі в Україні) позиції його учасників визначаються виходячи з їх здатності швидко та адекватно реагувати на потреби цільової аудиторії, тим самим поступово її розширюючи. Інструментарій страхового маркетингу дозволяє компанії посилити свої позиції на ринку, заздалегідь передбачаючи його кон'юнктуру та нарощувати фінансово-економічний потенціал.

Виходячи з вищевикладеного, необхідно ще раз підкреслити, що конкурентоспроможність організації в цілому обумовлюється високим рівнем конкурентоспроможності страхового продукту, операції, послуги. Це повинно бути постійним завданням персоналу усіх операційних підрозділів страхової компанії. На рис. 3 нами наводиться приклад можливих дій (заходів) персоналу щодо підвищення рівня конкурентоспроможності послуги.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

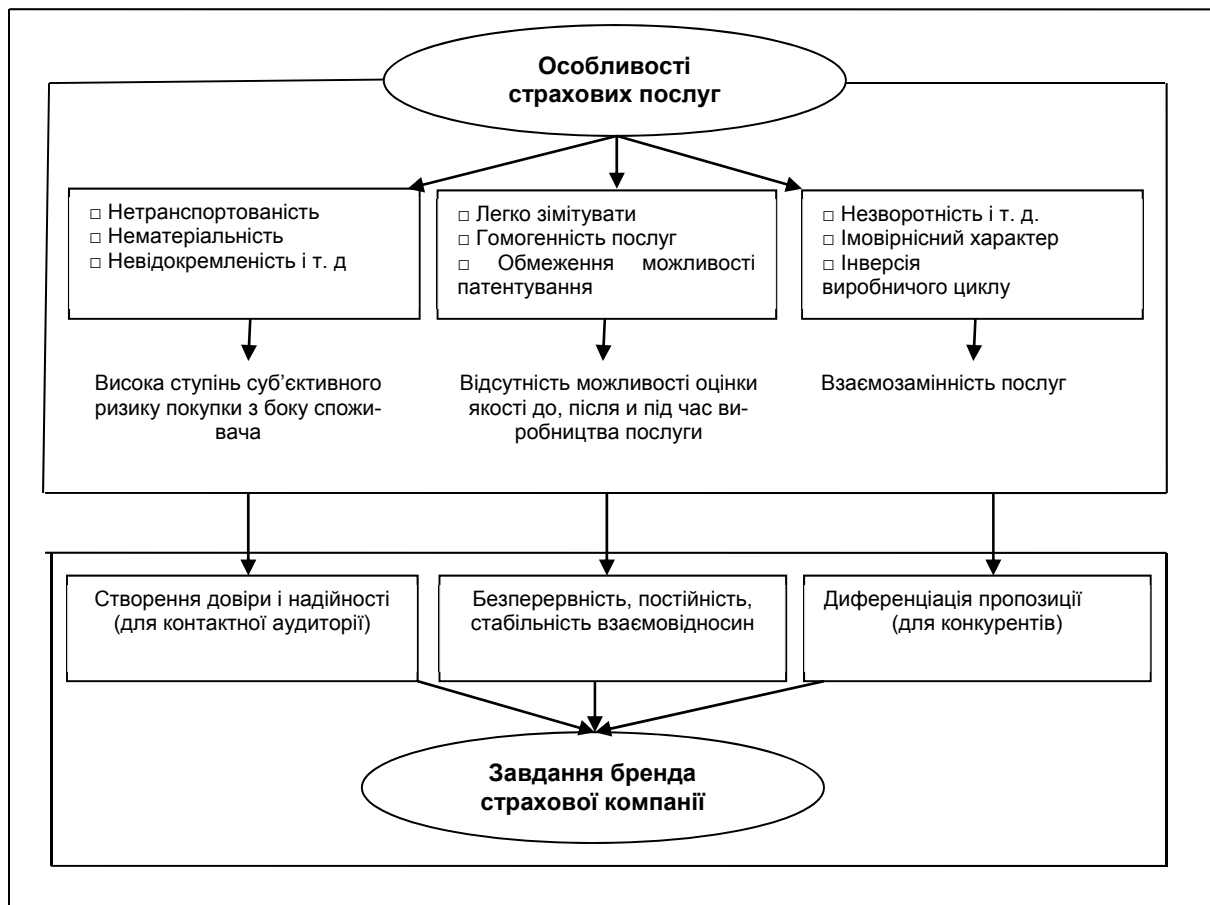


Рис. 2. Завдання щодо формування бренду страхової компанії, обумовлені особливостями страхових послуг

На рис. 3 наводяться основні завдання щодо підвищення конкурентоспроможності страхової компанії у частині продажу страхових продуктів (збільшення обсягів продаж, зменшення витрат на укладання договорів, підвищення ефективності каналів продажу тощо), у частині супроводу договорів страхування (наприклад, зменшення витрат на ведення договорів), у частині здійснення страхових виплат (наприклад, підвищення якості обслуговування клієнтів).

Для кожного з поставлених завдань повинні бути вироблені й доведені до відома персоналу показники оцінки діяльності (прогресу у виконанні завдань). Наприклад, для оцінки прогресу у виконанні завдань у частині продажу страхових продуктів можуть застосовуватись такі показники, як кількість укладених договорів страхування, витрати на оформлення договорів, обсяг отриманої страхової премії тощо.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

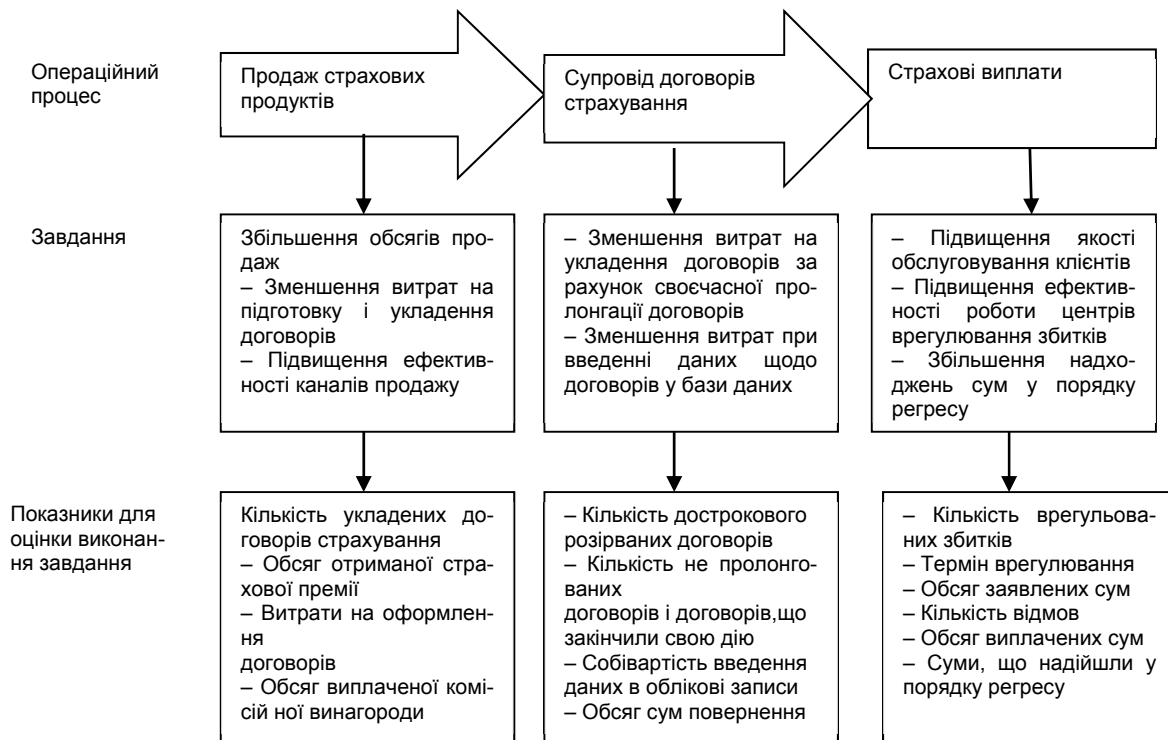


Рис. 3. Приклад можливих дій по підвищенню рівня конкурентоспроможності страхової послуги

Висновки. Отже, формування конкурентної стратегії страхових компаній повинно базуватися на головній концепції страхування взагалі, що визначає страхування одним із важливих фінансових чинників розвитку вітчизняної економіки. І тому внутрішні проблеми розвитку страхових компаній повною мірою пов'язані з економічними, організаційно-правовими, функціональними та інформаційно-аналітичними проблемами державної політики щодо підтримки та стимулювання розвитку страхового ринку.

Література

1. Баранов А. Особливості визначення рівня конкуренції на страховому ринку України / А. Баранов // Ринок цінних паперів України. – 2011. – №11-12. – С.65-69.
2. Баранов А. Оцінка рівня конкуренції на рівні страхових послуг / А. Баранов // Страхова справа. – 2012. – №2. – С.38-39.
3. Баранова В. Фінансовий потенціал страховика / В. Баранова, І. Нієнно // Економіст. – 2012. – №8. – С.70-72.
4. Безугла В. О. Страхування : навч. посібник / В. О. Безугла, І. І. Постіл, Л. П. Шаповал. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 582 с.
5. Кривошлик Т. Сучасний стан страхування майна громадян в Україні / Т. Кривошлик // Страхова справа. – 2012. – №2. – С.26-29.
6. Лень В. С. Облік і аудит у страхових організаціях : навч. посібник / В. С. Лень. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 408 с.
7. Сороківська М. В. Сучасний стан та перспективи інвестування страховими компаніями України / М. В. Сороківська // Регіональна економіка. – 2013. – №2. – С.114-120.

References

1. Baranov, A. (2011). Osoblyvosti vyznachennia rivnia konkurenttsii na strakhovomu rynku Ukrainy [Features of definition the level of competition in the insurance market of Ukraine]. *Rynok tsinnykh paperiv Ukrainy - Securities market of Ukraine*, 11-12, 65-69 [in Ukrainian].
2. Baranov, A. (2012). Otsinka rivnia konkurenttsii na rivni strakhovykh posluh [Assessment of the level of competition in insurance services]. *Strakhova sprava – Insurance business*, 2, 38-39 [in Ukrainian].
3. Baranova, V., & Niennno, I. (2012). Finansovyi potentsial strakhovyka [Financial potential of insurer]. *Ekonomist – Economist*, 8, 70-72 [in Ukrainian].

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

4. Bezuhla, V. O, Postil, I. I., & Shapoval, L. P. (2008). *Strakhuvannia: navch. posibnyk [Insurance: tutorial]*. Kyiv: Center of educational literature [in Ukrainian].
5. Kryvoshlyk, T. (2012). Suchasnyi stan strakhuvannia maina hromadian v Ukraini [The current state of the property insurance of citizens in Ukraine]. *Strakhova sprava - Insurance business*, 2, 26-29 [in Ukrainian].
6. Len, V. S. (2009). *Oblik i audyt u strakhovykh orhanizatsiakh: navch. posibnyk [Accounting and audit in insurance organizations: tutorial]*. Kyiv: Center of educational literature [in Ukrainian].
7. Sorokivska, M. V. (2013). Suchasnyi stan ta perspektyvy investuvannia strakhovymy kompaniiamy Ukrainy [Present stage and prospect of investments by insurance companies of Ukraine]. *Rehionalna ekonomika – Regional Economics*, 2, 114-120 [in Ukrainian].

Надійшла 03.09.2015

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 339.13.25:663.2

**В. П. Ильчук, д. е. н.,
В. Л. Пазюк, здобувач****ІНСТИТУЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ВИНА В УКРАЇНІ**

Анотація. Проаналізований стан нормативно-правової бази та інших складових систем інституційного забезпечення ринку вина в Україні. Розкрита сутність адміністративних, економічних та соціальних важелів впливу на процеси виробництва, обігу та реалізації винної продукції.

Ключові слова: винна продукція, ринок вина, нормативно-правова база, виробництво, обіг, реалізація, закон, постанова, інституційне забезпечення, алкогольна продукція, державне управління.

**В. П. Ильчук, д. е. н.,
В. Л. Пазюк, соискатель****ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ВИНА В УКРАИНЕ**

Аннотация. Проанализированы состояние нормативно-правовой базы и других составляющих систем институционального обеспечения рынка вина в Украине. Раскрыта сущность административных, экономических и социальных рычагов влияния на процессы производства, обращения и реализации винной продукции.

Ключевые слова: винная продукция, рынок вина, нормативно-правовая база, производство, оборот, реализация, закон, постановление, институциональное обеспечение, алкогольная продукция, государственное управление.

**V. P. Ilchuk, Doctor of Economic Sciences
V. L. Paziuk, Candidate of Science****INSTITUTIONAL SUPPORT
OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF THE WINE MARKET IN UKRAINE**

Abstract. The state of the regulatory framework and other components of institutional support of wine market in Ukraine are considered. The essence of administrative, economic and social levers of influence on the processes of production, circulation and sale of the wine products is explored.

Keywords: wine production, wine market, regulatory framework, production, circulation, sales, law, regulations, institutional support, alcoholic products, public administration.

Постановка проблеми. У сучасних умовах ринкові механізми виявляються неспроможними розв'язати проблему саморегулювання алкогольної сфери, запобігти негативним соціальним наслідкам споживання алкогольної продукції в суспільстві та ліквідувати їх. У зв'язку з цим підвищуються вимоги до державного управління процесами виробництва та реалізації алкогольної продукції, зокрема вина. Розв'язання вказаної проблеми пов'язано з удосконаленням нормативно-правових актів, які впорядковують виробництво, обіг та реалізацію алкогольних напоїв, а також активізують профілактичні, просвітницькі заходи, спрямовані на попередження зловживання алкогольних напоїв та формують в суспільстві образ здорового способу життя.

Ряд нормативно-правових актів, які регулюють сферу виробництва, обігу і споживання алкогольних напоїв доводять, що алкогольна продукція є ірраціональною продукцією, яка не належить до життєво-необхідної, а її надмірне споживання завдає шкоди здоров'ю та негативно впливає на самопочуття людини. Аналіз законодавчої та нормативної бази, яка регулює ринок вина в

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Україні, показав наявність ряду проблем діючої системи управління процесами виробництва та обігу винної продукції, що потребує розробки та реалізації напрямів її вдосконалення на сучасному етапі розвитку економіки. Доцільно також розкрити роль та функції державних інституцій у сфері регулювання процесами виробництва та реалізації винної продукції. Отже, виникає необхідність дослідження загальних підходів та пріоритетів, що обумовлені політикою держави у сфері виробництва та обігу вина, її взаємозв'язків з економічною і соціальною політикою.

Аналіз досліджень та публікацій. Інституційне забезпечення функціонування і розвитку ринку алкоголю в Україні досліджувалося та аналізувалося багатьма вітчизняними науковцями та економістами, такими як Задорожна Л.М., Вінніченко І.І., Сіренко Н.М., Забуранний С.В., Шаманська О.І., Коротун В.І., Лисецька Н.М., Брехов С.С. та ін.. Науковці, економісти у своїх дослідженнях визначають особливості інституційного забезпечення функціонування ринку алкоголю в Україні та висвітлюють недоліки нормативно-правової бази. Проте сутність адміністративних, економічних та соціальних важелів впливу на процеси виробництва, обігу та реалізації винної продукції розкрити недостатньо. Тому потребують подальших досліджень питання щодо вдосконалення інституційного забезпечення виробництва, обігу та споживання винної продукції.

Мета статті. Головна мета роботи полягає у науковому обґрунтуванні напрямів та механізмів удосконалення інституційного забезпечення виробництва, обігу та споживання винної продукції.

Виклад основного матеріалу. Виробництво, обіг та споживання вина є специфічною сферою, що характеризується як складна, особлива і багатофакторна суспільно-економічна система, якій притаманні тимчасові економічні вигоди та постійні соціальні ризики. Два головних взаємно протилежних фактора - соціальна шкідливість споживання та бюджето-формуюча здатність поширення продукції зумовлюють суспільну потребу державного втручання в процеси її виробництва та реалізації [22]. Особливістю формування системи та її управління є намагання держави здійснити аналіз і прийняти важливі рішення щодо посилення впливу на сферу виробництва та споживання алкоголю.

Державний контроль за виробництвом, обігом та споживанням винної продукції потребує проведення періодичної атестації суб'єктів та місць зберігання згаданої продукції, введення системи оптових складів, регулювання роботи суб'єктів торгівлі, обов'язкового ліцензування роздрібною діяльністю, удосконалення механізмів декларування і контролю обсягів реалізованої продукції, створення єдиної державної системи обліку виробництва та обігу алкоголю та спеціалізованої системи роздрібною торгівлі алкоголем, вдосконалення маркування продукції. Специфічним для України є ринок вина, регулювання якого забезпечується такими нормативно-правовими актами (Таблиця 1).

Важливими законодавчими актами у цій галузі є Закон України «Про виноград та виноградне вино», «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів». Відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів в нашій країні регулює Податковий кодекс України, яким визначено вичерпний перелік податків і зборів, що справляються в Україні, порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки. Також Податковий кодекс України регулює операції з підакцизними товарами, які звільняються від оподаткування. Так, дані операції регулюються пунктом 3 статті 213, а саме підпунктом 213.3.6 пункту 213.6 статті 213 Податкового кодексу України [29]. До таких товарів, зокрема, відносяться і ввезені на митну територію України виноматеріали, які планується використовувати як сировину для виробництва вин. Проте варто відзначити, що вони не оподатковуються тільки за умови виготовлення з такої сировини готової продукції на митній території України, за умови, що надалі з неї буде сплачуватися акцизний податок. Це правило поширюється і на продукцію, яка буде реалізовуватися на експорт, за умови, що виробник здатний пред'явити митному органу ліцензії на право виробництва. Таким чином, слід пам'ятати, що виноматеріали, що ввозяться виробником вин на митну територію України, звільняються від обкладення акцизним податком. Як і у випадку з експортом готових вин із завезеного виноматеріалу, підставою для звільнення від сплати податків є наявність ліцензії на право їх виробництва. Якщо ж такий документ відсутній, то ввезення виноматеріалів оподатковується за ставками податку на виноробну продукцію, встановленими підпунктом 215.3.1 пункту 215.3 стат-

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ті 215 Податкового Кодексу України [1]. Відповідність нормативно-правових документів технологічним етапам виготовлення винної продукції приведена в Таблиці 2.

Таблиця 1.

Нормативно-правові акти з регулювання процесів виробництва і реалізації винної продукції

№	Назва нормативно-правового акту	Сфера регулювання
1	2	3
1.	Конституція України ухвалена і введена в дію Верховною Радою України 28 червня 1996 року.	До основних положень Конституції України належать норми, що визначають загальні засади державного ладу України, основні напрями етнічної та культурної політики держави, правовий статус власності. Встановлюються також основи національної безпеки та зовнішньополітичної діяльності України, визначають спрямованість зовнішньополітичної діяльності держави та ін.
2.	Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв і тютюнових виробів» від 19 грудня 1995р.	Визначає основні засади державної політики щодо регулювання виробництва, експорту, імпорту, оптової і роздрібно торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодовим, спиртом етиловим ректифікованим плододивим, спиртом-сирцем виноградним, спиртом-сирцем плододивим, алкогольними напоями та тютюновими виробами, забезпечення їх високої якості та захисту здоров'я громадян, а також посилення боротьби з незаконним виробництвом та обігом алкогольних напоїв і тютюнових виробів на території України. Дія цього Закону не поширюється на роздрібну торгівлю винами столовими, крім випадків, передбачених цим Законом, а також на виробництво вин виноградних і плодово-ягідних, наливок і настоянок, виготовлених громадянами в домашніх умовах для власного споживання.
3.	Закон України «Про виноград та виноградне вино» від 16.06.2005 № 2662-IV	Регулює правові відносини у сфері виноградарства та виноробства України, пов'язані з веденням виноградників та виробництвом винограду, вина та інших продуктів виноробства, визначає регламентацію і контроль в цих галузях виробництва, права і обов'язки виробників, повноваження органів виконавчої влади і спрямований на посилення боротьби з фальсифікацією виноробної продукції в Україні. Дія цього Закону поширюється на юридичних та фізичних осіб, господарська діяльність яких включає виробництво, реалізацію, експорт та імпорт товарної продукції в галузі виноградарства і виноробства. Дія цього Закону не поширюється на виробників винограду і вина домашнього, призначених для власного споживання.
4.	Закон України від 17 травня 2001р. «Про підтвердження відповідності». Документ 2406-14, чинний, поточна редакція — Редакція від 02.12.2012, підстава 5463-17 (Втрата чинності відбудеться 10.02.2016, підстава 124-19) Про технічні регламенти та оцінку відповідності (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 14, ст.96)	Визначає правові та організаційні засади підтвердження відповідності продукції, систем якості, систем управління якістю, систем екологічного управління, персоналу та спрямований на забезпечення єдиної державної технічної політики у сфері підтвердження відповідності. Визначає правові та організаційні засади розроблення, прийняття та застосування технічних регламентів і передбачених ними процедур оцінки відповідності, а також здійснення добровільної оцінки відповідності.
5.	Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» від 26.12.2007 року	Визначає правові та організаційні засади, основні принципи і порядок здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, повноваження органів державного нагляду (контролю), їх посадових осіб і права, обов'язки та відповідальність суб'єктів господарювання під час здійснення державного нагляду (контролю).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Продовження таблиці 1

1	2	3
6.	Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 01.06.2000 р.	Визначає види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, порядок їх ліцензування, встановлює державний контроль у сфері ліцензування, відповідальність суб'єктів господарювання та органів ліцензування за порушення законодавства у сфері ліцензування.
7.	Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 21.06.2012	Визначає основні засади цінової політики і регулює відносини, що виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін, а також здійснення державного контролю (нагляду) та спостереження у сфері ціноутворення.
8.	Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996	Визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.
9.	Закон України «Про акцизний збір на алкогольні напої та тютюнові вироби» від 15.09.1995	Визначає особливості нарахування та сплати акцизного збору, що справляється з виготовлених українськими виробниками та ввезених на територію України алкогольних напоїв та тютюнових виробів.
10.	Податковий Кодекс України від 2 грудня 2010	Регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.
11.	Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 7 червня 1996 р	Визначає правові засади захисту суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції.
12.	Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15.12.1993	Регулює відносини, що виникають у зв'язку з набуттям і здійсненням права власності на знаки для товарів і послуг в Україні.
13.	Положення про порядок видачі спеціальних дозволів (ліцензій) суб'єктам підприємницької діяльності на виробництво спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів, затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 30 липня 1996р. №885.	Визначає умови щодо надання спеціальних дозволів (ліцензій) суб'єктам підприємницької діяльності на виробництво спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів.
14.	Постанова Кабінету Міністрів України від 13 травня 1996р. № 493 Тимчасовий порядок видачі ліцензій на право імпорту, експорту, оптової торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодovým, алкогольними напоями та тютюновими виробами.	Регулює діяльність, пов'язану з оформленням та видачею ліцензій на право імпорту, експорту спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів і роздрібної торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами.
15.	Цивільний Кодекс України від 16.01.2003	Регулюються особисті немайнові та майнові відносини (цивільні відносини), засновані на юридичній рівності, вільному волевиявленні, майновій самостійності їх учасників.
16.	Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я» від 19 листопада 1992року	Визначають правові, організаційні, економічні та соціальні засади охорони здоров'я в Україні, регулюють суспільні відносини у цій сфері з метою забезпечення гармонійного розвитку фізичних і духовних сил, високої працездатності і довголітнього активного життя громадян, усунення факторів, що шкідливо впливають на їх здоров'я, попередження і зниження захворюваності, інвалідності та смертності, поліпшення спадковості.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Продовження таблиці 1

1	2	3
17.	Кабінет Міністрів України Постанова від 30 жовтня 2008 р. № 957 зі змінами Про встановлення розміру мінімальних оптово-відпускних і роздрібних цін на окремі види алкогольних напоїв Постанова від 17 червня 2015 р. № 426 «Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України» від 30 жовтня 2008 р. № 957	Установити розмір мінімальних оптово-відпускних і роздрібних цін на окремі види алкогольних напоїв згідно з додатком. ЗМІНИ, що вносяться до постанови Кабінету Міністрів України від 30 жовтня 2008 р. № 957 2. Додаток до постанови викласти в такій редакції: «Додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 30 жовтня 2008 р. № 957 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 17 червня 2015 р. № 426) РОЗМІР мінімальних оптово-відпускних і роздрібних цін на окремі види алкогольних напоїв.
18.	Закон України «Про ставки акцизного збору на спирт етиловий та алкогольні напої» від 07.05.1996	Затвердити ставки акцизного збору на спирт етиловий та алкогольні напої.
19.	Кабінет Міністрів України Постанова від 30 липня 1996 р. № 854, Київ, Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями	Визначають основні вимоги до роздрібної торгівлі горілкою і лікero-горілочаними виробами, вином виноградним та плодово-ягідним, коньяком, шампанським, вином ігристим (далі - алкогольні напої) і спрямовані на забезпечення прав споживачів щодо належної якості товару і рівня торговельного обслуговування.
20.	Наказ від 21 липня 2008 року N 444/74 Про затвердження галузевої Програми розвитку садівництва України на період до 2025 року і галузевої Програми розвитку виноградарства та виноробства України на період до 2025 року	Метою Програми розвитку виноградарства та виноробства до 2025 року є реалізація державної політики України щодо регулювання розвитку цієї галузі економіки, концентрації фінансових, матеріально-технічних та інших ресурсів, виробничого і науково-технічного потенціалу для розв'язання головних проблем галузі.
21.	Митний Кодекс України від 13 березня 2012	Встановлені порядок і умови переміщення товарів через митний кордон України, їх митний контроль та митне оформлення, застосування механізмів тарифного і нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, справляння митних платежів, ведення митної статистики, обмін митною інформацією, ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, здійснення відповідно до закону державного контролю нехарчової продукції при її ввезенні на митну територію України, запобігання та протидія контрабанді, боротьба з порушеннями митних правил, організація і забезпечення діяльності органів доходів і зборів та інші заходи, спрямовані на реалізацію державної політики у сфері державної митної справи, становлять державну митну справу.
22.	Кабінет Міністрів України Постанова від 27 грудня 2010 р. N 1251 Про затвердження Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів	Про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів, що додається.
23.	Кабінет Міністрів України Постанова від 30 липня 1996 р. № 854 Правила роздрібної торгівлі алкогольними напоями	Визначає основні вимоги до роздрібної торгівлі горілкою і лікero-горілочаними виробами, вином виноградним та плодово-ягідним, коньяком, шампанським, вином ігристим (далі - алкогольні напої) і спрямовані на забезпечення прав споживачів щодо належної якості товару і рівня торговельного обслуговування.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ*Продовження таблиці 1*

1	2	3
24.	Закон України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі» від 15.12.1993	Закон застосовується до правовідносин, що виникли після введення його в дію; авторські свідоцтва СРСР на винаходи є чинними в Україні; про видачу патенту України на винахід, що охороняється авторським свідоцтвом.
25.	Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» від 23.12.1997	Закон регулює відносини між органами виконавчої влади, виробниками, продавцями (постачальниками) та споживачами харчових продуктів і визначає правовий порядок забезпечення безпечності та якості харчових продуктів, що виробляються, знаходяться в обігу, імпортуються, експортуються.
26.	Галузева програма розвитку садівництва України на період до 2025 Року наказ Мінагрополітики України та Української академії аграрних наук від «21» липня 2008 р. № 444/74	Стратегічною метою розвитку садівництва має бути: стабілізація і подальше збільшення виробництва плодів і ягід; насичення внутрішнього продовольчого ринку конкурентоспроможними продуктами та розширення їх експорту, щоб створити можливість до 2025 року повністю забезпечити потреби населення у цих продуктах за фізіологічними нормами; забезпечення розширеного відтворення виробництва головним чином за рахунок самофінансування галузі; розширення виробництва екологічно чистої продукції шляхом переходу від індустріально-хімічних методів ведення господарства до біологічних; інтенсивне господарювання шляхом удосконалення технологій і організації виробництва на основі використання досягнень науки й передового досвіду.
27.	Кабінет Міністрів України Постанова від 15 липня 2005 р. № 587, Київ, Про затвердження Порядку справляння збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства	Визначає механізм справляння збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства (далі - збір) в розмірах, встановлених Податковим кодексом України, та використання коштів, передбачених у державному бюджеті за програмою «Державна підтримка розвитку хмелярства, закладення молодих садів, виноградників та ягідників і нагляд за ними» (далі - бюджетні кошти).
28.	Порядок створення енотек, зберігання і використання зразків вин з енотек Затверджено Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України 27.11.2012 № 731	Визначає процедуру створення енотек, їх призначення, порядок закладки на витримку, зберігання, догляд за колекційними винами та їх використання згідно з призначенням.
29.	Кабінет Міністрів України Постанова від 24 липня 2006 р. N 1005 Київ Про затвердження Порядку видачі дозволу на виготовлення сухих виноматеріалів	Затвердити Порядок видачі дозволу на виготовлення сухих виноматеріалів
30.	Закон України «Про стандартизацію» від 17.05.2001 № 2408-III	Закон регулює відносини, пов'язані з діяльністю у сфері стандартизації та застосуванням її результатів.
31.	Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії та їхніми державами-членами, з іншої сторони від 16.09.2014	Цим документом створюється асоціація між Україною, з однієї сторони, та Союзом і його державами-членами, з іншої сторони.

Аналізуючи нормативно-правове забезпечення, що регулює діяльність виноробної галузі, простежується суттєва відмінність у кількості нормативних документів за технологічними етапа-

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

ми виробництва, обігу та реалізації винної продукції. Це обумовлюється нарощуванням доданої вартості до продукту, можливим зловживанням в реалізації технологічного процесу, що призводить до виготовлення неякісного продукту (сурогатів), наявністю тінювих та інших схем в процесі реалізації винної продукції і т.ін.

Таблиця 2

Відповідність нормативно-правових документів технологічним етапам виготовлення, обігу та реалізації винної продукції.

№ етапу	Виноробна підгалузь технологічні етапи виготовлення, обігу та реалізації	Основні нормативно-правові документи (Таблиця 1), що регулюють діяльність підгалузі відповідно етапам
1.	Вирощування винограду	1, 5, 10, 11, 15, 20, 25, 26, 27
2.	Виготовлення виноматеріалів та виробництво вина	1, 2, 3, 4, 6, 10, 11, 13, 15, 20, 25
3.	Реалізація (обіг) вина	1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 28, 29, 30

Більш характерними заходами державного впливу є соціальні механізми - адміністративне обмеження споживання продукції різними категоріями населення, існування лише спеціалізованих закладів торгівлі, регулювання їх кількості, розвинені системи профілактики алкоголізму та інформування про його шкідливі наслідки.

У межах країн Європейського Союзу сформовані економічні механізми - спільні митні тарифи, єдиний порядок та розміри ставок сплати акцизу на алкоголь; адміністративні - режим ліцензування імпорту; правові - відповідна законодавча база, контроль реклами. Державне регулювання аналізованої сфери передбачає акцизне оподаткування, митно-тарифне та технічне регулювання, спеціальне маркування, ліцензування, контроль якості продукції [21]. Отже, Україна може запозичити позитивний досвід інших держав щодо запровадження регіонального маркування, квотування та декларування продукції, контролю реклами, проведення активної соціальної політики в обмеженні споживання алкогольної продукції.

Економічним механізмом державного впливу є акцизні збори на алкогольну продукцію. Ставка податку буде встановлюватися місцевими органами влади у розмірі не більше 5%. Це новий для України підхід в зборі акцизного податку [42, 2]. Державний контроль на оптову торгівлю алкоголем передбачає адміністративні механізми - ліцензування діяльності, щорічне декларування продукції, контроль за якістю, рекламою алкоголю та обсягами роздрібною торгівлі. Інституційний досвід державного впливу на сферу обігу винної продукції свідчить про різноманітні форми і методи втручання держави. (Рис.1).

Підвищення ефективності управління сферою алкогольної продукції пов'язане з подальшим розвитком та вдосконаленням нормативно-законодавчої бази, гармонізацією законодавства щодо якості продукції з відповідним законодавством, прийняття спеціальних галузевих законів. Для формування системи державного управління в спеціалізованій сфері доцільно переглянути і сформувати відповідну структуру управління нею на основі утворення спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань виробництва та обігу винної продукції, безпосередньо підпорядкованих йому територіальних органів, служб з контролю якості продукції й соціологічних досліджень та інформаційного моніторингу щодо впливу продукції на споживача [3].

Державне управління у сфері алкогольної продукції має реформуватися системно, з використанням дієвих механізмів, зокрема, соціальних - розробки державних і регіональних програм формування здорового способу життя, захисту громадян від негативного впливу продукції, проведення цільових соціологічних досліджень, соціального страхування споживачів за шкоду, заподіяну вживанням неякісної продукції, повної заборони реклами продукції; економічних - стабільної системи податків та акцизних зборів на продукцію, регулювання цін; адміністративних - ліцензування та технічного регулювання діяльності, посилення контролю за якістю продукції, дієвих штрафних санкцій та відповідальності за нелегальний обіг продукції, вдосконалення її маркування, організаційних заходів з уніфікації структури органів управління; правових - врегу-

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

льованих процедур у здійсненні процесів виробництва та поширення алкогольно-тютюнової продукції.

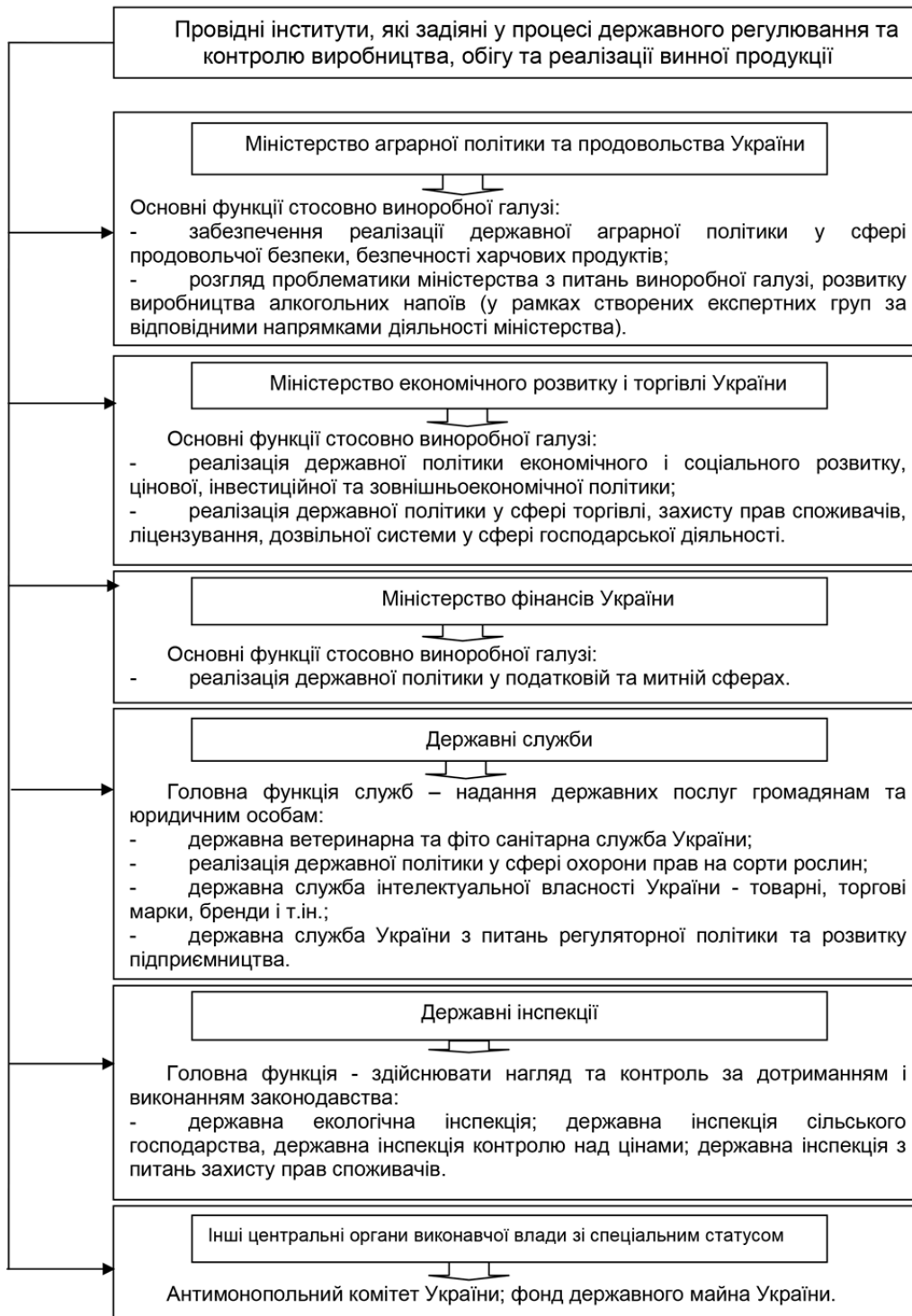


Рис.1. Провідні державні інститути регулювання і контролю виробництва, обігу та реалізації винної продукції

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Установлено, що в Україні соціальні механізми впливу на сферу загалом не сформовані. Характерним стало мінімальне втручання держави у процеси споживання продукції. Зокрема, послаблення адміністративних заходів боротьби з самогоноварінням, неконтрольована реклама споживання алкоголю, існування контрабанди і нелегального обігу продукції, послаблення контролю за споживання продукції, яке сприяє збільшенню її споживання серед молоді, жінок, підлітків, підвищенню рівня захворюваності громадян внаслідок надмірного вживання алкоголю та отруєння неякісною продукцією.

Також політика торгівельних мереж призводить до жорсткої конкуренції між вітчизняними та зарубіжними виробниками вина, оскільки торговельні мережі імпортують вино з інших країн, яке продають в своїх магазинах, а українські виробники змушені сплачувати маркетингові платежі за право бути вигідно представленими у даних торговельних мережах, при цьому не мають значного впливу на факти порушення термінів розрахунку торговельної мережі з даним виробником. Це також стосується українських ресторанів, в яких українські виноробники не займають належну частку у винних картах. Слід забезпечити впровадження законів, які допоможуть на державному рівні створити умови для розвитку виноробних підприємств, а також для розвитку нових підприємств з невеликими обсягами виробництва вин з власної сировини; надати права суб'єктам господарювання, які мають ліцензію на виробництво та виробляють вина з власних виноматеріалів, здійснювати оптову торгівлю без отримання окремої ліцензії. Реалізація цих законів дозволить розв'язати ряд соціальних проблем в частині створення додаткових робочих місць у сільській місцевості, додаткових фінансових надходжень у вигляді податків до державного та місцевих бюджетів, що сприятиме розвитку інфраструктури виноробних регіонів. Крім цього, поширення інновацій в інституційному забезпеченні дасть новий поштовх розвитку виноградно-виноробної галузі України.

Висновки і пропозиції. Інституційне забезпечення ринку вина в Україні перебуває на етапі нового розвитку, змін та удосконалення. Належне функціонування інститутів не може бути забезпечене без відповідного розвитку ринку вина в Україні, на який впливає висока вартість ліцензії на оптову торгівлю алкоголем, відсутність захисту національного виробника, регулювання рівня ставок акцизного збору. Але саме інституційне забезпечення мотивує та формує розвиток ринку вина. Удосконалення соціальної політики у сфері алкогольної продукції має базуватися на створенні засад нової суспільної культури, формуванні свідомої суспільної думки про негативне ставлення до надмірного споживання алкогольної продукції, удосконаленні законодавства, підвищення стандартів життя і пріоритетів цивілізаційного розвитку.

Література

1. Брехов С. С. Напрями вдосконалення системи контролю за обігом спирту та алкогольних напоїв в Україні / С. С. Брехов // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. - 2013. - № 1. - С. 14-21. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/j-pdf/znpnudps_2013_1_4.pdf.
2. Забуранний С. В. Інституційне забезпечення інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4316>.
3. Задорожна Л. М. Оцінка стану інституційного забезпечення розвитку ринку інновацій в аграрній сфері [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/7/14.pdf>.
4. Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв і тютюнових виробів : Закон України від 19 грудня 1995 № 481/95-ВР [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. - Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80>.
5. Про виноград та виноградне вино : Закон України від 16.06.2005 № 2662-IV [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. - Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2662-15>.
6. Про підтвердження відповідності : Закон України від 17 травня 2001 № 2406-III [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. - Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2406-14>.
7. Про технічні регламенти та оцінку відповідності : Закон України від 15.01.2015 № 124-VIII [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. - Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/124-19>.
8. Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності: Закон України від 05.04.2007 № 877-V [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. - Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/877-16>.
9. Про ліцензування певних видів господарської діяльності : Закон України від 01.06.2000 № 1775-III [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. - Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1775-14>.
10. Про ціни і ціноутворення : Закон України від 21.06.2012 № 5007-VI [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. - Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

11. Про рекламу : Закон України від 3 липня 1996 № 270/96-ВР [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>.
12. Про акцизний збір на алкогольні напої та тютюнові вироби : Закон України від 15.09.1995 № 329/95-ВР [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/329/95-%D0%B2%D1%80>.
13. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 7 червня 1996 № 236/96-ВР [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>.
14. Основи законодавства України про охорону здоров'я : Закон України від 19 листопада 1992 № 2801-XII [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>.
15. Про охорону прав на винаходи і корисні моделі : Закон України від 15.12.1993 № 3687-XII [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3687-12>.
16. Про безпечність та якість харчових продуктів : Закон України від 23.12.1997 № 771/97-ВР [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>.
17. Про ставки акцизного збору на спирт етиловий та алкогольні напої : Закон України від 07.05.1996 [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/178/96-%D0%B2%D1%80>.
18. Про стандартизацію: Закон України від 17.05.2001 № 2408-III [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2408-14>.
19. Про метрологію та метрологічну діяльність : Закон України від 11.02.1998 № 113/98-ВР [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/113/98-%D0%B2%D1%80>.
20. Конституція України ухвалена і введена в дію Верховною Радою України 28 червня 1996 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
21. Коротун В. І. Державне регулювання ринку підакцизних товарів в умовах дії Податкового кодексу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ir.asta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/191/1/158_IR.pdf.
22. Лисецька Н. М. Впровадження європейських стандартів акцизного оподаткування: досвід для України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/180.pdf>.
23. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.me.gov.ua>.
24. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.minfin.gov.ua.
25. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minagro.gov.ua>.
26. Митний кодекс України від 13 березня 2012 № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>.
27. Про затвердження галузевої Програми розвитку садівництва України на період до 2025 року і галузевої Програми розвитку виноградарства та виноробства України на період до 2025 року : Наказ від 21 липня 2008 року N 444/74 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : http://uazakon.com/documents/date_cu/pg_gbwsls/index.htm.
28. Про затвердження Порядку створення енотек, зберігання і використання зразків вин з енотек : Наказ від 27.11.2012 № 731 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z2068-12>.
29. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
30. Про порядок видачі спеціальних дозволів (ліцензії) суб'єктам підприємницької діяльності на виробництво спирту, алкогольних напоїв і тютюнових виробів : Положення від 30 липня 1996р. №885. [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
31. Тимчасовий порядок видачі ліцензії на право імпорту, експорту, оптової торгівлі спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами : Постанова від 13 травня 1996р. № 493 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/493-96-%D0%BF>.
32. Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 30 жовтня 2008 р. № 957 : Постанова від 17 червня 2015 р. № 426 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/426-2015-%D0%BF>.
33. Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 30 жовтня 2008 р. № 957 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/426-2015-%D0%BF>.
34. Про встановлення розміру мінімальних оптово-відпускних і роздрібних цін на окремі види алкогольних напоїв : Постанова від 30 жовтня 2008 р. № 957 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/957-2008-%D0%BF>.
35. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями : Постанова від 30 липня 1996 р. № 854 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/854-96-%D0%BF>.
36. Про затвердження Положення про виготовлення, зберігання, продаж марок акцизного податку та маркування алкогольних напоїв і тютюнових виробів : Постанова від 27 грудня 2010 р. №1251 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1251-2010-%D0%BF>.
37. Правила роздрібної торгівлі алкогольними напоями : Постанова від 30 липня 1996 р. № 854 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/854-96-%D0%BF>.
38. Про затвердження Порядку справляння збору та використання коштів на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства : Постанова від 15 липня 2005 р. № 587 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1170-99-%D0%BF>.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

39. Про затвердження Порядку видачі дозволу на виготовлення сухих виноматеріалів : Постанова від 24 липня 2006 р. № 1005 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1005-2006-%D0%BF>.

40. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та європейським союзом, європейським півтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 16.09.2014, підстава 1678-18 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf).

41. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

42. Шаманська О. І. Особливості системи державного регулювання лікєро-горілчаної та спиртової промисловості в Україні / О. І. Шаманська // Економіка та держава. - 2012. - № 11. - С. 70-72.

References

1. Brekhov, S. S. (2013). Napriamy vdoskonalennia systemy kontroliu za obihom spyrtu ta alkoholnykh napoiv v Ukraini [Areas of improvement the control system over circulation of alcohol and alcoholic beverages in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnogo universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy - Collection of scientific papers of the National University of the State Tax Service of Ukraine*, 1, 14-21. Retrieved from: http://www.nbu.gov.ua/j-pdf/znpuudps__1_4.pdf. [in Ukrainian].

2. Ziburanyi, S. V. (n.d.). *Institutsiine zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti [Institutional support of innovation activity]*. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4316>. [in Ukrainian].

3. Zadorozhna, L. M. (n.d.). *Otsinka stanu institutsiinoho zabezpechennia rozvytku rynku innovatsii v aharnii sferi [Assessment of the state of institutional support of market development of innovations in agriculture]*. Retrieved from: <http://www.molodyvcheny.in.ua/files/journal/2015/7/14.pdf>. [in Ukrainian].

4. Supreme Council of Ukraine. (1995). *Pro derzhavne rehulivannia vyrobnytstva i obihu spyrtu etylovoho, koniachnoho i plodovoho, alkoholnykh napoiv i tiutiunovykh vyrobiv: Zakon Ukrainy vid 19 hrudnia 1995 # 481/95-VR [On the state regulation of production and turnover of ethyl alcohol, cognac and fruit alcoholic beverages and tobacco: the Law of Ukraine of December, 19, 1995 № 481/95-SC]*. Retrieved from: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/481/95-%D0%B2%D1%80>. [in Ukrainian].

5. Supreme Council of Ukraine. (2005). *Pro vynohrad ta vynohradne vyno : Zakon Ukrainy vid 16.06.2005 # 2662-IV [On the grapes and grape wine: the Law of Ukraine of 16.06.2005 # 2662-IV]*. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2662-15>. [in Ukrainian].

6. Supreme Council of Ukraine. (2001). *Pro pidtverdzhennia vidpovidnosti: Zakon Ukrainy vid 17 travnia 2001 # 2406-III [On confirmation of accordance: Law of Ukraine from May 17, 2001 # 2406-III]*. Retrieved from: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2406-14>. [in Ukrainian].

7. Supreme Council of Ukraine. (2015). *Pro tekhnichni rehlementy ta otsinku vidpovidnosti : Zakon Ukrainy vid 15.01.2015 # 124-VIII [About Technical regulations and conformity assessment: Law of Ukraine of 15.01.2015 # 124-VIII]*. Retrieved from: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/124-19>. [in Ukrainian].

8. Supreme Council of Ukraine. (2007). *Pro osnovni zasady derzhavnoho nahliadu (kontroliu) u sferi hospodarskoi diialnosti: Zakon Ukrainy vid 05.04.2007 # 877-V [On Basic Principles of State Supervision (Control) of economic activity: Law of Ukraine of 05.04.2007 # 877-V]*. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/877-16>. [in Ukrainian].

9. Supreme Council of Ukraine. (2000). *Pro litsenzuvannia pevnykh vydiv hospodarskoi diialnosti : Zakon Ukrainy vid 01.06.2000 # 1775-III [On licensing of certain types of economic activity: Law of Ukraine of 01.06.2000 # 1775-III]*. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1775-14>. [in Ukrainian].

10. Supreme Council of Ukraine. (2012). *Pro tsiny i tsinoutvorennia : Zakon Ukrainy vid 21.06.2012 # 5007-VI [On prices and pricing: Law of Ukraine of 21.06.2012 № 5007-VI]*. Retrieved from: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>. [in Ukrainian].

11. Supreme Council of Ukraine. (1996). *Pro reklamu: Zakon Ukrainy vid 3 lypnia 1996 # 270/96-VR [On Advertising: Law of Ukraine on July 3, 1996 # 270/96-VR]*. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>. [in Ukrainian].

12. Supreme Council of Ukraine. (1995). *Pro aktsyznyi zbir na alkoholni napoi ta tiutiunovi vyroby: Zakon Ukrainy vid 15.09.1995 # 329/95-VR [On the excise tax on alcohol and tobacco: the Law of Ukraine of 15.09.1995 # 329 / 95-SC]*. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/329/95-%D0%B2%D1%80>. [in Ukrainian].

13. Supreme Council of Ukraine. (1996). *Pro zakhyst vid nedobrosovisnoi konkurentsii: Zakon Ukrainy vid 7 chervnia 1996 # 236/96-VR [On protection against the unfair competition: Law of Ukraine on June 7, 1996 № 236/96-SC]*. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>. [in Ukrainian].

14. Supreme Council of Ukraine. (1992). *Osnovy zakonodavstva Ukrainy pro okhoronu zdorovia : Zakon Ukrainy vid 19 lystopada 1992 # 2801-XII [The basic legislation of Ukraine on medical care: Law of Ukraine on November 19, 1992 № 2801-XII]*. Retrieved from: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2801-12>. [in Ukrainian].

15. Supreme Council of Ukraine. (1993). *Pro okhoronu prav na vynakhody i korysni modeli : Zakon Ukrainy vid 15.12.1993 # 3687-XII [On the protection of invention: The Law of Ukraine of 15.12.1993 # 3687-XII]*. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3687-12>. [in Ukrainian].

16. Supreme Council of Ukraine. (1997). *Pro bezpechnist ta yakist kharchovykh produktiv: Zakon Ukrainy vid 23.12.1997 # 771/97-VR [On the safety and quality of food products: the Law of Ukraine of 23.12.1997 № 771/97-VSC]*. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80>. [in Ukrainian].

17. Supreme Council of Ukraine. (1996). *Pro stavky aktsyznogo zboru na spyrt etylovyi ta alkoholni napoi : Zakon Ukrainy vid 07.05.1996 [On the rates of excise duty on alcohol and alcoholic beverages: Law of Ukraine of 05.07.1996]*. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/178/96-%D0%B2%D1%80>. [in Ukrainian].

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

18. Supreme Council of Ukraine. (2001). *Pro standartyzatsiiu: Zakon Ukrainy vid 17.05.2001 # 2408-III* [On Standardization: Law of Ukraine of 17.05.2001 № 2408-III]. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2408-14>. [in Ukrainian].
19. Supreme Council of Ukraine. (2001). *Pro metrolohiu ta metrolohichnu diialnist : Zakon Ukrainy vid 11.02.1998 # 113/98-VR* [On metrology and metrological activity: Law of Ukraine of 11.02.1998 # 113/98-SC]. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/113/98-%D0%B2%D1%80>. [in Ukrainian].
20. Konstytutsiia Ukrainy ukhvalena i vvedena v diiu Verkhovnoiu Radoiu Ukrainy 28 chervnia 1996 roku. [Supreme Council of Ukraine accepted the constitution of Ukraine on June 28, 1996]. (1996). *zakon.rada.gov.ua* Retrieved from: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. [in Ukrainian].
21. Korotun, V. I. (n.d.). *Derzhavne rehuliuвання rynku pidaktsyzykh tovariv v umovakh dii Podatkovoho kodeksu Ukrainy* [State regulation of excisable goods market in terms of the Tax Code of Ukraine]. Retrieved from http://www.ir.asta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/191/1/158_IR.pdf. [in Ukrainian].
22. Lysetska, N. M. (n.d.). *Vprovadzhennia yevropeiskykh standartiv aktsyzyznoho opodatkovannia: dosvid dlia Ukrainy* [The implementation of European standards of excise taxation: experience for Ukraine]. Retrieved from: <http://www.global-national.in.ua/archive/4-2015/180.pdf>. [in Ukrainian].
23. *Ofitsiinyi sait Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy* [Official site of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine]. (n.d.). www.me.gov.ua Retrieved from: <http://www.me.gov.ua>. [in Ukrainian].
24. *Ofitsiinyi sait Ministerstva finansiv Ukrainy* [The official website of the Ministry of Finance of Ukraine]. (n.d.). www.zakon.rada.gov.ua Retrieved from: <http://www.zakon.rada.gov.ua> www.minfin.gov.ua. [in Ukrainian].
25. *Ofitsiinyi sait Ministerstva ahraanoi polityky ta prodovolstva Ukrainy* [The official website of the Ministry of Finance of Ukraine]. (n.d.). minagro.gov.ua Retrieved from: <http://minagro.gov.ua>. [in Ukrainian].
26. *Mytnyi kodeks Ukrainy vid 13 bereznia 2012 # 4495-VI* [Customs Code of Ukraine on March 13, 2012 № 4495-VI]. (2012). zakon3.rada.gov.ua Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> [in Ukrainian].
27. Cabinet of Ministers of Ukraine (2008). *Pro zatverdzhennia haluzevoi Prohramy rozvytku sadivnytstva Ukrainy na period do 2025 roku i haluzevoi Prohramy rozvytku vynohradarstva ta vynorobstva Ukrainy na period do 2025 roku : Nakaz vid 21 lypnia 2008 roku N 444/74* [On approval of Industrial Horticulture Development Programme of Ukraine until 2025 and sectoral Development Programme of viticulture and winemaking Ukraine till 2025: Order of July 21, 2008 N 444/74]. Retrieved from: http://uazakon.com/documents/date_cu/pg_gbwsl/index.htm. [in Ukrainian].
28. Cabinet of Ministers of Ukraine (2012). *Pro zatverdzhennia Poriadoku stvorennia enotek, zberihannia i vykorystannia zrazkiv vyn z enotek : Nakaz vid 27.11.2012 # 731* [On approval of Enoteca creation, keeping and use of samples of wines from Enoteca: Order of 27.11.2012 # 731]. Retrieved from: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z2068-12>. [in Ukrainian].
29. *Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 2 hrudnia 2010 vid 02.12.2010 # 2755-VI* [The tax code of Ukraine from December 2, 2010 from 02.12.2010 № 2755-VI]. (2010). zakon2.rada.gov.ua Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. [in Ukrainian].
30. Cabinet of Ministers of Ukraine (1996). *Pro poriadok vydachi spetsialnykh dozvoliv (litsenzii) subiektam pidpriemnytskoi diialnosti na vyrobnytstvo spyrtu, alkoholnykh napoiv i tiutiunovykh vyrobiv : Polozhennia vid 30 lypnia 1996r. #885*. [On the order of issue of special permits (licenses) to entrepreneurs of entrepreneurial activity for the production of alcohol, alcoholic beverages and tobacco: Decree of 30 July 1996. #885]. Retrieved from: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. [in Ukrainian].
31. Cabinet of Ministers of Ukraine (1996). *Tymchasovyi poriadok vydachi litsenzii na pravo importu, eksportu, optovoi torhivli spytrom etylovym, koniachnym i plodovym, alkoholnymy napoiamy ta tiutiunovymy vyrobamy : Postanova vid 13 travnia 1996r. # 493* [Temporary procedure for issuing licenses to import, export, wholesale of ethanol, cognac and fruit, alcoholic beverages and tobacco: Decree of 13 May 1996. #493]. Retrieved from: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/493-96-%D0%BF>. [in Ukrainian].
32. Cabinet of Ministers of Ukraine (2015). *Pro vnesennia zmin do postanovy Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 30 zhovtnia 2008 r. # 957: Postanova vid 17 chervnia 2015 r. # 426* [On Amendments to the Cabinet of Ministers of Ukraine of October 30, 2008, #957: Decree of June, 17 2015, #426]. Retrieved from: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/426-2015-%D0%BF>. [in Ukrainian].
33. Cabinet of Ministers of Ukraine (2008). *Pro vnesennia zmin do postanovy Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 30 zhovtnia 2008 r. # 957* [On Amendments to the Cabinet of Ministers of Ukraine of October, 30, 2008 #957]. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/426-2015-%D0%BF>. [in Ukrainian].
34. Cabinet of Ministers of Ukraine (2008). *Pro vstanovlennia rozmiru minimalnykh optovo-vidpusknykh i rozdrubnykh tsin na okremi vydy alkoholnykh napoiv : Postanova vid 30 zhovtnia 2008 r. # 957* [On establishment the minimum wholesale and retail prices for some types of alcoholic beverages: Decree of October, 30, 2008 #957]. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/957-2008-%D0%BF>. [in Ukrainian].
35. Cabinet of Ministers of Ukraine (2008). *Pro zatverdzhennia Pravyi rozdrubnoi torhivli alkoholnymy napoiamy : Postanova vid 30 lypnia 1996 r. # 854* [On approval of rules for retail trade in alcoholic beverages: Decree of July, 30, 1996 #85]. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/854-96-%D0%BF>. [in Ukrainian].
36. Cabinet of Ministers of Ukraine (2010). *Pro zatverdzhennia Polozhennia pro vyhotovlennia, zberihannia, prodazh marok aktsyzyznoho podatku ta markuvannia alkoholnykh napoiv i tiutiunovykh vyrobiv : Postanova vid 27 hrudnia 2010 r. #1251* [On approval of the regulations of manufacture, keeping, sale of excise duty stamps and marking of alcoholic beverages and tobacco: Decision of December, 27, 2010, #1251]. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1251-2010-%D0%BF>. [in Ukrainian].
37. Cabinet of Ministers of Ukraine (2010). *Pravyi rozdrubnoi torhivli alkoholnymy napoiamy : Postanova vid 30 lypnia 1996 r. # 854* [Terms of retail trade in alcoholic beverages: Decree of July 30, 1996, # 854]. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/854-96-%D0%BF>. [in Ukrainian].

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

38. Cabinet of Ministers of Ukraine (2005). *Pro zatverdzhennia Poriadku spravlennia zboru ta vykorystannia koshtiv na rozvytok vynohradarstva, sadivnytstva i khmeliarstva : Postanova vid 15 lypnia 2005 r. # 587 [On approval of order collection and use of funds for the development of viticulture, horticulture and hop: Decree of July, 15 2005 # 587]*. Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1170-99-%D0%BF>. [in Ukrainian].

39. Cabinet of Ministers of Ukraine (2006). *Pro zatverdzhennia Poriadku vydachi dozvolu na vyhotovlennia sukhykh vynomaterialiv : Postanova vid 24 lypnia 2006 r. # 1005 [On approval of the permission for the manufacture of dry wine: Decree of July 24, 2006 # 1005]*. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1005-2006-%D0%BF>. [in Ukrainian].

40. Uгода pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniei storony, ta yevropeiskym soiuzom, yevropeiskym pivtovarystvom z atomnoi enerhii i yikhnimy derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony. [The Association Agreement between Ukraine, on the one hand, and the European Union, European community of Atomic Energy and their Member States, on the other side.]. (n.d.). www.kmu.gov.ua Retrieved from: [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf). [in Ukrainian].

41. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 [The Civil Code of Ukraine of 16.01.2003]. (n.d.). zakon5.rada.gov.ua Retrieved from: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>. [in Ukrainian].

42. Shamanska, O. I. (2012). Osoblyvosti systemy derzhavnoho rehuliuвання likero-horilchanoi ta spyrtovoi promyslovosti v Ukraini [Features of the system of state regulation of liqueur-alcohol and alcohol industry in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava - Ekonomika ta derzhava*, 11, 70-72. [in Ukrainian].

Надійшла 24.09.2015

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

UDC 37.014.54:338.46

O. R. Verdenkhofa, Master's degree Student

REGULATION FEATURES OF THE EDUCATION MARKET

Abstract. The features of regulation the educational services are considered in the article, as private and public good. The effects of the consumption of such goods at the present stage are characterized. The mechanisms of interaction between the state and market regulation of the market of educational services are analyzed. The integral role of the state regulation of educational service market and its practical application in the developed countries are explore.

Keywords: educational service, public goods, government regulation, market regulation.

O. P. Верденхофа, магістрант

ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Анотація. У статті розглядаються особливості регулювання освітніх послуг як приватного та громадського блага. Охарактеризовано ефекти споживання таких благ на сучасному етапі. Проаналізовано механізми взаємодії державного та ринкового регулювання ринку освітніх послуг. Розкрита провідна роль державного регулювання ринку освітніх послуг та його практика в розвинених країнах.

Ключові слова: освітня послуга, суспільні блага, державне регулювання, ринкове регулювання.

O. P. Верденхофа, магістрант

ОСОБЕННОСТИ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Аннотация. В статье рассматриваются особенности регулирования рынка образовательных услуг как частного и общественного блага. Охарактеризовано эффекты потребления таких благ на современном этапе. Проанализированы механизмы взаимодействия государственного и рыночного регулирования рынка образовательных услуг. Раскрыта ведущая роль государственного регулирования рынка образовательных услуг и его практика в развитых странах.

Ключевые слова: образовательная услуга, общественные блага, государственное регулирование, рыночное регулирование.

Urgency of the research. Educational services on the modern stage of public development have quite a complicated nature. First of all it is described by the necessity of education in the society what is leading to the intention of increasing of cumulative effect in production, spreading and practical usage of the knowledge. Accordingly to that, no doubly the role of education is being very important for the stability providing of economics' development which requires special attention from the side of the state, as from the point of view of the priority financing, as well as of the position of regulating impact execution.

In the world practise there are a lot of variants and systems of the participation of the state in the sphere of education, moreover the effectiveness of the educational system does not depend on the correlation between state and private sectors. In each exact case in each country there is formed peculiar mechanism of educational system's regulation supposing their definite correlation. Optimal structure and measure of the participation of state regulatory mechanism definition in the functioning of the market of educational services requires consideration of all the factors which may influence special aspects of the functioning of educational system. Understanding of these processes with the necessity includes understanding of the essence of the educational services, its economic nature, main economic mechanisms of functioning and regulation.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Actual scientific researches and issues analysis. Problems of the research of the educational services, its places in the system of economic relationships are being considered in the works of variety of scientists. Among them are Aleksandravichyute B., Antoshkina L., Aseynov R., Bryukhovetsky V., Grishnova E., Grishin A., Kalenyuk I., Krauyutaytite L., Kuklin O., Pyachkaytis Yu., Tsymbal L.. Along with that, questions of economic essence of the educational services, search of the effective mechanisms of its regulation and development in the modern conditions remain actual as topic demanding further elaborations.

The research objective. To identify special aspects of the educational services as a public good, role of the state in the regulation of such services.

The statement of basic materials. Functioning of the market of educational services is assured in accordance with the main laws of market relationships. Market of the educational services, as well as any other market, supposes presence of the demand and supply as well as usage of the instruments of regulation which are providing maximum effectiveness. It may be possible only in a right combination and usage of market and state mechanisms of market functioning provision. Market of educational services belongs to the difficult part of the market, which cannot optimally operate using only mechanisms of self-regulation.

Educational services possess a difficult nature of usage and identification of their place on the market. From one side they have outstanding characteristics of private good, from another side – well-defined characteristics of public one.

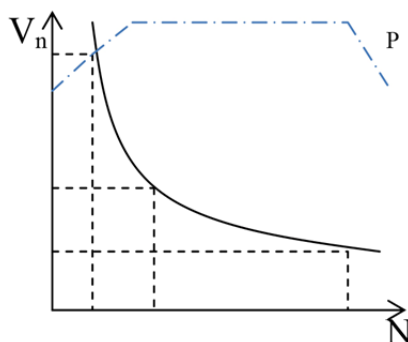
Private goods represent those goods which may be considered under property rights and fell under the laws of excludability and competition or challenge. Consequently, usage of the private good by one person excludes the possibility of consumption of this good by another person. [2]. Therefore, on the basis of this statement we may say that educational services do not belong to the pure private goods as consumption of these goods by one person may not exclude other people from this chain of consumption.

Public good has strongly marked external effect which spreads on the big number of consumers. Proceeding from that we may say that educational services by their nature are more close to the public goods than to private. Characteristics that define public good include: inseparability (no competition), what means ability of provision of the good to unlimited number of the consumers without changes in the costs and quality of the good; non-excludability which assumes impossibility of excluding of consumer from the number of recipients of public good (for example, for the non-payment for the service); impossibility of non-consumption of the service (if public good is presented than it is available for all the society members without any exception, regardless willing of consumption).

Herewith, the difficulty of identifying the educational service as a pure public good exists as well and consists from the matter that in a certain way excludability and competition are present during consumption of such services. Excludability resides in the average mark or formal requirements for students during the admission process to the higher educational institution. Competition resides in the limited quantity of the places in the higher educational institutions. Impossibility not to consume appears on the level of secondary education which is obligatory for the all children of school age.

Consequently, we may speak about the mixed nature of the educational services which on the different stages and in the different forms of occurrence acquire both elements of private and public goods.

Utility of consumption of such goods may be illustrated with the help of the following graph. (pic. 1)



Pic. 1. Effects of the usage of public good

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Where V_n – expenses for the maintenance of the good;
N – quantity of consumers of the good;
P – benefit received by every consumer.

Analysing the graph we may say that the benefit received with the small number of consumers of such good sometimes may exceed expenses of maintenance of such good. Thus individual education, even if may cost a lot, may bring the effectiveness which exceed these expenses. Herewith till exact number of students benefit will be more or less the same for every consumer of educational services. But after exceeding exact number of students benefit will decrease what is connected with impossibility of allocation of such services for indefinite number of consumers.

The task of state regulation is to find the optimal number of the consumers, which will hinder benefits from decreasing and the general effect would exceed expenses. This general effect appears also in the level of knowledge received by each student and in the general advantageous effect from the realization of that knowledge.

Herewith shouldn't be forgotten the nature of the educational services as a public good which has strongly pronounced external effect. External effect of public good very often appears like an effect from the influence of one member of the market or the process on the results of activity of another. Thus, educational services have several levels of external effects. First level – individual, means the quantity of benefits and pluses which receives an exact individual during the realization of his knowledge, skills and abilities received as a result of education. Second level – higher level benefits, which receives another object of the market activity (organization, region, country, field, etc.) from the realization of knowledge of exact individual. Thus, changes of the technology or improvement of any technological process has an influence not only on welfare of the individual which has realized his knowledge in this process but also on the welfare of organization or fields with the help of decreasing the expenses and increasing profit. Consequently, external effects of educational services are incontestable.

Correlatively with the theory of Swiss economists K. Wicksell and E. Lidal who in their works have analysed “ the effect of free-rider” what is consequence of the realization of pure public goods, educational services may not be classified as pure public goods.

In the scientific works there is met a point of view which classifies such mixed goods in the separate category. Thus, for example, in the works of Mustgrave R. is mentioned the term – merit goods – public goods which have pronounced an external effect. External effect may be combined with the excludable good of joint consumption. [1].

Therefore, mixed character of educational services both of private and public good assumes the existence of specific selection of the regulation tools including both market and state regulation.

The role of state on the market of educational services in the bigger way appear in the forming of the package of proposals as well as in the financing of the educational services.

In spite of the vast differentiation of the demand for the educational services all the consumers should be guaranteed with the volumes of the knowledge and quality of given service. It is being realized with the help of the special mechanism of the payment for these services, when exact consumer of the educational services does not need to cover the full cost. In every exact case is being covered only that part which consumer is ready to pay, the rest – is being paid in the different amounts by the rest of the students, state or other organizations. In practice the sum of all contributions should cover the costs of the resources which are necessary for the providing educational service. Therefore, the role of the state is to identify this balanced price which will satisfy all the members of the market of educational services.

Besides the participation in the financing, state takes the responsibility of many more functions connected with the market regulations on micro and macro levels. External parameters of macroeconomic environment are being detected through regulation of the tax system, stimulating of the development of allied markets, forming of the society relationship with institute of education, stimulation of birth rate, stimulating implementation of innovation in the economics and demand for the scientific research, increasing of the revenues of the population, decreasing of the level of inflation, increasing the level of availability of the crediting for education and etc.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

In practice stimulating on macro level is carried out throughout the stimulating of the educational sphere as a whole as a part of the economy system. Apart from this, state policy in the field of education should reside the image of education and level of correlation of the level of education and level of population incomes.

Macroeconomic regulation of the educational sphere includes: identifying of the strategic reference points and aims of the system's development, establishment of the general order of education's functioning and development, correlation between state and other forms of financing and etc. One of the most important instruments of educational field regulation aimed to assurance and guarantee of quality of education is accreditation system and licensing of the higher educational institutions' activity. Despite the common specific orientation these mechanisms may essentially differ in different countries.

Thus, in some countries of Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) is typical the procedure of licencing and receiving the unique obligatory document. Thus procedure is applied in Hungary, Germany, Greece, Israel, Spain, Canada, Mexico, Turkey, Finland, France, Check Republic, Chili, Estonia, South Korea (in whole 14 countries from 34 of OECD which is 41% of total quantity).

At the same time the procedure doesn't appear to be unified and in each country has its own special aspects. For example, in some countries, the permission is given for the start of educational activity as a whole, in another countries – permission for the running of exact study programs. In South Korea the right for running educational activity is given in accordance with study programs, mentioned in the licence. At the same time 8% of the countries of OECD has excluded from their practise the interference of the state in the activity of educational institutions. Thus in Slovenia, Slovakia and Australia the procedure of licencing, accreditation or any authorization documents do not exist.

In 18% of OECD countries are being used authorisation mechanisms for the running of educational activity, to the refer Belgium, UK, Netherlands, New Zealand, Sweden, Japan. This procedure consists from the maintaining the unique register of organisations, running educational activity. In 74% of OECD countries the permission for running of educational activity has the declarative character [4].

There are diverse licencing organisations in developed countries which may be powered by the state organs, public-professional associations, private organisations. Licences may be issued as a result of a common work of all these organisations. At the same time in some countries all the educational institutions are the subjects of the procedure of authorisation and in exact countries (Austria, UK, Island, Italy, Norway, Japan) the permission should be issued only for the private institutions.

At the same time, presence of such an authorisation supposes possibility of getting the state financing by the educational institutions a side from the form of property of this institution.

Therefore, for the developed countries different systems of state regulation are relevant but for the majority of countries policy of poor state interference is relevant. State policy of interference into the functioning of the educational services market has mixed character and appears on different levels. Presence of the general regulation identifies the necessity of using of the regulating instruments on the level of concrete organisation or institution. It appears through the regulation (thus, in some countries even certain individuals who would like to appear in study process are forced to make licencing, such as teachers, mentors, coaches) and through the financing of the institution and through the state order.

On the micro level regulation is being run through the forming of the state order package for the preparation of the specialists. Although this instrument is less popular than the others it has very fast effect. In this case state forms an order and appears like a buyer and consumer of the educational services. Apart from that, state forms minimum requirements for the activity of the educational institutions, such as infrastructure, formal requirements for the level of specialists' preparation and etc.

Indicative requirements for the educational institutions are: correspondence with the fire and physical safety, sanitary norms, presence of the materially-technical base and completeness of the staff.

But apart from that in some countries (Finland, Norway, Germany, Portugal, Spain) one of the most important criteria is viability of the creation of educational institution [4].

Besides that, regulation on the micro level may be espoused through attracting of the exact circle of professors. Thus in Norway and Japan is being licenced academic staff which means that for the teaching process may be admitted only licenced staff members, by the submission of a request. In this

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

case educational institutions define themselves candidates which will be approved from the list of the candidates who have the licence.

As it is seen from the examples, the practise of using of different regulating instruments shows that nowadays there cannot be a unique point of view regarding the scope of state influence, correlation of market and state instruments. A lot of researches have been dedicated to this problem. In the frames of these researches were made different approaches to estimate the rate of participation of the state and correlation of different instruments of educational sphere regulation. The reason of difficulty of identifying of such a correlation may be the absence of definite and unique point of view about the essence of the “educational service” concept and understanding the character of these services as goods. Such different position may be as well described by the cultural, historical and mental special aspects of educational system development in different countries.

Sufficiently interesting research about the role of the state in the functioning of the market of educational services is concentrated in the works of Polerovich V. and Popov V. where, on the basis of regressive analysis was characterised the dependence of the economic growth, might of the state institutes and democratisation of the society [3]. In the frames of this research were considered GDP per capita, the power of state institutes (calculated through the level of trust of population for the state institutes) and democratisation (as a rate of increase of democracy in the country). These researches point on a growth of shadow economy upon condition of weak state institutes and high rate of democratisation. In this case the quality of macroeconomic policy declines, influence of the state on economic process as a whole decreases.

Therefore, exactly the absence of effective regulation impact of state may provoke such negative phenomena like corruption, shadow economy in different spheres of public activities as well as in education [5, p. 5].

Consequently, the mechanisms of state regulation may be different but should exert an immense influence on the effectiveness of the market and quality of educational services which represents a sphere of turnover of the public goods.

Conclusions. The role of education in the modern economic system is rapidly growing what requires reconsideration of the rate of influence of state on the functioning of the market of educational services. The difficulty of economic nature of educational services requires an attentive examination of all the elements and factors of influencing on the methods of functioning of these services.

The ambivalent nature of educational services determines the necessity of the appliance of specific suit of regulation mechanisms which should include both instruments of market regulation and state management. Effective functioning of the educational system is possible only in case of correct unification of all these instruments and decreasing of all the negative effects. The provision of the development of education is possible only on the basis of the building of effective system of interconnection between market and state mechanisms.

References

1. Musgrave, R. & Alan T. Peacock (1994). *Classics in the theory of public finance*. London: Macmillan.
2. Tiebout Ch. M. (1956). A Pure Theory of Local Expenditures [Elektronnyi resurs]. *The Journal of Political Economy*. – Vol. 64, 5, 416-424. Retrieved from: https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall08/tiebout_1956.pdf.
3. Polterovich, V., & Popov, V. (n.d.). *Appropriate Economic Policies at Different Stages of Development*. Retrieved from: <http://www.rrojasdatabank.info/appropriate.pdf>.
4. Mezhdunarodnye praktiki primeneniya mekhanizmov litsenzirovaniya i akkreditatsii, ispolzuemye dlya gosudarstvennogo regulirovaniya v sfere obrazovaniya [The international practical works of licensing and accreditation mechanisms, which are used for the state regulation in the sphere of education]. (2015). *Byulleten o sfere obrazovaniya – Bulletin of the education sphere*, 3. Retrieved from: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/4974.pdf>. [in Russian].
5. Stiglits, Dzh. (1997). *Ekonomika gosudarstvennogo sektora [Economics of the public sector]*. Moscow: Infra-M. [in Russian].
6. The Ministry of Finance of the Russian Federation (n.d.) *Teoriya obshchestvennykh blag [The theory of public goods]*. Retrieved from: <http://geoims.com/teoreticheskie-osnovy-obshhestvennyx-finansov/teoriya-obshhestvennyx-blag>. [in Russian].

Література

1. Musgrave R. *Classics in the theory of public finance*. / Richard A. Musgrave, Alan T. Peacock. - London: Macmillan, 1994. - 267 p.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

2. Tiebout Ch. M. A Pure Theory of Local Expenditures [Електронний ресурс] / Charles M. Tiebout // The Journal of Political Economy. – 1956. – Vol. 64, No. 5. – pp. 416-424. – Режим доступу : https://www.unc.edu/~fbaum/teaching/PLSC541_Fall08/tiebout_1956.pdf.
3. Polterovich V. Appropriate Economic Policies at Different Stages Of Development [Електронний ресурс] / Victor Polterovich, Vladimir Popov. – Режим доступу : <http://www.rojasdatabank.info/appropriate.pdf>.
4. Международные практики применения механизмов лицензирования и аккредитации, используемые для государственного регулирования в сфере образования [Електронний ресурс] // Бюллетень о сфере образования. – 2015. – №3. – Режим доступу : <http://ac.gov.ru/files/publication/a/4974.pdf>.
5. Стиглиц Дж. Экономика государственного сектора / Дж. Стиглиц. – М.: Инфра-М, 1997. – 720 с.
6. Теория общественных благ. [Електронний ресурс] // Министерство Финансов РФ. - Режим доступу : <http://geoims.com/teoreticheskie-osnovy-obshhestvennyx-finansov/teoriya-obshhestvennyx-blag>.

Надійшла 20.08.2015

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 332.142.2

А. В. Холодницька, к. е. н., доцент**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОЇ ТА ГУМАНІТАРНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ
СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Анотація. Досліджено демографічні показники відтворення населення сільських населених пунктів, їх взаємозв'язок зі станом соціально-гуманітарної інфраструктури, розкрито проблеми формування соціальної та гуманітарної складової інфраструктури сільських поселень Чернігівської області та запропоновано альтернативні шляхи їх вирішення.

Ключові слова: сільські території, соціальна інфраструктура, гуманітарна інфраструктура, розвиток сільських територій.

А. В. Холодницкая, к. э. н., доцент**ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ И ГУМАНИТАРНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ
СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ ЧЕРНИГОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Аннотация. Исследованы демографические показатели воспроизводства населения сельских населенных пунктов, их взаимосвязь со состоянием социально-гуманитарной инфраструктуры, раскрыты проблемы формирования социальной и гуманитарной составляющей инфраструктуры сельских поселений Черниговской области и предложены альтернативные пути их решения.

Ключевые слова: сельские территории, социальная инфраструктура, гуманитарные инфраструктура, развитие сельских территорий.

A. V. Kholodnytska, Candidate of Economic Sciences, associate professor**INNOVATIVE DEVELOPMENT OF SOCIAL AND HUMANITARIAN INFRASTRUCTURE
OF CHERNIHIV REGION RURAL AREAS**

Abstract. The demographic index of reproduction rural areas population, their relationship with the state of social and humanitarian infrastructure are studied, the problems of formation the social and humanitarian component of the infrastructure of villages of Chernihiv region are explored, alternative ways of its solution are suggested.

Keywords: rural areas, social infrastructure, human infrastructure, rural areas development.

Актуальність теми дослідження. У зв'язку з поглибленням тенденцій урбанізації з кожним роком в Україні спостерігається загострення проблем розвитку соціальної та гуманітарної інфраструктури сільських територій. Це також обумовлено економічним, соціальним, культурним, духовним занепадом українського села, що є наслідком історичних процесів, природних передумов, а також недосконалої політики регіонального розвитку.

Постановка проблеми. Неналежне використання джерел саморозвитку та недостатня державна та регіональна підтримка сільських територій унеможливили їх інноваційний розвиток, що зумовило деградацію їх соціальної та культурної сфери. Все це відбувається на фоні стрімкого згортання сільськогосподарського та промислового виробництва, зростання рівня безробіття, зниження якості життя та зростання бідності. Все це обумовлює необхідність негайного вирішення вказаних проблем аби не допустити вимирання українського села.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питань розвитку сільських територій присвячені наукові розробки багатьох вітчизняних науковців, зокрема В. Борщевського, Т. Васильціва [5], С. Білої [4], О. Боднар, В. Лагодієнко [2], Т. Булах [1], О. Радченко [3] та інших.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Незважаючи на вагомий науковий на-

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

працювання щодо вирішення проблем соціальної та гуманітарної інфраструктури села, у вітчизняній літературі недостатньо ґрунтовно опрацьовані питання формування та підвищення ефективності економічних інструментів її інноваційного розвитку, особливо з урахуванням регіональної специфіки Чернігівщини.

Постановка завдання. Метою статті є розробка пропозицій щодо вирішення проблем розвитку соціальної та гуманітарної структури сіл Чернігівської області.

Викладення основного матеріалу. Виявлення та вирішення найгостріших проблем інноваційного розвитку соціальної та гуманітарної інфраструктури сільських територій на сучасному етапі є пріоритетним завданням.

Особливо це актуально за умов стрімкого демографічного скорочення чисельності населення області. За даними Головного управління статистики у Чернігівській області станом на 1 січня 2015 року проживає 1047,1 тис. осіб, в тому числі міське населення – 668,6 тис. осіб, сільське – 378,5 тис. осіб.

Питома вага населення, що проживає у міських та сільських поселеннях наведена на рис.1.

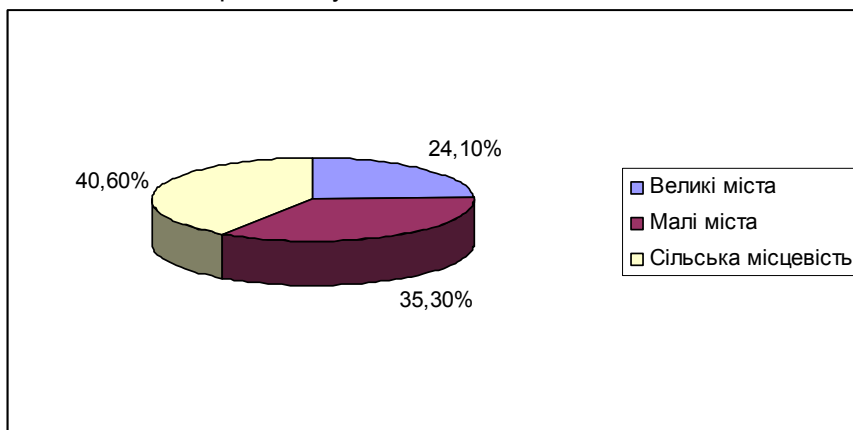


Рис.1. Розподіл населення Чернігівської області за місцем проживання у 2014 році

Найбільша частка населення області проживає у сільській місцевості - 40,6% та у малих містах – 35,3%, що ще раз підтверджує важливість соціальної та гуманітарної інфраструктури населених пунктів.

З кожним роком спостерігається скорочення чисельності сільського населення, про що свідчать дані таблиці 1.

Таблиця 1

Показники відтворення населення міського та сільського Чернігівської області за 2013-2014 рр.

Роки	Кількість народжених, осіб	Кількість померлих, осіб	Природний приріст (скорочення)	На 1000 наявного населення		
				Кількість народжених, осіб	Кількість померлих, осіб	Природний приріст (скорочення)
Міські поселення						
2013	6467	9343	-2876	9,5	13,7	-4,2
2014	6322	9747	-3425	9,3	14,3	-5,0
Сільська місцевість						
2013	3385	10566	-7181	8,7	27,2	-18,5
2014	3230	10577	-7347	8,5	27,8	-19,3

Наведені дані свідчать, що природне скорочення населення сільської місцевості у 2,5 рази перевищує аналогічний показник у міських поселеннях, а в розрахунку на 1000 осіб наявного населення ситуація виглядає ще гірше. З кожним роком скорочується рівень народжуваності та помітно зростає рівень смертності як сільського, так і міського населення. Так, у 2013 році спів-

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

відношення природного скорочення складало 18,5:4,2, а у 2014 році вже 19,3:5,0.

Така ситуація викликана багатьма чинниками, серед яких чільне місце займають демографічна криза, нерозвиненість сільської інфраструктури, відсутність робочих місць та інші. У більшості сіл області не створені необхідні культурно-побутові умови, низький рівень оплати праці, складне транспортне сполучення, низька якість доріг, неналежна система медичного обслуговування, а дитячі, освітянські, культурні заклади можуть бути створені у розрахунку на декілька сусідніх населених пунктів [6].

Не зважаючи на те, що розроблено ряд нормативних і програмних документів та завдань, які передбачають стимулювання інноваційного розвитку соціальної та гуманітарної інфраструктури українського села, на практиці вони не реалізуються через вкрай неефективні організаційно-економічні механізми та незадовільне фінансове забезпечення реалізації задекларованих пріоритетів [5].

Для початку з'ясуємо економічний зміст та відмінності соціальної та гуманітарної інфраструктури.

Соціальна інфраструктура сільських територій – це комплекс об'єктів (підприємств, організацій, установ господарського комплексу, а також фізичні об'єкти), що задіяні в обслуговуванні основних галузей виробничої сфери, сфери послуг, і забезпечують життєдіяльність територіальної громади, фізичних та юридичних осіб на території сільського поселення.

Гуманітарна інфраструктура сільських територій – це сукупність об'єктів (установ, підприємств, організацій, комунікаційних та освітніх центрів, мереж, матеріальних та нематеріальних об'єктів), які забезпечують особистісний (фізичний, культурний, духовний розвиток, освіту, у т. ч. самоосвіту) та інклюзію до суспільних процесів кожної окремої людини, яка є членом територіальної громади чи тимчасово перебуває на території сільського населеного пункту, а також сприяють забезпеченню високого рівня життя населення, формуванню людського та соціального капіталу [5].

Соціальна інфраструктура зорієнтована як на підприємства, організації, органи місцевої влади, так і на окремих фізичних осіб, а гуманітарна – безпосередньо на людину та формування суспільних взаємовідносин.

Гуманітарна інфраструктура охоплює заклади культури та дозвілля (бібліотеки, клуби, кіно-театри тощо), інституції для забезпечення особистісного розвитку (заклади освіти, самоосвіти та спорту, гуртки за інтересами), духовного розвитку (релігійні організації). Вона передбачає включення окремих осіб до суспільних процесів (громадських організацій, волонтерських центрів, інституцій для соціальної адаптації незахищених суспільних груп).

В Україні розроблені нормативно-правові акти, які передбачають формування та інноваційний розвиток соціальної інфраструктури сільських територій. Серед них варто розглянути Закон України «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві», Указ Президента України «Про Основні засади розвитку соціальної сфери села», Концепцію розвитку сільських територій.

Визначені згаданими загальнодержавними документами імперативи знайшли відображення і у Чернігівських регіональних цільових програмах. Розглянемо стан виконання деяких з них.

Серед усіх об'єктів гуманітарної інфраструктури найбільшу підтримку мали проекти розвитку інфраструктури загальної середньої освіти: побудова, реконструкція шкіл, підвищення рівня їх комфортабельності, забезпечення автотранспортом, комп'ютерною технікою тощо.

Майже три чверті шкіл знаходиться в сільській місцевості. Проблемним питанням є фінансування сільських шкіл в результаті різкого скорочення чисельності учнів. Як наслідок проводиться закриття окремих з них. Впровадження проекту «Шкільний автобус» дозволило забезпечити можливість об'єднання шкіл у розрахунку на декілька сіл. Частка учнів, які навчаються в них, станом на 1 вересня 2015 року становила 28,8%.

Недостатньою з погляду інноваційного розвитку соціальної інфраструктури сільських територій залишається ситуація з розвитком дошкільної освіти. Втім, є і досягнення, зокрема за час дії Обласної цільової програми розвитку дошкільної освіти на 2011-2017 роки відкрили свої двері для малят області 67 закладів сільської місцевості, в тому числі 21 навчально-виховний комплекс «загальноосвітній навчальний заклад-дошкільний навчальний заклад» [7].

У сільських поселеннях істотно зменшилася кількість інституцій позашкільного виховання. Це підтверджується тим, що у багатьох сільських школах немає жодного гуртка художньо-

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

естетичного виховання, відсутні заклади художньої, музичної освіти, значно скоротилася мережа спортивних гуртків.

Більшість сільських дітей не відвідують інституції позашкільної освіти, або ж вимушені їздити до райцентрів, дорога до яких ускладнена поганою транспортною інфраструктурою та браком часу у зв'язку із збільшенням навчального навантаження програм шкільної освіти.

У рамках обласної цільової довгострокової програми «Мистецька освіта Чернігівщини на 2011-2025 рр.» станом на 1 січня 2015 року мережа шкіл естетичного виховання становить 39 шкіл, з них – 20 дитячих музичних шкіл, 17 шкіл мистецтв, 1 дитяча хореографічна школа, 1 художня школа. Мистецькі навчальні заклади мають 66 філій та класів, в тому числі 46 – у сільській місцевості.

Програма фінансової підтримки громадських організацій фізкультурно-спортивного спрямування Чернігівської області на 2012-2016 роки сприяла залученню сільського населення до занять фізичною культурою і спортом, формування серед населення здорового способу життя. ФСТ «Колос провела «Обласні сільські спортивні змагання на «Краще спортивне село Чернігівщини 2014» серед сільських та селищних рад, присвячені XXII-м зимовим Олімпійським іграм та Дню працівника сільського господарства» із загальною кількістю учасників 179 осіб.

Масовим фізкультурно-оздоровчим та спортивним заходом серед сільського населення в 2014 році було проведення XXI обласних сільських спортивних ігор Чернігівщини 2014 серед районних організацій ВФСТ «Колос» АПК України [7].

Соціальна інфраструктура сіл потребує значних капіталовкладень, оскільки залишається незадовільним стан транспортної, складської, комунікаційної інфраструктури, якість якої у переважній більшості сільських населених пунктів не відповідає нормативним вимогам.

Втім, аналіз стану соціальної інфраструктури сільських територій показав покращення окремих кількісних показників соціально-побутової складової щодо обладнання сільських населених пунктів водогонями, газопостачанням, каналізацією.

Так, наприклад, за сприяння Чернігівського обласного Фонду підтримки індивідуального житлового будівництва селяни області ввели в експлуатацію 512 житлових будинків, 226 підсобних господарських приміщень, придбали 185 житлових будинків або квартир, спорудили 780,6 км вуличних газопроводів і водогонів, газифікували 5446 садиб та забезпечили водопостачанням 125 сільських домогосподарств.

У результаті реалізації заходів Програми «Власний дім» очікуються позитивні зрушення в розбудові соціальної сфери села, закріплення молоді в сільській місцевості та вирішення значного кола інших економічних і соціальних проблем.

Особливо гострою для західних областей залишається проблема інноваційного розвитку транспортної інфраструктури.

Державна та регіональна політика щодо розвитку медичного забезпечення сільських поселень є недостатньо ефективною. У селах гострою залишається проблема доступності медичного обслуговування. Багато селян не в змозі своєчасно отримати кваліфіковану медичну допомогу, фельдшерські пункти працюють не у кожному селі, не розвинута система аптек, більшість сіл області не мають навіть кваліфікованих медичних працівників. На даний час ця проблема все ще залишається невирешеною.

Незадовільним є також сучасний стан мережі культурної інфраструктури сільських територій (музеїв, об'єктів культурної спадщини, будинків культури, клубів тощо).

Багато історико-архітектурних пам'яток перебувають у незадовільному стані, потребують реставрації чи оновлення. Самостійно фінансувати утримання таких об'єктів сільські територіальні громади не мають змоги через бідність сільських бюджетів. Тому архітектурні пам'ятки та заклади культури продовжують занепадати та руйнуватися.

Осередками розвитку людського капіталу на сільських територіях є релігійні громади, чисельність яких поступово розширюється. Власним коштом селяни формують церковні приходи, запрошують священників, допомагають утримати об'єкти релігійної інфраструктури.

Церкви стають центрами поширення духовної літератури, впливаючи на формування світогляду сільських мешканців, суб'єктами сприяння соціальної інклюзії представників різних соціальних груп: людей похилого віку, осіб з фізичними та розумовими вадами, ув'язненими тощо [5].

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

Певною мірою занепад освітньо-культурної інфраструктури на сільських територіях (бібліотек, кінотеатрів, клубів) компенсується доступом сільських мешканців до електронних інформаційних мереж, зокрема Інтернету, завдяки залученню мережі мобільних операторів.

Висновок. Аналіз сучасного стану та потенціалу інноваційного розвитку соціальної та гуманітарної інфраструктури Чернігівської області свідчить, що незважаючи на покращення окремих показників соціальної та гуманітарної інфраструктури, загальна ситуація залишається незадовільною; реалізація більшості цільових програм у цьому напрямку є недостатньо ефективною. Переважна більшість об'єктів соціальної та гуманітарної інфраструктури сільських поселень у незадовільному стані, потребують значних інвестицій. Бюджетне фінансування соціальної та гуманітарної інфраструктури все ще здійснюється за залишковим принципом, що зумовлює їх низьку ефективність, постійний дефіцит коштів на утримання, збереження, відновлення та інноваційний розвиток.

Отже, розвиток соціальної та гуманітарної інфраструктури сільських територій на сучасному етапі має стати одним із пріоритетних напрямів реалізації державної та регіональної соціально-економічної політики, а також дієвим важелем підвищення трудового потенціалу жителів села та забезпечення належних стандартів життя населення.

Література

1. Булах Т. М. Соціальний розвиток як чинник подолання депресивності села / Т. М. Булах // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 3. – С. 225-228.
2. Лагодієнко В. Вплив соціально-економічного розвитку села на рівень життя сільського населення регіону / В. Лагодієнко, О. Боднар // Економіст. – 2012. – № 2. – С. 50–51.
3. Радченко О. Д. Формування державної політики бюджетної підтримки сільських територій / О. Д. Радченко // Економічні науки (Серія — Облік і фінанси. – Випуск 9 (33). – Ч. 3. – 2012. – С. 17–26.
4. Регіони України у післякризовий період: ризики та перспективи розвитку: аналіт. доп. / за ред. С. О. Білої. – К. : НІСД, 2011. – 104 с.
5. Стратегічні пріоритети та механізми інноваційного розвитку сільських територій західного регіону України : [монографія] / За ред. д. е. н. В. В. Борщевського, д. е. н. Т. Г. Васильціва. – Львів : Аверс, 2014. – 176 с.
6. Холодницька А. В. Пріоритетні напрями функціонування АПК та соціально-економічної інфраструктури в контексті сталого розвитку сільських територій Чернігівської області Розвиток національної економіки: теорія і практика / А. В. Холодницька, І. І. Кичко // матер. міжнар. наук.- практ. конф., 3-4 квітня 2015 року, м. Івано-Франківськ.– Тернопіль : Крок, 2015. - С. 287-289.
7. Чернігівська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://cg.gov.ua/index.php?id=163372&tp=0>.

References

1. Bulakh, T. M. (2012). Sotsialnyi rozvytok yak chynnyk podolannya depresyvnosti sela [Social development as a factor in overcoming the village depression]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini - Formation of market relations in Ukraine*, 3, 225-228 [in Ukrainian].
2. Lahodiienko, V., & Bodnar, O. (2012). Vplyv sotsialno-ekonomichnoho rozvytku sela na riven zhyttia silskoho naselennia rehionu [The impact of socio-economic development of the village on the living standards of the rural population of the region]. *Ekonomist - Economist* 2, 50–51 [in Ukrainian].
3. Radchenko, O. D. (2012). Formuvannia derzhavnoi polityky biudzhetnoi pidtrymky silskykh terytorii [Formation of public policy budget support of rural areas]. *Ekonomichni nauky. Seriya — Oblik i finansy - Economics. Series - Accounting and Finance*, 9 (33), 3, 17–26 [in Ukrainian].
4. Bila, S. O. (Ed.). (2011). *Rehiony Ukrainy u pislakrizovyi period: ryzyky ta perspektyvy rozvytku: analit. dop. [Regions of Ukraine in the post-crisis period: risks and prospects of development: analytical report]*. Kyiv: NISD [in Ukrainian].
5. Borshchevskiy, V. V., & Vasytsiva, T. H. (Eds.). (2014). *Stratehichni priorytety ta mekhanizmy innovatsiynoho rozvytku silskykh terytorii zakhidnoho rehionu Ukrainy: [monohrafiia] [Strategic priorities and mechanisms of innovative development of rural areas in Western Ukraine: monograph]*. Lviv: Avers [in Ukrainian].
6. Kholodnytska, A. V., & Kychko, I. I. (2015). Priorytetni napriamy funktsionuvannia APK ta sotsialno-ekonomichnoi infrastruktury v konteksti staloho rozvytku silskykh terytorii Chernihivskoi oblasti Rozvytok natsionalnoi ekonomiky: teoriia i praktyka [The priority directions of functioning of agro-industrial complex and socio-economic infrastructure in the context of sustainable development of Chernihiv region rural areas. Development of the national economy: theory and practice]. (287-289 pp.). Proceedings from: *mizhnar. nauk.- prakt. Konf m. Ivano-Frankivsk - International Scientific Practical Conferences in Ivano-Frankivsk*. Ternopil: Krok. [in Ukrainian].
7. Chernihivska oblasna derzhavna administratsiia [Chernihiv Regional State Administration]. (n.d.). *cg.gov.ua* Retrieved from: <http://cg.gov.ua/index.php?id=163372&tp=0>. [in Ukrainian].

Надійшла 12.08.2015

ІННОВАЦІЇ

УДК 001.89

О. В. Абакуменко, д. е. н., професор,
Л. О. Коваленко, к. е. н., професор,
Н. А. Марченко, к. е. н., доцент

РОЛЬ БІЗНЕС-ІНКУБАТОРІВ У АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Анотація. У статті висвітлюються питання складових механізму національної інноваційної системи, місця бізнес-інкубаторів у цьому механізмі; проблеми створення академічних бізнес-інкубаторів у навчальних закладах та переваги їх функціонування; ролі академічного бізнес-інкубатора у розвитку малого і середнього бізнесу; складові майбутнього успіху учасників бізнес-інкубатора та критеріїв їх оцінки.

Ключові слова: інновації, інноваційна інфраструктура, бізнес-ідеї, бізнес-інкубатори, академічні бізнес-інкубатори.

О. В. Абакуменко, д. е. н., професор,
Л. О. Коваленко, к. е. н., професор,
Н. А. Марченко, к. е. н., доцент

РОЛЬ БИЗНЕС-ИНКУБАТОРОВ В АКТИВИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ

Аннотация. В статье освещаются вопросы составляющих механизма национальной инновационной системы, места бизнес-инкубаторов в этом механизме; проблемы создания академических бизнес-инкубаторов в учебных заведениях и преимуществах их функционирования; роли академического бизнес-инкубатора в развитии малого и среднего бизнеса; составляющие будущего успеха участников бизнес-инкубатора и критериев их оценки.

Ключевые слова: инновации, инновационная инфраструктура, бизнес-идеи, бизнес-инкубаторы, академические бизнес-инкубаторы.

O. V. Abakumenko, Doctor of Economic Sciences, professor,
L. O. Kovalenko, Candidate of Economic Sciences, professor,
N. A. Marchenko, Candidate of Economic Sciences, associate professor

**THE ROLE OF BUSINESS INCUBATORS IN ACTIVATION
THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF COUNTRY**

Abstract. The article highlights the issue of the mechanism components of the national innovation system, place of business incubators in this mechanism; problems of creation the academic business incubators in educational establishments and benefits of their functioning; the role of academic business incubator in the development of small and medium enterprises; components of future success of the business incubator members and the criterion of its evaluation.

Keywords: innovation, innovation infrastructure, business ideas, business incubators, academic business incubators.

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах стрімкого поширення інформації, старіння технологій відбувається доволі швидкими темпами, а на економічне зростання впливає не лише обсяг накопиченого капіталу, а й обсяг накопичених знань. Тому підвищення конкурентоспроможності економіки країни залежить від ефективності використання національної бази знань та розвитку національної інноваційної системи.

Постановка проблеми. Однією з організаційних форм підтримки бізнесу, розробки і впровадження інновацій, що набуває широкого поширення в економічно розвинутих країнах, є бізнес-

ІННОВАЦІЇ

інкубатори. Особливо важливим питанням розвитку такої форми організації інновацій стало для України в умовах дестабілізації економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема створення та ефективного функціонування бізнес-інкубаторів в останні роки досліджується багатьма вітчизняними науковцями: Н. В. Доценко, І. І. Продановою, Е. М. Роговою, С. М. Серьогіним, М. В. Сорокою, О. І. Соскіним, В. В. Третьяком, Н. І. Чухрай. Однак у більшості досліджень не звертається уваги на участь академічних навчальних закладів у розвитку бізнес-інкубаторів у національному економічному просторі.

Мета даної статті полягає у розкритті механізму підтримки інноваційної діяльності в Україні за участі бізнес-інкубаторів на основі активного залучення студентської молоді.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах бізнес-інкубатори як локомотиви впровадження прогресивних бізнес-ідей та різного роду інновацій стали невід'ємною частиною економік розвинених країн.

За Третьяком В. В. [1], головними елементами національної інноваційної системи є: наука (система генерації та поширення знань), інноваційний сектор виробництва, освіта, орієнтована на підготовку висококваліфікованих спеціалістів, інноваційна інфраструктура, механізми підтримки інноваційної діяльності (Рис. 1).

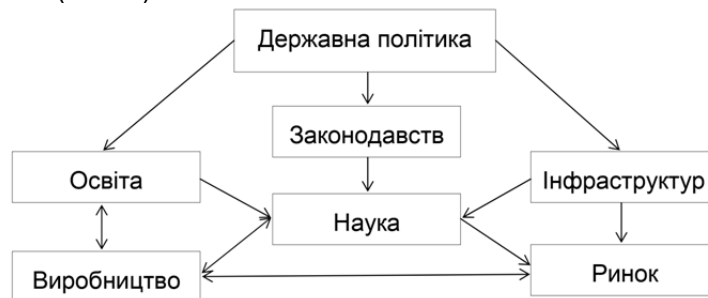


Рис. 1. Головні елементи національної інноваційної системи

Тобто, національна інноваційна система передбачає сукупність взаємопов'язаних організацій, які безпосередньо здійснюють виробництво та комерційну реалізацію наукових знань, технологій, а також комплекс правових, фінансових і соціальних інститутів, які забезпечують функціонування інноваційних структур.

Головним показником, що дозволяє стежити за станом інноваційних процесів та їх результативністю у всьому світі, є Глобальний індекс інновацій (Global Innovation Index, GII), який публікується починаючи з 2007 року. У 2014 році у дослідженні показників інноваційного розвитку приймали участь Міжнародна бізнес-школа INSEAD, Корнельський університет та Всесвітня організація інтелектуальної власності.

Дослідження GII у 2014 р. охопило 143 країни, на які припадає 92,9% світового населення та 98,3% світового ВВП [2]. Глобальний інноваційний індекс розраховувався на основі двох допоміжних індексів – Умови інноваційної діяльності (Innovation Input Sub-Index), до складу якого входять: інститути, людський капітал та дослідження, інфраструктура, розвиненість ринку та розвиненість бізнесу; та Результати інноваційної діяльності (Output Sub-Index), який враховує рівень знань та технологій, результати креативної діяльності. Усього при розрахунку індексу використовувалася 81 показник.

Україна у 2014 році посіла 63 місце зі значенням індексу 36,3, тоді як значення Innovation Input Sub-Index склало 38,2 (88 місце), а Output Sub-Index – 34,4 (46 місце). При цьому перші два показники виявились більшими у всіх сусідніх країн, і лише за результатами інноваційної діяльності Україна випереджає Польщу та Білорусь (табл. 1).

Важливим елементом інфраструктури національної інноваційної системи є бізнес-інкубатори. Процес бізнес-інкубування являє собою комплекс заходів, спрямованих на підтримку новостворюваних суб'єктів малого бізнесу, допомогу у формуванні та реалізації їх короткострокової стратегії та досягненні бажаного підприємницького результату.

ІННОВАЦІЇ

В Україні на сьогоднішній день статус бізнес-інкубаторів та комплексу послуг, які вони можуть надавати, законодавчо не визначені, що породжує значну кількість підходів до їх тлумачення.

Таблиця 1

Значення глобального інноваційного індексу у 2014 році

Глобальний інноваційний індекс			Innovation Input Sub-Index			Output Sub-Index		
№	Країна	Індекс	№	Країна	Індекс	№	Країна	Індекс
1	Швейцарія	64,8	1	Сінгапур	73,6	1	Швейцарія	63,1
2	Велика Британія	62,4	2	Гонконг	68,6	2	Нідерланди	57,7
3	Швеція	62,3	3	Велика Британія	68,2	3	Швеція	57,1
4	Фінляндія	60,7	4	США	67,9	4	Велика Британія	56,5
5	Нідерланди	60,6	5	Фінляндія	67,5	5	Люксембург	54,9
6	США	60,1	6	Швеція	67,5	6	Фінляндія	53,8
7	Сінгапур	59,2	7	Швейцарія	66,4	7	США	52,3
8	Данія	57,2	8	Канада	66,3	8	Німеччина	51,7
9	Люксембург	56,9	9	Данія	65,5	9	Ісландія	51,3
10	Гонконг	56,8	10	Австралія	64,6	10	Мальта	50,3
35	Угорщина	44,6	40	Польща	47,3	29	Угорщина	42,2
37	Словаччина	44,6	41	Угорщина	47,0	30	Молдова	42,1
43	Молдова	40,7	43	Словаччина	46,7	38	Словаччина	37,0
45	Польща	40,6	56	Росія	43,8	44	Румунія	34,8
49	Росія	39,1	65	Румунія	41,4	45	Росія	34,5
55	Румунія	38,1	70	Білорусь	40,5	46	Україна	34,4
58	Білорусь	37,1	80	Молдова	39,4	48	Польща	34,0
63	Україна	36,3	88	Україна	38,2	50	Білорусь	33,7

Джерело: за даними globalinnovationindex.org

У ст. 14 Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» бізнес-інкубатори вказані серед об'єктів інфраструктури підтримки малого й середнього підприємництва разом з бізнес-центрами, науково-технологічними центрами, центрами трансферу технологій, фондами підтримки малого підприємництва, лізинговими компаніями, консультативними центрами, іншими підприємствами, установами та організаціями, основним завданням яких є сприяння розвитку малого й середнього підприємництва [3].

У створенні бізнес-інкубаторів доволі часто зацікавлені вищі начальні заклади. Академічні інкубатори підприємництва – це структури, створені на громадських засадах у науково-освітніх закладах за сприяння місцевої влади та іноземних організацій з метою підтримки розвитку малого підприємництва в регіоні. Їх діяльність забезпечується на паритетній та регулярній основі, базується на принципах соціального партнерства, співпраці працівників органів місцевого самоврядування, об'єднань підприємців, громадських і профспілкових організацій працівників недержавного сектору економіки [4].

У Законі України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» вказується про можливість створення академічного бізнес-інкубатора [5]. Проте, чіткі визначення понять «академічне підприємництво» та «академічний бізнес-інкубатор» у чинних нормативних документах відсутні.

Академічний бізнес-інкубатор може бути механізмом заохочення як науковців та студентів, так і підприємців. Студенти та наукові співробітники отримують змогу комерціалізувати власні ідеї та результати досліджень, а підприємці-початківці можуть отримати допомогу у правильно-му юридичному оформленні прав на ідею, розробленні технологічного та фінансового плану її доведення до промислового випуску продукції, отримати доступ до приміщень та необхідного обладнання. Тобто формування бізнес-інкубаторів у вищих навчальних закладах сприяє активізації академічного середовища разом із формуванням нової підприємницької культури.

При створенні академічного бізнес-інкубатора навчальний заклад має на меті кілька цілей (табл. 2) [6].

Найчастіше бізнес-інкубатори надають наступні послуги:

ІННОВАЦІЇ

- допомога в бізнес-плануванні, оцінка ризиків діяльності, аналіз ринкового середовища, розробка маркетингової програми;
- юридичне оформлення та участь в управлінні проектом на початковому етапі;
- надання в оренду офісних та виробничих приміщень;
- консультації з оподаткування, бухгалтерського обліку, юридичних та інших питань;
- допомога в початковому фінансуванні, пошук інвесторів та партнерів;
- проведення конференцій, презентацій, тренінгів, семінарів, навчальних курсів;
- організація зустрічей з інвесторами, підприємцями, представниками влади та місцевого самоврядування;
- надання доступу до бази даних роботодавців та грантодавців.

Таблиця 2

Цілі навчального закладу при створенні бізнес-інкубатора

Економічні	Науково-технологічні	Освітні	Соціально-політичні
- концентрація ресурсів для наукових досліджень; - оновлення матеріальної бази навчального процесу; - зростання позабюджетних коштів.	- розвиток інноваційних технологій; - проведення фундаментальних досліджень; - проведення прикладних досліджень; - бенчмаркінг.	- отримання студентами новітніх знань; - поширення знань, навичок та інноваційних технологій навчання; - передача знання шляхом корпоративного навчання; - працевлаштування випускників.	- формування іміджу університету як рушійної сили регіональної інноваційної системи; - отримання соціальної підтримки від регіональної спільноти.

Можливим є створення студентського бізнес-інкубатора, який, на відміну від класичного, орієнтується здебільшого на навчання та надання консалтингових послуг. Його місією є виховання ініціативного покоління, професійно грамотних, творчо мислячих підприємців з активною життєвою позицією і бажанням добитися успіху.

Зацікавленими сторонами проекту створення студентського інноваційного інкубатора є: студенти, які є носіями бізнес-ідей; підприємницькі об'єднання, бізнес-спілки; прогресивні компанії; суспільство; держава. В якості сервісних компаній можуть виступати: професорсько-викладацький склад ВНЗ, індивідуальні підприємці, що мають відповідну кваліфікацію та реєстраційні документи, венчурні фонди, представництва різних міжнародних організацій (рис. 2) [7].

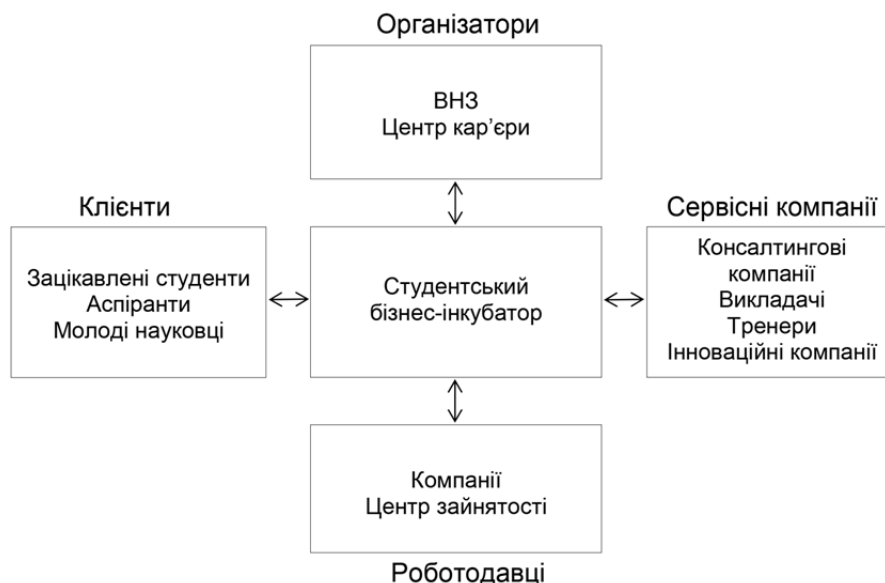


Рис. 2. Модель взаємодії зацікавлених учасників студентського бізнес-інкубатора

ІННОВАЦІЇ

Бізнес-інкубатор може приймати участь у підвищенні ефективності малих підприємств як самостійно, так і в ролі складового елементу системи розвитку малого бізнесу. Інкубатор дає змогу молодим підприємцям набути необхідних знань, навичок та допомагає у подоланні бюрократичних та ринкових перешкод на початковому етапі становлення бізнесу.

Діяльність бізнес-інкубаторів у зарубіжних країнах є досить ефективною. За різними даними, від 70 до 80% випускників інкубатора існують ще мінімум 3 роки, в той час як приблизно 3/4 неінкубованих компаній припиняють існування у перші 1,5 роки. За офіційною статистикою США, близько 87% компаній-початківців, які починали розвиток в бізнес-інкубаторах, досягли успіху та залишились на ринку, а 84% компаній залишились працювати в тій сфері, в якій вони отримували підтримку [10].

Україна має великий потенціал діяльності бізнес-інкубаторів, зокрема академічних, що не лише сприятиме розвитку малого підприємництва, а й буде невід'ємною складовою національної інноваційної системи (рис. 3).

Світовий досвід розвитку та функціонування бізнес-інкубаторів доводить ефективність їх використання для вирішення ряду важливих завдань та проблем, серед яких:

- оздоровлення економічної активності регіонів, розвиток внутрішніх ринків, диверсифікація регіонів;
- зростання кількості малих і середніх підприємств, підвищення їх життєздатності, і відповідно розширення податкової бази;
- зростання рівня зайнятості та рівня життя;
- більш повне використання ресурсів регіонів, включаючи трудові, виробничі, технологічні, природні та ін.;
- підвищення інноваційної активності бізнесу;
- створення та зміцнення зв'язків між малим бізнесом та іншими секторами економіки (великий бізнес, державний, фінансовий сектор та ін.), а також міжрегіональних та міжнародних зв'язків.

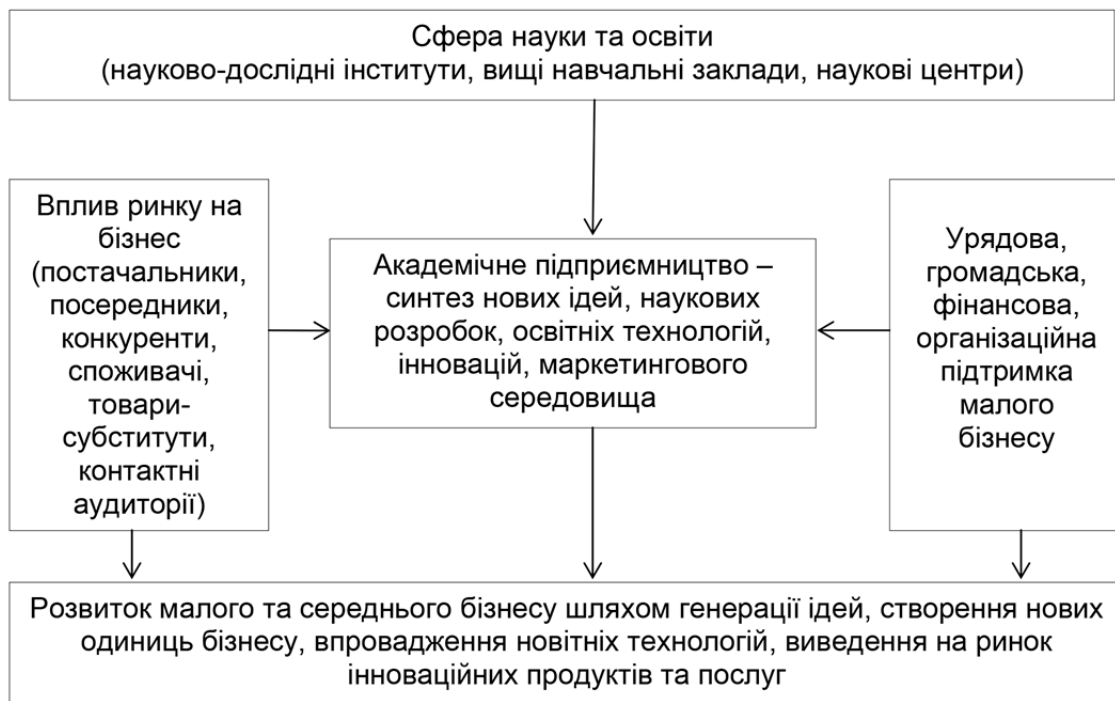


Рис. 3. Роль академічного бізнес-інкубатору у розвитку малого бізнесу

ІННОВАЦІЇ

При цьому успіх функціонування бізнес-інкубатора на певній території буде визначатися низкою факторів (табл. 3) [11].

Таблиця 3

Фактори успішного функціонування бізнес-інкубатора

Фактор успіху	Сутність
Консолідація	Співпраця місцевої влади, науковців, малих підприємців і недержавних організацій
Синергізм	Формування регіональної системи інновацій, створення спільних проектів декількома територіальними одиницями
Мотивація	Чітке розуміння потреби осередку інновації для міста та інформаційна робота з ключовою аудиторією
Маркетинг	Використання всіх функцій маркетингу, а перш за все – аналіз потреб міста, його конкурентних переваг, сильних і слабких сторін з метою вибору правильної спеціалізації осередку інновації
Інформаційні технології	Дозволяють спростити і зробити маловидатковим процес управління системою, з одного боку, і забезпечити доступ до інформації та сервісів більшій кількості користувачів – з другого
Фінансова підтримка	З боку місцевої влади, держави, приватного бізнесу, венчурних і благодійних фондів, міжнародних організацій
Інвестиційний клімат	Створення сприятливого правового та економічного клімату, дотримання прав інвесторів
Професійні кадри	Кваліфіковані проектні менеджери допомагають створювати успішні інновації та бізнеси
Орієнтація на результат	Досягнення цілей і обсягів відповідно до розробленого бізнес-плану

Партнерами академічного бізнес-інкубатора зазвичай виступають:

- місцеві органи влади, які надають йому статус бізнес-інкубатора та забезпечують підтримкою, якщо виникають певні проблеми;
- банки та інші кредитні установи, що є джерелом залучення інвестицій новоствореного бізнесу;
- об'єднання підприємців, що впливають на формування економічної політики, визначають пріоритети та перспективи розвитку економіки регіону;
- наукові установи та вищі навчальні заклади, що сприяють залученню нових кадрів підприємців, висококваліфікованих фахівців, а також установ для проведення навчання і перепідготовки працівників компанії, налагодження ділових контактів, обміну досвідом, знаннями [12].

Важливе значення має вдалий відбір учасників бізнес-інкубатора та правильна оцінка складових їх майбутнього успіху: бізнес-ідеї, команди і ринкового потенціалу (рис. 4) [15].

На думку Чухрай Н. І., недостатній розвиток вітчизняного академічного підприємництва пов'язаний з наступними проблемами:

1. Виконувати завдання доводиться в умовах майже повної відсутності державної підтримки.
2. Проблеми, пов'язані із оподаткуванням діяльності (фактично невігодно виконувати роботи науково-дослідницького характеру в університетах).
3. Проблеми, пов'язані зі специфікою організації закупівель та фінансування операцій (особливості роботи з Казначейством, необхідність проведення тендерів). Здійснення всіх розрахунків через Казначейство, обґрунтування необхідності закупівлі обладнання, проведення тендерів часто стають причиною відмови потенційних замовників від співпраці зі структурами університету. Сприятливіші економічні умови, гнучкість та мобільність у стосунках з клієнтами сприяють розвитку приватних компаній і дають їм змогу пропонувати вигідні умови роботи та гідну оплату праці.
4. Синдром «виготовлено не тут»: краще купити за кордоном, ніж замовляти в Україні (втрата довіри, комплекс меншовартості).
5. Нерозвиненість і непрозорість вітчизняного ринку. Через несформоване інституціональне середовище, низькі стандарти корпоративного управління, слабкий ринок капіталу, недостатній захист прав інтелектуальної власності, високу частку тіньової економіки на перший план вихо-

ІННОВАЦІЇ

дять дещо інші, ніж у традиційних ринкових відносинах, чинники успіху бізнесу. За таких умов істотна роль відводиться зв'язкам, партнерству, родинним відносинам, лобіюванню інтересів, фаворитизму, іншим неринковим інструментам ведення конкурентної боротьби.



Рис. 4. Складові майбутнього успіху учасників бізнес-інкубатора та критерії їх оцінки

6. Недосконалість правового поля щодо поділу власності на інновацію. Ще один аспект відносин академічного підприємця та ВНЗ – право на використання наукової розробки. Доволі важко чітко розмежувати, що є власністю університету, а що – підприємця, адже більшість нових наукових результатів науковці отримують під час виконання держбюджетних тем, чи в межах робочого часу, вже оплаченого роботодавцем.

7. Висока завантаженість науковців викладацькою роботою. Цілеспрямований розвиток власного бізнесу вимагає великих часових затрат і, як наслідок, знижує якість викладацької та наукової роботи, що, зрозуміло, не схвалює керівництво ВНЗ [16].

ІННОВАЦІЇ

Таким чином, незважаючи на значний потенціал вітчизняного академічного підприємництва, подальший розвиток та успішне функціонування бізнес-інкубаторів є неможливим без розроблення національної стратегії їх популяризації та впровадження дієвої системи підтримки малого та середнього підприємництва, формування нової підприємницької культури та збільшення зацікавленості молоді у веденні власного бізнесу, вдосконалення законодавчої бази, підвищення прозорості ринку, забезпечення фінансової підтримки з боку держави та приватних інвесторів.

Висновки. Бізнес-інкубатори є ефективною формою організації впровадження інновацій в економіці в цілому та підтримки розвитку малого і середнього бізнесу. Дестабілізація вітчизняної економіки потребує потужного поштовху для своєї реабілітації, яка можлива саме шляхом підтримки і утворення такої організаційної форми. Особливої уваги потребує культивування академічних бізнес-інкубаторів, створення яких дасть змогу підняти рівень підприємницької культури у країні, збільшити кількість підприємців, знизити рівень безробіття та залучити широке коло ініціативної молоді до розвитку національної економіки.

Література

1. Третьяк В. В. Национальная инновационная система как основа экономики инновационного типа [Електронний ресурс] / Третьяк В. В. – Режим доступу : <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45477/23-Tretyak.pdf?sequence=1>.
2. Global Innovation Index 2014 Conceptual Framework [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=framework>.
3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22 березня 2012 № 4618-17 [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.
4. Академічний бізнес-інкубатор: організаційно-методичне забезпечення впровадження інновацій : практич. посіб. / за заг. і наук. ред. С. М. Серьогіна. – Дніпропетровськ : Принта, 2013. – 120 с.
5. Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні : Закон України від 5 лютого 1993 № 2998-XII [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>.
6. Рогова Е. М. Бизнес-инкубаторы как элементы системы технологического трансфера российских университетов [Електронний ресурс]. / Е. М. Рогова – Режим доступу : http://www.zdes.spbu.ru/content/2014/SEBC_publications/Rogova.pdf.
7. Доценко Н. В. Засоби підвищення життєздатності інноваційних процесів [Електронний ресурс]. / Н. В. Доценко. – Режим доступу : <http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/REKS/2014/REKS214/Dotsenko.pdf>.
8. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 № 1556-VII [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page5>.
9. Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися навчальними закладами, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності : Постанова від 27.08.2010 № 796 [Електронний ресурс]. / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/796-2010-%D0%BF>.
10. Куфтырев И. Г. Международный инкубатор университета Мэриленда [Електронний ресурс]. / И. Г. Куфтырев. – Режим доступу : <http://www.int.unn.ru/files/2013/08/06.pdf>.
11. Матвійчик-Соскіна Н. Практика діяльності бізнес-інкубаторів на базі інформаційних технологій: досвід європейських країн. / Н. Матвійчик-Соскіна // Шляхи впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку в українських містах. – К. : Інститут трансформації суспільства, 2008. – 64 с.
12. Сорока М. В. Маркетингове забезпечення діяльності академічних бізнес-інкубаторів як осередків малого бізнесу [Електронний ресурс]. / М. В. Сорока. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12306/1/022_Marketingove%20zabezpech_159_166_706.pdf.
13. Академический бизнес инкубатор. Опыт Польши [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://inventure.com.ua/news/world/akademicheskij-biznes-inkubator-opyt-polshi>.
14. Соловійов В. І. Теоретичні основи функціонування бізнес-інкубаторів [Електронний ресурс]. / В. І. Соловійов. – Режим доступу : http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/7_1.pdf.
15. Проданова І. І. Особливості створення, становлення та розвитку бізнес-інкубатора в Івано-Франківській області [Електронний ресурс]. / І. І. Проданова. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoa_2013_23_20.pdf.
16. Чухрай Н. І. Академічне підприємництво за кордоном та в Україні [Електронний ресурс]. / Н. І. Чухрай. – Режим доступу : http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12705/1/068_Akadem%D1%96chne%20p%D1%96dpr%D1%94m_448_458_714.pdf.

References

1. Tretyak, V. V. (n.d.). *Natsionalnaya innovatsionnaya sistema kak osnova ekonomiki innovatsionnogo tipa [The national innovation system as a basis of economy of innovative type]*. Retrieved from: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/45477/23-Tretyak.pdf?sequence=1>. [in Russian].
2. Global Innovation Index 2014 Conceptual Framework (2014). www.globalinnovationindex.org Retrieved from: <https://www.globalinnovationindex.org/content.aspx?page=framework>.

ІННОВАЦІЇ

3. Supreme Council of Ukraine (2012). *Pro rozvytok ta derzhavnu pidtryмку maloho i serednoho pidpriemnytstva v Ukraini : Zakon Ukrainy vid 22 bereznia 2012 # 4618-17* [On the development and the state support of small and medium business in Ukraine: Law of Ukraine of March 22, 2012 # 4618-17]. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>. [in Ukrainian].
4. Serohin, S. M. (Ed.). (2013). *Akademichniy biznes-inkubator: orhanizatsiino-metodychne zabezpechennia vprovadzhenia innovatsii : prakt. posib.* [Academic Business Incubator: organizational and methodological support of innovation implementation: practical guidances]. Dnipropetrovsk: Prynta [in Ukrainian].
5. Supreme Council of Ukraine (1993). *Pro spriannia sotsialnomu stanovlenniu ta rozvytku molodi v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 5 liutoho 1993 # 2998-KhII* [On promotion of social formation and youth development in Ukraine: law of Ukraine on February 5, 1993 # 2998-XII]. Retrieved from: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>. [in Ukrainian].
6. Rogova, E. M. (2014). *Biznes-inkubatory kak elementy sistemy tekhnologicheskogo transfera rossiyskikh universitetov* [Business-incubators as the elements of the technology transfer system of Russian universities]. Retrieved from: http://www.zdes.spbu.ru/content/2014/SEBC_publications/Rogova.pdf. [in Russian].
7. Dotsenko, N. V. (n.d.). *Zasoby pidvyshchennia zhyttiezdatsnosti innovatsiinykh protsesiv* [Means of increasing the viability of innovative processes]. Retrieved from: <http://www.khai.edu/csp/nauchportal/Arhiv/REKS/2014/REKS214/Dotsenko.pdf>. [in Ukrainian].
8. Supreme Council of Ukraine (2014). *Pro vyshchu osvitu: Zakon Ukrainy vid 01.07.2014 # 1556-VII* [On higher education: the law of Ukraine of 01.07.2014 # 1556-vii]. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18/page5>. [in Ukrainian].
9. Cabinet of Ministers of Ukraine (2010). *Pro zatverdzhennia pereliku platnykh posluh, yaki mozhut nadavatysia navchalnymy zakladamy, insnymy ustanovamy ta zakladamy systemy osvity, shcho nalezhat do derzhavnoi i komunalnoi formy vlasnosti : Postanova vid 27.08.2010 # 796* [On approving the list of paid services that may be provided by educational establishments, other institutions and educational institutions of educational system, which belong to the state and municipal ownership: Decree of 27.08.2010 # 796]. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/796-2010-%D0%BF>. [in Ukrainian].
10. Kufyrev, I. G. (n.d.). *Mezhdunarodnyy inkubator universiteta Merilenda* Retrieved [University of Maryland International Incubator]. Retrieved from: <http://www.int.unn.ru/files/2013/08/06.pdf>. [in Russian].
11. Matviichuk-Soskina, N. (2008). *Praktyka diialnosti biznes-inkubatoriv na bazi informatsiinykh tekhnolohii: dosvid yevropeiskykh krain.* [The practice of business incubators activity on the basis of information technologies: the experience of European countries]. *Shliakhy vprovadzhenia innovatsiino-investytsiinoi modeli rozvytku v ukrainskykh mistakh - The ways of implementation the innovative-investment model of development in Ukrainian cities.* Kyiv: Institute of Society Transformation [in Ukrainian].
12. Soroka, M. V. (n.d.). *Marketynhove zabezpechennia diialnosti akademichnykh biznes-inkubatoriv yak osередkiv maloho biznesu* [Marketing support of academic business-incubators activities as a cell of small business]. Retrieved from: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12306/1/022_Marketingove%20zabezpech_159_166_706.pdf. [in Ukrainian].
13. Akademicheskyy biznes inkubator. Opyt Polshi [Academic Business Incubator. Experience of Poland]. (n.d.). *inventure.com.ua* Retrieved from: <https://inventure.com.ua/news/world/akademicheskij-biznes-inkubator-opyt-polshi>. [in Russian].
14. Soloviov, V. I. (n.d.). *Teoretychni osnovy funktsionuvannia biznes-inkubatoriv* [Theoretical basis of functions the business incubators]. Retrieved from: http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/7_1.pdf. [in Ukrainian].
15. Prodanova, I. I. (2013). *Osoblyvosti stvorennia, stanovlennia ta rozvytku biznes-inkubatora v Ivano-Frankivskii oblasti* [Features of creation, formation and development of a business-incubator in Ivano-Frankivsk region]. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nznuoa_2013_23_20.pdf. [in Ukrainian].
16. Chukhray, N. I. (n.d.). *Akademichne pidpriemnytstvo za kordonom ta v Ukraini* [Academic entrepreneurship abroad and in Ukraine]. Retrieved from: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/12705/1/068_Akadem%D1%96chne%20p%D1%96dpri%D1%94m_448_458_714.pdf [in Ukrainian].

Надійшла 10.09.2015

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

УДК 334

Л. В. Боярчук, аспірант

**СОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЗАЙНЯТОСТІ:
АДАПТАЦІЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ДО РЕАЛІЙ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Анотація. В статті розглянуті основні форми сорсингу, як варіанти управління діяльністю підприємства з метою скорочення витрати коштів на ведення кадрового обліку та адміністрування, скорочення часу на пошук кваліфікованого персоналу та утримання цінних співробітників на їх робочих місцях, використання праці працівників без введення у постійний штат, вирішення проблем, пов'язаних із заповненням «неактуальних» вакансій, зниження правової відповідальності за персонал, відсутності проблеми зайвої плинності кадрів, оптимізації штатного розпису, використання спрощеної системи оподаткування, підвищення інвестиційної привабливості, підвищення зайнятості.

Ключові слова: аутсорсинг, аутстафінг, бодішопінг, краудсорсинг, косорсинг, аутплейсмент.

Л. В. Боярчук, аспірант

**СОРСИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЗАНЯТОСТИ:
АДАПТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА К РЕАЛИЯМ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ**

Аннотация. В статье рассмотрены основные формы сорсинга, как варианты управления деятельностью предприятия с целью сокращения расхода средств на ведение кадрового учета и администрирования, сокращения времени на поиск квалифицированного персонала и удержания ценных сотрудников на рабочем месте, использованием труда работников без введения в постоянный штат, решением проблем, связанных с заполнением «неактуальных» вакансий, снижением правовой ответственности за персонал, отсутствием проблемы лишней текучести кадров, оптимизации штатного расписания, использованием упрощенной системы налогообложения, повышением инвестиционной привлекательности, повышению занятости.

Ключевые слова: аутсорсинг, аутстафинг, бодिशопинг, краудсорсинг, косорсинг, аутплейсмент.

L. V. Boiarchuk, Postgraduate student

**SOURCING AS INSTRUMENT OF INCREASE EMPLOYMENT:
ADAPTATION OF FOREIGN EXPERIENCE TO THE REALITIES UKRAINIAN ECONOMY**

Abstract. The article describes the main forms of sourcing as an options for management of the enterprise to reduce the cost of funds for maintenance personnel management and administration, to reduce the time searching for qualified personnel and to retain valuable employees at their workplace, the employment of workers without putting into permanent staff, solving problems related to the completion of «irrelevant» job, to reduce legal liability for personnel, the absence of excessive staff turnover, to optimize staffing, using the simplified taxation system, increase investment attractiveness, increases of employment.

Keywords: outsourcing, autstafing, bodishoping, crowdsourcing, kosorsing, outplacement.

Актуальність теми дослідження. Для успішного функціонування національної економіки необхідне запровадження нових способів управління персоналом, тобто сорсингу. Сорсинг має багато форм, які стали досить популярними в США, Швеції, Німеччині та Франції а саме: аутсорсинг, аутстафінг, бодішопінг, краудсорсинг, косорсинг, аутплейсмент. Але застосування кожно-

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

го з них потребує поглибленого наукового та організаційного обґрунтування з метою скорочення можливих ризиків.

До таких можливих ризиків можна віднести:

- зниження ефективності праці персоналу підприємства;
- втрата персоналом необхідних знань і досвіду реалізації функцій, які передаються при застосуванні сорсингу;
- можлива недоброчесність сорсера;
- виникнення форс-мажорних обставин або банкрутства сорсера;
- можливі суттєві втрати, пов'язані з необхідністю термінового пошуку нових партнерів або необхідності розпочати самостійно виконувати функції, які раніше виконував сорсер, за відсутності необхідних знань і досвіду через тривале користування послугами сторонніх спеціалістів замість навчання своїх;
- загроза інформаційній безпеці підприємства;
- втрата контролю над власними ресурсами, відсторонення керівництва від певної сфери діяльності компанії, внаслідок чого воно може почати приймати неадекватні рішення;
- у разі підвищення цін на послуги, що надаються сорсерами, вартість функцій, що передана на сорсинг, може перевищити її внутрішню собівартість, що обумовить неефективність використання такої концепції.

У зв'язку з цим хотілося б згадати слова Генерального директора автомобільної корпорації General Motors Альфреда П. Слоуна: «Прийняття ділового рішення вимагає великої підготовчої роботи, пошуку та перевірки фактів і обставин, що стосуються технологій, ринку та інших, настільки ж мінливих аспектів бізнесу». У наш час бурхливий технічний прогрес змушує вести пошук фактів постійно, які підкреслюють необхідність пошуку нових способів управління.

Постановка проблеми. Ефективність діяльності підприємств у сучасних економічних умовах залежить від способу розподілу праці, зменшення безробіття та вміння організувати власний бізнес не тільки самих суб'єктів господарювання, а й управління трудовими ресурсами та їх зайнятостю на регіональному і національному рівні. Найбільш популярними інструментами вирішення цих питань є аутсорсинг, аутстафінг, бодішопінг, косорсинг та аутплейсмент, які являють собою передачу виконання окремих бізнес-процесів стороннім виконавцям.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченням інструментів управління персоналом підприємств займаються вітчизняні і зарубіжні вчені, серед яких М. Бані [1], М. Леджнігер [2], Е. Пелкінгтон [3], Л. Домінгез [4], Т. Лисенко [5], О. Дідух [6, 7], Дж. Брайан Хейвуд [8], Г. Партин [9], І. Седікова [10], Т. Васильківська [11], Ю. Герасимчук [12], К. Богун [13], К. Горова [14], Л. Першко [16], А. Саїнчук [17] та багато інших. Але детального вивчення потребують наслідки застосування сорсингу як інструменту управління персоналом та підвищення зайнятості в реаліях економіки України.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Серед перерахованих форм сорсингу в Україні найбільш використовуваним є аутсорсинг та аутстафінг. Всі інші види практично не застосовуються або застосовуються, але не зовсім в тому напрямі. Наша мета представити основні види сорсингу та їх позитивні і негативні наслідки застосування для підприємств України незалежно від форми власності та організаційної побудови.

Постановка завдання. Проаналізувати основні форми сорсингу з метою визначення перспективності їх застосування на вітчизняних підприємствах та виявлення недоліків застосування.

Виклад основного матеріалу. Незадовільний стан національної економіки, висока ціна управлінських помилок потребують ретельних підходів до вирішення таких питань, як виживання підприємств на існуючому ринку, економія фінансових ресурсів на виплату заробітної плати та кваліфікованим працівником, який може швидко і якісно виконувати свою роботу, зниження безробіття. Постійно перебуваючи під таким економічним тиском підприємствам необхідно вміти ефективно організувати свій бізнес, а це можливо за рахунок зниження постійних поточних витрат при збереженні раніше досягнутого високої якості вироблених товарів або наданих послуг. Тому виникає необхідність застосування нових способів управління підприємством, так зване застосування сорсингу. Зауважимо, що поняття «сорсинг» слід розглядати як упорядкований

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

процес, що охоплює всі види діяльності підприємства, які входять до циклу закупок, починаючи від розробки специфікації продукту і до отримання готових товарів і послуг та їх оплати. Взагалі існує досить велика кількість форм сорсингу, основні з яких ми представили в табл. 1.

Тобто, використання різних форм сорсингу має значні переваги, але існують і недоліки, так як поняття сорсинг та його форм у законодавстві України відсутні і відповідно регулюватися трудові відносини можуть тільки за аналогією з нормами закону.

Відповідно учасниками сорсингових послуг є: система сорсингових компаній та підприємства. Об'єктом сорсингу виступають вузькоспеціалізовані фахівці, бізнес-функції, бізнес-процеси та підрозділи підприємства. Тому схему використання сорсингу як інструменту підвищення зайнятості ми пропонуємо зобразити як сукупність блоків, що включають основні елементи управління та необхідні зв'язки між цими елементами (рис. 1).

Таблиця 1

Переваги та недоліки застосування різних форм сорсингу в Україні

Форми сорсингу	Переваги	Недоліки
1	2	3
Аутсорсинг - передача традиційних неключових функцій організації зовнішнім виконавцям - аутсорсерам, субпідрядникам, висококваліфікованим фахівцям сторонньої фірми.	Сприяє зростанню рентабельності бізнесу. Дозволяє скоротити витрати на обслуговування бізнес-процесів. Дає можливість концентрувати всі зусилля на основному бізнесі. Дає можливість залучити чужий досвід.	Має загрозу недотримання конфіденційності. Не передбачена трудовим законодавством України форма трудових відносин.
Аутстафінг - вивід персоналу за штат компанії-замовника і оформлення його у штат компанії-провайдера (співробітники, формально працевлаштовані в компанії-провайдера, але в той же час виконували свої обов'язки на попередньому місці роботи).	Зниження комплексу ризиків діяльності персоналу. Економія ресурсів підприємства. Економія на створенні власного відділу кадрів. Рациональне використання трудових ресурсів підприємства. Підвищення продуктивності праці та якості продукції. Оптимізація оподаткування. Повна зайнятість та вища ймовірність забезпечення роботою. Можливість попрацювати на різних підприємствах та здобути додатковий досвід. Вища ймовірність постійного працевлаштування. Соціальна захищеність. Можливість користування інфраструктурою роботодавця.	Відсутність нормативно-правової бази. Висока вартість у випадку аутстафінгу незначної кількості працівників. Проблеми збереження комерційної таємниці. Проблеми дотримання трудової дисципліни позаштатними працівниками. Психологічні проблеми та зниження мотивації працівників. Зміна запису в трудовій книжці, що може спричинити проблеми в подальшому працевлаштуванні чи отриманні пільг за роботу у шкідливих умовах. Можливість втрати соціальних пільг, якими користується основний колектив. Можливість звільнення без вихідної допомоги.
Бодішопінг - будується на людях, які не виробляють аутсорсинговий продукт, а безпосередньо ним є (торгівля працівниками ІТ-індустрії).	Рекрутинг та одночасна суборенда робочого простору. Фірма не прагне нарощувати додану вартість	Компанія не несе ніякої відповідальності за терміни і результати виконання роботи. Відсутність спеціалізації та особливої концепції. Обов'язкова необхідність знання англійської мови. Не передбачена трудовим законодавством України форма трудових відносин.

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

1	2	3
Краудсорсинг - (від англ. crowdsourcing, crowd - «натовп» і sourcing - «використання ресурсів») - передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти, без укладання трудового договору).	Ефективний спосіб вирішення проблем Робота з об'єднаннями практиків Зниження прямих витрат (розробка і просування товару). Швидкий пошук рішень. Можливість отримати нестандартні рішення. Лояльність співробітників і клієнтів. Ефективний інструмент спілкування і взаємодії. Отримання визнання і нагороди. Можливість саморозвитку. Персональне і кар'єрне зростання Контакт з однодумцями. Пряма взаємодія з «власником» проблеми.	Можливість недобросовісних дій зі сторони замовника. Не передбачена трудовим законодавством України форма трудових відносин.
Косорсинг - вибір досить великих компаній на користь технологій, які складають стратегічні чи тактичні переваги компанії, є досить популярними і використовуваними в стінах компанії.	Можливість використання роботи експертів в різних галузях. Доступ до передових технологій.	Важко зрозуміти замовнику всю систему зсередини. Не передбачена трудовим законодавством України форма трудових відносин.
Інсорсинг - передача проекту працівникові або відділу всередині компанії замість того, щоб найняти зовнішнього виконавця або компанію для виконання цієї роботи.	Освоєння нових видів діяльності. Підприємство повинно мати можливість залучення нових клієнтів за рахунок розширення діяльності Підприємство повинно володіти необхідними ресурсами і потенціалом для зростання і розвитку, щоб забезпечити залучення висококваліфікованих фахівців.	Слабка економічна зацікавленість дочірньої або афілійованої структури в підвищенні ефективності діяльності Не передбачена трудовим законодавством України форма трудових відносин.
Аутплейсмент - своєрідна програма реальної підтримки (комплекс заходів, який повинен зробити процес звільнення працівників більш «м'яким», згладити негативні наслідки, що включають в себе психологічну підтримку та консультування звільнених працівників, допомогу їм у подальшому працевлаштуванні за рахунок коштів колишнього роботодавця)	Збереження позитивного іміджу підприємства. Збереження сприятливого психологічного та морального клімату на підприємстві. Підтримка лояльності співробітників. Запобігання подання судових скарг від звільнених працівників. Шанс, що ваш працівник піде працювати на конкурентів. Інформованість про трудову біографію працівника. Можливість співробітництва з працівниками які були раніше звільнені.	Деякі співробітники можуть не оцінити турботу колишнього роботодавця та спричинити загрозу репутації підприємства. Виконання обов'язків з реалізації програми може затягнутися на невизначений час, що збільшить додаткові витрати підприємства. Можливість відмови звільненого працівника співпрацювати за програмою аутплейсмента. Відсутність впевненості в працевлаштуванні робітника.

Джерело: систематизовано автором на основі [7, 8, 12, 15].

Слід зазначити, що завдяки задоволенню потреб підприємств у фахівцях, яких надає сорсингова компанія, учасники сорсингових відносин отримують конкретний результат – підвищення зайнятості, підвищення ефективності і організаційної стійкості роботи підприємства, скорочення витрат на ведення кадрового обліку та адміністрування, скорочення часу на пошук кваліфікованого персоналу.

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

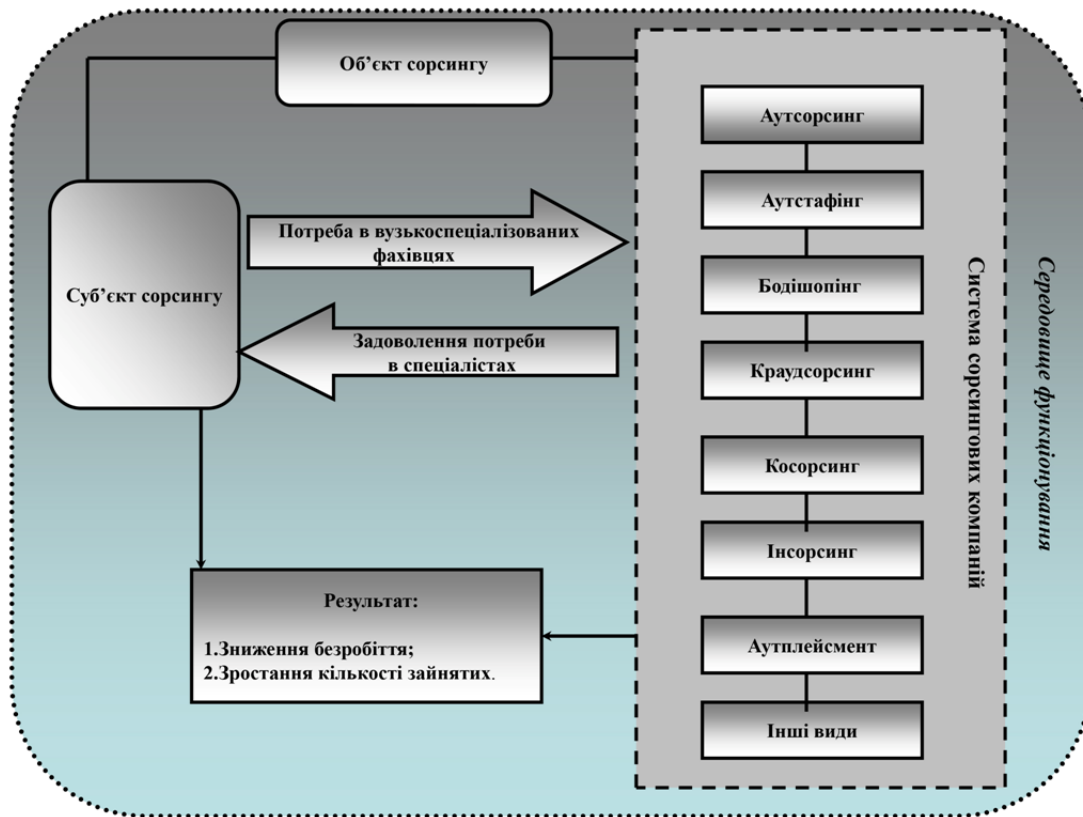


Рис.1. Схема використання сорсингу як інструменту підвищення зайнятості
Джерело: розроблено автором.

На сьогодні практика ведення бізнесу виробила і успішно використовує в рамках існуючого законодавства наступні форми сорсингових послуг:

- зовнішнє джерело (outsourcing) - в цьому випадку компанія-замовник передає яку-небудь зі своїх функцій компанії-виконавцю.
- виведення персоналу зі штату (outstaffing) - в цьому випадку аутсорсер не підбирає співробітників, а оформляє у себе вже наявний персонал компанії-замовника.
- лізинг персоналу (staff leasing) - схема, при якій компанія-виконавець надає фахівців, які знаходяться в її штаті компанії-замовнику на відносно тривалий термін - від декількох місяців до декількох років.

Компанії користуються загальними правилами і принципами договірної зобов'язання, а також нормами закону, які максимально відповідають суті предмета правовідносин. У відповідності до статей Цивільного кодексу України, сторони правовідносин вільні в укладенні договору, виборі контрагента та визначенні умов договору. Це означає, що сторони договору визначають зміст договору на свій розсуд та можуть включати елементи різних видів зобов'язань (укладають змішаний договір).

Найбільш розповсюдженим видом зобов'язання є надання послуг, але при цьому необхідно, щоб договір містив всі істотні умови для даного виду договору слід використовувати термінологію, передбачену законодавством України, і вказувати дозвільний документ також важливо правильно оформляти підтверджуючі документи про надані послуги. Необхідно також вказувати, які саме звіти готуватиме компанія, яке програмне забезпечення буде при цьому використовувати. Така конкретизація повинна повністю відповідати специфіці діяльності замовника. Також в дані договори необхідно обов'язково передбачити розділ про якість надання послуг, гарантії та показники ефективності роботи виконавця, відповідальність сторін за невиконання показників. Слід

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

зазначити, що на сьогодні при замовленні послуг (виконання робіт) відповідальність розподіляється неоднаково. Хоча не варто забувати і про відповідальність замовника. У цьому випадку якість послуг пов'язана з діловою репутацією компанії як роботодавця. Крім того, необхідно дізнатися якомога більше інформації про саму компанію, існування на ринку, її клієнтів, плинність кадрів. В разі якщо підприємство-сорсер відмовляється надати інформацію про себе відповідно йому є що приховувати [16].

Висновок. Зі збільшенням числа співробітників, які працюють за одним з видів сорсингу, як персонал, так і підприємство мають певні переваги:

1) працівники мають можливість виконувати свої функціональні обов'язки вдома за вільним графіком, приросту продуктивності, економії на оренді офісної площі та інших об'єктів;

2) підприємство може отримати доступ до більш широкого кола заявників (наприклад, праця людей з обмеженими можливостями), збільшення мотивації персоналу, можливість знайти персонал поблизько замовника.

Але існують і певні недоліки:

1) моніторинг продуктивності можуть виникнути труднощі з управлінням працівників і контролем за їх роботою;

2) можливе погіршення навичок працівників та якості роботи;

3) вартість роботи;

4) врахування стандартів з охорони здоров'я та техніки безпеки та потреб працівників із обмеженими можливостями;

5) проблеми з розвитком персоналу - складність з підвищенням кваліфікації персоналу;

6) ризик інформаційної безпеки;

7) збільшення телекомунікаційних витрат;

8) зниження морального духу персоналу - важко підтримувати командний дух, коли співробітники працюють в різних місцях;

9) недосконалість законодавчої бази.

Але слід мати на увазі, що бізнес потребує не тільки прийняття виважених рішень, а і своєрідну творчу ініціативу пошуку раціональних методів ведення бізнесу, враховуючи інертність економічного простору з метою пошуку оптимальних (нових) варіантів господарювання. Оскільки за словами відомого управлінця Альфреда П. Слоуна: «Найбільш реальні гострі відчуття, які пропонує життя - це створення, будівництво, розвиток чогось корисного. Занадто часто ми не в змозі визнати і віддати належне творчому духу. Це той дух, який створює свою роботу». Тобто в практичній діяльності підприємств їх керівникам не слід використовувати тільки консервативні методи управління, а їм не боятися експериментувати, враховуючи гостру конкуренцію на внутрішньому ринку.

Таким чином, нами було теоретично обґрунтована можливість використання різних форм сорсингу як інструменту підвищення зайнятості та можливості їх адаптації до реалій економіки України.

Література

1. Bani M. Crowdsourcing Democracy: The Case of Icelandic Social Constitutionalism / Marco Bani // *Politics and Policy in the Information Age*. - Springer, 2012. - 19 p.

2. Leighninger M. Citizenship and Governance in a Wild, Wired World / Matt Leighninger // *National Civic Review*. - 2011. - 100 (2). - p. 20-29.

3. Pilkington E. Avaaz faces questions over role at centre of Syrian protest movement [Електронний ресурс]. / Ed Pilkington // *The Guardian*. - 2012. - March, 2. - Режим доступу : <http://www.theguardian.com/world/2012/mar/02/avaaz-activist-group-syria>.

4. Dominguez L. The manager's step-by-step guide to outsourcing / Linda Dominguez. - McGraw-Hill, New York, 2006. - 226 p.

5. Лисенко Т. І. Передумови виникнення та перспективи застосування аутсорсинг як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємства / Т. І. Лисенко // *Економічний вісник університету*. - 2010. - №14. - С. 85-92.

6. Дідух О. В. Сутність аутсорсинг та перспективи його застосування в Україні/ О. В. Дідух // *Економічний простір*. - 2011. - №54. - С.173-182.

7. Дідух О. В. Аналіз ефективності використання аутсорсинг у господарській діяльності підприємств / О. В. Дідух // *Львівська політехніка*. - 2012. - № 739. - С. 82-87.

8. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг: в пошуках конкурентних переваг; пер. с англ. / Дж. Брайан Хейвуд. - М.: Вільямс, 2004. - 176 с.

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

9. Партин Г. О. Система показників оцінювання ефективності впровадження і реалізації аутсорсингових операцій / Г. О. Партин, О. В. Дідух // Економіка сьогодення: актуальні питання та перспективи: Збірник наукових праць. - 2013. - №2. - С. 11-22.
10. Седікова І. О. Інноваційні методи управління підприємствами зерно продуктового під комплексу / І. О. Седікова // Бізнес-інформ. - 2013. - №1. - С.114-117.
11. Васильківська Т. В. Аутсорсинг як метод оптимізації організаційної структури / Т. В. Васильківська // Відповідальна економіка. - 2012. - Вип. 4. - С. 87-90.
12. Герасимчук Ю. Історичний розвиток аутсорсинг, переваги та можливості, ризики аутсорсинг / Ю. Герасимчук // збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». - 2013. - Вип. 23-24. - С. 284-291.
13. Богун К. В. Оптимізація бізнес-процесів суб'єктів господарювання різних секторів економіки міста / К. В. Богун // Економіка будівництва і міського господарства. - 2012. - №1. - Т.8. - С. 51-58.
14. Горова К. О. Визначення поняття аутсорсинг в сучасних умовах глобалізації та віртуалізації економіки / К. О. Горова // Бізнес-інформ. - 2011. - №3. - С. 63-70.
15. Аутсорсинг: надежды и реалии (Инсорсинг) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.iemag.ru/analytics/detail.php?ID=20533>.
16. Першко Л. О. Аутсорсинг і інсорсинг в управлінні інтегрованим формуванням / Л. О. Першко // Збірник наук.праць Національного університету державної податкової служби. - 2011. - №1. - С. 449-455.
17. Сاینчук А. О. Порівняльний аналіз інструментів в проектах реструктуризації / А.О. Сاینчук // Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр. - Луганськ: вид-во СНУ ім.В. Даля,2011. - №2 (38). - С. 123-129.
18. Боярчук Л. В. Аутсорсинг як інструмент підвищення ефективності роботи національних підприємств / Л. В. Боярчук // Матеріали конференції Імперативи розвитку України в умовах глобалізації: Тези доповідей та виступів ІV Міжнародної науково-практичної конференції. - 2012. - С. 113-114.

References

1. Bani, M. (2012). *Crowdsourcing Democracy: The Case of Icelandic Social Constitutionalism. Politics and Policy in the Information Age*. Springer.
2. Leighninger, M. (2011). Citizenship and Governance in a Wild, Wired World. *National Civic Review*, 100 (2), 20-29.
3. Pilkington, E. (2012). *Avaaz faces questions over role at centre of Syrian protest movement. The Guardian*. Retrieved from: <http://www.theguardian.com/world/2012/mar/02/avaaz-activist-group-syria>.
4. Dominguez, L. (2006). *The managers step-by-step guide to outsourcing*. New York: Mcgraw-Hill.
5. Lysenko, T. I. (2010). Peredumovy vynykennia ta perspektyvy zzastosuvannia autsorsynh yak instrumentu pidvyshchennia konkurentospromozhnosti pidpryemstva [Prerequisites of appearance and prospects of use the outsourcing as a tool to enhance the competitiveness of enterprises]. *Ekonomichnyi visnyk universytetu - Economic Bulletin of the University*, 14, 85-92 [in Ukrainian].
6. Didukh, O. V. (2011). Sutnist autsorsynh ta perspektyvy yoho zastosuvannia v Ukraini [The essence of outsourcing and prospects of its use in Ukraine]. *Ekonomichnyi prostir - Economic space*, 54, 173-182 [in Ukrainian].
7. Didukh, O. V. (2012). Analiz efektyvnosti vykorystannia autsorsynh u hospodarskii diialnosti pidpryemstv [The analysis of the efficiency of outsourcing use in the business activity of enterprises]. *Lvivka politekhnika - Lviv Polytechnic* 739, 82-87 [in Ukrainian].
8. J. Brian, Heywood (2001). *The Outsourcing Dilemma: The Search for Competitiveness*. Financial Times, Prentice Hall.
9. Partyn, H. O., & Didukh, O. V. (2013). Systema pokaznykiv otsiniuvannia efektyvnosti vprovadzhennia i realizatsii autsorsynhovykh operatsii [The system of indicators of assessment the effectiveness of the implementation and realization of outsourcing operations]. *Ekonomika siodennia: aktualni pytannia ta perspektyvy: Zbirnyk naukovykh prats - The today economy: the actual issues and perspectives: Collection of Scientific Papers*, 2, 11-22 [in Ukrainian].
10. Sedikova, I. O. (2013). Innovatsiini metody upravlinnia pidpryemstvamy zerno produktovoho pid kompleksu [Innovative methods of business management of grain subcomplex]. *Biznes-inform - Business-Inform*, 1, 114-117 [in Ukrainian].
11. Vasylykivska, T. V. (2012). Autsorsynh yak metod optymizatsii orhanizatsiinoi struktury [Outsourcing as a method of optimization the organizational structure]. *Vidpovidalna ekonomika - Responsible economy*, 4, 87-90 [in Ukrainian].
12. Herasymchuk, Yu. (2013). Istorychnyi rozvytok autsorsynh, perevahy ta mozhlyvosti, ryzyky autsorsynh [Historical development of outsourcing, benefits and opportunities, the risks of outsourcing]. *Zbirnyk naukovykh prats DETUT. Seria «Ekonomika i upravlinnia» - Proceedings of the State Economic and Technological University of Transport: The series "Economics and Management"*, 23-24, 284-291 [in Ukrainian].
13. Bohun, K. V. (2012). Optymizatsiia biznes-protseviv subiektiv hospodariuvannia riznykh sektoriv ekonomiky mista [Optimization of business processes of business entities of different sectors of the city economy]. *Ekonomika budyvnytstva i miskoho hospodarstva - Civil engineering and architecture*, 1, vol.8, 51-58 [in Ukrainian].
14. Horova, K. O. (2011). Vyznachennia poniattia autsorsynh v suchasnykh umovakh hlobalizatsii ta virtualizatsiia ekonomiky [The definition of outsourcing concept in the current context of globalization and virtualization of the economy]. *Biznes-inform - Business-Inform*, 3, 63-70. [in Ukrainian].
15. Outsourcing: nadezhdy i realii (Insorsing) [Outsourcing: Hopes and Realities (insourcing)].(n.d.). www.iemag.ru Retrieved from: <http://www.iemag.ru/analytics/detail.php?ID=20533>. [in Russian].
16. Pershko, L. O. (2011). Autsorsynh i insorsynh v upravlinni intehrovanykh formuvanniam [Outsourcing and Insourcing in the management of integrated formation]. *Zbirnyk nauk.prats Natsionalnoho universytetu derzhavnoi podatkovoi sluzhby - Proceedings of the National University of the State Tax Service of Ukraine*, 1, 449-455 [in Ukrainian].
17. Sainchuk, A. O. (2011). Porivniialnyi analiz instrumentiv v proektakh restrukturyzatsii [Comparative analysis of tools in restructuring projects]. *Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva: Zb.nauk.pr. - Project management and development of*

ЕКОНОМІКА ПРАЦІ

production: Collection of scientific papers, 2 (38), 123-129. Lugansk: publishing house of Vladimir Dal Eastern European National University [in Ukrainian].

18. Boiarchuk, L. V. (2012). Outsorsynh yak instrument pidvyshchennia efektyvnosti roboty natsionalnykh pidpriemstv [Outsourcing as a tool to improve the efficiency of domestic enterprises]. Proceedings from: IV International Scientific Conference: Imperatyvy rozvytku Ukrainy v umovakh hlobalizatsii: Tezy *dopovidei ta vystupiv* - *The imperative of development of Ukraine under globalization: thesis of reports and presentations. (113-114 pp.)*. [in Ukrainian].

Надійшла 30.07.2015

МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 330.341.1

О. Д. Гудзинський, д. е. н., професор

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА У РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Анотація. Стаття присвячена проблемам організаційної культури у сучасних умовах розвитку суспільства. Розглянуто особливості формування організаційної культури на вимогах системного підходу, який сформований на організаційній взаємодії, організаційної поведінки, організаційної культури в їх органічній єдності.

Ключові слова: організаційна культура, соціально-економічні системи, розвиток систем, системний підхід.

А. Д. Гудзинский, д. э. н., профессор

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В РАЗВИТИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Аннотация. Статья раскрывает проблемы организационной культуры в современных условиях развития общества. Рассмотрены особенности формирования организационной культуры на позициях системного подхода, который сформирован на взаимозависимости организационного поведения и организационной культуры в их органическом объединении.

Ключевые слова: организационная культура, социально-экономические системы, развитие систем, системный подход.

O. D. Hudzynskyi, Doctor of Economic Sciences, Professor

ORGANIZATIONAL CULTURE IN THE DEVELOPMENT OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. The article deals with the problems of organizational culture in modern conditions of society. The features of formation the organizational culture on the requirements of a systematic approach are considered, which is formed on the interdependence of organizational behavior and organizational culture in their organic unity.

Keywords: organizational culture, socio-economic systems, systems development, systems approach.

Актуальність теми дослідження. Успіх у діяльності організації багато у чому залежить від організаційної культури, визначальною є взаємодія та узгодженість внутрішніх складових системи: членів колективу, управлінських ланок, структурних підрозділів і ключових факторів розвитку. Співробітники компанії формують, зберігають і змінюють свої смислові системи, в яких відображені їх ставлення до місії організації, планування, мотиваційної політики та ін.

Постановка проблеми. Всі підприємства різних секторів економіки як соціально-економічні системи потребують нового підходу до формування передумов забезпечення успіху в їх діяльності. Це можливо досягти на основі використання потенційних можливостей організацій в системі усіх їх складових, включаючи і організаційну, через цінності, організаційну культуру, організаційну поведінку, організаційну взаємодію, культуру організації та ін. Однак на практиці потенціал такої конфігурації як системної цілісності є недостатньо сформованим. Названа проблема є емпіричною і методологічною, яка потребує розв'язання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженнями проблем такого плану присвячені праці науковців як вітчизняних, так і зарубіжних: М. В. Туленкова, В. Г. Герасимчука, С. М. Судомир, Л. Д. Забродської, А. А. Лучко, О. Д. Гудзинського, Т. Баландіної, А. Н. Асаули, Д. Герлігера, В. Джона, О. Є. Стеклової та ін. У роботах більшості з них поглиблено розкриті питання організаційного розвитку, організаційної взаємодії, культури організації. Однак потребують дослідження проблеми організаційного системного спрямування. Потребують такого підходу і проблеми розвитку організаційної культури.

МЕНЕДЖМЕНТ

Мета статті. Поглибити теоретичні положення організаційної культури на вимогах системного підходу в розвитку підприємств.

Викладення основного матеріалу. Сучасний стан соціально-економічного розвитку підприємств як соціально-економічних систем характеризується нестабільністю та розбалансованістю в їх складових системній цілісності. Зміна форм власності, реструктуризація та трансформаційні процеси розбалансували систему відносин: соціально-трудова, власних, владних, власно-владних. З розвитком глобальних процесів «...ускладнюється вся система відносин організаційного, економічного, комунікаційного, соціального та іншого спрямування» [2]. Такі процеси пронизують усі рівні управління: макроекономічний, мікроекономічний, регіональний, на рівні підприємств як соціально-економічних систем, об'єднань, функціонально забезпечуючих інститутів, різних формувань інтеграційного та корпоративного спрямування. Від рівня їх розвитку і збалансованості визначатиметься рівень здатності соціально-економічної системи забезпечувати єдність інтересів в процесі організаційно-комунікаційних взаємодій, а відповідно і ефект системи.

Особливо потребують розвитку і збалансованості названі процеси і підходи на рівні господарюючих соціально-економічних систем, оскільки останні як суб'єкти пропозицій є головними учасниками комунікаційних зв'язків внутрішньосистемного і зовнішньосистемного спрямування.

Ефективність реалізації такої функції визначатиметься рівнем розвитку і збалансованості організаційної взаємодії, організаційної поведінки, організаційної культури в їх органічній єдності. Лише в такій органічній єдності проявляється синергетичний ефект – ефект системи. Вони є основою сформованих передумов забезпечення ефективності здійснення організаційних процесів. У контексті досліджень функціонального спрямування проблеми розвитку соціально-економічних систем в органічній єдності організаційної взаємодії, організаційної поведінки і організаційної культури розглянуті Судомир С. М. [2].

Однак в теоретичних дослідженнях ще мало приділяється уваги проблемам організаційного розвитку в системі органічній єдності організаційної взаємодії, організаційної поведінки та організаційної культури.

У процесі дослідження проблем управління інноваційним, інвестиційним та іншими напрямками розвитку соціально-економічних формувань організаційні складові в нашій інтерпретації як системні цілісності розглядаються фрагментарно. Основна причина такого підходу, як стверджують окремі науковці, що «...главная ошибка в трактовке природы системных кризисов состоит в том, что это не просто кризисы системы, а прежде всего кризисы методологических концепций и теории систем...» [4].

Така позиція авторів наукової праці цілком обґрунтована. Вона підтверджується і нашими дослідженнями. На основі аналітичного осмислення результатів наших досліджень ми прийшли до висновку, що основними причинами криз є: криза цінностей, криза теорії і методології, криза юридичного забезпечення, криза управління і як результат – криза економічна.

Логіка такого підходу до розкриття причин криз може бути використана і при оцінці причин неефективного використання організаційного потенціалу в органічній єдності цінностей, організаційної культури, організаційної поведінки, організаційної взаємодії.

Основним елементом названої квадри складових є цінності. В науковій літературі цінність як поняття розглядається з матеріально-емпіричних та духовних позицій.

Цінності охоплюють різні аспекти і напрями діяльності підприємств як соціально-економічних систем: інноваційний, стратегічний, соціальний, екологічний, стійкий, економічний та інші в системній цілісності. Однак вони не досліджуються з позицій системної цілісності. Це важливий аспект проблеми, оскільки вузькоспеціалізовані функціонального спрямування напрями дослідження в більшості із них проводяться з акцентом на розв'язання лише проблеми вузької цільової направленості. Особливо це стосується емпіричних досліджень. В більшості наукових досліджень, як відмічено автором даної статті, притримуються логіки вивчення явищ і процесів за схемою «складова системи – синтез системи», а не «синтез системи – складова системи», тобто не «синтез – аналіз», а «аналіз – синтез» [1]. Це стосується і дослідження проблемних питань організаційної взаємодії, організаційної поведінки, організаційної культури, ціннісних орієнтацій.

Категорія цінності, і особливо цінності – цілі, є базовою основою системної цілісності будь-

МЕНЕДЖМЕНТ

якої організації та її моделі, а відповідно і організаційної культури.

Цінності базуються на змістовних поняттях пріоритетного спрямування: світогляду, самосвідомості, сприйняття, переконання, цільових установок, визнання набору дій, судження. Рівень їх розвитку і стабільність в часовому і просторовому вимірі визначає і динамічну стабільність в розвитку соціально-економічних систем. Це покладається в основу обґрунтування напрямів розвитку через проведення системних змін на вимогах сформованих принципів. При цьому акцент ми робимо на забезпечення адекватності між системою цінностей – цілей і системою цінностей – засобів досягнення цілей. Така потреба виникає на всіх стадіях організації взаємодії суб'єкта пропозицій з суб'єктами попиту [4]. Має місце недостатня обґрунтованість цінностей – цілі безпосередньо на рівні підприємства внутрішньосистемного спрямування, які зорієнтовані на задоволення перш за все власних потреб, а не на задоволення потреб суб'єктів – попиту (споживачів). В результаті таких орієнтацій не забезпечується єдність інтересів в системі – суб'єкт попиту – суб'єкт пропозицій. Виникають протиріччя між названими суб'єктами. Одержують розвиток загрози як для суб'єктів пропозицій, так і суб'єктів попиту. Різко знижується рівень ділової репутації суб'єкта пропозицій, що понижує коефіцієнт його конкурентного статусу, рівень потенціалу організаційної культури.

Потенціал організаційної культури – категорія динамічна, яка визначається: рівнем сформованих цінностей стратегічного, інноваційного, соціального, екологічного, інтелектуального, економічного розвитку підприємств як соціально-економічних систем; рівнем розвитку інтеграційних процесів та сформованих моделей організацій і управління; рівнем розвитку та збалансованості регулятивно-саморегулятивних механізмів діяльності організацій; рівнем розвитку горизонтальних зв'язків; рівнем розвитку і збалансованості тріади влади; рівнем розвитку комунікаційних зв'язків із суб'єктами за інтересами зовнішнього середовища; рівнем адаптованості порядків інновацій цільовим установам і стратегіям розвитку підприємств; рівнем обґрунтованості інтегрованих цільових установок (як цінностей – цілей) органічної єдності соціальних, екологічних, інтелектуально-людських та економічних складових; рівнем розвитку ціннісної мотивації в системі активізаційної діяльності підприємств; рівнем обґрунтованості пріоритетної соціально-культурної стратегії; рівнем розвитку та цивілізованості підприємницької діяльності; рівнем сприйняття цінностей і організаційної культури як головних конкурентних переваг соціально-економічних систем та ін.

Висновок. Таким чином, рівень розвитку і збалансованість перерахованих основних складових визначатиме потенціал організаційної культури та її здатності в системній цілісності організаційної поведінки, культури організації, організаційної взаємодії забезпечувати успішне функціонування підприємницьких формувань, забезпечувати синергетичний ефект системи.

Література

1. Гудзинский А. Д. Управление развитием предприятий аграрного сектора экономики Украины: системно-функциональный подход : монография. – Львов : «Лига-Прес». – 2014. – 528 с.
2. Судомир С. М. Формування системи управління розвитком сільськогосподарських підприємств: теорія, методологія : монографія. – К. : ЦП «Компринт», 2015. – 483 с.
3. Туленков М. В. Теоретико-методологічні основи організаційної взаємодії в соціальному управлінні : монографія. – К. : Каравела, 2009. – 512 с.
4. Хохлов Е. М. Приоритетные идеи в области управления [Текст] / Е. М. Хохлов, Н. А. Бурьгин. – Киев : ОНПИ «ЛИРА» - НМЦА, 1993. – 96 с.

References

1. Gudzinskiy, A. D. (2014). *Upravlenie razvitiem predpriyatiy agrarnogo sektora ekonomiki Ukrainy: sistemno-funktsional'nyy pokhod : monografiya* [Management of the development of agrarian sector enterprise of Ukraine's economy: the systemic-functional approach: a monograph]. Lvov : «Liga-Pres» [in Russian].
2. Sudomyr, S. M. (2015). *Formuvannia systemy upravlinnia rozvytkom silskohospodarskykh pidpriemstv: teoriia, metodolohiia: monohrafiia* [Formation of the management of system development of agricultural enterprises: theory, methodology: monograph]. Kyiv: TsP «Komprynt» [in Ukrainian].
3. Tulenkov, M. V. (2009). *Teoretyko-metodolohichni osnovy orhanizatsiinoi vzaiemodii v sotsialnomu upravlinni: monohrafiia* [Theoretical and methodological foundations of organizational interaction in social management: monograph]. Karavela [in Ukrainian].
4. Khokhlov, E. M., & Burygin, N. A. (1993). *Priortetnye idei v oblasti upravleniya* [The priority ideas in the field of management]. Kyiv : ONPI «LIRA» - NMTsA [in Russian].

Надійшла 12.08.2015

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

УДК 339.926

О. В. Хоменко, д. п. н, доцент,
О. М. Паливода, к. е. н, доцент**МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС У КРАЇНАХ ЄС:
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ**

Анотація. У результаті дослідження виділено та проаналізовано головні сучасні тенденції у розвитку МСП такі, як: посилення їх ролі у генеруванні доданої вартості та зайнятості; поширення практично у всіх секторах економіки; домінування у сфері виробництва, торгівлі, бізнес-послуг; усвідомлення необхідності інтернаціоналізації господарської діяльності та посилення інноваційності; здійснення всеохоплюючої фінансової та інформаційної підтримки МСП, як на національному рівні, так і на рівні Європейського Союзу в цілому.

Ключові слова: малий та середній бізнес, Європейський Союз, управління МСП, фінансова підтримка МСП, тенденції розвитку МСП.

А. В. Хоменко, д. п. н, доцент,
Е. М. Паливода, к. э. н, доцент**МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В СТРАНАХ ЕС:
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ**

Аннотация. В результате исследования выделены и проанализированы главные современные тенденции в развитии МСП такие, как: усиление их роли в генерировании добавленной стоимости и занятости; распространение практически во всех секторах экономики; доминирование в сфере производства, торговли, бизнес-услуг; осознание необходимости интернационализации хозяйственной деятельности и усиления инновационности; осуществление комплексной финансовой и информационной поддержки МСП, как на национальном уровне, так и на уровне Европейского Союза в целом.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, Европейский Союз, управления МСП, финансовая поддержка МСП, тенденции развития МСП.

О. М. Palyvoda, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
О. V. Khomenko, Doctor of of Pedagogic Sciences, Associate Professor**SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN THE MEMBER STATES OF THE EUROPEAN UNION:
TENDENCIES OF DEVELOPMENT AND PROBLEMS OF MANAGEMENT**

Abstract. The main current trends in SME development are identified and analyzed based on the investigation, such as: strengthening of their role in generation of added value and employment; their advancing in almost all economic sectors; their dominance in manufacturing, trade, business services; realization of the need for internationalization of economic activity and innovation reinforcement; implementation of a comprehensive financial and information support of SMEs both at the national level and at the level of the European Union as a whole.

Keywords: small and medium enterprises, the European Union, management of SMEs, financial support for SMEs, SME trends of development

Introduction. Since the early 90th of the last century the EU has carried out a large-scale and targeted support of SMEs. Increased attention to these sectors is stipulated by the awareness of its importance for economic development, prosperity and stability both in the EU and in some of its regions.

The dynamic economic environment, which accelerates the processes of globalization, technological and structural transformation, requires the same dynamic economic entity that is subject to innovation transformation, mobility and isomorphic embodiment in the business environment. Small and me-

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

dium-sized companies are exactly the economic entities that are presented almost in each sphere of economic activity.

The growing interest in research of SME sector resulted in emergence of a number of publications devoted to the analysis of the characteristics of their operation, management and worldwide support. The studies conducted by L. Vorotina, Z. Varnaliy, I. Bagrov, I. Bochan, V. Budkin, V. Vlasyuk, A. Halchynskiy, V. Liashenko dwell on the analysis of the vast majority of domestic small businesses and the ways and mechanisms of adaptation of international experience to the specific national conditions.

Despite the numerous publications on SMEs and in view of the prospects of European integration of Ukraine, the analysis of trends and prospects of the SME sector in European countries is of a particular relevance.

Setting objectives. The purpose of the article is to identify and analyze key trends, factors of small and medium enterprises (SME) development and management in the EU in order to work out mechanisms for optimal SMEs adaptation in the European Economic Area. The static and dynamic methods of analysis of statistical data, qualitative and quantitative comparison, grouping and summarizing methods have been used in the process of the study.

Research results and implications. A research of SMEs activities always begins with clarifying criteria for their identification, as they have a very significant national differentiation. It should be noted that in the world practice there are three basic approaches to this issue. Traditionally the researchers distinguish quantitative, qualitative and combined criteria of SMEs. Among the most common quantitative criteria are: the number of employees in an organization, annual gross revenue from sales and services, cost of funds of an organization, the annual amount of profit, amount of statutory fund, the cost of energy used, the number of vehicles, the area of industrial premises and so on.

The most important qualitative criteria of small companies are: a combination of capital as a function and capital as a property, owner's direct participation in the production process, simplified communications and information sharing, a higher propensity to innovations, low market share, the high vulnerability due to the market conditions.

Combined methods are a combination of quantitative and qualitative criteria. In practice, quantitative criteria are mainly utilized, while usually both quantitative and qualitative criteria are simultaneously combined multiple. In the EU SMEs are defined by number of employees, annual income from sales of products or services and the balance sheet (Table 1). It should be noted that the last two criteria are interchangeable, meaning that the company can independently choose one of them.

Table 1

Criteria for defining SMEs in the EU

Company category	Employees	Annual Turnover	Balance Sheet Total
Micro	< 10	< €2 m	< €2 m
Small	< 50	< €10 m	< €10 m
Medium	< 250	< €50 m	< €43 m

Source: [1]

Fundamentals of the European policy on SMEs were laid due to a step-by-step development of legislation directed to create favorable conditions for the business development:

- "White Paper" (1993) sets out the EU strategy to support small business in Europe;

Fundamentals of the European policy on SMEs were laid due to a step-by-step development of legislation directed to create favorable conditions for the business development:

- "White Paper" (1993) sets out the EU strategy to support small business in Europe;
- The European Charter for Small Enterprises (2000) defined the principles and directions of support small business, and underscored the need for its development;
- Small Business Act for Europe (SBA) (2008).

Under the current legislation that regulates small businesses in the EU, there are ten basic principles of state support of this type of business:

- Entrepreneurship: Creating an environment in which entrepreneurs and family businesses can thrive and entrepreneurship is rewarded.

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

- Second Chance: Ensuring that honest entrepreneurs who have experienced bankruptcy are promptly given a second opportunity to succeed.
- Think Small First: Designing rules modeled on the “Think Small First” principle.
- Responsive Administration: Making public administrations responsive to the needs of SMEs.
- State Aid and Public Procurement: Adapting public policy tools to suit SME needs - facilitating SMEs’ participation in public procurement and ensuring better access to State Aid for SMEs.
- Access to Finance: Facilitating SMEs’ access to finance and developing a legal and business environment conducive to the specific requirements of SMEs, including timely payments in commercial transactions.
- Single Market: Helping SMEs to benefit more from the opportunities offered by the Single Market.
- Skills and Innovation: Promoting the enhancement of skills in the SME workforce and all forms of innovation.
- Environment: Enabling SMEs to transform environmental challenges into economic opportunities while acting sustainably.
- Internationalization: Encouraging SMEs to benefit from the growth of global markets and supporting them in this pursuit [2].

The European Commission notes that since the beginning of the 2000s conditions for small and medium businesses in the EU have improved. A number of legal and market barriers have been removed; access to finance and international scientific and technical cooperation has been made simpler. However, not all of the issues have been perfectly solved all problems.

SMEs sector is extremely sensitive to market fluctuations, and therefore the financial crisis of 2008-2009 affected it immensely and still the negative aftereffects are being observed in the indices of SMEs economic activity in the EU. Only eight EU countries have managed to recover the indices of SMEs activity to the pre-crisis level. Although it should be noted that compared to big business small companies survived the crisis more resiliently and cushioned the fall of the economy especially in terms of employment.

• In 2013 there were 21.6 million SMEs in the EU which employ up to 88.8 million of people who created €3.666 trillion value added, which is 28% of GDP of the European Union. In general 99.8% of enterprises operating in the EU are SMEs; they provide 66.8% of total employment, and generate 58.1% of value added. The structure and dynamics of the main indicators of SMEs of different sizes in 2009-2013 is presented in tables 2.

Table 2

Dynamics of changes of SMEs economic indices in EU					
	2009	2010	2011	2012	2013
Number of enterprises					
SMEs	-1,35%	2,11%	0,64%	-0,35%	-0,89%
Large	-3,46%	-1,00%	2,38%	-0,17%	-0,34%
Total	-1,36%	2,11%	0,64%	-0,35%	-0,89%
Value added					
SMEs	-9,62%	4,44%	4,20%	1,52%	1,11%
Large	-10,12%	9,32%	2,89%	1,62%	-0,03%
Total	-9,83%	6,46%	3,64%	1,56%	0,63%
Employment					
SMEs	-0,46%	-0,96%	0,16%	-0,85%	-0,51%
Large	-3,57%	0,51%	1,45%	-0,08%	0,08%
Total	-1,49%	-0,48%	0,58%	-0,60%	-0,32%

Source: [3].

It should be noted that in 2013 SMEs sector at the EU level has recovered to the pre-crisis levels only by the value added indices, while employment rates in 2013 were lower by 2.6% then the level recorded in 2008. In the non-financial business sector value added created by SMEs increased by 1.1% in 2013, but employment and number of companies decreased by 0.5% and 0.9% respectively in 2008 [3].

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

The countries that managed to recover their indices to the pre-crisis level are Austria, Belgium, Germany, Estonia, Malta, Sweden and Slovakia. In this group of countries value added index exceeded the level of 2008 by 10%. Although the growth of employment number was only in Germany and Estonia. The number of employees in these countries increased by 10% and 8% respectively.

Sectors of the EU economy where SMEs today are the most common are: wholesale and retail trade; manufacturing; construction; professional, scientific and technical activities; hotel and restaurant activity.

Overall, these five sectors account for nearly 4/5 of all SMEs in the EU (Figure 1).



Fig. 1. Total value added by sector, EU28 (2013)

Source: [3].

These sectors generated 71% of value added and 79% of employment in SMEs in the EU. The way out of the last financial crisis was quite dynamic for companies that operated in business services and retail trade, while SMEs in construction were seriously affected, in particular, the decline in production of value added was 22%, in employment was 10% in 2014 compared to 2008 [3].

An important trend of SME contemporary development is to promote intensification of foreign trade. The latter generates additional opportunities for sustainable competitiveness through the development of cross-border cooperation, greater knowledge sharing, and access to new markets. However, despite the overall awareness of the importance of internationalization, specialists in the European Union state that there are a lot of internal and external barriers that impede this process.

Furthermore, the situation is complicated by the lack of statistical data on the actual volume of export of goods and services by small companies, their productivity and actual problems and issues they face still remain uninvestigated.

In 2014 the European Commission analyzed the following types of international activities of SMEs as exports, imports, foreign direct investment, international subcontracting and international technical cooperation. It was ascertained that 42% of SMEs in the EU were involved in internationalization. Experts point out that an important factor in SME growth is domestic demand, however, during the crisis in the EU it fell by 4%. Studies that were conducted showed that the growth of small businesses at that time was mainly due to the export activity. About 25% of EU exports is carried out in the SME sector [3].

However, such international activity was mainly aimed at other countries within the internal market, and only about 13% of EU SMEs were active in the markets outside the EU. Only 10% of the total turnover of SMEs international activities (42%) were received from consumers of the third countries. The survey results also showed that the export-oriented SME demonstrate higher volumes of commodity turnover and employment compared to SMEs working only in the domestic market. An important fact is export-oriented SMEs are more innovative: 26% of these enterprises presented the products or services that were new for their sector in their country, while among other SMEs this figure was only 8% [3].

European SMEs are more active in the international market than American and Japanese companies in the sector. The vast majority of European SMEs are engaged in import operations. In 2013 39% of SMEs were engaged in importing international activities, while exporting activity amounted to 18%.

Despite the existing support of SMEs at both national and EU level, their internationalization is associated with significant internal and external barriers, including national and international administra-

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

tive rules, formal and informal trade barriers, cultural differences, lack of information, skills, sufficient networks, language barriers and difficulties in access to finance.

With the development of new markets SMEs in the EU also faced the problems with the access to market information in other countries in order to locate potential customers and find appropriate partners, and such complex problems as compliance with foreign laws, such as the rules of contract law, customs rules, technical regulations and standards, management of technology transfer and protection of intellectual or industrial property.

Usually SMEs are less prepared to solve these issues, compared to big companies that have sufficient own financial and human resources. In this regard, experts point out that the bigger a company is the more intensive its exporting activities are. This tendency is proved by statistics data generated by the studies conducted in five largest EU member states (table 3).

Table 3

Percentage of exporting firms over total number of firms by size class in 5 largest EU28 countries [3]

	Italy (2011)	France (2013)	Spain (2010)	Germany (2010)	United Kingdom (2011)
0-9	3%	4%	1%	9%	9%
10-49	29%	(0-249)	48%	47%	20%
50-249	49%		85%	68%	34%
Large	54%	70%	93%	80%	41%
Total	4%	5%	4%	11%	11%

Source: [3].

In modern conditions, estimation of a certain economic entity potential necessarily involves evaluating of its innovative potential. In the EU high-tech and science-consuming SMEs make important contributions to the growth potential. In general, the intensity of high technology in manufacturing in EU28 is relatively lower than both in SMEs and large firms. In 2013, only 2% of SMEs were involved in high technology industries, and in the case of large firms the figure was 7%. High-tech SMEs generated approximately 6% of the value added, while large high-tech firms make up 13% of the value added. On average, in the most EU28 Member States high-tech SMEs produce from 1% to 10% of value added [3]. However, in such countries as Ireland and Malta high-tech small and medium enterprises play a particularly important role. For example, in Ireland more than 30% of industrial value added created in the sector of high technology by SMEs; in Malta the figure is 18% [3].

To ensure the sustainable growth of SMEs and their efficiency, the European Commission is trying to solve the main problems SMEs facing through the development and implementation of innovative solutions in economic policy. In particular, much attention was focused on improving the access of SMEs to finance.

The following are some ways of financing:

- direct financing through grants for specific projects. Grants typically are established for specific purposes (environment, research, education, etc.);
- indirect financing through financial intermediaries such as banks, credit institutions and investment funds. Its purpose is to increase loans to SMEs and to encourage these intermediaries to improve the lending capacity of SMEs.

The development of direct financing for SMEs in the EU for the period 2014-2020 is expected through the following programs: Horizon 2020; Programme for the competitiveness of enterprises and small and medium sized enterprises (COSME); Erasmus +; LIFE 2014-2020 [4, 5].

The main principles of financing programs to support SMEs through grants include: co-financing, i.e support provided in the EU covers the costs of projects submitted by SMEs and other organizations; grants are awarded competitively through a public announcement, which means that eligible projects must be submitted by a certain date, to comply with clearly defined themes; participation in programs is open to a wide range of applicants, including government agencies, enterprises, research and technological centers etc.

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Indirect financial support of SMEs through financial instruments and financial intermediaries that provide loans, guarantees, venture capital financing and other forms of equity financing. The decision on grant credit, guarantees or partial financing is made by local finance institution, which set specific financing conditions (amount, terms, interest rates, etc.). Among the innovative methods of SMEs financial support there is a new one, which fosters a "secondary stock market for SMEs", and involves efforts to increase the number of financial intermediaries nationwide, reducing administrative burdens and increasing awareness of entrepreneurs in the existing schemes for small and medium business financial support. Priority and more favorable conditions for the financial support are provided to entrepreneurs working in the field of R & D, innovation, expansion and modernization of production, introduction of solutions aimed at improving energy efficiency, internationalization etc.

A significant trend of European SME policy is total computerization of relations between public authorities and economic entities. These relationships involve the use of e-government, e-procurement and payments, e-signatures, e-commerce, e-infrastructure for RD & I cooperation and training, as well as e-business support that meets the principles of "sensitive administration", public procurement, entrepreneurship and internationalization of the common market. To increase the innovative potential of SMEs, which has a direct impact on the export potential and SMEs competitiveness the European Commission and national governments support the Centers of Innovation as a kind of service of innovation, which combines technological and regulatory components. The state procurement at all levels is used as additional support for SMEs innovation [6].

Conclusions. Summarizing the above mentioned provisions we can assert that the main current trends in the development of SMEs are as follows: strengthening their role in generating value added and employment; spread in almost all economic sectors; dominance in manufacturing (26%), trade (19%), business services (10%); awareness of the need for internationalization of economic activity and innovation enhance; implementation of a comprehensive financial and information support of SMEs both at national level and at the level of the European Union as a whole.

References

1. European Commission (2015). "Growth/ Internal market, industry, entrepreneurship and SMEs.". Retrieved from: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/index_en.htm
2. European Commission (2015). "Growth/ Internal market, industry, entrepreneurship and SMEs. Small Business Act for Europe". Retrieved from: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act/index_en.htm.
3. European Commission (2015). *Statistics Explained*, "Small and medium-sized enterprises". Retrieved from: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main_Page.
4. European Commission (2015). "HORIZON 2020. The EU framework programme for research and innovation", Retrieved from: <http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/how-get-funding>.
5. European Commission (2015). "European Union Support Programmes for SMEs". Retrieved from: http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7264.
6. European Commission (2015). "Obtaining Funding". Retrieved from: http://ec.europa.eu/small-business/funding-partners-public/finance/index_en.html.

Література

1. European Commission, "Growth / Internal market, industry, entrepreneurship and SMEs" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/index_en.htm.
2. European Commission, "Growth/ Internal market, industry, entrepreneurship and SMEs. Small Business Act for Europe" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act/index_en.htm.
3. European Commission, *Statistics Explained*, "Small and medium-sized enterprises", [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main_Page.
4. European Commission, "HORIZON 2020. The EU framework programme for research and innovation" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/how-get-funding>.
5. European Commission, "European Union Support Programmes for SMEs" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/_getdocument.cfm?doc_id=7264.
6. European Commission, "Obtaining Funding" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://ec.europa.eu/small-business/funding-partners-public/finance/index_en.html.

Надійшла 21.08.2015

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.48:339.9

С. О. Полковниченко, к. е. н., доцент

**СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИСТИЧНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ
З ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ**

Анотація. У статті висвітлено показники прямого внеску сфери туризму України у ВВП, зайнятість і капітальні інвестиції країни. Проаналізовано динаміку туристичних потоків України та виділено основні тенденції співпраці нашої держави з Європейським Союзом у сфері туризму. На основі дослідження індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей і туризму та його складових визначено сильні позиції України щодо туристичного співробітництва, а також перешкоди, які стримують ефективність співробітництва в галузі туризму.

Ключові слова: туризм, Європейський Союз, туристичне співробітництво, туристичні потоки, в'їзний туризм, виїзний туризм.

С. А. Полковниченко, к. э. н., доцент

**СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА УКРАИНЫ
С ЕВРОПЕЙСКИМ СОЮЗОМ**

Аннотация. В статье отражены показатели прямого вклада сферы туризма Украины в ВВП, занятость и капитальные инвестиции страны. Проанализирована динамика туристических потоков Украины и выделены основные тенденции сотрудничества нашего государства с Европейским Союзом в сфере туризма. На основе исследования индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма и его составляющих определены сильные позиции Украины относительно туристического сотрудничества, а также препятствия, которые сдерживают эффективность сотрудничества в области туризма.

Ключевые слова: туризм, Европейский Союз, туристическое сотрудничество, туристические потоки, въездной туризм, выездной туризм.

S. O. Polkovnychenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

**THE CURRENT STATE OF COOPERATION IN TOURISM
BETWEEN UKRAINE AND THE EUROPEAN UNION**

Abstract. The article presents the indicators of the direct contribution of tourism industry of Ukraine in GDP, employment and capital investments. The dynamic of tourist flows of Ukraine is analyzed and the main trends of cooperation between our country and the European Union in the field of tourism are highlighted. Based on the study of the competitiveness index of Ukraine in the field of travel and tourism and its components, strengths of Ukraine regarding tourism cooperation, as well as the obstacles that hinder the effectiveness of cooperation in the field of tourism are determined.

Keywords: tourism, European Union, tourism cooperation, tourist flows, inbound tourism, outbound tourism.

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах однією з пріоритетних, найбільш динамічно прогресуючих та високорентабельних галузей господарювання є туризм. Його розвиток чинить важливий вплив на економічне зростання ВВП, зменшення безробіття, вдосконалення ринкової та соціальної інфраструктури, забезпечення стабільності валютного курсу, поліпшення платіжного балансу країни, наповнення державного та місцевих бюджетів. Крім того, туризм виконує важливі суспільно-політичні та культурні функції, сприяє розвитку духовного потенціалу нації, збереженню історико-культурної спадщини. Тому Україні важливо знайти своє місце у світовій туристичній та європейській індустрії, що дозволить сформувати позитивний імідж на сві-

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

товій арені і отримати якомога більшу частку доходів від участі у міжнародних туристичних відносинах.

Постановка проблеми. Нині наша держава розвиває міжнародне туристичне співробітництво у рамках багатьох організацій і об'єднань, серед яких важливу роль відіграє Європейський Союз. Географічне розташування, природно-ресурсний потенціал та історично-культурна спадщина надають Україні сприятливі можливості для співпраці із сусідніми державами, і зокрема країнами-членами ЄС. Інтегруючись у європейський простір, Україна повинна найефективніше використати свій потужний туристично-рекреаційний потенціал і стати одним із провідних європейських туристичних центрів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У вітчизняній науковій літературі сьогодні посилюється увага до вивчення проблем, які стосуються розвитку туристичної галузі України. Зокрема, варто відмітити праці М. П. Бондаренка, С. П. Грабовенської, В. Ф. Кифяка, М. П. Мальської, Д. Прейгера, О. І. Трохимець та ін., у яких досліджуються різні підходи до розуміння сутності туризму, розглядається класифікація його форм і видів, аналізуються динаміка та структура ринку туристичних послуг в Україні, основні тенденції розвитку туристичної галузі, її вплив на соціально-економічний розвиток країни тощо. Проте дані дослідження дуже мало торкаються проблем співпраці України і Європейського Союзу у туристичній сфері.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. На етапі реалізації євроінтеграційних прагнень України важливою проблемою, яка вимагає подальшого всебічного вивчення, є туристичне співробітництво нашої держави з країнами ЄС. Зростає потреба пошуку шляхів вдосконалення державної політики України щодо просування національного туристичного продукту на європейський ринок, дослідження позитивних аспектів впливу туристичного співробітництва на розвиток економіки, а також перешкод, які стримують ефективність співробітництва в галузі туризму.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз динаміки, основних тенденцій та проблем розвитку туристичного співробітництва України з Європейським Союзом, а також визначення напрямів подальшої співпраці.

Виклад основного матеріалу. Туризм – це багатогранне явище, яке можна розглядати як популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, знайомства з історією, культурою і традиціями певної країни [1].

Розвиток туризму має велике значення для будь-якої держави. За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), внесок сфери туризму та курортів у світовий ВВП у 2014 р. склав 9,5% на загальну суму 7 трлн дол., а у світовий експорт – 5,4%. Галузь відіграє ключову роль у створенні робочих місць, на неї припадає кожне 11 робоче місце на планеті. Загальна кількість туристів у 2014 році досягла рекордного рівня – 1,14 млрд чол., що на 51 млн більше, ніж у 2013 році. За прогнозами, сектор туризму в подальшому буде зростати на 4% щороку, швидше, ніж сектори фінансових послуг, транспорту і обробної промисловості [2].

На жаль, незважаючи на те, що Україна володіє великим потенціалом для розвитку туризму, прямий внесок даної сфери у ВВП, зайнятість і капітальні інвестиції нашої країни нижче середніх світових показників, про що свідчать дані рейтингів економічного розвитку туристичної сфери, які складаються Світовою Радою подорожей та туризму.

Наприклад, у 2014 році за прямим внеском у ВВП Україна посіла 155 місце з часткою 1,9% при середньому світовому показнику 3,1% (у 2013 р. – 129 місце; 2,3%; 2,9%; у 2012 р. – 136 місце; 2,2%; 5,2% відповідно), за прямим внеском у зайнятість – 162 місце з часткою 1,7% при середньому світовому показнику 3,6% (у 2013 р. – 145 місце; 2,0%; 3,4%; у 2012 р. – 151 місце; 1,9%; 5,4% відповідно), а за капітальними інвестиціями – 167 місце з часткою 2,2% при середньому світовому показнику 4,3% (у 2013 р. – 168 місце; 2,2%; 4,4%; у 2012 р. – 164; 2,2%; 8,1% відповідно) [3; 4]. Наведені показники свідчать про неповне використання потенціалу туристичної галузі України та про її поки що незначну роль у національній економіці.

Водночас зауважимо, що до 2014 р. Україна все активніше долучалась до світового ринку туристичних послуг. Оскільки пріоритетним для України залишається іноземний (в'їзний) туризм як

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державного бюджету та створення додаткових робочих місць [5], проаналізуємо розвиток даного виду туризму.

Дослідження розвитку в'їзного туризму в Україну, за період 2000-2013 рр. свідчить, що кількість іноземних громадян, які відвідували Україну, із року в рік, за винятком кризового 2009 р., зростала. Наприклад, протягом 2010-2013 років Україну відвідало 69,1 млн іноземних громадян (у середньому щорічно 22 млн. осіб). Зокрема, протягом 2013 р. Україну відвідали 24,6 млн в'їзних (іноземних) туристів, що на 7,2% більше, ніж у 2012 р., а протягом 2012 р. Україну відвідали 23,01 млн в'їзних (іноземних) туристів, що на 7,5% більше, ніж у 2011 р. Але незважаючи на позитивні тенденції 2010-2013 рр., даний показник не досягнув рівня 2008 р., коли Україну відвідало 25,4 млн осіб. У зв'язку з погіршенням політичної та соціально-економічної ситуації потік туристів до нашої держави у 2014 р. різко впав (на 49,5%) і становив 12,7 млн осіб [6].

Основними партнерами України на ринку міжнародного туризму залишаються країни-сусіди, в тому числі країни Європейського Союзу.

Незважаючи на скорочення кількості громадян країн Євросоюзу, які відвідали Україну в останні роки, їх частка в загальному обсязі іноземних туристів зросла з 17,3% у 2013 р. до 27,7% у 2014 р., що пояснюється значним скороченням аналогічної частки громадян Росії (з 41,7% у 2013 р. до 18,6% у 2014 р.).

Серед іноземців, які відвідують Україну з країн Євросоюзу, переважають громадяни Польщі; Румунії; Угорщини; Словаччини та Німеччини (табл. 1). Водночас з Німеччини, Словаччини, Польщі та інших країн за останні два роки спостерігається падіння туристичного потоку до нашої держави. Найбільше скорочення туристів відбулося з Німеччини (на 48,2% у 2014 р. порівняно з 2013 р.).

Значна частина громадян із країн ЄС відвідують Україну з приватною метою (51,4% – у 2014 р., 43,5% – у 2013%, 52,4% – у 2012 р.), а також з метою культурного, спортивного обміну та релігійною (48,2%; 53,8% та 39,2% – відповідно). Частка туристів, яка прибуває в Україну з країн ЄС з метою ведення бізнесу, була незначною (2,9% у 2012 році), а в останні роки ще зменшилась: до 0,4% у 2013 р. і 0,1% у 2014 р. Туристичне спрямування у 2014 р. мали на меті лише 0,3% громадян ЄС (у 2012 р. – 5,1%, у 2013 р. – 2,3%).

Щодо розвитку виїзного туризму, протягом 2001-2007 рр. в Україні спостерігалися позитивні тенденції, хоча темп приросту потоків уповільнився. За 2008-2009 роки кількість громадян України, які виїжджали за кордон зменшилася. У 2010-2013 рр. кількість громадян України, які виїжджали за кордон, знову збільшилася. Зокрема, у 2013 р. виїзний туристичний потік зріс на 10,9% порівняно з 2012 р., а у 2012 р. порівняно з 2011 р. – на 8,4%. У 2013 р. зростання кількості громадян, які виїжджали за кордон, порівняно з 2012 р. відбулось за рахунок зростання кількості поїздок з приватною метою (на 13,2%). При цьому поїздки з організованого туризму зменшилися на 44,7%, а поїздки з службовою метою – на 24,1%. У 2014 р. кількість громадян України, які виїжджали за кордон, знову дещо скоротилась (на 5,4%) і становила 22,4 млн осіб.

Таблиця 1

В'їзд громадян країн ЄС в Україну у 2012-2014 рр. (осіб)

1	2	Із них – за метою поїздки						
		3	4	5	6	7	8	9
Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього*	Кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну – усього*	службова, ділова, дипломатична	туризм	приватна	навчання	Працевлаштування	імміграція (постійне місце проживання)	культурний та спортивний обмін, релігійна, інша
Усього								
2012	23012823	350224	940052	16795240	23813	9102	40419	4853973
2013	24671227	167416	488496	18167742	283	330	5088	5841872
2014	12711507	49437	146804	9696854	1109	786	2496	2814021

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9
в тому числі з країн ЄС								
2012	4394852	130621	225679	2304947	3075	3559	5396	1721575
2013	4279137	17330	97566	1859766	4	10	318	2304143
2014	3524206	4391	11337	1810229	46	35	310	1697858
Польща								
2012	1404086	47913	56476	904313	1552	706	862	392264
2013	1259209	6670	17908	1133406	-	1	38	101186
2014	1123945	588	266	1096521	1	17	48	26504
Румунія								
2012	791281	6790	2390	537848	27	102	273	243851
2013	877234	398	758	401344	-	-	-	474734
2014	584774	145	112	351825	-	-	-	232692
Угорщина								
2012	742445	13195	4342	295016	391	79	58	429364
2013	771038	321	325	5022	3	-	30	765337
2014	874184	12	2	171997	-	-	-	702173
Словаччина								
2012	476574	7038	1448	186249	58	81	57	281643
2013	424306	209	366	5745	-	-	-	417986
2014	416158	53	18	6203	-	-	-	409882
Німеччина								
2012	274073	10582	55804	116319	141	449	640	90138
2013	253318	1764	30354	94265	-	3	56	126876
2014	131244	507	4522	56762	-	4	69	69380

* Без обслуговуючого персоналу транспортних засобів та транзиту.

Джерело: складено і розраховано на основі [6]

З кожним роком зростають турпотоки українських громадян до країн Євросоюзу. Так, у 2014 р. 55,03% загальної кількості громадян України, які виїжджали за кордон, були спрямовані до країн ЄС (у 2013 р. – 50,1% , у 2012 р. – 47,4%) (табл.2).

Таблиця 2

Виїзд громадян України до країн ЄС у 2012-2014 рр.

Країни	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього*	Із них – за метою поїздки		
		службова поїздки	організований туризм	приватна поїздки
1	2	3	4	5
Усього				
2012	21432836	362631	641836	20428369
2013	23761287	275151	354840	23131296
2014	22437671	170720	201541	22065410
у тому числі до країн ЄС				
2012	10164407	200598	194215	9769594
2013	11906918	128487	113354	11665077
2014	12347180	107365	72375	12167440
Польща				
2012	5765184	173978	69578	5521628
2013	6991778	120242	31905	6839631
2014	7657021	98718	10878	7547425
Угорщина				
2012	1759986	5465	8307	1746214
2013	1900469	28	-	1900441
2014	2152512	44	-	2152468

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5
Румунія				
2012	549966	3810	22389	523767
2013	791845	709	9311	781825
2014	522350	2 504	5 245	514601
Словаччина				
2012	508008	3898	8256	495854
2013	571266	-	-	571266
2014	656102	29	2	656071
Німеччина				
2012	380554	3816	15063	361675
2013	376316	1006	5366	369944
2014	308908	273	5 842	302793

* Без обслуговуючого персоналу транспортних засобів та транзиту.

Джерело: [6]

Найбільшою популярністю серед громадян України у 2012-2014 рр. користувалися такі країни ЄС як Польща; Угорщина; Румунія; Словаччина; Німеччина; Греція; Чехія та Італія. При цьому турпотоки туристів з України до Польщі у 2014 р. порівняно з 2012 р. зросли на 32,8% або на 1,9 млн осіб, Угорщини – на 22,3% або на 392,5 тис. осіб, Словаччини – на 29,2% або на 148,1 тис. осіб. Водночас спостерігається зменшення туристичного потоку в Німеччину – на 18,8% або на 71,6 тис. осіб тощо.

Найбільша частина громадян України відвідує країни ЄС з приватною метою (98,5% – у 2014 р., 97,9% – у 2013%, 96,1% – у 2012 р.). В останні роки скорочується кількість громадян України, які виїжджають до країн ЄС із службовою метою та метою організованого туризму (відповідно на 46,5% і 62,7% у 2014 р. порівняно з 2012 р.).

Важливим показником, який характеризує привабливість країни для туристичного співробітництва, є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму. У рейтингу 140 країн світу за цим індексом, опублікованому аналітичною групою Всесвітнього економічного форуму у 2013 р., Україна займала 76 місце з індексом 3,98 (із можливих 7), покращивши свої позиції порівняно з попереднім рейтингом (2011 р. – 85 місце із 139 країн (3,8), що було результатом посткризового відновлення, і повернувшись практично на попередні позиції (2009 р. – 77 місце із 133 країн (3,8)) [7]. Значення індексу конкурентоспроможності сектору подорожей та туризму для нашої країни дещо нижче середньосвітового показника, який становить 4,1. Щодо країн ЄС, всі вони в рейтингу розташовані вище України.

За субіндексами, а саме: регуляторне середовище в туристичному секторі; середовище та інфраструктура для бізнесу; людські, культурні і природні ресурси в секторі подорожей і туризму, Україна поступається всім країнам ЄС. Винятком є субіндекс регуляторного середовища, за яким Україна отримала вищу оцінку тільки порівняно з Румунією (60 місце при індексі 4,73 і 66 місце при індексі 4,61 відповідно).

Із факторів конкурентоспроможності, за якими у рейтингу оцінюються країни, до сильних позицій України щодо туристичного співробітництва потрапили деякі показники наземної транспортної інфраструктури (якість залізничної інфраструктури – 24 місце у світі), туристичної інфраструктури (щільність банкоматів – 26 місце), інфраструктури інформаційно-комунікаційних технологій (щільність фіксованого і мобільного зв'язку – 44 і 43 місця), цінової конкурентоспроможності в секторі подорожей і туризму (коефіцієнт паритету купівельної спроможності – 31 місце). Це свідчить про наявність у нашій країні транспортного сполучення, достатньої кількості банкоматів для зняття готівки іноземними туристами, а також можливості для іноземців придбати в Україні більшу кількість товарів і послуг, ніж у своїй державі.

У свою чергу, значний негативний вплив на зростання конкурентоспроможності туристичного сектору на європейському і світовому ринках чинить перш за все державна політика і регулювання (114 місце), зокрема низький захист прав власності (131 місце), неефективне регулювання припливу прямих іноземних інвестицій (128 місце), обмежена кількість іноземних компаній на

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

вітчизняному ринку (123 місце), високі візові обмеження (101-е місце), недостатня відкритість у двосторонніх угодах щодо авіаперевезень (114-е місце). Серед інших складових також спостерігаються негативні чинники. Так, цінова конкурентоспроможність у секторі подорожей і туризму загалом знаходиться на 110 місці, в тому числі ціни на послуги аеропортів – 107 місце, готелів – 110 місце, рівень та вплив оподаткування – 135. Низькою є якість доріг – 135 місце, стан природних ресурсів – 102 місце, якість доквілля – 104 місце, застосування природоохоронного законодавства – 114 місце, стійкість розвитку галузі – 128 місце, ставлення населення до іноземних відвідувачів – 127 місце. До зазначеного можна додати недостатню жорсткість національного законодавства (111 місце), яке у багатьох випадках не дотримується (114 місце); неперіоритетність сектору туризму на порядку денному в уряді (126 місце), неефективність маркетингу в залученні туристів (109 місце) [7]. Все це обмежує приплив іноземних туристів до України і суттєво відрізняє її від країн Європейського Союзу.

За даними Світової туристичної організації, частка України в туристичних потоках Європи, яка у 2013 р. становила 4,3%, у 2014 р. скоротилась до 2,2% (на 48,5%), а в надходженнях від туристичної діяльності – зменшилась із 1,03% до 0,3% відповідно [8]. Значна розбіжність в структурі фізичних та грошових потоків свідчить про низьку ефективність української туристичної сфери та низький рівень використання наявних туристичних ресурсів [9].

Незважаючи на неможливість оцінки позиції нашої держави на міжнародному ринку туристичних послуг за останній рік, оскільки в рейтингу, опублікованому у 2015 році, серед 141 країни вона відсутня, зазначимо, що на погіршення ситуації у сфері туристичного співробітництва сьогодні впливають такі чинники, як анексія Криму, російська агресія на сході України, а також внутрішньополітична та економічна ситуація в країні.

Проте нинішня ситуація не може зупинити євроінтеграційний вибір нашої країни. Важливим чинником євроінтеграції України повинна стати співпраця з країнами Євросоюзу щодо визначення напрямів формування та реалізації туристичної політики; вивчення можливостей створення і просування на світовому ринку спільних туристичних продуктів; включення нашої держави у перспективні програми фінансової та технічної допомоги, а також інвестиційні проекти ЄС у сфері туризму.

Україна продовжує розбудову договірно-правової бази двостороннього співробітництва з країнами ЄС в галузі туризму, здійснює заходи щодо забезпечення гармонізації свого законодавства в цій сфері з правовими документами ЄС. Співпраця України з ЄС у сфері туризму розвивається в рамках програми TACIS, зокрема щодо підтримки місцевого розвитку та туризму Карпатського регіону, програми технічної допомоги Twinning Projects щодо створення системи туристичних інформаційних центрів, реалізуються туристичні проекти у рамках Програми прикордонного співробітництва та ін.

Стратегічні напрями співробітництва України з ЄС у сфері туризму сформульовані в Угоді про асоціацію між Україною та ЄС. До них, зокрема, відносяться: обмін інформацією, досвідом та передача «ноу-хау»; встановлення стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами з метою забезпечення сталого розвитку туризму; просування та розвиток туристичних продуктів та інфраструктури; навчання спеціалістів з туризму, а також нарощення потенціалу в галузі туризму; розвиток та сприяння туризму на основі місцевих громад [10]. У зв'язку з цим державна політика України у сфері туризму повинна бути спрямована на розробку заходів щодо реалізації зазначених напрямів співробітництва.

Висновки. Туристичне співробітництво України з Євросоюзом є важливим фактором забезпечення миру та взаєморозуміння між країнами. До сучасних тенденцій туристичного співробітництва України з ЄС відносяться наступні: основними партнерами України серед країн ЄС на ринку туризму є Польща, Угорщина, Румунія, Словаччина, Німеччина; скорочується кількість іноземних громадян, які відвідують Україну із країн ЄС; зростає кількість громадян України, які виїжджають до країн ЄС; зростає кількість поїздок українських громадян до країн ЄС із приватною метою; скорочується кількість іноземних громадян, які в'їхали в Україну із країн ЄС з приватною метою; низька частка громадян країн ЄС, які відвідують Україну безпосередньо з метою туризму.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Серед перешкод, які стримують туристичне співробітництво, можна назвати невідповідність рівня розвитку туристичної інфраструктури України і надання туристичних послуг європейським стандартам; неефективність використання потенціалу туристичних ресурсів України, низьку конкурентоспроможність і недостатню популяризацію національних туристичних продуктів, незацікавленість інвесторів вкладати кошти в розвиток туризму тощо.

Державна політика України у сфері туризму повинна бути спрямована на подолання перешкод, які стримують підвищення конкурентоспроможності країни на світовому та європейському туристичному ринку, а також на подальший розвиток туристичного співробітництва з країнами ЄС. Важливо розробити заходи щодо реалізації напрямів співробітництва, визначених в Угоді про асоціацію між Україною та ЄС, які б сприяли модернізації сфери туристичних послуг України з метою її інтеграції у європейську систему.

Література

1. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2008. – 344 с.
2. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf.
3. Travel & Tourism Economic Impact 2014. Ukraine [Електронний ресурс] // World Travel & Tourism Council – Режим доступу : <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/country%20reports/ukraine2014.pdf>.
4. Travel & Tourism Economic Impact 2015. Ukraine [Електронний ресурс] // World Travel & Tourism Council – Режим доступу : http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/ukraine2015.pdf.
5. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика: Навчальний посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
6. Державна служба статистики. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation / Jennifer Blanke and Thea Chiesa [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf.
8. UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2015.pdf.
9. Грабовенська С. П. Аналіз і структура ринку туристичних послуг в Україні / С. П. Грабовенська // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – № 1 (56). – 2013. – С. 226-234.
10. Угода про асоціацію між Україною та Європейським Союзом [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_%28body%29.pdf.

References

1. Kyfiak, V. F. (2008). *Orhanizatsiia turystychnoi diialnosti v Ukraini: Navch. posib. dlia stud. vyshchikh navch. zakl. [The organization of tourism in Ukraine: tutorial for the students of higher educational establishments]*. Chernivtsi: Knyhy-XXI [in Ukrainian].
2. World Travel & Tourism Council (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks*. Retrieved from: http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf.
3. World Travel & Tourism Council (2014). *Travel & Tourism Economic Impact 2014. Ukraine*. Retrieved from: <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/country%20reports/ukraine2014.pdf>.
4. World Travel & Tourism Council (2015). *Travel & Tourism Economic Impact 2015. Ukraine*. Retrieved from: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/ukraine2015.pdf.
5. Malska, M.P., & Khudo, V. V. (2007). *Turystychnyi biznes: teoriia ta praktyka: Navchalnyi posibnyk [Tourism business: theory and practice: tutorial]*. Kyiv: Center of educational literature [in Ukrainian].
6. State Statistics Service. Official site (n.d.). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
7. Jennifer Blanke and Thea Chiesa (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation*. Retrieved from: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf.
8. UNWTO (2015). *Tourism Highlights, 2015 Edition*. Retrieved from: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2015.pdf.
9. Hrabovenska, S. P. (2013). Analiz i struktura rynku turystychnykh posluh v Ukraini [Analysis and the structure of the tourism market in Ukraine]. *Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli - Scientific Bulletin Poltava University of Economics and Trade*, 1 (56), 226-234 [in Ukrainian].
10. Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu ta Yevropeiskym Soiuzom [The Association Agreement between Ukraine and the European Union]. (n.d.). [www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_%28body%29.pdf) Retrieved from: http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_%28body%29.pdf [in Ukrainian].

Надійшла 20.09.2015

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 331.104.6

О. І. Гарафонова, д. е. н., доцент, професор

**ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМИ ТА КЛАСТЕРИЗАЦІЇ
У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. У статті розглянуто використання CRM-системи на підприємстві, як засіб підвищення його конкурентоспроможності на ринку. Розглянуто етапи впровадження CRM-системи на підприємстві у межах реформування маркетингової діяльності. Виявлено економічний ефект від впровадження CRM-системи у межах вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетингові інструменти, інтернет-технології, інтернет-маркетинг, CRM-система на підприємстві.

О. И. Гарафонова, д. э. н., доцент, профессор

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ CRM-СИСТЕМЫ И КЛАСТЕРИЗАЦИИ
В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Аннотация. В статье рассмотрено использование CRM-системы на предприятии, как средство повышения его конкурентоспособности на рынке. Рассмотрены этапы внедрения CRM-системы на предприятии в рамках реформирования маркетинговой деятельности. Выявлено экономический эффект от внедрения CRM-системы в пределах совершенствования маркетинговой деятельности предприятия.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, маркетинговые инструменты, интернет-технологии, интернет-маркетинг, CRM-система на предприятии.

O. I. Harafonova, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor

**CRM-SYSTEM USE AND CLUSTERING OF MARKETING ACTIVITIES IN THE MODERN
ENTERPRISE**

Abstract. The article discusses the use of CRM-system at the enterprise as a means of increasing its competitiveness in the market. The stages of implementation of CRM-systems within the enterprise reform marketing activities are considered. The economic effect of the implementation of CRM-system improvements within the marketing activities of the company is revealed.

Keywords: marketing activity, marketing tools, Internet technologies, Internet marketing, CRM-system in the enterprise.

Актуальність теми дослідження. Сьогодні в Україні спостерігається складний період розвитку для підприємницької діяльності. Це пов'язано з багатьма причинами: світова економічна криза, наслідки військових дій на території країни, нестабільне законодавство, повільне проведення реформ різних галузей та інше. Такі глобальні процеси спонукають підприємства все частіше звертати увагу на інноваційні технології у загальному плані та на новітні маркетингові інструменти. За таких умов все більшої популярності набувають CRM-системи, що дозволяють оптимізувати управлінські та маркетингові процеси підприємства, що у свою чергу підвищує конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Постановка проблеми. Стаття присвячена проблемі розвитку маркетингової діяльності за умови використання сучасного маркетингового інструментарію, що дає змогу значно підвищити конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значна кількість відомих вчених-економістів розкриває загальні питання прийняття управлінських рішень та управління маркетинговою діяльні-

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

стю на підприємстві, а саме: Ф. Котлер, Л. І. Воротіна, Т. С. Земелева, І. В. Павлова, А. С. Пятигін та інші. Проте ними не враховуються особливості процесу прийняття управлінських рішень та управління маркетинговою діяльністю з використанням CRM-системи на підприємствах.

Викладення основного матеріалу. За останні десятиліття при зростанні витрат на маркетинг та освоєння новітніх маркетингових інструментів спостерігалось падіння ефективності маркетингових програм. Інноваційні товари скоріше неконкурентоспроможні, ніж успішні (80% нових споживчих товарів і 30% товарів для бізнесу не приносять прибутку підприємствам). Як відзначають економісти, більшого значення набула швидкість виходу інноваційного продукту на ринок, а не дійсна потреба споживачів в ньому. Спостерігається також тенденція до зниження ефективності реклами. Одним із чинників цього стало її широке розповсюдження та відсутність соціально-відповідального її характеру. За оцінками фахівців, лише 10% людей позитивно ставляться до рекламних повідомлень. Зростає важливість точного знання свого споживача з використання методів зворотнього зв'язку, зокрема тих, що пропонує Інтернет-мережа.

На теперішній час система маркетингу повинна базуватися на швидкому, гнучкому плануванні інновацій, в центрі яких завжди повинен бути споживач з усім спектром своїх потреб. Інновації, у загальному плані, або товарні інновації можуть створити нові ринки, а на існуючих ринках допомагають потіснити конкурентів. Якщо найчастіше пріоритети віддавалися мінімізації ризику виходу на ринок з інноваційним продуктом, то на сьогодні пріоритети зміщуються у бік прискорення виходу на ринок, прагнення стати на ньому піонером, що, як правило, має більшу долю ринку. Збитки від повільного виходу на ринок можуть суттєво перевищувати втрати від недостатньої ефективності інноваційних продуктів [7, с. 203].

Отже, успішна реалізація стратегії розвитку сучасного підприємства передбачає здійснення не лише результативної, а й ефективної господарської діяльності. Аби бути успішною впродовж тривалого часу, щоб вижити і досягти своїх цілей, діяльність підприємства має бути як результативною, так і ефективною.

За таких умов суттєвим вирішенням поставленого питання стає впровадження CRM-системи, яке дозволяє оптимізувати прийняття управлінських та маркетингових рішень на підприємстві.

CRM-система це так звана база даних, в якій зберігається вся необхідна для підприємства інформація про клієнта:

- що він придбав,
- як часто він це купує - якщо це сфера продажу,
- чим він захоплюється - якщо це сфера розваг.

Така аналітична система дає можливість побудови своєї унікальної стратегії розвитку підприємства, залучення нових клієнтів та збереження міцніших відносин із вже існуючими.

За таких умов на перший план виходить клієнтоорієнтований маркетинг, який дозволяє оптимізувати використання маркетингового інструментарію для більш дієвого впливу на споживача та задоволення його потреб. Саме тому CRM-система є тим інструментом, який допомагає виробити свій загальнокорпоративний стандарт спілкування з клієнтами.

CRM-система включає в себе не тільки автоматизацію процесів пов'язаних з продажами, а й маркетингові та аналітичні процеси, що дозволяє не просто відстежувати статистику продажів, але й реалізовувати ефективні програми лояльності.

Враховуючи конкуренцію на ринку (це стосується будь-якої сфери діяльності), нехтування такою стратегією може призвести до небажаних наслідків, аж до розорення компанії.

Так на рис. 1 представимо загальний вигляд CRM-системи [5].

Отже, до основних завдань CRM-системи можливо віднести наступне:

- створення чітких і прозорих процесів взаємодії з клієнтами та партнерами;
- побудова та використання ефективної маркетингової та управлінської діяльності підприємства;
- оптимізація процесу продажів;
- формування системи лояльності споживачів та клієнтів;
- контроль узгодженості роботи всіх співробітників підприємства.
- CRM-систему, краще за все, будувати гнучкого типу. Вона повинна містити у собі:

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

- компонентну модель додатків,
- окремі модулі : клієнтська база, модуль продажів, маркетинг, зовнішні дані, звітність.



Рис. 1. Схематичне представлення CRM-системи

Така система дасть змогу швидко доповнювати та змінювати наявну систему та склад її інформації, що дозволить прискорити адаптацію підприємства до зміни інформаційного середовища.

Вертикальні системи дають можливість впровадження самої системи «згори до низу» - від першочергових компонент (бази даних і сервера додатків) до найважливіших – інтерфейсу користувача.

Служба підтримки в рамках CRM забезпечує можливість роботи з різними каналами комунікацій за єдиною схемою. Так, наприклад, електронний лист від клієнта із запитом на отримання будь-яких послуг обробляється єдиноразово з голосовим дзвінком. Інформація, отримана за різними інформаційними каналами, заноситься у єдине сховище, до якого потім звертаються різні споживачі зібраної інформації - обслуговуючі оператори, менеджери з маркетингу, фахівці сервісної служби і т.п.

Загальний вигляд процесу оптимізації представлено на рис. 2.



Рис. 2 Оптимізація обробленої інформації

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Завдяки інтеграції з CRM-системою для будь-якого підприємства стає можливим контролювати інформаційні потоки на різних каналах через єдину цілісну систему. Так, наприклад, коли замовлення виконано на одному з каналів, CRM автоматично оновлюється та вносить скореговану інформацію в загальну базу даних. Те ж саме відбувається і при зміні ціни товарів чи послуг - усі канали централізовано отримують оновлення інформаційного поля.

Отже, на рис. 3 представимо схематичне відображення взаємодії CRM-системи з маркетинговою та управлінською діяльністю підприємства.



Рис. 3. Схематичне відображення взаємодії CRM-системи з маркетинговою та управлінською діяльністю підприємства

Для наочного відображення впровадження CRM-системи для підприємства розрахуємо економічну ефективність від її впровадження на прикладі готельного підприємства.

У найбільш узагальненому вигляді визначення економічної ефективності від впровадження маркетингових та організаційно-управлінських інновацій ($E_{ум}$) постає можливим шляхом використання формули:

$$E_{ум} = \frac{C_2 \times O_2 - C_1 \times O_1 + P_c - П}{B} \tag{1}$$

де C_1, C_2 – ціна реалізації одиниці продукції (надання послуги) відповідно до старого (діючого) та нового управлінського механізму (плану маркетингу), грн.;

O_1, O_2 – обсяги реалізації продукції (послуг) відповідно до старого (діючого) та нового управлінського механізму (плану маркетингу), шт.;

P_c – вартісна оцінка супутніх корисних результатів маркетингової або організаційно-управлінської інновації у розрахунковому періоді, грн.;

$П$ – величина податку на зростання прибутку у розрахунковому періоді, грн.;

B – сума інвестицій, пов'язана з впровадженням та реалізацією маркетингової або організаційно-управлінської інновації, грн.

Так, за даними, отриманими від керівництва підприємства готелю «Viva»:

– ціна реалізації одиниці продукції відповідно до діючого та нового управлінського механізму (плану маркетингу): 300 грн (базовий варіант) та 350 грн (новий варіант);

– обсяги реалізації продукції (послуг) відповідно до старого (діючого) та нового

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

управлінського механізму (плану маркетингу), шт. – 17 шт. та 17 шт., відповідно;
 – вартісна оцінка супутніх корисних результатів маркетингової або організаційно-управлінської інновації у розрахунковому періоді, грн. – 50000 грн.;
 – сума інвестицій, пов'язаних із впровадженням та реалізацією маркетингової або організаційно-управлінської інновації, грн. – 38000 грн.

$$E_{ym} = 1,26$$

Оскільки отриманий коефіцієнт ефективності більший ніж 1, то можна зазначити, що впровадження маркетингових запропонованих заходів позитивно вплине на подальший розвиток підприємства.

Висновок. Таким чином, можемо зробити висновок, що впровадження CRM-системи дозволить удосконалити існуючий процес прийняття управлінських та маркетингових рішень на підприємстві. Досягти удосконалення можна шляхом автоматизації більшості бізнес-процесів та побудові гнучкої системи оптимізації інформаційних потоків.

Література

1. Висоцька М. Є. Застосування CRM-системи в процесі прийняття управлінських рішень на виробничому підприємстві [Електронний ресурс]. / М. Є. Висоцька. – Х. : Інфодиск, 2013. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM).
2. Воротіна Л. І. Актуальні проблеми економіки / Л. І. Воротіна, А. С. Пятігін // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 10(136). – С. 72–73.
3. Павлова І. В. Проблемные аспекты управленческого учета и пути их решения [Электронный ресурс] / И. В. Павлова, Т. С. Земелева. - Режим доступа : http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/32717.doc.htm
4. Попова Л. Л. Наукові підходи до питання про сутність управлінських рішень / Л. Л. Попова // Збірник наукових праць Української академії державного управління при Президенті України. – 2012. – № 2. – С. 38–46.
5. Птащенко О. В. Удосконалення іміджу підприємства сфери послуг за рахунок сучасних інформаційних інструментів / О. В. Птащенко // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – Херсон, ХНТУ, 2015. - №16 (5) 2015. – С. 121-125.
6. Татарникова А. А. Управление кадрами в корпорациях США, Японии, Германии. / А. А. Татарникова. – М. : ИНЭ, 2003. – 243 с.
7. Череп А. В. Развитие современного маркетинга та вимоги до нього / А. В. Череп, Т. С. Абліцова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – №1. – С. 202-205.

References

1. Vysotska, M. Ye. (2013). *Zastosuvannia CRM-systemy v protsesi pryiniattia upravlinskykh rishen na vyrobnychomu pidpriemstvi* [CRM- system use in the decision-making process at the manufacturing venture]. Kharkiv: Infodysk [in Ukrainian].
2. Vorotina, L. I., & Piatyhin, A. S. (2012). Aktualni problemy ekonomiky [Actual problems of economy]. *Aktualni problemy ekonomiky - Actual problems of economy*, 10(136), 72–73 [in Ukrainian].
3. Pavlova, I. V., & Zemeleva, T. S. (2008). *Problemyne aspekty upravlencheskogo ucheta i puti ikh resheniya* [Problematic aspects of management accounting and their solutions] Retrieved from: http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/32717.doc.htm [in Russian].
4. Popova, L. L. (2012). Naukovi pidkhody do pytannia pro sutnist upravlinskykh rishen [Scientific approaches to the question of the essence of administrative decisions]. *Zbirnyk naukovykh prats Ukrainskoi akademii derzhavnoho upravlinnia pry Prezidentovi Ukrainy - Proceedings of Ukrainian Academy of Public Administration under the President of Ukraine*, 2, 38–46 [in Ukrainian].
5. Ptashchenko, O. V. (2015). Udoskonalennia imidzhu pidpriemstva sfery posluh za rakhunok suchasnykh informatsiynykh instrumentiv [Improvement of the image of the services enterprises through modern information tools]. *Sotsialno-ekonomichnyi rozvytok rehioniv v konteksti mizhnarodnoi intehtratsii - Socio-economic development of regions in the context of international integration*, 16 (5), 121-125. Kherson, KhNTU [in Ukrainian].
6. Tatarnikova, A. A. (2003). *Upravlenie kadrami v korporatsiyakh SShA, Yaponii, Germanii* [Personnel management in corporations of USA, Japan and Germany]. Moscow: INE [in Russian].
7. Cherep, A. V., & Ablitsova, T. S. (2009). Rozvytok suchasnoho marketynhu ta vymohy do noho [The development of modern marketing and the requirements to it]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu - Herald of Khmelnytskyi national university*, 1, 202-205 [in Ukrainian].

Надійшла 15.09.2015

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 65.011.3:339.5

V. V. Lukianova, Doctor of Economic Sciences, Professor,
A. V. Sviderska, Postgraduate Student**RISK MANAGEMENT PROCEDURES AS A COMPONENT OF THE MANAGERIAL SYSTEM OF CORPORATE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY**

Abstract. *The paper proves the need for researching the subset of risk management as an integral element of foreign economic activity management of domestic enterprises. It defines the agent and subject of management behavior in the process of implementing foreign economic operations. The author gives her suggestions concerning making a list and sequence of implementing risk management procedures and also recommendations concerning practical implementation of these procedures on certain stages of initial cooperation with foreign counterparts and taking decisions as for concluding a foreign economic contract.*

Keywords: *risk, foreign economic activity, management, strategy.*

В. В. Лук'янова, д. е. н., професор,
А. В. Свідерська, аспірант**ПРОЦЕДУРИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ЯК СКЛАДОВА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. *Обґрунтовано потребу дослідження підсистеми ризик-менеджменту як невід'ємного компонента управління зовнішньоекономічною діяльністю вітчизняних підприємств. Визначено об'єкт та суб'єкт управлінської діяльності в процесі реалізації зовнішньоекономічних операцій. Наведені авторські пропозиції щодо формування переліку, послідовності здійснення процедур управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності, а також рекомендації щодо практичної реалізації даних процедур на окремих етапах початку співпраці із закордонним контрагентом та прийняття рішень щодо укладення зовнішньоекономічного контракту.*

Ключові слова: *ризик, зовнішньоекономічна діяльність, управління, стратегія.*

В. В. Лукьянова, д. э. н., профессор,
А. В. Свидерская, аспирант**ПРОЦЕДУРЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Аннотация. *Обосновано необходимость исследования подсистемы риск-менеджмента как неотъемлемого компонента управления внешнеэкономической деятельностью отечественных предприятий. Определено объект и субъект управленческой деятельности в процессе реализации внешнеэкономических операций. Приведены авторские предложения касающиеся формирования перечня, последовательности осуществления процедур управления рисками внешнеэкономической деятельности, а также рекомендации относительно практической реализации данных процедур на отдельных этапах начала сотрудничества с зарубежным контрагентом и принятия решений относительно заключения внешнеэкономического контракта.*

Ключевые слова: *риск, внешнеэкономическая деятельность, управление, стратегия.*

Urgency of the research. *The need for researching the issues of foreign economic activity (FEA) management system at domestic enterprises is related not only to prospects of this direction of activity development for businessmen and its prestige for the country, but also to the high level of complexity and lack*

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

of management efficiency in this field which has been consistently and reasonably proved.

Target setting. In order to conduct foreign economic activity on the enterprise level efficiently one needs to have a management system appropriate for its operation conditions which would include an element of foreign economic risk management. Taking this into account there arises a need for visualization of FEA management system with the purpose of singling out procedures of foreign economic risk management from its structure.

Actual scientific researches and issues analysis. According to most researchers, higher level of FEA management complexity is caused by the specific nature of this kind of activity. This aspect is studied in detail in [1-4].

Uninvestigated parts of general matters defining. So far no research has explored the interconnection between the risk management subsystem and general management in FEA in terms of specific features determined by this type of activity. We consider this issue to be understudied, so it needs substantial examination and individual approach to its solution.

The research objective. The aim of this research is to develop the component of risk management in the system of FEA general management taking into account specific features of this type of activity.

The statement of basic materials. In the system of FEA management the agent of management has managerial influence on the controlled object (FEA which comprises four stages) using appropriate methods, principles and management instrumentation.

The agent of management in FEA, in our opinion, can comprise both entire departments and subdivisions of enterprise executive personnel, and individual employees of other corporate divisions which are not involved into the FEA management system. The total number of individuals as well as departments involved in carrying out FEA managerial processes depends chiefly on FEA scope, degree of its diversification according to geographical features, commercial properties and variety of FEA kinds.

The object of management is presented by contract foreign economic activity, i.e. processes related to concluding and implementing foreign economic contracts. In defining the object of management special emphasis is placed on the processes of implementing contracts by an enterprise, because, in our opinion, this concept is broader as it involves not only foreign economic operations (i.e. direct processes of interaction between enterprises and their foreign counterparts), but also internal processes related to providing and preparing enterprises to such interaction and fulfilling obligations.

The procedure called "Preparing managerial information" is complex and it involves, among other factors, identification of risks, analysis of these risks, definition of risk sources and factors that enhance FEA riskiness, risk matrix formation.

Defining sources of risks enables the enterprise to reveal the essence of certain foreign economic risks in a more comprehensive way and to efficiently systematize the identified FEA risks in order to manage them. Foreign economic risks can be better identified by using qualitative methods, expert evaluation in particular. Risk identification can be carried out in two ways: on the basis of FEA risk sources and by using predetermined factors that enhance FEA riskiness.

Foreign economic risk analysis presupposes the systematization of identified FEA risks with their further grouping according to the probability of their occurrence in FEA as well as determining possible departures from the planned effects of implementing foreign economic agreements for the enterprise. Such indicators are determined by expert examination and by previous collaboration with certain contractors or by carrying out similar or identical operations.

Picture 1 presents FEA risk management procedures on every stage of FEA.

The risks for which it is impossible to clarify the above mentioned characteristics and which cannot be included into the risk matrix even in their qualitative expression (pic. 2) are excluded from the total bank and are considered to be uncertainties and indeterminacies not risks.

Signs: ΔER – possible divergence from the expected result of the agreement in FEA, in % of the given contract amount; p – possibility of a risk in FEA; AR – an acceptable risk; UR – an unreasonable risk; RSM – a risk that requires special managerial actions.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

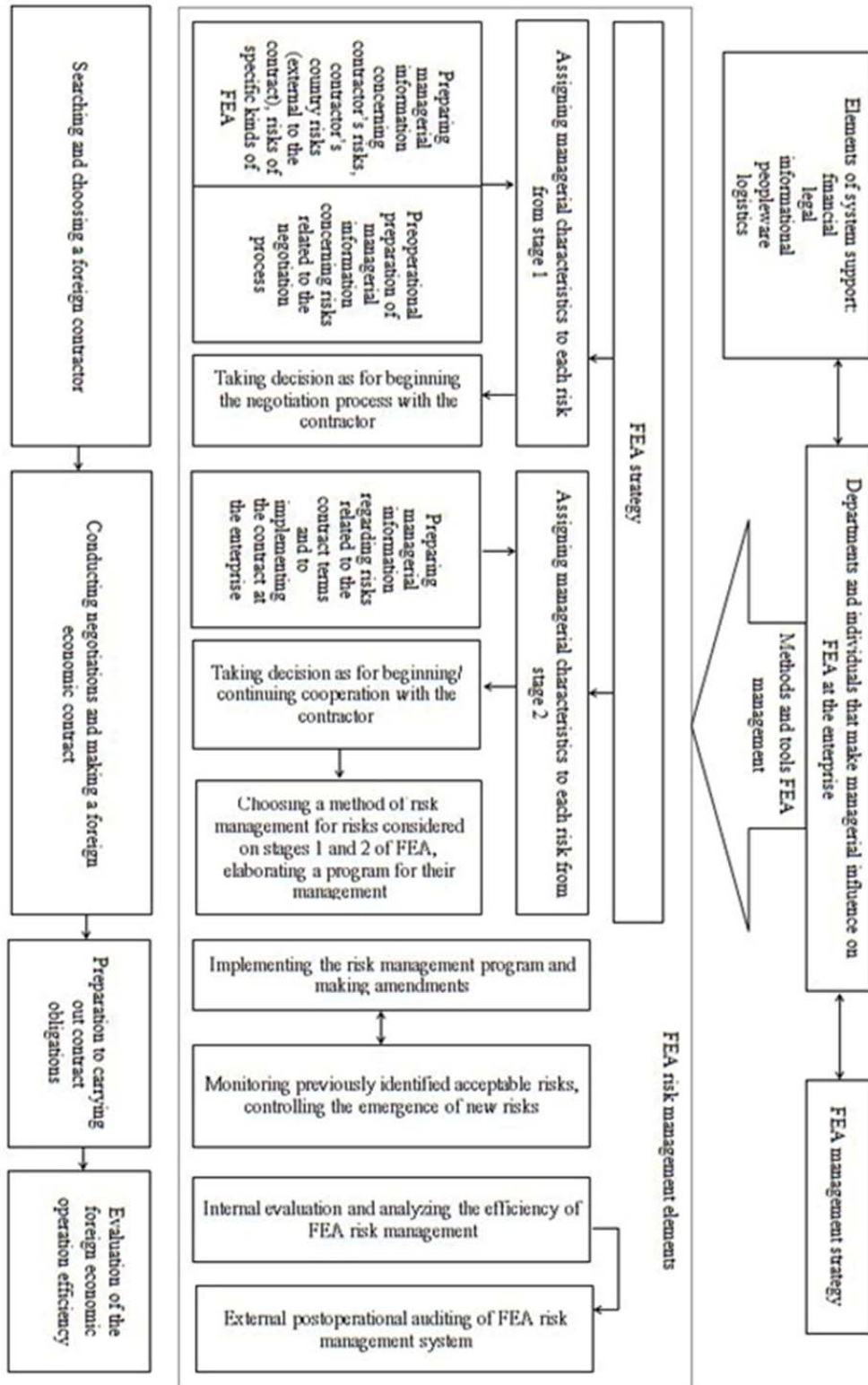


Fig. 1. FEA management system taking into account risks

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Assigning a managerial characteristic to a FEA risk presupposes its inclusion to one of three groups: an acceptable risk, a risk that requires special managerial actions, an unreasonable risk. The managerial staff responsible for this procedure should take into consideration the following factors: the place of the risk in the risk matrix, correlation between the management expenses and the expected results of fulfilling the foreign economic contract.

Possible divergence from the expected result	Probability of a risk case	Low ($p < 0,1$)	Average ($0,1 \leq p < 0,9$)	High ($p \geq 0,9$)
	Insignificant ($\Delta ER < 0,01\%$)	AR	RSM	RSM
Average ($0,01\% \leq \Delta ER < 0,1\%$)		RSM	RSM	RSM
Significant ($\Delta ER \geq 0,1\%$ of the contract sum)		RSM	RSM	UR

Fig. 2. Risk matrix of a foreign economic agreement

Expenses for managing FEA risks may include: expenses for informational support of managing FEA risks; transaction expenses; expenses for using the selected method of managing the FEA risk (insurance fees, making emergency funds, obtaining additional information, organizing preventive systems, a range of extra expenses connected with FEA diversification).

The normative value of the indicator of the management expenses and the total sum of the contract ratio should be formed at the enterprise taking into account its FEA strategic goals and financial means, it is influenced by how a person or people in charge treat the risk. It is recommended to use differential and interval values depending on the kind of FEA, status of the foreign partner (regular cooperation or one-time order), priority of the foreign market, FEA sector peculiarities. For example, without taking into consideration the above mentioned factors the average value of the indicator can be set within the limits up to 5-10%. Picture 3 and table 1 represent the algorithm of formation and the portfolio of foreign economic risks at an enterprise.

Table 1

Corporate FEA risks portfolio

№	Acceptable risks		Risks that requires managerial actions		Unreasonable risks		Elements of uncertainty and indeterminacy
	p	PD, %	p	PD, %	p	PD, %	
1							
2							
.....							
n							

Signs: p – probability of having a risk case; PD – possible divergences from the planned results of fulfilling the foreign economic agreement (in percentage to the contract amount).

After completing this procedure the management agent receives a FEA risk portfolio that may contain risks of three mentioned categories in order to provide information support to the process of decision making.

The next step is to find out whether the received risks portfolio corresponds to the enterprise’s strategic goals in FEA which is a starting point for making a decision as for beginning the negotiations with the contractor. In making this decision the FEA managers should take into account the following point: FEA itself is riskier than domestic economic activity so risks which would be considered high in the latter sphere are quite acceptable in FEA.

It is typical for the second stage to transform the information about FEA risks received from previous stages into a program of specific risk management actions for the risks that require it. For instance, it may lead to taking into account FEA risks when agreeing on the contract amount.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

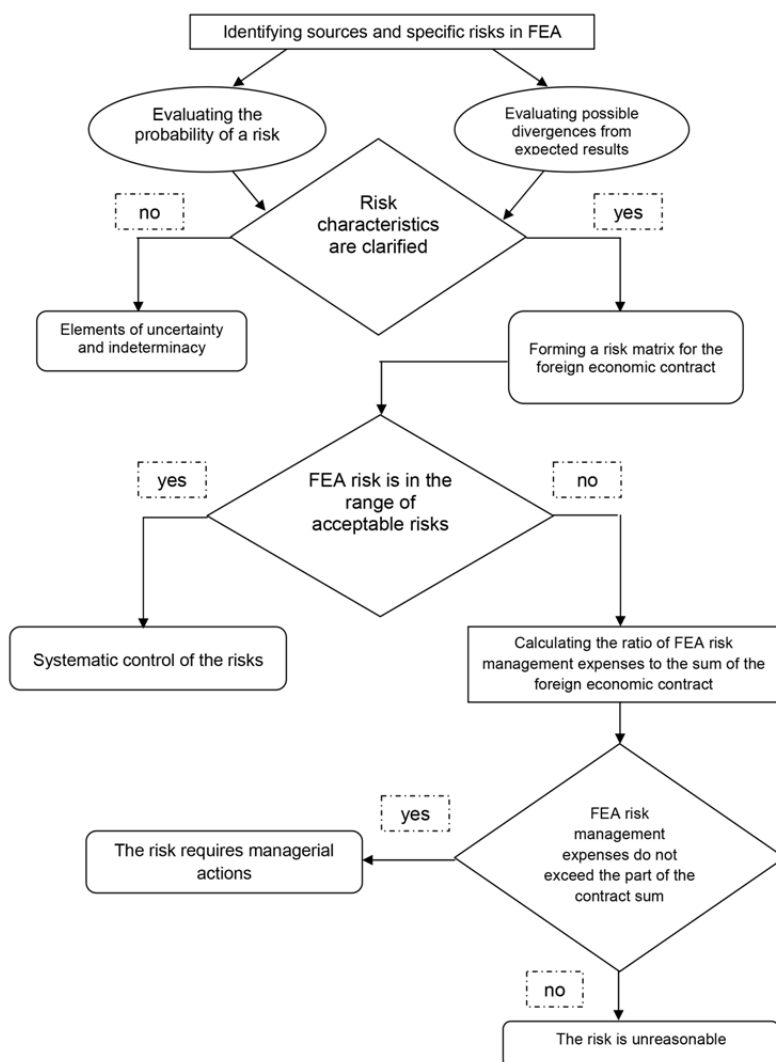


Fig. 3. Algorithm for making a FEA risk portfolio as a part of taking economic decisions in FEA

On the third stage of FEA foreign economic risk management procedures take place simultaneously (program implementation, risk monitoring, in case of risk increase – elaborating and adding extra actions to the program of FEA risk management). On the fourth stage internal analysis and external evaluation of FEA risk management components are done in consecutive order.

The internal analysis should be part and parcel of every management cycle while the external one may be carried out with some intervals (for example, every year, every half a year). Internal postoperational analysis is in the authority of the enterprise management and it is to find out:

1) whether there were any risk cases, which in particular and at what stages of FEA management cycle; causes and factors related to them. Special attention should be paid to the factors which could have been influenced by the enterprise by reducing them (in case of negative factors such as decrease in demand for the enterprise’s products in the world market) or intensifying them (for positive factors such as changes in the state policy and in regulating some aspects of FEA);

2) whether there were cases when actual divergences exceeded the forecasted possible divergences; whether the FEA risk management program has been efficient in practice.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Conclusion. So, within the considered system of FEA management the management agent performs typical procedures for different FEA risks with the aim of saving time and resources. Such approach enables the enterprise to avoid excessive risks of lost possibilities which inevitably happens when it refuses to work with foreign contractors.

References

1. Herasymenko, H. (2013). Formuvannya adaptivnoi systemy upravlinnia zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu pidpriemstva v suchasnykh umovakh [Formation of adaptive system of international management of enterprise activity in modern conditions]. *Ekonomika ta derzhava: mizhnarodnyi naukovopraktychnyi zhurnal - Journal "Ekonomika ta derzhava" a special journal in Ukraine on economi*, 11, 79-82 [in Ukrainian].
2. Hovoretskyi, O. B. (2012). Osoblyvosti protsesu stratehichnoho upravlinnia na pidpriemstvakh-uchasnykakh zovnishnoekonomichnoi diialnosti [Features of process of strategic management at the enterprises participating in foreign economic activity]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky - Herald of Khmelnytskyi national university. Economic sciences*, 4, Vol. 2, 221-224 [in Ukrainian].
3. Doroshkevych, K. O. (2007). Perevahy ta nedoliky upravlinnia zovnishnoekonomichnoiu diialnistiu za dopomohoiu stratehichnykh kart ta alternatyvnykh modelei [Advantages and disadvantages of external economic activity management through strategic maps and alternative models]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Lvivska politehnika» - Herald of the National University "Lviv Polytechnic"*, 599, 32-36 [in Ukrainian].
4. Kozhevnikova, L. K. (2014). Osoblyvosti funktsii ta metodiv upravlinnia zovnishnoekonomichnoiu [Features of functions and methods of management external economic activities]. *Ekonomika ta derzhava - Ekonomika ta derzhava*, 85-88 [in Ukrainian].

Література

1. Герасименко Г. Формування адаптивної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в сучасних умовах / Г. Герасименко // *Економіка та держава: міжнародний науково-практичний журнал*. - 2013/2. - № 11. - С. 79-82.
2. Говорецький О. Б. Особливості процесу стратегічного управління на підприємствах-учасниках зовнішньоекономічної діяльності / О. Б. Говорецький // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. – 2012. – №4, Т. 2. – С. 221-224.
3. Дорошкевич К. О. Переваги та недоліки управління зовнішньоекономічною діяльністю за допомогою стратегічних карт та альтернативних моделей / К. О. Дорошкевич // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. - 2007. - № 599. - С. 32-36.
4. Кожевнікова Л. К. Особливості функцій та методів управління зовнішньоекономічною діяльністю / Л. К. Кожевнікова // *Економіка та держава*. – Київ, 2014. - С. 85-88.

Надійшла 10.09.2015

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 658:65.015.3

Г. Г. Савіна, д. е. н., професор,
В. О. Баличова, здобувач,
Ю. О. Калугін, здобувач

**ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ ТА ДІЛОВА РЕПУТАЦІЯ
У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Анотація. У статті розглянуто сутність понять «позитивний імідж» та «ділова репутация» у відношенні підприємства. Зазначено мету формування іміджу та ділової репутации за умови функціонування у ринковому середовищі, яке передбачає перманентний стан конкурентної боротьби. Позитивний імідж та ділова репутация розглянуто як конкурентні переваги підприємства.

Ключові слова: позитивний імідж, ділова репутация, конкурентоспроможність підприємства, конкурентні переваги.

Г. Г. Савина, д. э. н., профессор,
В. А. Баличова, соискатель,
Ю. А. Калугин, соискатель

**ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ И ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ
В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Аннотация. В статье рассмотрены сущность понятия «положительный имидж» и «деловая репутация» по отношению к предприятию. Указана цель формирования имиджа и деловой репутации при условии функционирования в рыночной среде, которая предусматривает перманентное состояние конкурентной борьбы. Положительный имидж и деловая репутация рассмотрены как конкурентные преимущества предприятия.

Ключевые слова: положительный имидж, деловая репутация, конкурентоспособность предприятия, конкурентные преимущества.

H. H. Savina, Doctor of Economic Sciences, Professor,
V. O. Balychova, Degree seeker,
Yu. O. Kaluhin, Degree seeker

**POSITIVE IMAGE AND BUSINESS REPUTATION IN PROVIDING COMPETITIVENESS OF THE
ENTERPRISE**

Abstract. The essence of the concept of "positive image" and "business reputation" concerning company are considered in the article. The purpose of formation the image and business reputation under condition of functioning in the market environment is indicated, which provides a permanent state of competition. Positive image and business reputation is considered as the competitive advantages of the company.

Keywords: positive image, business reputation, competitiveness of the enterprise, competitive advantage.

Актуальність теми дослідження. В умовах розбудови ринкової економіки, якій притаманна конкурентна боротьба та глобалізація економічного розвитку, зростає потреба позитивного позиціонування підприємств в інформаційному просторі, спрямоване на підсилення ринкових позицій, збільшення ринкової вартості підприємства, розширення кола постійних споживачів. Вирішувати цю задачу можна за допомогою таких управлінських важелів, як позитивний імідж та ділова репутация підприємства. Позитивний імідж та ділова репутация будь-якого підприємства

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

формується на ключових характеристиках, які у своїй сукупності створюють цінність для розвитку підприємства та є джерелом отримання довгострокових конкурентних переваг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності, визначення та оцінки ділової репутації та іміджу підприємства досліджували у своїх роботах провідні вітчизняні й зарубіжні вчені Л. Браун, Б. Брюс, Ян. Х. Гордон, Б. Джи, Н. Енкельман, Дж. М. Лайхіфф, І. А. Бланк, Л. Ю. Вольдман, Т. О. Дяченко, В. В. Ковальов, В. М. Костюченко, О. Е. Кузьмінська, Л. І. Лук'яненко, М. Р. Лучко, Ю. В. Строцюк, З. В. Хатикова та інші. Огляд та узагальнення праць зазначених авторів показали, що в сучасних розробках недостатньо досліджена специфіка іміджу та ділової репутації у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність підприємства, як відображення ступеня реалізації мети підприємства, розвивається і набуває нових ознак із зростанням кількості ринкових викликів та ускладненням структури навколишнього середовища, з яким взаємодіє підприємство. Тому параметри попиту вже є недостатніми для забезпечення конкурентоспроможності підприємства і повинні бути доповнені цілою низкою переваг, що забезпечують економічний успіх у конкурентній боротьбі, серед яких важливе місце займають позитивний імідж та ділова репутація підприємства.

Виклад основного матеріалу. Імідж та ділову репутацію підприємства можна забезпечити за рахунок ефективного використання інформаційних ресурсів. На перший погляд ці поняття є близькими і у деяких публікаціях їх навіть ототожнюють. Але між ними все ж таки існує різниця, яку необхідно усвідомлювати з тим, щоб найдоцільніше формувати та використовувати їх в рекламно-інформаційній діяльності підприємства.

Так, термін «ділова репутація» деякі науковці пов'язують з рівнем ділової активності підприємства, доповнюючи його морально-етичними та діловими ознаками менеджменту підприємства, стабільними партнерськими відносинами з постачальниками тощо [1, с. 298].

Однак в такому трактуванні відсутній цільовий вектор, кінцеве призначення формування та підтримання ділової репутації підприємства. В цьому аспекті також існують розбіжності у поглядах науковців. Існує, наприклад розповсюджена думка, що ділова репутація має свою вартість та є однією з складових ринкової вартості юридичної особи, а тому її можна вважати гудвілом [2]. У Податковому кодексі України (п. 14.1.40) міститься визначення гудвілу як нематеріального активу, вартість якого визначається як різниця між ринковою ціною та балансовою вартістю активів підприємства як цілісного майнового комплексу, що виникає в результаті використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів, послуг, нових технологій тощо [3]. Логіка обґрунтування такої думки побудована на тому, що ділова репутація є важливим активом юридичної особи, набувається роками клопіткої праці та вартує дуже дорого.

Але поняття «гудвіл» та «ділова репутація» не можна вважати тотожними з таких причин: по-перше, гудвіл є активом, який має вартісне вираження та використовується у бухгалтерському і податковому обліку, в той час як на ділову репутацію це не розповсюджується; по-друге, ділова репутація є особистим немайновим благом, яке охороняється цивільним законодавством (ч.1 ст.201 ЦК України) [4]; по-третє, причетність ділової репутації до особистих немайнових благ гарантує неможливість її обмеження чи відібрання державою в будь-якому випадку, а її пониження розглядається як завдання моральної шкоди (ст. 23 ЦК України), що ні в якому разі не стосується гудвілу; по-четверте, погіршення ж ділової репутації за рахунок дискредитації, може призвести до реальних фінансових збитків; по-п'яте, неправомірне використання елементів чужої ділової репутації визнається в Україні недобросовісною конкуренцією [5], тобто пов'язується із функціонуванням у ринковому середовищі.

Думка про те, що ділова репутація та гудвіл є тотожними поняттями, не має логічного завершення, вона скоріше має проміжний характер, оскільки діяльність підприємства, як господарюючого суб'єкта, не може бути пов'язана лише із формуванням певного уявлення про себе в інформаційному середовищі. Показником, який акумулює в собі як думку оточуючих про ділові характеристики підприємства, так і економічні результати господарської діяльності, можна вважати «економічний успіх». Показник «економічний успіх», який, з одного боку, відображає певні економічні досягнення, а з іншого – визнання та схвалення цих досягнень соціумом, в найбільшій

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

мірі охоплює багатогранний характер функціонування підприємства на сучасному етапі соціально-економічного розвитку.

З цих позицій ділову репутацію підприємства можна визначати як конкурентну перевагу морально-етичного характеру, яка опосередковано впливає на економічний успіх підприємства.

На відміну від ділової репутації, під іміджем доцільно розуміти уявлення суб'єктів внутрішнього і зовнішнього середовища про образ підприємства, створений за допомогою засобів інформаційних комунікацій про його здобутки і можливості, що формуються під впливом об'єктивних і суб'єктивних чинників. При цьому під об'єктивними чинниками доцільно розуміти результати господарювання, а під суб'єктивними – цілі, стереотипи поведінки, особливості сприйняття, поінформованість суб'єктів щодо діяльності підприємства та його можливостей.

У роботах І. В. Альшиної досліджується значущість іміджу для діяльності організації та зроблено висновок, що корпоративний імідж – це образ організації в уявленні суспільних груп. Позитивний імідж підвищує конкурентоспроможність підприємства на ринку. Він приваблює клієнтів та партнерів. Полегшує доступ організації до ресурсів (фінансових, інформаційних, людських, матеріальних) [6].

В. О. Сизоненко зазначає, що імідж – це позитивний образ будь-якої фірми, що формує стабільну конкурентну перевагу через створення загального образу, репутації, думки громадськості, споживачів і партнерів про престиж підприємства, його товари та послуги, післяпродажний сервіс [7, с. 420].

Основними функціями іміджу є захист від додаткових витрат і ймовірних втрат, тобто зростання ризику господарювання, інформування про здобутки і можливості підприємства, стимулювання до взаємодії в процесі господарювання, акумулювання економічних ресурсів.

Формування іміджу здійснюється з метою зробити підприємство не тільки відомим, а й привабливим. Імідж є найефективнішою формою подання повідомлення, здатного створити у цільової аудиторії саме таке сприйняття, яке необхідне для досягнення конкретних цілей.

Аналізуючи сприйняття споживачів, можна виявити відношення зацікавлених груп до підприємств та їхніх товарів, що містить у собі оцінку і схильність до дії, тобто поведінкової установки. Визначаючи реакцію суб'єктів ринку можна передбачати поведінку учасників ринку, а також впливати на нього. При формуванні позитивного іміджу підприємство повинно брати до уваги не тільки орієнтацію на клієнта, але також і на всіх інших можливих учасників ринку, що буде перешкоджати реалізації агресивних задумів конкурентів. З цих позицій імідж підприємства можна розглядати як конкурентну перевагу.

Висновки. В епоху інформаціоналізму, коли уявлення людей про світ і процеси, що відбуваються, значною мірою формуються засобами масової комунікації, ділова репутація та імідж будь-якого суб'єкта господарювання стали відігравати набагато важливішу роль, ніж раніше, та набули статусу одних з основних конкурентних переваг, які зумовлюють його економічну перспективу.

Література

1. Ткачук О. В. Корпоративний імідж – важлива складова успіху банку / О. В. Ткачук // Держава та регіони. - 2006. - №6. - С. 297-299.
2. Шпенюв Д. «Ділова репутація», визначення поняття, вплив на ступінь захисту [Електронний ресурс]. / Д. Шпенюв // Всеукраїнська мережа «Ліга: закон». - Режим доступу : <http://news.ligazakon.ua/news/2011>.
3. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
4. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс]. / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
5. Алешина І. В. Корпоративний імідж: стратегічний аспект [Електронний ресурс]. / І. В. Алешина. - Режим доступу : <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-1/04.shtml>.
6. Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво : довідник / В. О. Сизоненко. – К. : Знання-Прес, 2007. – 440 с.

References

1. Tkachuk, O. V. (2006). Korporatyvnyi imidzh – vazhlyva skladova uspihku banku [Corporate image is an important component of the success of the bank]. *Derzhava ta rehiony - The state and the regions*, 6, 297-299 [in Ukrainian].
2. Shpenov, D. (n.d.). «Dilova reputatsiia», vyznachennia poniattia, vplyv na stupin zakhystu [“Business reputation” definition, impact on the degree of protectio]. *Vseukrainska merezha «Liha: zakon» - All-Ukrainian network “League: the law”*. Re-

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

trieved from <http://news.ligazakon.ua/news/2011>. [in Ukrainian]

3. Supreme Council of Ukraine (2010). *Podatkovyi kodeks Ukrainy vid 2 hrudnia 2010 vid 02.12.2010 # 2755-VI [Tax Code of Ukraine of December 2, 2010 from 02.12.2010 # 2755-VI]*. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. [in Ukrainian].

4. Supreme Council of Ukraine (2003). *Hospodarskyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 # 436-IV [Economic code of Ukraine of 16.01.2003 # 436-IV]*. Retrieved from: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>. [in Ukrainian].

5. Aleshina, I. V. (1998). *Korporativnyy imidzh: strategicheskyy aspekt [Corporate image: strategic aspect]*. Retrieved from: <http://www.cfin.ru/press/marketing/1998-1/04.shtml>. [in Ukrainian].

6. Syzonenko, V. O. (2007). *Suchasne pidpriemnytstvo : dovidnyk [Current enterprise: reference book]*. Kyiv: Znannia-Pres [in Ukrainian].

Надійшла 02.09.2015

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 35.078

А. В. Кунденко, к. е. н., доцент,
Є. В. Кратко, студент**СТРАТЕГІЧНІ ТА ТАКТИЧНІ НАПРЯМИ УПРАВЛІННЯ КРИЗОВИМИ ЯВИЩАМИ**

Анотація. У статті проведено дослідження основних сфер прояву кризових явищ в Україні, узагальнено стратегічні і тактичні заходи управління кризою на державному, регіональному рівнях та на рівні окремих підприємств.

Ключові слова: криза, системна криза, управління кризовими явищами.

А. В. Кунденко, к. э. н., доцент,
Е. В. Кратко, студент**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ И ТАКТИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ
УПРАВЛЕНИЯ КРИЗИСНЫМИ ЯВЛЕНИЯМИ**

Аннотация. В статье проведено исследование основных сфер проявления кризисных явлений в Украине, обобщены стратегические и тактические мероприятия управления кризисом на государственном, региональном уровнях и на уровне отдельных предприятий.

Ключевые слова: кризис, системный кризис, управление кризисными явлениями.

A. V. Kundenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Ye. V. Kratko, Student**STRATEGIC AND TACTICAL CRISIS MANAGEMENT AREAS**

Abstract. The article studies the main areas of manifestation of the crisis in Ukraine, generalizes strategic and tactical measures for crisis management on the state, regional levels and on the level of individual companies.

Keywords: crisis, systemic crisis, crisis management.

Актуальність теми дослідження. В останні роки в Україні чітко спостерігається тенденція щодо збільшення проявів економічної, політичної, соціальної, бюджетної, енергетичної нестабільності на національному та регіональному рівнях. Значного рівня ця нестабільність набула на сучасному етапі розвитку країни, що призвело до виникнення системних криз у соціально-економічній, політичній та інших сферах.

Наявність кризи обумовлює необхідність розробки та впровадження системи заходів, направлених на запобігання деструктивним змінам, а також на подолання негативних наслідків кризових явищ різного рівня. Це створить підґрунтя для сталого та збалансованого зростання національної економіки і соціальної сфери, що є актуальним, враховуючи нинішні реалії.

Постановка проблеми. На сьогодні в Україні значно поглибились кризові явища в різних сферах. Зростання дефіциту державного бюджету, скорочення реальних доходів населення, обсягу іноземних інвестицій та зниження курсу гривні доводять наявність в країні системної кризи.

За даними Міністерства Юстиції [4] в 2013 р. загальна кількість підприємств, які перебували в процедурах банкрутства, становила 8811 од. При цьому кількість збиткових великих і середніх підприємств в Україні у січні-червні 2015 р. склала 42,4%.

Системна криза країни охопила не лише загальнодержавний рівень, але і рівень окремих регіонів, зокрема Чернігівську область.

За даними Головного управління статистики в Чернігівській області [2] індекс реальної заробітної плати в області у червні 2015 р., в порівнянні з відповідним періодом минулого року, впав до 74,9% (рис.1). В той час, індекси споживчих цін у червні 2015 р. зросли до 143,8 %, відповідно

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

до грудня 2014 р. (рис. 2).



Рис. 1. Динаміка індексів реальної заробітної плати у січні, у % до попереднього року

Джерело: побудовано авторами за даними [5, 6]



Рис. 2. Індекси споживчих цін у 2014-2015 рр., у % до грудня відповідного попереднього року

Інвестиційна привабливість області дещо зменшилась, в порівнянні з минулими роками. Обсяг унесених із початку інвестування в економіку Чернігівської області прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) на 31 грудня 2014 р. становив 103,8 млн.дол. США [5], що на 19,2% менше, порівняно з початком року.

Рівень зареєстрованого безробіття в області в цілому збільшився й на кінець червня 2015 р. становив 2,5% від кількості населення працездатного віку (у червні 2014 р. – 2,2%) [5]. Задля успішного подолання системних криз, управління повинно здійснюватись комплексно, враховуючи взаємодію всіх рівнів: державного, регіонального, рівня окремих підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченням криз та їх впливу на економіку займалися такі вчені, як О. Б. Андрушко, Н. С. Давидова, О. П. Жарковська, В. В. Касьянов, О. Ковалюк, В. В. Козик, Е. М. Коротков, Н. Ю. Круглова, Н. Л. Мар'єнков, А. М. Тавасиев, В. В. Шпачук та інші. Напрями управління кризами підприємств висвітлено у роботах Б. Райзберга, О. Віханського, Е. Короткова, У. Мастенбрука, Н. Родіонова, Е. Уткіна та інших.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. З врахуванням накопичених знань та досвіду в теорії та практиці антикризового управління потребує подальшого дослідження проблема управління системною кризою в Україні в сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою статті є визначення стратегічних і тактичних напрямів подолання кризових явищ в країні на основі управління системною кризою на державному, регіональному рівнях та на рівні окремих підприємств.

Викладення основного матеріалу. На даний час криза в Україні проявилася в наступних сферах.

Бюджетна сфера. В країні існує хронічна «дефіцитозалежність». У 2014 р. дефіцит бюджету України склав 4,95% ВВП (78,1 млрдгрн.) [2]. За експертними оцінками, у 2015 р. при оптимістичному сценарії скорочення реального ВВП становитиме 3,8-4% [8]. При більш негативному сценарії падіння реального ВВП у 2015 р. може бути на рівні 5-6% при збереженні високих темпів інфляції.

Енергетична сфера. Енергоємність економіки країни є однією з найвищих у світі. Причинами цього є наступні [8]:

- 1) останніми роками значно виросла державна підтримка НАК «Нафтогаз» та загрозило зріс в результаті цього квазі-фіскальний дефіцит;
- 2) скоротилися обсяги видобування українського вугілля;
- 3) виникла необхідність імпорту вугілля.

Валютний курс. Реальний курс гривні на міжбанку станом на вересень 2015 р. знизився з 8,2850 гривні за долар до 21,55 гривні за долар, незважаючи на численні адміністративні обме-

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

ження, введені Нацбанком для протидії кризі на валютному ринку [7]. Основними причинами девальвації є:

- рефінансування Нацбанком комерційних банків з метою підтримки їх поточної ліквідності. За 2014 р. обсяг рефінансування становив 222,3 млрд грн., грошова база з 294,5 млрд грн. у січні 2014 р. зросла до 351,4 млрд грн. у вересні 2014 р. [8];

- надмірне зростання у 2014 р. показника чистих вимог до уряду, тобто монетизація Нацбанком боргових зобов'язань уряду. Лише за період січень-жовтень 2014 р. було емітовано майже 137 млрд грн. У 2013 р. даний показник становив лише 30 млрд грн. [8];

- падіння валютної виручки експортерів, особливо у металургії та машинобудуванні;
- зростання ажіотажного попиту на готівкову валюту з боку громадян та малого бізнесу з метою збереження купівельної спроможності доходів, а також заради проведення арбітражних операцій.

Сфера доходів населення. У 2014 р. загальні доходи домогосподарств збільшилися на 3,2%, порівняно з 2013 р., при збільшенні індексу споживчих цін на 12,1%. При цьому частка продуктів харчування у сукупних витратах домогосподарств у 2014 р. збільшилася до 51,9%, тоді як у 2013 р. вона становила 50,1%. Реальні наявні доходи населення, визначені з урахуванням цінового фактора, в першому кварталі 2015 р. скоротилися на 23,5%, в порівнянні з аналогічним періодом 2014 р. [6].

Погіршення платіжного балансу. Цей фактор впливає на економіку країни, у першу чергу, через зменшення валютних надходжень та дивестування - виведення інвестицій. Упродовж 2014 р. накопичений обсяг прямих іноземних інвестицій скоротився з 58,157 млрд дол. у 2013 р. до 45,916 млрд дол. [6]. Дефіцит зведеного платіжного балансу у 2014 р. склав 13,3 млрд дол. США, порівняно з профіцитом в 2 млрд дол. США в 2013 р.

Криза банківської системи. Основними причинами кризи є [8]:

- 1) зростання частки проблемних кредитів в портфелях банків;
- 2) вплив депозитів з банківської системи;
- 3) негативний вплив девальваційного шоку на активи банків;
- 4) виведення з ринку зростаючої кількості банківських установ та зростання "тягаря" банківської кризи для державного бюджету.

Важливою причиною кризи стала стрімка девальвація гривні, яка зробила неможливим для більшості позичальників обслуговування валютних позик. У 2014 р. депозити фізичних осіб у національній валюті скоротилися на 58,2 млрд грн. (на 23%), в іноземній - на 9,26 млрд дол. (на 40,3%).

Політична криза. Причинами кризи є за минулі роки стали [9]:

- високий рівень взаємодії бізнесу та влади;
- недостатньо захищена фундаментальна законодавча база;
- невизначеність з міжнародним вектором у попередні роки;
- надмірна централізація фінансових ресурсів та влади.

Внутрішні ризики розвитку економіки України, головним чином, пов'язані з:

- військовими діями на Донбасі, які призводять до скорочення виробництва у регіоні, погіршення умов залучення зовнішнього фінансування та зростання видатків бюджету на фінансування силових відомств і відновлення зруйнованої інфраструктури;

- зростанням боргового навантаження на бюджет через необхідність фінансування дефіциту та заборгованості НАК «Нафтогаз», сформованої у минулі роки;

- виснаженням міжнародних резервів, що ускладнює використання Національним банком інтервенцій в якості інструментів стримування зростання попиту на іноземну валюту.

На даний час в країні розроблено та запропоновано до впровадження наступні антикризові проекти та програми стратегічного і тактичного характеру (табл. 1):

Відповідно до рекомендацій Національного інституту стратегічних досліджень [3], шляхами виходу із кризи повинні стати:

1. Визначення «дорожньої карти» реалізації стратегії європейської інтеграції України.
2. Збалансування фіскального навантаження та виконання державою покладених на неї функцій.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

3. Забезпечення рівності доступу до бюджетних благ та стимулів як для суб'єктів господарювання, так і для пересічних громадян.
4. Гарантування свободи підприємництва та конкурентності ринків.
5. Практична реалізація прав регіонів на власний розвиток.

Таблиця 1

Основні державні антикризові програми

№ п/п	Найменування	Термін дії заходів	Основні очікувані результати
1.	ЗУ «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» від 27.03.2014 р., № 1166-VII	має постійний характер	Створення умов для збільшення надходжень до бюджету та покращення адміністрування податків
2.	Указ Президента України «Про стратегію сталого розвитку «Україна-2020»	до 2020 р.	Впровадження в європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі
3	Антикризова програма спільних дій влади і бізнесу (проект Українського союзу промисловців і підприємців)	до 2016 р.	- Формування сприятливих умов для ведення бізнесу; - забезпечення платоспроможного попиту; - захист та підтримка національного товаровиробника; - розширення ринків збуту
4	Постанова Кабінету Міністрів «Про посилення соціального захисту населення в умовах підвищення цін і тарифів на комунальні послуги» від 05.04.2014 р., № 83	має постійний характер	Надання населенню компенсації додаткових витрат на оплату комунальних послуг в умовах підвищення цін і тарифів на послуги
5	Постанова Кабінету міністрів «Про затвердження Державної цільової соціальної програми подолання та запобігання бідності на період до 2015 року» від 31.08.2011 р. N 1057.	До 2015 р.	Стабілізація рівня життя і усунення найгостріших проявів бідності

На регіональному рівні також відбувається розробка та реалізації стратегічних і тактичних антикризових заходів та програм на рівні регіонів.

Так, для виходу з системної кризи в Чернігівській області розроблено та запропоновано до впровадження наступні проекти та програми (табл. 2).

В даних умовах, для виходу з кризи в Чернігівській області необхідно впровадити наступні стратегічні і тактичні заходи [3]:

- створити сприятливі умови для розвитку підприємництва, розширити інфраструктуру підтримки бізнесу;
- забезпечити підтримку місцевого товаровиробника;
- підвищити рівень зайнятості та мотивації працездатного населення до легальних трудових відносин;
- здійснити раціоналізацію системи соціальних видатків на основі реформування соціальної сфери, посилення цільового характеру системи пільг, субсидій та соціальних виплат;
- активізувати роботу податкових та інших контролюючих органів, забезпечити виведення з тіні доходів фізичних та юридичних осіб;
- гарантувати стабільність умов здійснення інвестиційної діяльності, додержання прав і законних інтересів учасників інвестиційних процесів;
- забезпечувати підтримку інвестиційної діяльності, шляхом створення «інвестиційної карти регіону», що сприятиме позитивному іміджу області у національному та міжнародному інвестиційному просторі;
- заохочувати бізнес до посилення відповідальності за місцевий розвиток.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Таблиця 2

Основні програми розвитку Чернігівської області

№ п/п	Найменування	Термін дії	Очікувані результати
1.	Стратегія сталого розвитку Чернігівської області на період до 2020 року	до 2020 р.	Перетворити Чернігівщину в економічно самодостатній, екологічно чистий та туристично-привабливий регіон європейської держави
2.	Програма економічного і соціального розвитку області на 2015 рік	2015 р.	Забезпечення макроекономічної стабільності, дотримання соціальних гарантій та недопущення зниження життєвого рівня населення
3.	Обласна Програма розвитку малого і середнього підприємництва на 2015 - 2016 роки	2015-2016 рр.	Максимальне наближення до рівня кількісних та якісних показників підтримки сфери підприємництва країн з розвинутою економікою, зростання обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) малими та середніми підприємствами.
4.	Програма зайнятості населення Чернігівської області на період до 2017 року	до 2017 р.	Сприяння забезпеченню зайнятості населення, підвищення рівня життя, запровадження механізмів, спрямованих на розширення сфери застосування праці, зменшення обсягів тіньової зайнятості, підвищення якості та конкурентоспроможності робочої сили, зростання ролі соціального партнерства, посилення соціального захисту безробітних
5.	Програма інвестиційного розвитку Чернігівської області на 2011-2015 роки	2011-2015 рр.	Створення ефективної системи залучення інвестицій, збільшення надходжень у бюджет від інвестування, розв'язання актуальних проблем області
6.	Регіональна цільова програма розвитку зовнішньоекономічної діяльності на 2011-2015 роки	2011-2015 рр.	Формування сприятливого інформаційного середовища господарюючим суб'єктам регіону для ведення ними зовнішньоекономічної діяльності та позитивного міжнародного іміджу регіону

Активізація антикризового управління також повинна здійснюватися на рівні окремих підприємств.

До методів антикризового управління можна віднести всю сукупність методологічних інструментів, що включають комплекс заходів від попередньої діагностики кризи до методів щодо її усунення і подолання [1, 9].

Для підтримки ефективної господарської діяльності підприємств в сучасних умовах, кожному підприємству необхідно на стратегічному і тактичному рівнях:

- розробити дієві заходи економії, провести скорочення витрат, посилити роботу з дебіторами і кредиторами;
- активізувати пошук та формування фінансових ресурсів для проведення антикризових заходів виробничо-технічного характеру;
- оптимізувати використання вільних грошових коштів, переглянути маркетингову стратегію;
- переорієнтувати підприємство на задоволення потреб держави;
- співпрацювати з органами місцевого самоврядування та громадськими організаціями в питаннях антикризової діяльності;
- проводити систематичний моніторинг поточної ситуації для оперативного реагування на зміни.

Висновки. Для подолання системної кризи, що виникла в країні, управління кризовими явищами потрібно здійснювати шляхом використання стратегічних і тактичних інструментів на трьох рівнях: державному, регіональному та рівні окремих підприємств. На даний час влада вже зробила та надалі робить значні кроки за напрямком вирішення даної проблеми.

В подальшому, на державному рівні потрібно забезпечити рівний доступу до бюджетних благ та стимулів, гарантувати свободи підприємництва та конкурентності ринків, практично реалізу-

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

вати права регіонів на власний розвиток. Виконання цих завдань покладається на державні органи влади, шляхом впровадження відповідних антикризових проектів та програм.

Подолання проявів кризових явищ на регіональному рівні, а саме в Чернігівській області, повинні включати в себе: прийняття і реалізацію державних програм для підтримки підприємництва в області, створення сприятливих умов для ведення бізнесу та залучення інвестицій, забезпечення належного рівня зайнятості та мотивації працездатного населення, шляхом впровадження регіональних проектів та програм. На рівні підприємства, доцільно запровадити антикризовий менеджмент, розробити дієві заходи економії, оптимізувати використання вільних грошових ресурсів та ін.

Література

1. Кунденко А. В. Причины та наслідки криз вітчизняних підприємств / А. В. Кунденко, І. А. Смущенко, К. С. Овсянюк // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. – 2013. № 1 (17). – С. 118-125.
2. Національний інститут стратегічних досліджень при президентові України. Оцінка дисбалансів у бюджетній сфері та шляхи їх подолання. Аналітична записка. [Електронний ресурс] - Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1800>.
3. Національний інститут стратегічних досліджень. Щодо шляхів подолання системної кризи та орієнтирів політики нового уряду України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/Kriza_2014.pdf.
4. Офіційний веб-сайт Міністерства юстиції України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.minjust.gov.ua/.
5. Офіційний сайт Головного управління статистики у Чернігівській області [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://chernigivstat.gov.ua/pres_inf/grafik_2015.php.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. - Режим доступу : www.bank.gov.ua/.
8. Полунєєв Ю. Десять шоків України. Частина друга [Електронний ресурс]. / Ю. Полунєєв // Економічна правда. - Режим доступу : <http://www.epravda.com.ua/publications/2014/12/15/513088/>.
9. Сучасна політична та економічна кризи в Україні – причини та шляхи виходу [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.rayoninfo.info/news/suchasna-pol%d1%96tichna-ta-ekonom%d1%96chna-krizi-v-ukrain%d1%96-%e2%80%93-prichini-ta-shlyakhi-vikhodu/>.

References

1. Kundenko, A. V., Smushchenko, I. A., & Ovsianiuk, K. S. (2013). Prychyny ta naslidky kryz vitchyznianskykh pidpriemstv [Causes and effects of domestic enterprises management]. *Naukovyi visnyk Chernihivskoho derzhavnoho instytutu ekonomiky i upravlinnia - Scientific journal of Chernihiv State Institute of Economics and Management*, 1 (17), 118-125 [in Ukrainian].
2. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen pry prezidentovi Ukrainy. Otsinka dysbalansiv u biudzhethnii sferi ta shliakhy yikh podolannia. Analitichna zapyska. [The National Institute of Strategic Studies under the President of Ukraine. Assessment of imbalances in the budget sector and the ways to overcome them. Analytic report]. (n.d.). [www.niss.gov.ua](http://www.niss.gov.ua/articles/1800) Retrieved from: <http://www.niss.gov.ua/articles/1800>. [in Ukrainian].
3. Natsionalnyi instytut stratehichnykh doslidzhen. Shchodo shliakhiv podolannia systemnoi kryzy ta oriyentyriv polityky novoho uriadu Ukrainy [The National Institute of Strategic Studies. As for ways to overcome the systemic crisis and policy reference points of the new government of Ukraine]. (n.d.). <http://www.niss.gov.ua> Retrieved from: http://www.niss.gov.ua/public/File/2014_nauk_an_rozrobku/Kriza_2014.pdf. [in Ukrainian].
4. Ofitsiyniy veb-sait Ministerstva yustytysii Ukrainy [The official website of the Ministry of Justice of Ukraine]. (n.d.). [minjust.gov.ua](http://www.minjust.gov.ua/) Retrieved from: www.minjust.gov.ua/. [in Ukrainian].
5. Ofitsiyniy sait Holovnoho upravlinnia statystyky u Chernihivskii oblasti [Official website of the Main Statistics administration in Chernihiv region]. (n.d.). chernigivstat.gov.ua Retrieved from: http://chernigivstat.gov.ua/pres_inf/grafik_2015.php. [in Ukrainian].
6. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [The official website of the State Statistics Service]. (n.d.). www.ukrstat.gov.ua Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].
7. Ofitsiyniy sait Natsionalnoho banku Ukrainy [The official site of the State Statistics Service]. (n.d.). www.bank.gov.ua Retrieved from: www.bank.gov.ua/. [in Ukrainian].
8. Polunieiiev, Yu. (n.d.). Desiat shokiv Ukrainy. Chastyna druha [Ten shocks of Ukraine. Part two]. *Ekonomichna pravda - The economic truth*. Retrieved from: <http://www.epravda.com.ua/publications/2014/12/15/513088/>. [in Ukrainian].
9. Suchasna politychna ta ekonomichna kryzy v Ukraini – prychny ta shliakhy vykhodu [The current political and economic crisis in Ukraine - cause and ways out]. (n.d.). www.rayoninfo.info Retrieved from: <http://www.rayoninfo.info/news/suchasna-pol%d1%96tichna-ta-ekonom%d1%96chna-krizi-v-ukrain%d1%96-%e2%80%93-prichini-ta-shlyakhi-vikhodu/>. [in Ukrainian].

Надійшла 05.09.2015

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 338.1:658

І. П. Миколайчук, к. е. н., доцент

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Досліджено зміст понять «стійкість», «економічна стійкість» та «економічний розвиток» підприємства у їх взаємозв'язку та взаємовпливі. Обґрунтовано сутність та складові процесу формування механізму економічної стійкості підприємства та обґрунтовано його значення для його економічного розвитку.

Ключові слова: стійкість, економічна стійкість, економічний розвиток, механізм економічної стійкості.

И. П. Миколайчук, к. э. н., доцент

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. Исследовано содержание понятия «устойчивость», «экономическая устойчивость» и «экономическое развитие» предприятия в их взаимосвязи и взаимовлиянии. Обоснованы сущность и составляющие процесса формирования механизма экономической устойчивости предприятия и обосновано его значение для его экономического развития.

Ключевые слова: устойчивость, экономическая устойчивость, экономическое развитие, механизм экономической устойчивости.

I. P. Mykolaichuk, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

FORMATION OF THE MECHANISM OF COMPANY ECONOMIC STABILITY

Abstract. The content of the concept of «stability», «economic stability» and «economic development» of the enterprise are investigated in their relationship and interplay. The essence and elements of the formation mechanism of economic stability are grounded and its importance for its economic development is proved.

Keywords: stability, economic stability, economic development, economic stability mechanism.

Актуальність теми дослідження. В сучасних умовах господарювання підприємство повністю відповідає за результативність та ефективність своєї діяльності, конкурентоздатність та стійкість положення на ринку. З метою стабільного розвитку підприємство приймає складні рішення в умовах мінливості, складності та постійних стратегічних змін з метою розробки конкурентних стратегій та віднаходження засобів їх реалізації, вирішення оперативних структурних управлінських завдань, в тому числі щодо вибору нових адаптивних організаційних форм та структур функціонування. З огляду на це, актуальність даної проблеми обумовлена необхідністю теоретичного обґрунтування методологічних підходів до розробки організаційно-економічного механізму забезпечення стійкого розвитку суб'єкта господарювання у поточний період часу, а також формування потенціалу його подальшого стратегічного розвитку.

Постановка проблеми. Основною метою діяльності підприємства як самостійного господарюючого суб'єкта, окрім одержання прибутку, є нарощування вартості бізнесу. У цьому векторі для підтримки стійких позицій керівництво підприємства повинно постійно дбати про збільшення обсягу та ускладнення характеру робіт, з урахуванням впливу технологічних інновацій. В кризових ситуаціях формується механізм нестійкого розвитку підприємства, що вимагає розробки заходів, що зможуть забезпечити йому стійкий розвиток. Водночас, визначальним фактором ефективності процесу управління та забезпечення стійкості функціонування підприємства на зайнятому ним сегменті ринку є компетентність керівників щодо застосування адаптивних методів управління. Таким чином стійкість підприємства є інтегральним показником оцінки впливу різно-

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

манітних факторів зовнішнього середовища на результати його діяльності, а також взаємодоповнюючих складових стратегічного потенціалу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні та методологічні основи дослідження стійкості як наукової категорії висвітлювали у своїх роботах численні зарубіжні та вітчизняні вчені. Серед зарубіжних, в т.ч. російських дослідників проблематиці стійкості підприємства значну увагу у своїх працях приділяли: В. Беренс, Ю. Брігхем, В. Данілов-Данільян, Г. Дейлі, О. Зайцев, О. Зеткін, Д. Кондаурова, О. Кузнєцова, Е. Кучєрова, В. Мєдведєв, Т. Сухорукова, С. Тхір, Н. Холт, Н. Шандова, В. Ячменьова та ін. За результатами багатьох досліджень проблематику стійкості підприємства в останні роки підіймають також численні вітчизняні науковці-економісти, серед яких: Н. Алексєєнко, О. Ареф'єва, Д. Бабич, Х. Баранівська, О. Василенко, Н. Васюк, Н. Верхоглядова, В. Геєць, Т. Головач, О. Гончаренко, Д. Городянська, Б. Данилишин, В. Довбенко, В. Іванов, І. Кононова, Л. Макуха, Л. Мельник, М. Кроленко, О. Мізіна, Н. Проценко, Н. Шандова, Ю. Сімех, І. Семененко, О. Смолякова, Р. Фецура, І. Широкова, І. Шишова, та багато інших. Більшість науковців присвячують дослідження проблематиці визначення та ідентифікації сутності стійкості як філософського, математичного та економічного явища, розглядаючи його зміст, різновиди та форми. Деякі автори пропонують перелік показників оцінки економічної стійкості підприємства на тактичному й стратегічному рівнях [1]. Інші науковці розглядають інструментарій формування механізму стійкого розвитку підприємств різних галузей промисловості [2, 3, 4].

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Наявність значної кількості робіт створює певні методологічні бар'єри у визначенні оптимального формату ефективного механізму управління стійкістю підприємства, методики його розроблення, що, відповідно, гальмують впровадження теоретичних розробок у практичну діяльність підприємств. Розглядаючи зміст поняття «економічна стійкість» підприємства, в численних наукових дослідженнях даної проблематики не дістали широкого загалу заходи щодо розроблення механізму економічної стійкості підприємства з урахуванням впливу різноманітних факторів зовнішнього середовища та з урахуванням складових його потенціалу, залишається неоднозначним трактування механізму формування економічної стійкості підприємства у різних сферах діяльності.

Постановка завдання. Метою дослідження є викладення теоретичних положень щодо особливостей процесу формування механізму економічної стійкості підприємства. Для її досягнення виконано аналіз існуючих підходів до розгляду поняття «стійкість підприємства» та «економічна стійкість підприємства», а також обґрунтовано складові механізму її формування.

Виклад основного матеріалу. Розглядаючи стійкість підприємства як динамічне, комплексне, складне і багатогранне поняття, в науковій літературі сформовано дещо різні авторські підходи до визначення її змісту. Наприклад, О. Смолякова вважає, що слід розрізняти два основних підходи до сутності стійкості об'єкту й управління нею, що взаємодоповнюють один одного: *перший підхід* розглядає стійкість як статичну властивість системи, за яким стійка рівновага є можливістю системи відновлюватися після незначного відхилення; *другий підхід* розглядає стійкість як динамічну властивість системи та визначає її як процес повернення системи до рівноважного стану [5, с. 222].

На рівні підприємства стійкість системи представляється як «економічна стійкість». У цьому зв'язку достатньо ємним представляється визначення даної категорії В. Івановим – як здатність економічної системи підприємства не відхилитися від свого стану (статичного або динамічного) при різних внутрішніх і зовнішніх дестабілізуючих впливах за рахунок ефективного формування і використання фінансових, виробничих і організаційних механізмів [4, с. 25]. Т. Головач розглядає стійкість підприємства в якості певного компенсаційного механізму, що дозволяє йому адаптуватися до дестабілізуючого впливу середовища в процесі досягнення своїх цілей та пропонує розглядати її з позицій внутрішньої та зовнішньої стійкості. При цьому чим вищою буде стійкість підприємства, тим меншим буде ризик можливого відхилення від очікуваного результату і навпаки [4].

Результати ґрунтовного аналізу багатьох наукових підходів до сутності економічної стійкості підприємства знаходимо у Р. Фецура та Х. Баранівської, які відокремили чотири основні підходи до розгляду даного поняття, що існують сьогодні в економічній науці (табл. 1).

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Таблиця 1

Наукові підходи до визначення поняття «стійкість підприємства»

№	Наукові підходи	Метафора
1	Розглядають стійкість підприємства із застосуванням умов динамічної рівноваги економічної системи	«Steady state» (стійкий стан)
2	Розглядають стійкість підприємства з позиції його фінансової стійкості та забезпечення конкурентоспроможності	фінансова стійкість
3	Розглядають проблеми стійкості, базуючись на концепції «стійкого розвитку»	(«sustainable development»)
4	Базуються на концепції стійкого економічного зростання, що характеризує динамічну рівновагу економічної системи і її ефективний розвиток	(sustained positive economic growth)

Джерело: складено за [6]

Аналіз різноманітних позицій фундаторів даних підходів показав, що перший підхід відображає умови динамічної рівноваги економічної системи. Однак, термін «стійкість» характеризує процес, пов'язаний із рівновагою, але не є їй тотожним. Другого підходу дотримується сьогодні більшість західних науковців. Третій підхід під час оцінювання стійкості економічної системи виходить з положень концепції стійкого розвитку, точкою відліку для розвитку якої є звіт Міжнародної комісії ООН з навколишнього середовища і розвитку у 1987 році. У четвертому підході зустрічаємо ототожнення поняття «розвиток» з поняттями «зростання», які передбачають лише збільшення кількісних, а не якісних характеристик соціально-економічної системи. Оскільки кожен з підходів розглядає одну зі сторін економічної стійкості, тому для комплексного розуміння категорії «економічна стійкість» доцільно використовувати всі підходи сумісно.

Дослідження показало, що більшість науковців у сфері проблем управління однак в думці про тісний взаємозв'язок економічної стійкості з економічним розвитком підприємства, що визначається як динамічний багатоваріантний циклічний процес, що має спіралеподібну форму та виявляється через кількісні та якісні зрушення у структурі системи при збереженні її цілісності, стійкість якого забезпечується лише за умов його керованості з боку системи [6, с.8]. Синтезуючи погляди інших вчених, економічний розвиток доцільно розглядати як незворотні, цілеспрямовані, керовані, закономірні кількісно-якісні та сутнісні зміни економічної системи в довготерміновому періоді, що відбуваються під впливом економічних суперечностей, потреб та інтересів підприємства. Водночас, проблема економічної стійкості підприємства виникає внаслідок дії дестабілізуючих чинників на економічний розвиток і зміни вектору його економічного розвитку, під яким пропонується розуміти послідовність кількісних та якісних змін, які приводять до нового вищого рівня результатів його діяльності, адаптації до змін середовища, в межах якого виникає економічна стійкість як його умова [7, с. 224].

Розглядаючи сутність категорії «механізм» щодо економічної системи, доцільно його розуміти як сукупність взаємопов'язаних елементів системи, що забезпечують її функціонування та призводять до певного економічного результату. В свою чергу, О. Смолякова пропонує розрізняти механізм утворення економічної стійкості підприємства та механізм забезпечення його розвитку. Ґрунтуючись на даній позиції, автор розробляє схему механізму утворення економічної стійкості підприємства з позиції економічного розвитку за таким алгоритмом: 1) підприємство, знаходячись в рівноважному стані в період часу t (Rt), зазнає впливу дестабілізуючих чинників Dt ; 2) траєкторія розвитку підприємства змінюється під цим впливом від рівноважного стану і переходить в стан $St+1$; 3) з використанням компенсаційних механізмів стану (Kt) підприємство намагається повернутися до рівноважного стану в наступний період часу ($Rt+1$). Такий цикл періодично реалізується і під впливом рівня розвитку компенсаційних механізмів буде зростати можливість повернення підприємства в рівноважний стан [7, с. 225].

Д. Кандаурова представляє механізм стійкого розвитку як такий стан підприємства, при якому усі його основні елементи перебувають у стані підтримки своїх параметрів в певному діапазоні, що належить до розряду управлінських процесів. Автор вважає, що даний механізм може здійснюватися у послідовності таких етапів [8, с. 131]: 1) формування засад управління стійким розвитком підприємства; 2) проведення аналізу факторів зовнішнього й внутрішнього середовища;

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

3) аналіз найбільш значимих факторів і перевірка їх відповідності умовам розвитку; 4) оцінка рівня стійкого розвитку підприємства; 5) розробка управлінських рішень і рекомендацій щодо управління стійким розвитком підприємства; 6) оформлення результатів відкритої в соціальних колах звітності.

В такій послідовності етапів автором не повноцінно розкривається зміст механізму стійкого розвитку, забезпечення якого повинне ґрунтуватися на певних принципах і методах. До сукупності принципів можуть належати такі: системності, цілестановлення, компетентності, ієрархічності, зворотного зв'язку. Досліджуючи стійкість господарської діяльності підприємства, А. Колесніков представляє її як сукупність виробничої, маркетингової, соціально-економічної й екологічної стійкості [5, с. 97]. На основі відокремлених автором видів стійкості та інших елементів в роботі запропоновано адаптивну структуру механізму стійкого розвитку підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Механізм стійкого розвитку підприємства
 Джерело: складено та уточнено автором з використанням [9, с. 127].

Висновок. Отже, стійкість підприємства є системою його характеристик, що відображає структурну узгодженість елементів як системи зі збереженням тенденцій змін показників різних підсистем діяльності, що забезпечує рівноважний стан підприємства в умовах його економічного розвитку.

На стійкий розвиток підприємства впливає безліч факторів, проте, для ефективного функціонування важливим є не лише дослідження їх сукупності та характеру впливу, але й формування ефективного механізму забезпечення його стійкого функціонування та розвитку.

Література

1. Мізіна О. В. Оцінка економічної стійкості промислового підприємства на тактичному й стратегічному рівнях [Електронний ресурс] / О. В. Мізіна, І. М. Широкова // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск 39-2. – Донецьк, 2011. – С. 168-173. – Режим доступу : <http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/23669/1/168.pdf>
2. Головач Т. В. Ризик та економічна стійкість підприємницьких структур / Т. В. Головач // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 2. Т. 2. – С. 38-41.
3. Іванов В. Д. Управління економічною стійкістю промислових підприємств (на прикладі підприємств машинобудівного комплексу) / В. Д. Іванов. – Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля, Луганськ, 2005. – 266 с.
4. Колесніков А. П. Засади механізму забезпечення стійкого розвитку підприємств / А. П. Колесніков // Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2013. – №3[41]. – С. 97-100.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

5. Євдокимова Д. М. Державне регулювання економічного розвитку: автореф. дис. ... канд. екон. Наук : спец. 08.01.01 «Економічна теорія» / Д. М. Євдокимова. – К., 2002. – 20 с.
6. Фещур Р. В. Економічна стійкість підприємства – становлення понятійного базису [Електронний ресурс] / Р. В. Фещур, Х. С. Баранівська. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18804/1/59-284-290.pdf>.
7. Смолякова О. М. Уточнення змісту економічної стійкості підприємства та її складових / О. М. Смолякова // Комунальне господарство міст. Науково-технічний збірник. – №108. – С. 221-228.
8. Кондаурова Д. С. Совершенствование механизма устойчивого развития промышленного предприятия / Д. С. Кондаурова // Экономика, управление, финансы: материалы II междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). – Пермь : Меркурий, 2012. – С. 130-132.
9. Васюк Н. В. Формування механізму стійкого розвитку машинобудівних підприємств / Н. В. Васюк // Інноваційна економіка. – 2012. – № 10. – С. 125-128

References

1. Mizina, O. V., & Shyrokov, I. M. (2011). Otsinka ekonomichnoi stiiikosti promyslovoho pidpriemstva na taktichnomu y stratehichnomu rivniakh [Estimation of economic stability of industrial enterprises at the tactical and strategic levels]. *Naukovi pratsi DonNTU. Seriya: ekonomichna. Vypusk - Scientific papers of Donetsk National Technical University. Series: economy. Issue, 39-2*, 168-173. Retrieved from: <http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/23669/1/168.pdf> Donetsk [in Ukrainian].
2. Holovach, T. V. (2014). Ryzik ta ekonomichna stiiikist pidpriemnytskykh struktur [Risk and economic stability of businesses]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu - Herald of Khmelnytskyi national university*, 2, vol. 2, 38-41 [in Ukrainian].
3. Ivanov, V. D. (2005). *Upravlinnia ekonomichnoiu stiiikistiu promyslovykh pidpriemstv (na prykladi pidpriemstv mashynobudivnoho kompleksu) [Management of economic stability of industrial enterprises (on the example of machine-building enterprises)]*. Luhansk [in Ukrainian].
4. Kolesnikov, A. P. (2013). Zasady mekhanizmu zabezpechennia stiiikoho rozvytku pidpriemst [Principles of mechanism of ensuring the sustainable development of enterprises]. *Innovatsiina ekonomika. Vseukrainskyi naukovo-vyrobnychy zhurnal - Scientific and Production journal "innovative economy"*, 3 [41], 97-100. [in Ukrainian].
5. Yevdokymova, D. M. (2002). *Derzhavne rehuliuвання ekonomichnoho rozvytku [State regulation of economic development]*. Kyiv [in Ukrainian].
6. Feshchur, R. V., & Baranivska, Kh. S. (n.d.). *Ekonomichna stiiikist pidpriemstva – stanovlennia poniatiinoho bazysu [The economic stability of the enterprise - formation of the conceptual basis]*. Retrieved from: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/18804/1/59-284-290.pdf> [in Ukrainian].
7. Smoliakova, O. M. (n.d.). Utochnennia zmistu ekonomichnoi stiiikosti pidpriemstva ta yii skladovykh [Clarification of the content of economic stability of enterprises and its components]. *Komunalne hospodarstvo mist. Naukovo-tekhichniy zbirnyk – Municipal economy of the city. Scientific and Technical Collection*, 108, 221-228 [in Ukrainian].
8. Kondaurova, D. S. (2012). Sovershenstvovanie mekhanizma ustoychivogo razvitiya promyshlennogo predpriyatiya [Improving the mechanism of sustainable development of the industrial enterprise]. Proceedings from: *II mezhdunar. nauch. konf: Ekonomika, upravlenie, finansy - II International scientific conference: Economy, management, finance*. (pp.130-132). Perm: Merkuryi [in Russian].
9. Vasiuk, N. V. (2012). Formuvannia mekhanizmu stiiikoho rozvytku mashynobudivnykh pidpriemstv [The formation of mechanism of sustainable development of engineering companies]. *Innovatsiina ekonomika - Innovative Economy*, 10, 125-128 [in Ukrainian].

Надійшла 25.07.2015

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 352.07

Ю. В. Николаєнко, к. е. н., доцент

**СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДПРИЄМСТВА
ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ**

Анотація. Запропоновано механізм послідовного підвищення мотиваційного потенціалу працівників на основі виявлення їх мотиваційних потреб. Розроблено основні стратегічні напрями підготовки високо кваліфікаційних кадрів для підприємств на основі системи моніторингу мотиваційних процесів.

Ключові слова: мотиваційний потенціал, потреба, стратегічні напрями, персонал.

Ю. В. Николаенко, к. э. н., доцент

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА**

Аннотация. Предложен механизм последовательного повышения мотивационного потенциала работников на основе выявления их мотивационных потребностей. Разработаны основные стратегические направления подготовки высоко квалификационных кадров для предприятий на основе системы мониторинга мотивационных процессов.

Ключевые слова: мотивационный потенциал, потребность, стратегические направления, персонал.

Yu. V. Nikolaienko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

**STRATEGIC DIRECTIONS OF ENTERPRISE TO IMPROVE
THE SYSTEM OF STAFF MOTIVATION**

Abstract. The mechanism of consistent increase of motivational potential of employees is suggested by identifying their motivational needs. The key strategic areas of training highly qualified personnel are developed, for enterprises based on monitoring system of motivational processes.

Keywords: motivational potential, the need, strategic direction, staff.

Постановка проблеми. Період переходу вітчизняної економіки до ринкових умов господарювання характеризується високим рівнем ризику. Система управління підприємств і система мотивації виявилися не готовими до таких різких змін. Необхідно зацікавити менеджерів у прийнятті та виконанні управлінських рішень з часткою ризику. Зацікавленість менеджерів повинна ґрунтуватися на використанні механізмів мотивації. Загальновідомо, що основою формування цього механізму мотивації є потреби та винагороди. Розглядаючи категорію потреб, слід зауважити, що її неможливо безпосередньо спостерігати чи виміряти, а виявити можна, лише вивчаючи поведінку працівників. Щодо винагород, то їх існує велика кількість, і завдання менеджменту підприємства – розробити таку систему мотивації, яка б пропонувала оптимальну форму винагороди в кожній конкретній ситуації, враховуючи при цьому зовнішнє середовище та фактор ризику.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти проблеми мотивації розглядаються такими науковцями, як: М. Альберт, Г. Беккер, М. Вебер, Р. Вудвортс, Е. Дюркгейм, Д. Левін, Д. Мак-Клелланд, А. Маслоу, Р. Мейо, М. Мескон, Г. Олпорт, Н. Смелзео, А. Сміт, Д. Рікардо, Л. Річард, Д. Синк, Ф. Тейлор, А. Файоль, Х. Хекхаузен, Ф. Херцберг, Д. Юнг, Л. Абалкін, О. Амоша, Л. Варава, А. Гастев, А. Єгоршин, Б. Леонтьєв, Е. Уткін, Д. Ядранський [1, 2]. Водночас недостатньо висвітленими залишаються питання, пов'язані з вивченням особливостей мотивації працівників підприємства.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на широкий спектр досліджень, деякі аспекти стратегічного управління системою мотивації потребують подальшої розробки та органічного інтегрування в загальну стратегію розвитку підприємства. Політиці та стратегії управління мотивацією не приділяється достатньо уваги. Це негативно позначається на ефективності використання мотиваційного потенціалу працівників.

Мета статті. Обґрунтувати стратегічні напрями вдосконалення мотивування працівників на підприємстві.

Виклад основного матеріалу. Стратегічним напрямом вдосконалення системи мотивації персоналу на досліджуваному підприємстві є здійснення мотиваційного моніторингу. Його запровадження є актуальним для підприємства, оскільки в даний час вивчення потреб, інтересів, мотиваційної спрямованості персоналу здійснюється епізодично і вкрай поверхнево.

Створення і функціонування системи моніторингу мотивації на підприємстві передбачає проведення наступних заходів:

- виявлення значущості мотивів діяльності працівників;
- встановлення типології мотиваційної спрямованості працівників;
- дослідження чинників, що впливають на формування мотивів діяльності працівників;
- визначення ступеня задоволеності результатами праці і схильності працівників до різних методів стимулювання.

Моніторинг мотиваційних процесів полягає у проведенні регулярних опитувань, в зборі, вивченні і підготовці інформації для прийняття й аналізу рішень щодо здійснення мотивації персоналу на різних рівнях управління. Особливістю даної методики є те, що в основу чинників соціально-економічної мотивації покладений мотиваційний моніторинг персоналу підприємства, який поєднує переваги методу експертних оцінок і соціологічного опитування.

Для удосконалення системи мотивації персоналу, необхідно виявити мотиваційні потреби працівників і виміряти ступінь їх задоволення. Для цього розглянемо можливість використання такого інструментарію, як мотиваційний профіль, що визначається через виявлення ставлення працівників до мотиваційних факторів, серед яких фактор матеріального характеру є лише одним з дванадцяти. Перелік дванадцяти факторів мотивації представлений в табл. 1.

Таблиця 1

Фактори мотивації працівників підприємства

№ фактора	Мотиваційний фактор	Ступінь задоволеності
1	Висока заробітна плата та матеріальне заохочення	
2	Комфортні фізичні умови праці	
3	Структурування роботи	
4	Соціальні контакти: на рівні легкого спілкування з широким колом людей	
5	Стійкі взаємовідносини: тісні стосунки з невеликим колом людей	
6	Визнання заслуг	
7	Прагнення до досягнень	
8	Влада і впливовість	
9	Різноманітність і зміни	
10	Креативність	
11	Самовдосконалення	
12	Цікава та корисна робота	

Сама технологія виявлення цих факторів для кожного працівника пов'язана зі спеціальним тестуванням. Коли працівник відповідає на запитання тесту, він виражає свою думку з приводу того, який з цих факторів для нього є значимішим від інших, через кількість балів.

Тест був сконструйований таким чином, щоб заохочувати відвертість респондентів. Його обсяг, необхідність зіставити 132 твердження і постійні повторення передбачають, що навіть ті, хто на початковому етапі заповнення профілю намагаються дати найбільш виграшну для себе відповідь, з рештою відкривають свої справжні думки.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Результати опитування можна виразити діаграмою, що наведена на рис. 1. По осі X пронумеровані мотиваційні фактори, згідно з таблицею 1, а по осі Y – кількість балів. З рисунку 1. видно, що для опитаного працівника найважливішим є фактор 11 – самовдосконалення.

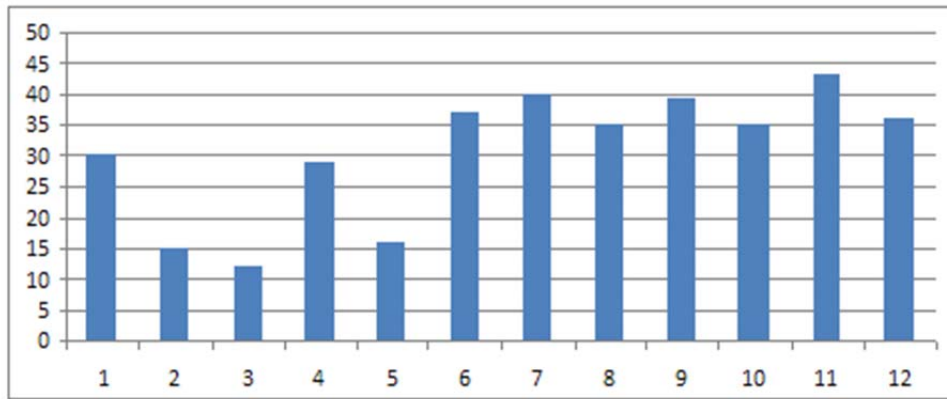


Рис. 1. Мотиваційний профіль працівника

Для наступного етапу потрібно виміряти в ході опитування ступінь задоволеності потреб працівників за кожним фактором. Для цього респонденту пропонується заповнити таблицю 1, у третій колонці якої працівник має визначити ступінь задоволеності кожним з дванадцяти факторів по шкалі від 0 до 1 з кроком 0,1. Значення 0 – відповідає визначенню «цілком незадоволений», а 1 – «цілком задоволений».

Таблиця 2

Кваліметричні значення значимості факторів і їх задоволеності

Номер фактора	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Значимість фактора	0,7	0,3	0,3	0,7	0,4	0,9	0,9	0,7	0,9	0,8	1,0	0,8
Ступінь задоволеності	0,5	1,0	1,0	1,0	1,0	0,7	0,7	1,0	0,5	0,5	0,6	0,9

Для подальшого аналізу необхідно бали, отримані під час спеціального тестування, також перевести на шкалу від 0 до 1. Для цього максимальний бал беруть за 1, а інші визначають через відношення до нього. Таким чином, у таблицю 3.2 зводяться всі результати опитування. Перший рядок таблиці 3.2 – це номери факторів згідно з таблицею 1; другий рядок – результати першого опитування, зведені до десяткового дробу; третій рядок – результати другого опитування.



Рис. 2. Діаграма мотиваційного профілю працівника

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Далі значення із таблиці необхідно перенести на діаграму, яка поділена на чотири квадрати (рис. 2). По вертикальній шкалі діаграми нанесені значення мотиваційних факторів, а по горизонтальній – їх задоволеність. В першому квадраті значення фактора і задоволеність перебувають у межах від 0 до 0,5. В другому – значення фактора лежить в діапазоні від 0,6 до 1, а значення задоволеності – від 0 до 0,5. В третьому квадраті значення фактора і задоволеності в межах від 0,6 до 1. І, нарешті, в четвертому значення фактора знаходиться в межах від 0 до 0,5, а задоволеності – від 0,6 до 1.

З наведеної на рис. 3 діаграми видно, що для мотивування опитаного працівника передусім необхідно звернути увагу на фактори 9 (різноманітність і зміни), 10 (креативність) і 1 (висока заробітна плата та матеріальне заохочення), так як вони знаходяться в другому квадраті діаграми, що свідчить про їх високу значимість і низьку задоволеність. Не слід ігнорувати і фактор 11 (самовдосконалення), оскільки він знаходиться в третьому квадраті на межі з другим.

В цілому, складно визначити, які заходи повинен впровадити керівник, щоб вплинути на певний мотиваційний фактор того чи іншого працівника, або які заходи впровадити на підприємстві, щоб задовольнити мотиваційні потреби основної частини працівників. Проте певний алгоритм можна запропонувати. Для цього необхідно розглянути можливість використання бюлетеня стимулів. У бюлетені стимулів наведено стислу інформацію з певного кола питань, а саме застосування стимулів для задоволення мотиваційних потреб працівників на підприємстві.

Якщо через певний час знову провести опитування, то мотиваційний профіль цього ж таки працівника матиме інший вигляд. Адже у кожної людини після задоволення одних потреб виникають інші. Але задоволеність цих потреб може бути на рівні 0,1, а може бути на рівні – 0,8. І це принципова різниця.

Щоб відслідковувати стан мотивації працівників, можна використати мотиваційний потенціал, який характеризує готовність працівника до максимальної трудової віддачі, розвитку конкурентоспроможності, реалізації в роботі набутих знань, здібностей, умінь, навичок і відображає ступінь задоволеності мотиваційних потреб працівника.

Чим вище значення мотиваційного потенціалу, тим більша задоволеність мотиваційних потреб працюючих. Чим більша задоволеність мотиваційних потреб працюючих, тим ефективнішою для підприємства може бути робота таких працівників.

Щоб визначити мотиваційний потенціал працівника ($M_{\text{працівника}}$), необхідно додати всі значення ступеня задоволеності (С), які зафіксовані в таблиці 2 «Кваліметричні значення значимості факторів і їх задоволеності». Тобто мотиваційний потенціал через ступінь задоволеності мотиваційних потреб визначається за формулою:

$$M_{\text{працівника}} = C1 + C2 + C3 \dots + C12 \quad (1)$$

Мотиваційний потенціал підприємства ($M_{\text{підприємства}}$) можна визначити наступним чином: додати всі значення мотиваційних потенціалів працівників і поділити цю суму на їхню кількість. Звичайно, в питаннях мотивації повинен бути індивідуальний підхід до кожного працівника, але мотиваційний потенціал підприємства характеризує в цілому роботу керівництва в питаннях управління персоналом.

Значення ступеня задоволеності знаходиться в межах від 0 до 1 з кроком 0,1. Отже, значення мотиваційного потенціалу – буде число з точністю до одного знаку після коми. Якщо взяти до уваги, що всі опитування побудовані за дванадцятьма факторами мотивації та припустити, що за всіма факторами задоволеність максимальна, тобто дорівнює одиниці, то максимальне значення мотиваційного потенціалу буде дорівнювати дванадцяти. Таким чином, шкала значень мотиваційного потенціалу матиме вигляд, що показаний на рис. 3.

Оскільки під впливом певних подій у працівників постійно змінюються потреби, це вимагає вимірювання мотиваційного потенціалу. І щоб не проводити щоразу таке складне перше опитування, можна тільки визначити мотиваційний потенціал працівника. Якщо його значення не змінилось, то в попередньому опитуванні немає потреби. А якщо воно знизилось, то відразу постає необхідність провести все опитування і визначити, а що саме потребує задоволеності. Так, через мотиваційний потенціал можна відслідковувати стан в колективі підприємства щодо мотивації працівників, тобто здійснювати мотиваційний моніторинг.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ



Рис. 3. Шкала значень мотиваційного потенціалу

Проведення вищеописаного тестування та мотиваційного моніторингу із застосуванням мотиваційного потенціалу дасть можливість створити певну систему мотивації, яка показана в таблиці 3.

Таблиця 3

Система мотивації працівника

№ з/п	Заходи
1.1	Виявлення мотиваційних потреб працівника через його ставлення до дванадцяти мотиваційних факторів. (Тест «Мотиваційний профіль»)
1.2	Вимірювання задоволеності потреб працівника за дванадцятьма факторами мотивації. (Тест «Ступінь задоволеності»)
1.3	Визначення мотиваційного потенціалу працівника
1.4	Визначення потреб працівника, які мають першочергово задовольнятися. (Діаграма мотиваційного профілю працівника)
1.5	Впровадження певних заходів щодо мотивації опитаного працівника
1.6	Вимірювання задоволеності потреб працівника за дванадцятьма факторами мотивації. (Тест «Ступінь задоволеності»)
1.7	Визначення мотиваційного потенціалу працівника
Через певний час	
2.1	Вимірювання задоволеності потреб працівника за дванадцятьма факторами мотивації. (Тест «Ступінь задоволеності»)
2.2	Визначення мотиваційного потенціалу працівника
Якщо значення мотиваційного потенціалу зменшилось порівнянно з п. 1.7, то необхідно приступити до виконання п. 1.1, якщо ж ні, то через певний час потрібно знову виконати п. 2.1.	

У таблиці 3 показано систему мотивації одного працівника. Безперечно, мотивація повинна бути адресною. Та є ряд причин, які змушують керівництво підприємств до системи мотивації підходити узагальнено, тобто впроваджувати заходи з мотивації, спрямовані на всіх працівників однаково.

По-перше. Індивідуально можна мотивувати лише окремих працівників, які займають ключові посади або є прекрасними фахівцями у своїй справі. Інакше, потрібно буде створити цілий підрозділ, працівники якого весь робочий час будуть зайняті тестуванням кожного співробітника, що призведе до небажаних наслідків. Та й роботодавці не підуть на такі кроки, оскільки створення кожного нового робочого місця повинно бути обґрунтованим і економічно доцільним.

По-друге. Проведені опитування дозволять виявити, що в кожному окремому підрозділі працівники можуть бути незадоволені роботою з однакових причин. Значення мотиваційних потенціалів кожного працівника в окремо взятому підрозділі, в основному, дуже близькі. І, в першу чергу, ці значення залежать від керівника підрозділу. Тому до працівників одного підрозділу можна застосовувати однакові заходи з мотивації, провівши відповідну роботу з керівником цього підрозділу.

По-третє. Як відомо, стандарт ISO 9001 вимагає, щоб вище керівництво аналізувало чинну в організації систему управління якістю та її процеси. Для того, щоб управляти якістю процесу, необхідно вміти вимірювати його результативність. Звичайно, так само, з певною періодичністю,

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

потрібно аналізувати і систему мотивації. Аналізувати результативність будь-якої системи можна за визначеними критеріями. Для аналізу результативності системи мотивації можна використати мотиваційний потенціал.

Вхідними даними для аналізу у такому разі буде значення мотиваційних потенціалів підрозділів та підприємства, а вихідними – заходи, спрямовані на поліпшення в системі управління персоналом в цілому на підприємстві або в окремих підрозділах. Такі заходи повинні здійснюватись неодноразово, а систематично; і не просто з певною періодичністю, а й з певною метою. Тому запропонована система мотивації працівників базується на системно-цільовому підході згідно зі стандартом ISO9001:2000. Концептуальна модель такої системи представлена на рис. 3.

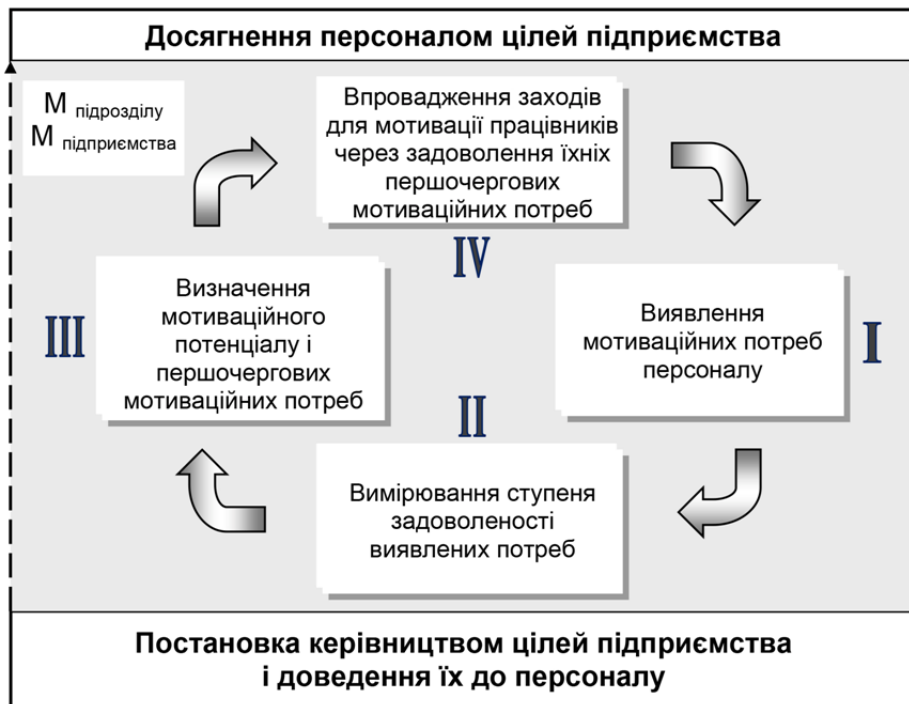


Рис. 3. Концептуальна модель системи мотивації

Висновки та пропозиції. Вдосконалення системи мотивації персоналу з урахуванням сучасних підходів для забезпечення підприємств кваліфікованими кадрами, необхідно формувати механізм послідовного підвищення мотиваційного потенціалу працівників на основі виявлення їх мотиваційних потреб. Недостатньо мати кваліфікованих фахівців, треба зацікавити їх ефективно реалізовувати свій потенціал. Тому першим кроком в обраному напрямі повинно бути діагностування рівня задоволеності мотиваційних потреб працівників. Для вирішення цього завдання пропонується використовувати, з одного боку, 12-тифакторну модель мотивації Ш. Річі – П. Мартина, з другого боку, кваліметричну модель ступеня реалізації цих факторів на підприємстві через виявлення задоволеності мотиваційних потреб працівників за цими 12-ма факторами.

На основі кваліметричної моделі ступеня реалізації мотиваційних потреб здійснюється вимірювання мотиваційного потенціалу кожного окремого працівника, підрозділу чи підприємства в цілому, яке може використовуватись як критерій оцінки результативності системи мотивації та є основою для підвищення ефективності діяльності підприємства.

Література

1. Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы и эмоции / А. Н. Леонтьев. – М. : Наука, 1971. – 396 с.
2. Ядранський Д. М. Мотивація праці управлінських працівників як важіль покращення стратегічного положення підприємства / Д. М. Ядранський // Сучасні проблеми економіки підприємства : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2003. – Т. 1. – С. 108–109.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

3. Балабанова Л. В. «Стратегічне управління персоналом в умовах ринкової економіки»: монографія/ Л. В. Балабанова, О. В. Стельмашенко. – Донецьк : [Дон. НУЕТ], 2010.
4. Ткаченко А. М. Стратегічні напрями удосконалення управління персоналом. / А. М. Ткаченко, Т. С. Морщенок – Запоріжжя : Запорізька держ. інженерна акад., 2008. – 234 с.
5. Меньшикова М. А. К вопросу об управлении персоналом как системе и интегрированной подсистеме организации [Электронный ресурс] / М. А. Меньшикова // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2008. - № 3(7). – Режим доступа : <http://scientific-notes.ru/pdf/007-07.pdf>
6. Хоменко І. М. (Грінко І. М.) Методи дослідження та вдосконалення мотивації праці в системі управління промисловими підприємствами / І. М. Хоменко (І. М. Грінко) // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірн. наук. праць. – Маріуполь: ПДТУ, 2010. – Т. 2. – С. 192 – 196.

References

1. Leontyev, A. N. (1971). *Potrebnosti, motivy i emotsii [Needs, motives and emotions]*. Moscow: Science [in Russian].
2. Yadranskyi, D. M. (2003). Motyvatsiia pratsi upravlinskykh pratsivnykiv yak vazhil pokrashchennia stratehichnoho polozhennia pidpriemstva [The motivation of administrative staff work as a lever to improve the strategic position of enterprises]. *Proceedings from: Vseukrainska naukovo-praktychna konferentsiya: Suchasni problemy ekonomiky pidpriemstva-All-Ukrainian Scientific Conference: Current problems of business economics*. (Vol, 1, 108–109 pp.). Dnipropetrovsk: Science and education, [in Ukrainian].
3. Balabanova, L. V., & Stelmashenko, O. V. (2010). «*Stratehichne upravlinnia personalom v umovakh rynkovoї ekonomiky*»: monohrafiia [“*Strategic management of staff under condition of market economy*”: monograph]. Donetsk: [Don. NUET] [in Ukrainian].
4. Tkachenko, A. M., & Morshchenok, T. S. (2008). *Stratehichni napriamy udoskonalennia upravlinnia personalom [Strategic directions of improvement of staff management]*. Zaporizhzhia: Zaporizhzhya State Engineering Academy [in Ukrainian].
5. Menshikova, M. A. (2008). K voprosu ob upravlenii personalom kak sisteme i integrirovannoy podsysteme organizatsii [On the issue of human resource management as a system and integrated subsystem of organization]. *Uchenye zapiski. Elektronnyy nauchnyy zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta - Scientific Notes: The scientific academic journal of Kursk State University*, 3(7). Retrieved from: <http://scientific-notes.ru/pdf/007-07.pdf> [in Russian].
6. Khomenko, I. M., & Hrinko, I. M. (2010). Metody doslidzhennia ta vdoskonalennia motyvatsii pratsi v systemi upravlinnia promyslovymy pidpriemstvamy [The methods of investigation and improvement the motivation of work in the system of industrial enterprises management]. *Teoretychni i praktychni aspekty ekonomiky ta intelektualnoi vlasnosti : zbirn. nauk. prats. – Theoretical and practical aspects of the economy and intellectual property: collection of scientific papers, Vol. 2*. Mariupol: PDTU [in Ukrainian].

Надійшла 20.09.2015

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 316.77

С. Ю. Савін, к. е. н., доцент,
Н. А. Тюхтенко, к. е. н., доцент**ЗВ'ЯЗОК СОЦІАЛЬНОЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ФРАГМЕНТАРНОСТІ
ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ**

Анотація. У статті розглянуто причини фрагментарності персоналу підприємств в умовах інформатизації. Визначено, що вибіркоче отримання інформації впливає на формування цінностей та створює певне розшарування персоналу за інтересами. Інформаційна фрагментарність персоналу призводить до соціальної фрагментарності, яка пов'язана із виробничими конфліктами.

Ключові слова: фрагментарність персоналу інформаційна, фрагментарність соціальна, персонал, конфлікти, життєві цінності.

С. Ю. Савін, к. э. н., доцент,
Н. А. Тюхтенко, к. э. н., доцент**СВЯЗЬ СОЦИАЛЬНОЙ И ИНФОРМАЦИОННОЙ ФРАГМЕНТАРНОСТИ
ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ**

Аннотация. В статье рассмотрены причины фрагментарности персонала предприятий в условиях информатизации. Определено, что выборочное получение информации влияет на формирование ценностей и создает определенное расслоение персонала по интересам. Информационная фрагментарность персонала приводит к социальной фрагментарности, которая связана с производственными конфликтами.

Ключевые слова: фрагментарность персонала информационная, фрагментарность социальная, персонал, конфликты, жизненные ценности.

S. Yu. Savin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
N. A. Tiukhtenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor**CONNECTION OF SOCIAL AND INFORMATION FRAGMENTARINESS OF
ENTERPRISE STAFF**

Abstract. The causes of fragmentariness of enterprise staff in the condition of the informatization are considered in the article. It is determined that the selective receiving of information influences on the formation of the values and creates certain separation of the staff interests. The information fragmentariness of staff leads to social fragmentariness, which is related with industrial conflicts.

Keywords: information fragmentariness of staff, social fragmentariness, staff, conflicts, life values.

Актуальність теми дослідження. Сьогоднішній економічний розвиток відбувається в епоху інформатизації. Прогрес інформаційних технологій та їхня доступність стають передумовою отримання інформації персоналом будь-якої організації.

Проте надмірне створення інформації та відсутність системного її споживання створює певний інформаційний хаос, який в залежності від особистісної психоемоційної та біосоціальної природи людини призводить до перекошування життєвих цінностей або навіть втрати життєвих орієнтирів. Перенесені на виробничі відносини, такі особистісні трансформації створюють численні конфлікти, знижують рівень довіри та ефективності взаємодії між членами колективу, що, в кінцевому рахунку, обертається економічними втратами для підприємства.

Постановка проблеми. Динамічна та інтенсивна інформатизація суспільства створюють передумови виникнення перешкод в економічному розвитку підприємств. Нові форми прояву соці-

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

льної активності, культури солідаризму, культури захисту прав та свобод відіграють все важливішу роль у забезпеченні бажаних економічних результатів на підприємствах, забезпечення яких можливе не тільки за рахунок сучасних технологій, але й за рахунок уваги до цілісності виробничих колективів та уміння спільно вирішувати проблеми. Тому нагальною є проблема пошуку джерел соціальної фрагментації у колективах підприємств та визначення шляхів їх елімінавання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значну увагу проблемам соціальної фрагментарності та цілісності приділили такі науковці як Андреева Т. О., Корабльова Н. С., Виноградов В. А., Мешков Д. М., Зотов В. В., Нестеров В. К., Масі Н. І. та інші. Однак процеси фрагментації зазначеними науковцями досліджувались здебільшого на макрорівнях, тоді як існує потреба дослідження зазначених явищ на мікрорівні у контексті трудових колективів.

Виклад основного матеріалу. Для сучасного суспільства домінуючою характерною рисою є мозаїчність і фрагментарність способу життя та структури соціальних ролей [1, с. 94]. Величезний потік інформації, який людина отримує щодня, не дає їй змоги обрати найсуттєвіше, таким чином, сучасна людина губиться у наявному інформаційному просторі, обираючи інформацію частинами, фрагментарно.

У цьому зв'язку існує нагальна потреба подолати або усунути виниклі суперечності, зменшити спонтанність процесів, що відбуваються у виробничих колективах, переглянути основи їхньої соціальної цілісності та фрагментації.

Соціальні фактори виступають керуючими у плані розкриття біологічного потенціалу людської природи. А при сучасному розвитку технологій, що змінюють людське тіло, цей зв'язок між соціальними умовами і біологією людини виявляється все більш відчутним [2].

Слід при цьому брати до уваги те інформаційне середовище, в якому відбувається формування життєвих цінностей, а відтак – і соціальних стереотипів та відповідної трудової поведінки.

Стрімкий розвиток інформаційно-телекомунікаційних технологій одночасно формує інформаційно-комунікативне середовище, для якого, у свою чергу, характерні: віртуальність — як існування речей, подій, процесів тощо; глобальність — як існування єдиних, універсальних для всієї системи відносин, усіх локальних співтовариств (формальних і неформальних) та інститутів взаємодії; фрагментарність — властивість, що характеризується уривчастістю та неповнотою [3]. Інформаційно-телекомунікаційними технологіями в культурі суспільства ініціюються процеси, здатні суттєво змінити цю культуру. Якщо проаналізувати фундаментальні праці в галузі соціокультурних змін під впливом інформатизації, то можна виокремити взаємозалежні основні тенденції, а саме: віртуалізацію, глобалізацію, фрагментацію [4].

Одним з найбільш важливих висновків, до якого прийшов у своїх міркуваннях і дослідженнях М. Кастельс у своєму науковому трактаті «Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура» [5], зводився до наступного: розвиток засобів масової інформації породжує інформаційну фрагментацію (тобто, індивіди вільні у виборі тієї інформації, що вони хочуть одержувати), а інформаційна фрагментація персоналу, у свою чергу, породжує соціальну фрагментацію (тобто, люди схильні групуватися навколо первинних джерел ідентичності: релігійних, етнічних, територіальних, національних, культурних і тому подібне).

Більш глибоким соціальним наслідком такого висновку є породження соціальних конфліктів на основі конфронтації між групами-прихильниками різних життєвих інтересів і цінностей.

Соціальні конфлікти на основі одержання різними групами людей вибіркової інформації виникають на основі сітьоцентричного принципу, тобто без певного явного джерела конфлікту [6]. Самі джерела часто носять латентний характер і відкрити форму конфлікту може набути при найменшому незначному інциденті. Прикладами таких конфліктів слугують страйки й протести, організовані через соціальні мережі в Інтернеті; обговорення й форуми різних телепрограм, під час яких аудиторія ділиться на численні групи підтримки різних точок зору; проведення рейтингів, які також із соціальної точки зору розділяють аудиторію на різні групи й так далі.

Наявність конфліктів такого характеру вже переросла межі розумного оцінювання ситуації й конструктивного підходу до пошуку можливих розумних рішень. Конфлікти стали усе більше й більше носити деструктивний, руйнуючий характер. Навіть якщо це руйнування, поки ще не настигло, то наявність конфлікту сама по собі вже вказує на відкладену загрозу руйнування.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Застосовуючи метод провідних індикаторів, показників, що змінюються у тому ж напрямку, що й досліджуваний показник, але випереджаючи його в часі, можна дослідити, як інформаційна фрагментарність персоналу спричиняє зміну соціальної фрагментарності.

Людина не може миттєво визначити для себе, яка інформація для неї є найбільш важливою з точки зору формування соціального стереотипу. Для цього необхідний певний проміжок часу, необхідний для збору та аналітичного осмислення інформації.

Тобто між динамікою провідного індикатора та аналізованого показника повинен існувати певний часовий лаг. Визначення цього лагу відбувається на основі послідовного перебору величин лагів та визначення відповідних коефіцієнтів кореляції між провідними індикаторами та аналізованим показником.

Показником, який характеризує соціальну фрагментарність персоналу може бути кількість конфліктів, які доцільно розглядати за джерелами виникнення. Відслідковуючи при цьому зв'язок джерел виникнення з часом отримання інформації про них, можна визначити часовий лаг між виникненням соціальної фрагментарності персоналу після інформаційної фрагментарності.

Слід при цьому брати до уваги, що такі залежності мають різний характер на різних підприємствах. Це пояснюється наявністю комплексного впливу багатьох факторів біосоціального та психоемоційного характеру, які є взаємодоповнюючими та взаємопов'язаними. Тобто процес сприйняття інформації є багато в чому суб'єктивним.

У цьому зв'язку доцільно в процесі дослідження соціальної фрагментації персоналу побудувати соціальний профіль персоналу, як характеристику бази сприйняття інформації.

Визначення характеру залежності соціальної фрагментації від інформаційної дозволить вирішити такі задачі, як: зменшення витрат на координацію спільної діяльності, прискорене засвоєння професійних стандартів, підвищення взаємодовіри та взаємоповаги, підвищення згуртованості колективів, зменшення внутрішньовиробничих конфліктів, зростання економічних показників.

Висновки. Доведено причинно-наслідковий зв'язок між інформаційною та соціальною фрагментарністю на рівні підприємства, що дозволяє моделювати соціальний профіль трудового колективу та прогнозувати вплив соціальної узгодженості персоналу підприємств на рівень досягнення господарських цілей.

Література

1. Виноградов В. А. Информация как глобальная проблема современности. / В. А. Виноградов. – М., 1989. – 231 с.
2. Мешков Д. Н. Социокультурная целостность и фрагментация человеческой природы: автореф. дис. на соискание ученой степени канд. философских наук : спец. 09.00.11 «Социальная философия» / Д. Н. Мешков. – Саранск, 2013. – 22 с.
3. Зотов В. В. Новые информационные технологии: фактор трансформации общественно-экономической формации или начало информационного общества / В. Зотов // Вестник Моск. академии рынка труда и информационных технологий. – 2006. – С. 8-11.
4. Масі Н. І. Формування інформаційно-комунікативного середовища в Україні [Електронний ресурс] / Н. І. Масі // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. - 2011. - № 3. - С. 41-44. – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/bdi_2011_3_9.pdf.
5. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс]. / М. Кастельс. – Режим доступу : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/intro2.php.
6. Савін С. Ю. Процеси соціалізації в епоху іноформаціоналізму / С. Ю. Савін // Вісник Хмельницького національного університету. – 2013. – №3. – Т.2. – С. 297-299.

References

1. Vinogradov, V. A. (1989). *Informatsiya kak globalna problema sovremennosti [Information as a global issue of our time]*. Moscow [in Russian].
2. Meshkov, D. N. (2013). *Sotsiokulturnaya tselostnost i fragmentatsiya chelovecheskoy prirody [The socio-cultural integrity and fragmentation of human nature]*. (Candidate of science dissertation thesis). Saransk [in Russian].
3. Zotov, V. V. (2006). *Novye informatsionnye tekhnologii: faktor transformatsii obshchestvenno-ekonomicheskoy formatsii ili nachalo informatsionnogo obshchestva [New information technologies: a factor of the transformation of the socio-economic structure or the beginning of the information society]*. *Vestnik Mosk. akademii rynka truda i informatsionnykh tekhnologiy - Scientific bulletin of Moscow academy of the labor market and information technologies*, 8-11 [in Russian].
4. Masi, N. I. (2011). *Formuvannya informatsiino-komunikativnoho seredovyshcha v Ukraini [Formation of information and communication environment in Ukraine]*. *Bibliotekoznavstvo. Dokumentoznavstvo. Informolohiia - Library. Documentation. Informolohiia*, 3, 41-44. Retrieved from: <http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi->

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/bdi_2011_3_9.pdf. [in Ukrainian].

5. Kastels, M. (n.d.). *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kultura [The Information Age: Economy, Society and Culture]*. Retrieved from: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/intro2.php. [in Russian].

6. Savin S. Yu. (2013). Protsesy sotsializatsii v epokhu inofrmatsionalizmu [The processes of socialization in the age of informatization]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu - Herald of Khmelnytskyi national university*, 3, Vol.2, 297-299 [in Ukrainian].

Надійшла 02.09.2015

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

УДК 65.011.12:330.131.5

М. В. Шегда, аспірант**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА**

Анотація. Соціальна відповідальність та соціально-відповідальний бізнес є невід'ємною частиною сьогодення. Визначено необхідність дослідження концепції та конкурентних переваг підприємства у сфері соціальної відповідальності. Виявлено основні складові, а також конкурентні переваги соціально-відповідального маркетингу в сучасних умовах. Поширення концепції соціальної відповідальності на підприємствах є однією із найважливіших складових необхідних для покращення економічної системи в цілому. Впровадження соціально-відповідального маркетингу може стати найбільш ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціально-відповідальний бізнес, підприємство, конкуренція, маркетинг.

М. В. Шегда, аспірант**СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ
КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО**

Аннотация. Социальная ответственность и социально-ответственный бизнес является неотъемлемой частью настоящего. Определена необходимость исследования концепции и конкурентных преимуществ предприятия в сфере социальной ответственности. Выявлены основные составляющие, а также конкурентные преимущества социально-ответственного маркетинга в современных условиях. Распространение концепции социальной ответственности на предприятиях - одна из важнейших составляющих необходимых для улучшения экономической системы в целом. Внедрение социально-ответственного маркетинга может стать наиболее эффективным инструментом повышения конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: социальная ответственность, социально-ответственный бизнес, предприятие, конкуренция, маркетинг.

М. V. Shegda, Postgraduate student**SOCIAL RESPONSIBILITY OF ENTERPRISE AS A COMPETITIVE ADVANTAGE**

Abstract. Social - responsibility and socially - responsible business are an integral part of the present. The necessity of research of the concepts and competitive advantages in social - responsibility sphere are defined. The basic components and the competitive advantages of social - responsible marketing are revealed in modern conditions. Distribution of concept of social - responsibility at the enterprises - is one of the key elements necessary to improve the economic system as a whole. The implementation of social - responsible marketing can be the most effective tool for improving competitiveness.

Keywords: social responsible, social-responsible business, enterprise, competition, marketing.

Актуальність теми дослідження. Стрімкі зміни сучасного бізнес-середовища вимагають від підприємств постійного розвитку та удосконалення існуючих технологій та практик управління. Однією з важливих тенденцій сучасності виступає посилена увага як з боку суспільства, так і з боку бізнесу – до соціальних проблем населення. Це знаходить прояв у поширенні концепції соціальної відповідальності, що ґрунтується на засадах акцентування на соціальних проблемах як споживачів, так і персоналу підприємства. Головна мета підприємницької діяльності – отри-

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

мання прибутку – досягається через дослідження потреб потенційних та реальних покупців, виявлення суспільних інтересів і прагнення їх задовольнити. Ідея соціальної відповідальності стає невід’ємною рисою системи управління підприємницькою діяльністю в сучасній бізнесовій практиці передових країн світу.

Постановка проблеми. Поширення концепції соціальної відповідальності на підприємствах України виступає однією із найважливіших складових необхідних масштабних соціально-економічних перетворень. Впровадження норм і правил цивілізованого бізнесу, втілення найкращих світових практик ведення підприємницької діяльності має стати основою бізнесової практики вітчизняних підприємств та сприяти піднесенню національної економіки. Для кожного окремого підприємства долученість до цілей соціальної відповідальності означає не тільки намагання будувати цивілізовані практики бізнесу, це саме по собі може стати потужною конкурентною перевагою.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемам соціально-відповідального маркетингу присвячені праці іноземних вчених: Ж. Ламбена, К. Келлера та інших. В українській економічній науці напрацьовано значний доробок у царині соціальної відповідальності, в складі якого можна виділити праці О. Грішної, О. Каніщенко, Є. Савельєва, Ю. Сасенко, П. Орлової, А. Федорченко, А. Хамідової та інших. Водночас, проблеми становлення та особливості прояву концепції соціально-відповідального маркетингу ще потребують свого дослідження, у тому числі і в окремих галузях української економіки.

Метою статті є дослідження особливостей реалізації системи соціально-відповідального маркетингового управління підприємством в контексті формування конкурентних переваг.

Виклад основного матеріалу. Поширення концепції соціальної відповідальності в сучасному бізнесі розширює його цільові пріоритети та місії за межі головної мети – отримання прибутку. Під соціально-відповідальним маркетингом розуміється такий підхід, коли компанія поряд з орієнтацією на потреби реальних та потенційних покупців, усвідомлює свою відповідальність перед суспільством, розуміє суспільні інтереси і намагається їх задовольнити. Долучення будь-якої компанії до принципів соціальної відповідальності може сприяти підвищенню її конкурентоспроможності на національному та світовому ринках. Адже конкурентні переваги отримує компанія, пропозиція якої найкращим чином відповідає потребам, існуючим у покупця, при цьому у своїй діяльності компанія враховує інтереси суспільства та задовольняє їх.

Соціальна відповідальність та соціально-відповідальний бізнес мають включати як відповідальність бізнесу перед суспільством, так і відповідальність суспільства, перш за все держави, за створення оптимальних умов для його функціонування [1]. У цілому соціально-відповідальний маркетинг розглядається як концепція поєднання та узгодження інтересів підприємства, споживачів та суспільства загалом. Організація повинна виявляти потреби, інтереси та бажання цільового ринку та більш результативно, ніж конкуренти, їх задовольняти, сприяючи підвищенню добробуту споживачів. Соціально-відповідальний маркетинг став обов’язковим елементом бізнес-стратегій багатьох впливових світових компаній, завдяки перевагам, які отримує організація, а саме:

- покращення фінансових показників. Збільшення прибутку підприємства та доступу до соціально-відповідальних інвестицій, де інвестори беруть до уваги показники діяльності компаній етичного, соціального, екологічного характеру;

- оптимізація та скорочення операційних процесів, витрат;

- зростання обсягів реалізації, збільшення частки ринку;

- поліпшення менеджменту;

- удосконалення іміджу та репутації бренду;

- підвищення продажів і лояльність споживачів. Успішна і продумана політика соціальної відповідальності може істотно вплинути на рівень продажів компаній і лояльність споживачів. У Європі та інших країнах світу опитування показали, що значна частка покупців готова змінити торговельну марку на ту, яка більше асоціюється з гарними справами;

- зниження плинності кадрів та підвищення мотивації співробітників. Підприємства, що здійснюють продуману політику соціальної відповідальності, легше залучають професіоналів та скорочують витрати на навчання працівників у зв’язку з низькою плинністю;

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

- зменшення перевірок з боку спеціально призначених органів. Оприлюднення політики та принципів щодо працівників, навколишнього середовища у відносинах з постачальниками і державними органами - таким є підхід підприємства до цих питань;

- доступ до капіталу. Це зростання так званих соціально-відповідальних інвестицій. Соціально-відповідальними визнаються не тільки інвестиції в компанії, але і компанії, що визнані соціально-відповідальними, ті що проводять активну соціальну політику [1; 2; 4].

Ідея соціально-відповідального маркетингу ґрунтується на встановленні балансу між цілями компанії щодо максимізації прибутку, задоволення потреб споживачів та інтересів суспільства в цілому. Якщо у традиційному маркетингу розглядалися відносини тільки між виробником і споживачем, то для соціально-відповідального маркетингу важливим є врахування інтересів всього соціуму. Все більше стає зрозумілим, що повідомляти неправдиву інформацію в рекламі, завдати шкоди навколишньому середовищу своїм виробництвом, обмежувати права своїх співробітників і т.д. – все це може привести до певних тактичних зисків. Але стратегічно компанія може багато втрачати: як окремих споживачів, так і цілі ринки. У сформованому бізнес-середовищі компаніям стає складніше поводитись безвідповідально. Все більше обсяги продажів та ризики втрати споживачів залежать від того, наскільки соціально-безвідповідальними є способи ведення бізнесу [3].

Таким чином, маркетингова діяльність набуває комплексного характеру, оскільки спрямовується і на задоволення потреб цільового ринку, і одночасно враховує соціальні і етичні потреби суспільства в цілому. В рамках концепції соціально-відповідального маркетингу, компанія разом з дослідженням потреб потенційних і реальних покупців, має виявляти суспільні інтереси і прагне їх задовольнити.

Первинною і самою головною метою діяльності будь-якої приватної фірми є отримання прибутку за допомогою задоволення потреб своїх клієнтів. Водночас, для того, щоб потенційний клієнт захотів придбати товар чи скористатися послугою, виробленою фірмою, мало звертати увагу лише на якість товару. Необхідно подбати ще й про впізнаваність торгової марки, репутацію та імідж підприємства в цілому. Якщо торкнутися практики, то до соціально-відповідального маркетингу можуть відноситися стратегії компаній, що включають в себе різні акційні проекти та програми, які враховують екологічні аспекти, вирішення соціально значущих питань, включають благодійну допомогу [3].

Певні дії по охороні навколишнього середовища, акцентують увагу на проблемах впливу маркетингу на навколишнє середовище та необхідності підвищення якості життя. В умовах глобалізації дана тематика набуває особливої важливості, оскільки екологічні проблеми лише до певного моменту стосуються окремих держав. Можливість глобальної катастрофи співтовариства через накопичення зброї масового знищення, руйнування середовища проживання, виснаження природних ресурсів створює загрозу для цивілізації в цілому [5].

На сьогодні активізується тенденція піклування про стан довкілля в зв'язку із загостренням екологічних проблем, пов'язаних із базовими потребами людини в якісній та чистій їжі, чистому довкіллі, які стають недостатньо задоволеними. Тому перспективним напрямом діяльності підприємств виступає проведення маркетингової політики щодо реалізації продукції, максимально сприятливої до навколишнього середовища та нешкідливої для людського організму. У цьому контексті важливим для підприємства є прийняття маркетингової стратегії, побудованої на принципах екологічності, та її реалізація на всіх етапах: розробки асортименту продукції, цінової політики, просування та збуту.

Важливою складовою соціально-відповідального маркетингу є відповідне акцентування рекламної кампанії фірми на питаннях екологічності та перевагах найменш шкідливої для здоров'я людей продукції. Соціально відповідальна реклама має обов'язково бути орієнтована на прозоре роз'яснення споживачам переваг і недоліків різних продуктів, у даному випадку – ЛФМ. Вона виступає і логічним продовженням соціально відповідального планування фірмою асортименту своєї продукції.

Спробуємо запропонувати принципи соціально-відповідального маркетингу підприємства, що здійснює реалізацію лакофарбових матеріалів. На перший погляд, у даному випадку важко

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

знайти можливості для зменшення шкідливого впливу на довкілля та здоров'я населення. Разом з тим, у складі лакофарбових матеріалів (ЛФМ) виділяється найменш шкідлива група матеріалів, а саме - водно-дисперсійних матеріалів. Найбільш шкідливими міжнародною спільнотою визнані матеріали, що містять леткі органічні сполуки (ЛОС) і до яких введені жорсткі обмежувальні вимоги. Так, в країнах ЄС прийняті Директиви 1999 та 2004 року, які обмежують вміст ЛОС в певних матеріалах, у тому числі в більшості ЛФМ.

При формуванні свого продуктового набору соціально відповідальне підприємство має орієнтуватися в першу чергу саме на групу водно-дисперсійних матеріалів. Додадуть позитивного іміджу підприємству і відкритість щодо особливостей різних груп матеріалів, їх впливу на довкілля, роз'яснення переваг групи водно-дисперсійних матеріалів. Адже в них відсутні органічні розчинники (толуол, ксилол, уайт-спірит, ацетон), які негативно впливають на навколишнє середовище. До того ж, ця група ЛФМ характеризується зручністю у використанні, можливістю полімеризації при кімнатній температурі, високими експлуатаційними можливостями покриттів тощо [6]

Широковідомим в Україні інструментом соціально-відповідального маркетингу залишається благодійність та спонсорство. Якщо українські компанії будуть поширювати свою спонсорську та благодійницьку діяльність, їх імідж, громадська думка про них, репутація на внутрішньому і зовнішньому ринках неодмінно зростуть. Уявляється, що нашій країні доцільно вивчати практики передових країн світу, де розроблені ефективні інструменти розвитку і поширення цієї діяльності [3].

Підприємство, яке ставить перед собою стратегічні завдання, а не тільки отримання сьогодишньої вигоди, обов'язково робить акцент на формування до нього стійкої довіри з боку споживачів і партнерів. Формування довіри є складним, довготривалим і комплексним процесом, що відбувається в процесі дотримання всіх зобов'язань, неухилення від відповідальності, чіткості і прозорості своєї діяльності тощо. Маркетингове управління має обов'язково висвітлювати всі аспекти діяльності підприємства в контексті соціальної відповідальності. Доведення до відома широкої спільноти про те, що підприємство піклується про своїх працівників, опікується проблемами довкілля, соціальними проблемами суспільства – все це є необхідними елементами створення позитивного іміджу бізнесу та формування довіри до нього.

Разом з тим, сформована довіра до підприємства стає потужним капіталом, невідчутним, але таким, що приносить довготривалі зиски. До таких вигід відноситься: підвищення якості управління бізнесом, зміцнення та покращення репутації, фінансових показників підприємства тощо. Таким чином, соціально відповідальний маркетинг є практичним вираженням зовнішньої складової концепції соціальної відповідальності бізнесу.

Висока ділова репутація фірми та сформована довіра до неї з боку споживачів виступають потужною конкурентною перевагою. В умовах посилення конкуренції на ринку переваги отримує компанія, пропозиція якої найкращим чином відповідає потребам покупця, при цьому у своїй діяльності компанія враховує та задовольняє суспільно важливі потреби та інтереси населення. Всі етапи маркетингового комплексу (4P – маркетинг) мають бути пронизаними соціально значущими цілями, спрямованими на задоволення потреб цільових споживачів та ринків на засадах заощадження людських, енергетичних, матеріальних та інших ресурсів, охорони навколишнього середовища. Таким чином, досягнення основної мети підприємницької діяльності – отримання прибутку – в сучасних умовах залежить від того, які цілі ставить перед собою підприємство: отримання миттєвого зиску будь-якою ціною або зайняти стратегічні конкурентні позиції на ринку. У другому випадку саме прихильність принципам соціальної відповідальності дозволить підприємству як зайняти, так і утримати та збільшити свою нішу на ринку. Невід'ємною рисою соціально відповідального бізнесу є також передбачення і врахування майбутніх тенденцій та процесів соціально-економічного розвитку.

Висновки. Концепція соціально-відповідального маркетингу спрямована на задоволення соціальних потреб та інтересів усіх верств населення. Конкурентну перевагу отримує компанія, пропозиція якої найкращим чином відповідає потребам покупця, при цьому у своїй діяльності компанія враховує інтереси суспільства та задовольняє їх.

В сучасних умовах впровадження соціально-відповідального маркетингу може стати найбільш ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності підприємства. Для цього

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

потрібно покращити правову базу соціальної відповідальності, збільшити відповідальність керівників. Організації та підприємства, які не застосовують концепцію соціально-відповідального маркетингу втрачають цільові ринки збуту, тим самим погіршуючи свою репутацію.

Ефективний розвиток бізнесу в бік більшої цивілізованості неможливий без трансформації соціально-економічної взаємодії всіх стейкхолдерів. Реалізація концепції соціальної відповідальності дозволить встановити взаємну відповідальність влади, бізнесу та громади, збалансувати їх інтереси в єдиному соціально-економічному просторі. Ця складна комплексна проблема включає застосування сучасних методів, принципів управління з метою залучення все більшої кількості учасників: соціальне і приватно-державне партнерство, саморегулювання, некомерційні організації, а також застосовувані на практиці стандарти системи менеджменту соціальної відповідальності [7; 8].

Для України управління підприємствами в сучасних умовах розбудови соціальної економіки вимагає втілення міжнародних норм і практик, включаючи визнання та розвиток корпоративної соціальної відповідальності з її впливом на загальну згуртованість, конкурентоспроможність та сталий розвиток підприємницького сектору.

Тільки соціально-відповідальна концепція бізнесу допоможе Україні стати повноцінним учасником цивілізованого підприємницького середовища, і повніше включитися в процес глобалізації світової економіки, тоді як невідповідність товарів (а також процесів їх виробництва) міжнародним екологічним вимогам, навпаки – неодмінно виступить у ролі серйозної перешкоди.

Література

1. Новікова О. Ф. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки) : монографія / О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, В. О. Панькова. – Донецьк, 2013. – 295 с.
2. Вергун Л. І. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах глобальної фінансово – економічної кризи / Л. І. Вергун // Теоретичні та прикладні питання економіки : Зб. наук.праць. – К., 2010. – вип. 23. – С. 165 – 170.
3. Аграмакова Н. В. Сущность социальной ответственности предприятия и системы ее регулирования / Н. В. Аграмакова // Бизнес Информ. – 2011. - №4. – С. 86-88.
4. Катихін Є. О. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу та її основні принципи / Є. О. Катихін // Статистика України. – 2011. - №3. - С. 83-86.
5. Белявська К. С. Соціальна відповідальність бізнесу : еволюція поглядів на проблему / К. С. Белявська // Вісн. Хмельниц. нац. ун. – 2011. № 1. – С. 228 – 233.
6. Гут Л. В. Особливості розвитку ринку лакофарбової продукції в Україні /Л. В. Гут, Г. В. Бахах // Молодий вчений.- 2014. - №3. – С. 104 – 105.
7. Іванова В. В. Концепція корпоративної соціальної відповідальності / В. В. Іванова // Людина і право. – 2010 – №11. – С. 54-57.
8. Долматова В. Ю. Соціальна відповідальність бізнесу/ В. Ю. Долматова // Аудит і фінансовий аналіз. - 2012. - №1.- С. 359-362.

References

1. Novikova, O. F., Deich, M. Ye., & Pankova, V. O. (2013). *Diahnostyka stanu ta perspektyv rozvytku sotsialnoi vidpovidalnosti v Ukraini (ekspertni otsinky) : monohrafiia [Diagnostics of the state and the prospects of development of social responsibility in Ukraine (expert assessment): monograph]*. Donetsk [in Ukrainian].
2. Verhun, L. I. (2010). Sotsialna vidpovidalnist biznesu v umovakh hlobalnoi finansovo – ekonomichnoi kryzy [Social responsibility of business under condition of global financial - economic crisis]. *Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky: Zb. nauk.prats - Theoretical and applied economic issues: collection of scientific papers*, 23, 165 – 170 [in Ukrainian].
3. Agramakova, N. V. (2011). Sushchnost sotsialnoy otvetstvennosti predpriyatiya i sistemy ee regulirovaniya [The essence of social responsibility of enterprise and system of its regulation]. *Biznes Inform – Business Inform*, 4, 86-88 [in Russian].
4. Katykhin, Ye. O. (2011). Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist biznesu ta yii osnovni pryntsyipy [Corporate social responsibility of business and its basic principles]. *Statystyka Ukrainy – Statistics of Ukraine* 3, 83-86 [in Ukrainian].
5. Beliyavska, K. S. (2011). Sotsialna vidpovidalnist biznesu: evoliutsiia pohliadiv na problemu [Social responsibility of business: the evolution of opinions as for this problem]. *Visn. Khmelnyts. nats. un. - Herald of Khmelnytskyi national university*, 1, 228 – 233 [in Ukrainian].
6. Hut, L. V., & Bakhakh, H. V. (2014). Osoblyvosti rozvytku rynku lakofarbovoi produktsii v Ukraini [Features of development of the paint products market in Ukraine]. *Molodyi vchenyi - Young scientist*, 3, 104 – 105 [in Ukrainian].
7. Ivanova, V. V. (2010). Kontseptsiiia korporatyvnoi sotsialnoi vidpovidalnosti [The concept of corporate social responsibility]. *Liudyna i pravo - Man and Law*, 11, 54-57 [in Ukrainian].
8. Dolmatova, V. Yu. (2012). Sotsialna vidpovidalnist biznesu [Social Responsibility of business]. *Audyty i finansovyi analiz - Audit and Financial Analysis*, 1, 359-362 [in Ukrainian].

Надійшла 11.09.2015

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

УДК 336.711.65:504

Н. С. Прокопенко, д. е. н., професор,
І. І. Дуднікова, доцент**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО МЕХАНІЗМУ
ФІНАНСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЬОВИХ ПРОГРАМ**

Анотація. У статті доведено, що фінансові механізми регулювання економіки певного сектору більш широко застосовуються при використанні принципу програмно-цільового регулювання та підтримки. Програмування виступає методом активного втручання держави в процеси фінансово-економічного регулювання. Воно використовується в ситуаціях, коли звичайні методи і механізми ринкової економіки та її державного регулювання не спроможні вирішити надзвичайні проблеми економічного, соціального, технологічного, екологічного та територіального розвитку. Тому застосовуватися цей метод повинен у вузькому секторі стратегічного прориву, залишаючи широке поле функціонуванню звичайних методів ринкового господарства.

Запропоновано термін «фінансовий метаболізм», сутність якого полягає у тому, що забезпечення здійснення екологічних державних цільових програм можливе завдяки поєднанню компонентів: система функціонування та підтримки конкурентного середовища; система регулювання внутрішніх цін; система регулювання державного та місцевих бюджетів; система захисту вітчизняного аграрного товаровиробника; система захисту навколишнього середовища; система регулювання частки накопичень ВВП; система регулювання оподаткування доходів фізичних осіб, які працюють у певному секторі економіки.

Виявлено, що система екологічних державних цільових програм повинна включати програми з чотирьох рівнів управління. По-перше, це екологічні державні цільові програми, які повністю або частково фінансуються за рахунок державного бюджету. Перелік таких програм укладає уряд, який розглядається та затверджується Верховною Радою як один із додатків до державного бюджету на поточний рік. Публікація таких програм у засобах ЗМІ обов'язкова. По-друге, регіональні екологічні цільові програми. Вони розробляються обласними державними адміністраціями, розглядаються і затверджуються обласними радами народних депутатів. По-третє, муніципальні цільові програми. Вони формуються виконавчими та представницькими органами великих муніципальних утворень (наприклад, міста-обласні центри). По-четверте, міждержавні екологічні програми. Їх приймають та виконують держави-члени СНД, а також інші зацікавлені держави.

Ключові слова: механізм фінансування, екологічна державна цільова програма, фінансово-економічне регулювання.

Н. С. Прокопенко, д. э. н., професор,
И. И. Дудникова, доцент**КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К МЕХАНИЗМАМ
ФИНАНСИРОВАНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЦЕЛЕВЫХ ПРОГРАММ**

Аннотация. В статье доказано, что финансовые механизмы регулирования экономики определенного сектора более широко применяются при использовании принципа программно-целевого регулирования и поддержки. Программирование выступает методом активного вмешательства государства в процессы финансово-экономического регулирования. Оно используется в ситуациях, когда обычные методы и механизмы рыночной экономики и ее государственного регулирования не способны решить чрезвычайные проблемы экономического, социального, технического, экологического и территориального развития. Поэтому применять этот метод должен в узком секторе стратегического прорыва, оставляя широкое поле функционированию обычных методов рыночного хозяйства.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Предлагается термин «финансовый метаболизм», сущность которого заключается в том, что обеспечение осуществления экологических государственных целевых программ возможно благодаря сочетанию компонентов: система функционирования и поддержания конкурентной среды; система регулирования внутренних цен; система регулирования государственного и местных бюджетов; система защиты отечественного аграрного товаропроизводителя; система защиты окружающей среды; система регулирования доли накопленных ВВП; система регулирования налогообложения доходов физических лиц, работающих в определенном секторе экономики.

Выявлено, что система экологических государственных целевых программ должна включать программы из четырех уровней управления. Во-первых, это экологические государственные целевые программы, которые полностью или частично финансируются за счет государственного бюджета. Перечень таких программ включает правительство, который рассматривается и утверждается Верховной Радой как один из приложений к государственному бюджету на текущий год. Публикация таких программ в средствах СМИ обязательна. Во-вторых, региональные экологические целевые программы. Они разрабатываются областными государственными администрациями, рассматриваются и утверждаются областными советами народных депутатов. В-третьих, муниципальные целевые программы. Они формируются исполнительными и представительными органами крупных муниципальных образований (например, города-областные центры). В-четвертых, межгосударственные экологические программы. Их принимают и выполняют государства-члены СНГ, а также другие заинтересованные государства.

Ключевые слова: механизм финансирования, экологическая государственная целевая программа, финансово-экономическое регулирование.

N. S. Prokopenko, Doctor of Economic Sciences, Professor
I. I. Dudnikova, Associate Professor

**CONCEPTUAL APPROACHES TO FUNDING VEHICLE
OF ENVIRONMENTAL STATE TARGET PROGRAMS**

Abstract. The article is about the financial mechanisms for adjustment certain sectors of the economy more widely applied with the using of the principle of program target regulation and support. Programming is the method of dynamic government interference into the financial and economic adjustment processes. It is used in case when the conventional methods and mechanisms of the market economy and its state regulation are not able to solve the economic, technological, environmental and territorial development emergency problems. Therefore this method should be applied in a narrow sector of strategic breakthrough, leaving a wide field of conventional methods of functioning market economy.

The term "financial metabolism" has been proposed. The essence of definition means that the implementation of ecological state target programs is possible through the combination of components: the system of operation and support of the competitive environment; the domestic price adjustment system; the system of state and local budgets adjustment; the system of domestic agricultural producers protection; the system of environmental protection; the system of GDP share accumulation adjustment; the system of adjustment of profit taxation of individuals working in a particular sector.

It has been found that the system of state environmental target programs has to include a program of four levels of management. Firstly, there should be the environmental state target programs that are fully or partially funded by the state budget. The list of these programs is made by the government, and it is reviewed and approved by the Verkhovna Rada of Ukraine as one of the annexes to the state budget for the current year. The publication of such programs in the mass media is required. Secondly, the regional environmental target programs should be there. They are developed by the regional authorities, reviewed and approved by the regional councils of people's deputies. Thirdly, there should be the municipal targeted programs. They are formed by executive and representative bodies of large

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

municipalities (such as cities - regional centers). Fourthly, there should be the interstate environmental programs. The CIS member states and other interested states accept and carry out them.

Keywords: *funding vehicle, the ecological state target program, financial and economic adjustment.*

Актуальність теми дослідження. Екологічне становище України вкрай незадовільне: відбувається виснажливе використання природних ресурсів, не забезпечується їх збереження і майже не проводяться заходи стосовно їх відтворення, не зважаючи на те, що вони є підґрунтям життєдіяльності населення і соціально-економічного розвитку суспільства.

Постановка проблеми. Тому дослідження політики розробки, впровадження цільових екологічних програм, способів та технологій їх фінансування для досягнення визначеної мети є вельми актуально.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти проблем формування та реалізації цільових державних екологічних програм розглядали у своїх працях такі вчені: Запатріна І. В. [1], Гейць В. М. [2], Димченко О. В., Димченко В. В. [3], Демидов Б. А., Величко А. Ф., Волощук І. В. [4], Чумаченко М. Г. [5] та багато інших.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Враховуючи результати напрацювань учених, слід визначити, що ряд проблем, які потребують ґрунтовного дослідження, залишилися частково або повністю поза увагою. Проблеми вітчизняного екологічного становища потребують вирішення з урахуванням практичних запитів сучасного розвитку суспільства.

Постановка завдання. Відповідно до окреслення недосліджених частин загальної проблеми, потребують вирішення питання розробки і впровадження екологічних державних цільових програм та визначення ефективного механізму їх фінансування.

Виклад основного матеріалу. Активізація економічного розвитку будь-якої галузі досягається лише тоді, коли внутрішні і зовнішні невдоволення в системі відтворення досліджуваного сектору своєчасно попереджаються, зневілюються або навіть використовуються в інтересах розвитку даної системи через фінансові важелі. Держава може виконувати функції регулювання економіки фінансовими механізмами, якщо система такого регулювання буде базуватися на ряді основних принципів: раціонального протекціонізму; програмно-цільового регулювання і підтримки; гарантованого державного сприяння; гнучкого, диференційного підходу до здійснення державного регулювання. Фінансові механізми регулювання економіки певного сектору більш широко застосовуються при використанні принципу програмно-цільового регулювання і підтримки. Програмування виступає методом активного втручання держави в процеси фінансово-економічного регулювання. Воно використовується в ситуаціях, коли звичайні методи і механізми ринкової економіки та її державного регулювання не спроможні вирішити надзвичайні проблеми економічного, соціального, технологічного, екологічного і територіального розвитку. Тому застосовуватися цей метод повинен у вузькому секторі стратегічного прориву, залишаючи широке поле для функціонування звичайних методів ринкового господарства.

Цільові програми народногосподарського рівня як важливої складової частини стратегічного планування вперше були застосовані в Радянському Союзі в 20 – 30 –х роках (Державний план електрифікації Росії, програма створення Урало-Кузнецького комбінату). Потім вони отримали широке застосування і в інших країнах. В методології та організації сучасного програмування допущено значних помилок. Число програм значно збільшилося, але вони не в повній мірі забезпечувалися ресурсами, не мали єдиної системи. Сфера державних цільових програм, регламентується положеннями Закону України «Про державні цільові програми» і Порядком розроблення та виконання державних цільових програм, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 31 січня 2007 р. №106 (із останніми змінами, внесеними згідно із Законами № 5463-VI (5463-17) від 16.10.2012, ВВР, 2014, №4, ст. 61) [6; 7].

Протягом останнього десятиліття кожного року розроблялися та затверджувалися десятки нових програм, фінансування яких вимагало значних бюджетних коштів. При чому відбувалося це не лише за ініціативи Кабінету Міністрів, але й значною мірою на виконання доручень Верховної Ради, Президента України, Ради національної безпеки та оборони України. Зокрема, ста-

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

ном на 1 січня 2008 р. двадцять вісім із діючих програм були затверджені Верховною Радою України, а тринадцять – Указами Президента України. Проте, кількість державних цільових програм останніми роками зменшується. Так, у 2004 – 2007рр. кількість програм складала біля 307, а у 2008р. – 200, у 2009–2010 рр. 100 [8]. Інколи об'єктами програм ставали малозначні проблеми не стратегічного характеру. Ігнорування стратегічного характеру програмування привело до його девальвації. Воно стало модою, застосовувалося досить широко, при цьому не забезпечуючи стратегічних проривів, ставало імітацією активної ролі держави в економічному розвитку. Урядом у 2012 р. внесено зміни до Закону України «Про державне прогнозування та стратегічне планування в Україні», в якому чітко викладено правову основу формування цілісної системи документів державного прогнозування та стратегічного планування розвитку країни, окремих галузей економіки та окремих адміністративно-територіальних одиниць, де, зокрема, більш детально визначено процедури розроблення та контролю за виконанням державних цільових програм [9]. Для того, щоб Закони, стосовно регламентування даних процесів «працювали», необхідно застосовувати науково виважені методології та технології розробки та реалізації цільових податково-економічних програм. Вітчизняними вченими були запропоновані концепції регулювання окремих економічних процесів [10, с. 12], але стосовно фінансування екологічних державних цільових програм розробок досить мало, хоча їх впровадження у практичне буття сприяє розвитку соціально-економічних процесів у суспільстві. У даній статті пропонуються, концептуальні підходи до механізму фінансування екологічних державних цільових програм, які представляють собою симбіоз механізмів (фінансових, податкових), формалізованих у систему економічних державних цільових програм (далі ЕДЦП) економічних районів. ЕДЦП у сучасній економічній системі будь-якого сектору повинна посідати проміжне місце між державою і ринком певного сектору, забезпечуючи тим самим гармонійну єдність господарського механізму цієї галузі (рис. 1).

ЕДЦП можна визначити як сукупність інститутів та інституціональних організацій, які формують механізми екологічного регулювання. Їх реалізацію здійснюють органи законодавчої і виконавчої влади, державні організації, асоціації товаровиробників, аналітичні й інформаційні центри, приватні комерційні структури та ін.

Функціонування ЕДЦП включає такі елементи, як аферентний синтез, прийняття рішення, передбачення кінцевого результату (акцептор результату дії), багатокомпонентна дія.

Важливою особливістю цих програм є постійна оцінка результату діяльності за допомогою зворотного зв'язку (аферентації).

У процесі функціонування ЕДЦП існує визначена ієрархія, тобто результат діяльності ЕДЦП може входити як компонента в результат діяльності іншої програми (наприклад, в цільову програму підтримки конкурентного середовища, що, у свою чергу, може перебувати в ієрархічній взаємодії з цільовою програмою захисту вітчизняних виробників від іноземної конкуренції).

За аналогією з метаболізмом живих організмів (обмін речовин) у фінансово-економічних системах відбувається обмін інформацією про фінансові заходи: форми податкових пільг, кредитів, преференцій; методах і прийомах організації здійснення податкової допомоги щодо процесів регулювання економіки, що сприяло введенню терміна «фінансовий метаболізм».

Пізнання фінансово-економічної реальності допускає її моделювання у вигляді адекватної абстрактної схеми. Об'єктивно усвідомити дійсність можна, якщо її представити у вигляді відповідної логічної структури, що спирається на існуючі поняття, знання й теорії.

Фінансовий метаболізм, який забезпечує здійснення екологічних державних цільових програм можливий завдяки поєднанню компонентів: система функціонування і підтримки конкурентного середовища; система регулювання внутрішніх цін; система регулювання державного і місцевих бюджетів; система захисту вітчизняного аграрного товаровиробника; система захисту навколишнього середовища; система регулювання частки накопичень ВВП; система регулювання оподаткування доходів фізичних осіб, які працюють в певному секторі економіки.

Свого часу Дж. М. Кейнс стверджував, що система вільного ринку не має внутрішнього механізму, який би забезпечував макроекономічну рівновагу. Нині ринкове господарство перетворюється на систему саморозвитку і наявність у ринковій економіці ЕДЦП забезпечить її стійкість та

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

динамізм розвитку. Тому застосування і розвиток ЕДЦП у ринковій економіці будь-якого сектору свідчить про якісну зміну інститутів, що може підняти регулювання соціально-економічних процесів на принципово інший рівень.

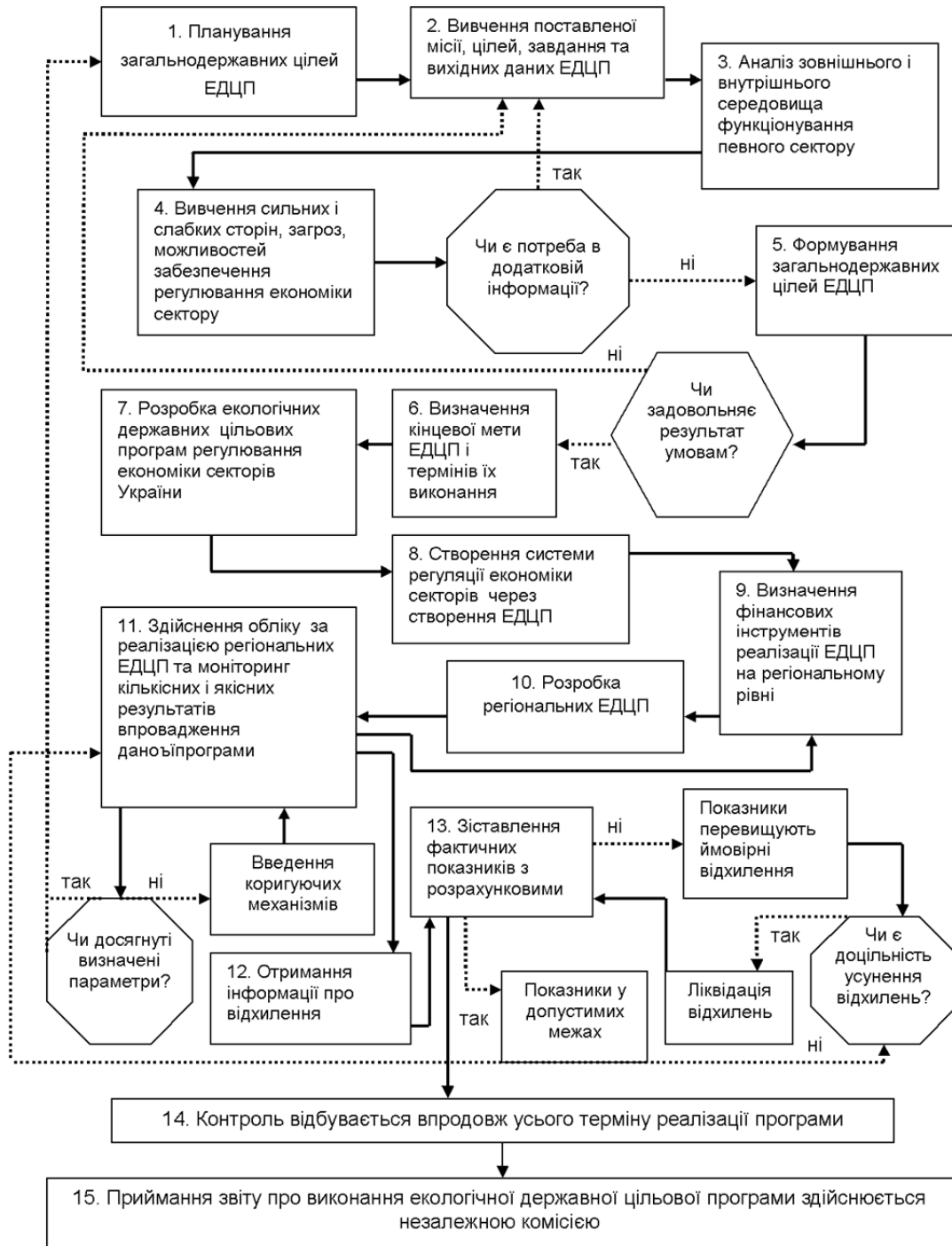


Рис.1. Концепція механізму фінансування екологічних державних цільових програм (ЕДЦП)

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Особливим видом програмування економічного розвитку є антикризові програми. Вони розробляються урядом і затверджуються законодавчими органами країни під час кризових фаз економічних циклів. Ефективний приклад такої програми – «Новий курс» Франкліна Рузвельта в США після кризи 1929–1933 рр. [11]. Аналогічна програма була розроблена та реалізована президентом Ніксоном у 70-ті роки.

Групою економістів ООН розроблено рекомендації щодо змісту антикризових програм. Сутність рекомендацій заключається в підтримці під час економічних криз ефективного попиту населення (зокрема, за рахунок зменшення податків), регулюванні інвестиційної мотивації (включаючи надання податкових пільг інвесторам, спеціальних кредитів), стабілізувати доходи від сільськогосподарського виробництва за допомогою програм підтримки цін [12]. Більшість заходів, які проводив уряд України під час кризи 90-х років і теперішньої кризи, не співпадали з рекомендаціями, що тільки поглиблювало кризові явища.

В умовах ринкової економіки кризи постійно повторюються, тому відобразивши світовий досвід, необхідно розробити методологію системи заходів регулювання економіки фінансовими механізмами в кризових ситуаціях та при цьому, враховуючи екологічну ситуацію як у країні, так і у світі, обов'язковою умовою розвитку суспільства має бути й впровадження екологічних державних цільових програм.

За термінами дії можна виділити програми довгострокові (на 10 та більше років) та середньострокові (на 3–5 років). На менший термін часу розробляти та затверджувати програми нема сенсу.

Узагальнюючи накопичений досвід, можна визначити такі етапи розробки екологічних цільових програм державного рівні.

Перший етап – вибір об'єкта програми, що є вихідним пунктом розробки екологічної програми. Це повинна бути відправна точка у розвитку тієї чи іншої системи чи підсистеми, що забезпечує стратегічний прорив, розв'язання важливої народногосподарської проблеми. Поле програми повинне бути досить виважене, щоб сконцентрувати на ньому ресурси, а потім за допомогою фінансових механізмів досить суттєво поліпшити екологічну, економічну та соціальну ситуацію в заданому стратегічному напрямі.

Другий етап – побудова «дерева цілей». Насамперед слід визначити основну мету програми, виразивши її чітко, однозначно і в кількісному вимірі, щоб під час виконання програми і після її завершення можна було порівнювати ступінь виконання. Після цього визначається система цілей першого рівня, без якої не можна буде досягти основної мети. Цілі другого рівня визначаються за кожною із цілей першого рівня і так за всіма рівнями. Отже, вибудовується «дерево цілей», стовбур якого – основна мета. До цієї роботи необхідно залучити вчених та спеціалістів різних напрямів – екологів, гуманітаріїв, маркетологів, програмістів, технологів та ін.

Третій етап – побудова системи заходів, що забезпечують досягнення поставлених цілей, здійснюється у зворотному порядку. Починають роботу із визначення цілей нижнього рівня та поступово рухаються до основної мети. На цьому етапі важливе забезпечення досягнення кожної мети, тому що невиконання хоча б однієї з них різко знижить ефективність всієї програми.

Четвертий етап – структуризація програми. Вихідним блоком кожної програми є проект. Формування сукупності проектів здійснюється на основі аналізу системи заходів. Потім вони об'єднуються в блоки та підпрограми. В кожному зі складників структури програми повинна визначатися кількість елементів, щоб забезпечити управління. Проекти розподіляються за часом і погоджуються між собою.

П'ятий етап – створення цільових структур. До презентації програми потрібно визначитись із замовником програми, виконавцем. Важливе подальше створення цільових структур для виконання окремих проектів, підпрограм, усієї програми, сформувати нормативну базу, навчити персонал. Можна виконання цих робіт доручити нині існуючим структурам. Разом з цим, результати досвіду свідчать, що ефективніше їх виконують цільові організації, які створені під виконання цих програм. Це можуть бути малі, середні підприємства стосовно окремих проектів (складових програм); холдинги, промислово-фінансові групи стосовно програм; транснаціональні корпорації відносно міждержавних програм. Навчання персоналу необхідно здійснювати командно, щоб

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

у процесі стажування учасники реалізації проектів та програм оволоділи загальними прийомами роботи, розуміли один одного, взаємодіяли, що підвищить ефективність програмних робіт.

Шостий етап – управління реалізацією програми та проектів доцільно організувати за методом «трійки». За кожним проектом координацію робіт здійснює замовник, науковий керівник та виконуючий директор, котрий організовує виконання робіт, розпоряджається фінансами. За аналогічним принципом здійснюється управління підпрограмами та програмами в цілому. На цих рівнях створюються координаційні ради, які очолюють перші особи.

Сьомий етап – контроль і приймання виконаних робіт здійснюється впродовж усього терміну реалізації програми. Контроль повинен бути незалежним від виконавців програми, що виконується, щоб об'єктивно оцінити отримані результати та вчасно внести корективи та, у крайньому випадку, припинити роботу щодо проекту, підпрограми або програми в цілому, якщо з'ясується, що результати неефективні. Для приймання окремих розділів програми та після її завершення створюється комісія, яка оцінює отримані результати та їхню відповідність проектним документам.

Дотримання викладеної технології програмування суттєво підвищує ефективність стратегічного управління, цільового державного регулювання екологічного розвитку через фінансові механізми.

Висновки. Система екологічних державних цільових програм повинна включати програми з чотирьох рівнів управління. По-перше, це екологічні державні цільові програми, які повністю або частково фінансуються за рахунок державного бюджету. Перелік таких програм укладає уряд, який розглядається і затверджується Верховною Радою як один із додатків до державного бюджету на поточний рік. Публікація таких програм у засобах ЗМІ обов'язкова. По-друге, регіональні екологічні цільові програми. Вони розробляються обласними державними адміністраціями, розглядаються та затверджуються обласними радами народних депутатів. По-третє, муніципальні цільові програми. Вони формуються виконавчими та представницькими органами великих муніципальних утворень (наприклад, міста-обласні центри). По-четверте, міждержавні екологічні програми. Їх приймають і виконують держави-члени СНД, а також інші зацікавлені держави.

Література

1. Запатріна І. В. Удосконалення процесів контролю за ефективним використанням бюджетних коштів в Україні / І. В. Запатріна // Збірник наукових праць НННЦ ПІС. - К., 2007. - вип. 12 - с. 20-29.
2. Геєць В. М. Державні цільові програми та упорядкування програмного процесу в бюджетній сфері : монографія // В. М. Геєць, О. І. Амоша, Т. І. Приходько. - К. : Наукова думка, 2008. - 383 с.
3. Димченко О. В. Роль програмно-цільових механізмів удосконалення бюджетного процесу в реформуванні житлово-комунального господарства / О. В. Димченко, В. В. Димченко. - Економіка і держава, 2010. - № 6. - с. 40-44.
4. Демидов Б. А. Системно-концептуальные основы деятельности в военно-технической области. - Кн. 2 : Организационно-методические основы деятельности военно-технической области / Б. А. Демидов, А. Ф. Величко, И. В. Волощук ; под. ред. Б. А. Демидова. - К. : Технол. Парк, 2006. - 1152 с.
5. Програмно-цільовий метод у бюджетному процесі / М. Я. Азаров, О. І. Амоша (кер. кол.), М. Г. Чумаченко та ін. - Т.4. - К.: НДФІ, 2004. - 368 с.
6. Про державні цільові програми : Закон України від 18. 03. 2004 р. № 1621 -IV. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://ej.kubagro.ru/2004/06/pdf/14.pdf>.
7. Про затвердження Порядку розроблення та виконання державних цільових програм : Постанова Кабінету Міністрів України від 31 січня 2007 р. №106. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://ej.kubagro.ru/2004/06/pdf/14.pdf>.
8. Мінекономіки послідовно здійснює оптимізацію державних цільових програм. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://news.yurist-online.com/news/kmu/1375>.
9. Проект Закону про державне прогнозування та стратегічне планування в Україні від 05. 02. 2010 р. № 6042. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=138393&cat_id=38461.
10. Остропольська Є. В. Розвиток інноваційної системи у сфері малого бізнесу/ Є. В. Остропольська - К. : Європейський університет. - 2007. - 21 с.
11. Россия – 2015 : Оптимистический сценарий. - М. : ИЭ РАН-ММВБ, 1999. - С. 336–352.
12. Хансен Э. Экономические циклы и национальный доход. Классики кейнсианства / Э. Хансен. - М. : Экономика, 1997. - Т. 2. - С. 362–365.

References

1. Zapatrina, I. V. (2007). Udoskonalennia protsesiv kontroliu za efektyvnym vykorystanniam biudzhetykh koshtiv v Ukraini [Improvement of control processes for the efficient use of budget funds in Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats NNTs PiS - Collection of scientific papers of NSC "Institute of Agriculture NAAS", 12, 20-29.* Kyiv [in Ukrainian].

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

2. Heiets, V. M., Amosha, O. I., & Prykhodko, T. I. (2008). Derzhavni tsilovi prohramy ta uporiadkuvannya prohramnoho protsesu v biudzhethnii sferi : monohrafiia [The state target programs and regulations of the process in the budget sector: monograph]. – Kyiv: Naukova dumka [in Ukrainian].
3. Dymchenko, O. V., & Dymchenko, V. V. (2010). Rol prohramno-tsilovykh mekhanizmiv udoskonalennia biudzhethnoho protsesu v reformuvanni zhytlovo-komunalnoho gospodarstva [The role of target-oriented mechanisms in improving the budget process to reform housing and utility economy]. *Ekonomika i derzhava - Economics and the State* 6, 40-44 [in Ukrainian].
4. Demidov, B. A., (Ed.), Velichko, A. F., & Voloshchuk, I. V. (2006). *Sistemno-kontseptual'nye osnovy deyatel'nosti v voenno-tekhnicheskoy oblasti. – Kn. 2 : Organizatsionno-metodicheskie osnovy deyatel'nosti voenno-tekhnicheskoy oblasti [System-conceptual basis of activity in the military-technical field. - Vol. 2: Organizational-methodical bases of activity of military-technical sphere]*. Kyiv: Tekhnol. Park [in Ukrainian].
5. Azarov, M. Ya., Amosha, O. I., & Chumachenko, M. H. (2004). *Prohramno-tsilovy metod u biudzhethnomu protsesi [The goal method in the budgeting process]*. Kyiv: NDF [in Ukrainian].
6. Pro derzhavni tsilovi prohramy : Zakon Ukrainy vid 18. 03. 2004 r. # 1621 –IV. [On the state target programs: Law of Ukraine of 18.03. 2004 #1621 -IV.]. Retrieved from: <http://ej.kubagro.ru/2004/06/pdf/14.pdf>. [in Ukrainian].
7. Pro zatverdzhennia Poriadku rozroblennia ta vykonannia derzhavnykh tsilovykh prohram: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 31 sichnia 2007 r. #106. [On approval of the development and implementation of state target programs: Cabinet of Ministers of Ukraine of January 31, 2007 #106]. (2007). *ej.kubagro.ru* Retrieved from: <http://ej.kubagro.ru/2004/06/pdf/14.pdf>. [in Ukrainian].
8. Minekonomiky poslidovno zdiisniuie optymizatsiiu derzhavnykh tsilovykh prohram. [Ministry of Economy consistently realizes the state target programs]. (n.d.). Retrieved from: <http://news.yurist-online.com/news/kmu/1375>. [in Ukrainian].
9. Proekt Zakonu pro derzhavne prohnozuvannya ta stratehichne planuvannya v Ukraini vid 05. 02. 2010 r. # 6042. [The project of Law on the state prediction and strategic planning in Ukraine from 05. 02. 2010 # 6042.]. (2010). *www.me.gov.ua* Retrieved from: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=138393&cat_id=38461. [in Ukrainian].
10. Ostoropolska, Ye. V. (2007). *Rozvytok innovatsiinoi systemy u sferi maloho biznesu [Development of innovative systems in small business]*. Kyiv: European University [in Ukrainian].
11. *Rossiya – 2015: Optimisticheskiiy stsenariy [Russia - 2015: Optimistic scenario]*. (1999). Moscow: IE RAN-MMVB [in Russian].
12. Khansen, E. (1997). *Ekonomicheskie tsikly i natsionalnyy dokhod. Klassiki keynsianstva [Business Cycles and National Income. Classics Keynesianism]*. Moscow: Economy [in Russian].

Надійшла 09.09.2015

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

УДК 336.77:330.567.22

Н. В. Ткаченко, д. е. н., професор,
В. В. Виговська, к. е. н., доцент**БАНКІВСЬКЕ СПОЖИВЧЕ КРЕДИТУВАННЯ:
РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

Анотація. Досліджено особливості розвитку банківського споживчого кредитування. Охарактеризовано кредитну активність українських банків у сучасних умовах. Виявлено лідерів та аутсайдерів у регіональному розподілі обсягів виданих споживчих кредитів банками України. Сформульовано стримуючі причини розвитку споживчого кредитування та перспективи розвитку даного напрямку українського банківського бізнесу.

Ключові слова: споживче кредитування, роздрібний кредит, домашні господарства, кредитна активність, роздрібний кредитний портфель, регіональний розподіл.

Н. В. Ткаченко, д. э. н., профессор,
В. В. Выговская, к. э. н., доцент**БАНКОВСКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ:
РЕГИОНАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ**

Аннотация. Исследованы особенности развития банковского потребительского кредитования. Охарактеризована кредитная активность украинских банков в современных условиях. Выявлены лидеры и аутсайдеры в региональном распределении объемов выданных потребительских кредитов банками Украины. Сформулированы сдерживающие причины развития потребительского кредитования и перспективы развития данного направления украинского банковского бизнеса.

Ключевые слова: потребительское кредитование, розничный кредит, домашнее хозяйство, кредитная активность, розничный кредитный портфель, региональное распределение.

N. V. Tkachenko, Doctor of Economic Sciences, Professor
V. V. Vyhovska, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor**BANKING CONSUMER CREDITING:
REGIONAL DIMENSION AND MAIN TRENDS OF DEVELOPMENT**

Abstract. The peculiarities of the banking consumer crediting is investigated. The credit activity of Ukrainian banks in modern conditions is characterized. The leaders and outsiders in the regional distribution of the volume of consumer loans of Ukrainian banks are identified. The constraints causes of development of consumer crediting and prospects of development of this direction of Ukrainian banking business are formulated.

Keywords: consumer loans, retail credit, households, credit activity, the retail loan portfolio, regional distribution.

Постановка проблеми. Дієвість функціонування банківської системи є необхідною умовою ефективного розвитку економіки будь-якої країни. Ринок банківських послуг поступово наближується до стадії насичення, що означає з одного боку, збільшення кількості клієнтів, які користуються банківськими послугами і продуктами, а з іншого, – вимагає від банківських установ постійної модернізації підходів щодо взаємодії з клієнтами, зокрема й в плані побудови довгострокових партнерських відносин та постійного переосмислення моделі продажу банківських продуктів.

Подальший розвиток банківської системи, зокрема, та економічне пожвавлення економіки в цілому, неможливо уявити без кредитування. Особливу соціальну роль виконує споживче кре-

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

дитування, оскільки воно сприяє підвищенню рівня поточного споживання благ населенням. Варто відмітити, що сьогодні важливим завданням є не лише формування у домогосподарств кваліфікованого попиту з огляду на адекватну оцінку корисності банківського споживчого кредитування, але й дослідження переваг і ризиків користування цим банківським продуктом. Все вище зазначене обумовлює необхідність виявлення перешкод та каталізаторів розвитку банківського споживчого кредитування в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням окресленої проблематики займалися багато вітчизняних науковців, серед яких Ю. Вітка [1], А. Волков [2], С. Глущенко [3], Ю. Гришук [4], А. Харченко [5, 6], К. Черкашина [7], Н. Шабанова [8] та ін. Разом з тим, питання розвитку споживчого банківського кредитування в регіональному зрізі на теперішньому етапі залишаються малодослідженими. Окрім того, постійної актуалізації набувають вектори подальшого розвитку споживчого кредитування з огляду на зовнішні виклики, внутрішні загрози та неефективні дії влади, що в цілому викликають потребу у виявленні позитивних і негативних тенденцій для швидкого реагування та подолання кризових явищ у банківській діяльності.

Метою статті є дослідження сучасного стану банківського споживчого кредитування в Україні, з'ясування регіональної його архітекτονіки та перспектив подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Вперше поняття споживчого кредиту виникло ще в VI ст. до нашої ери на території сучасного Ізраїлю. До теперішнього часу воно не зникло з науково-прагматичного обігу, а навпаки змушує як теоретиків, так і практиків постійно полемізувати над його змістовним навантаженням. Так, за переконаннями Н. Н. Шабанової, споживчий кредит спрямований безпосередньо на задоволення споживчих потреб населення [8]. Деяко розширює власне визначення розглядуваного поняття С. В. Глущенко, подаючи його як «грошові кошти, які надаються населенню на задоволення потреб кінцевого споживання» [3, с. 91].

Нерідко споживчий кредит ототожнюється із роздрібним. Але, не вдаючись до детального аналізу щодо відмінностей в трактуванні цих понять (оскільки це має бути окреме дослідження), погоджуємося із міркуваннями українського вченого А. М. Харченко. За ним споживчий кредит видається для задоволення лише особистих потреб фізичних осіб, тоді як роздрібний кредит надається як для задоволення поточних споживчих потреб, так і на інвестиційні цілі [6].

Споживче кредитування характеризується позитивними й негативними аспектами (рис. 1).



Рис. 1. Систематизація позитивних і негативних аспектів споживчого кредитування для основних учасників кредитної угоди

Джерело: складено автором

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Проведемо аналітичне дослідження та виявимо основні тенденції розвитку банківського споживчого кредитування впродовж останніх років. В таблиці 1 наведено динаміку обсягів кредитів, виданих банками впродовж 2010-2014 років на задоволення потреб домогосподарств.

Таблиця 1

**Динаміка обсягів кредитів, наданих банківськими установами
у розрізі регіонів домашнім господарствам, млн грн**

Область	2010	2011	2012	2013	2014	2011/ 2010	2012/ 2011	2013/ 2012	2014/ 2013
АР Крим та м. Севастополь	7597	7113	6499	6396	41	-484	-614	-103	-6355
Вінницька	3773	3356	2970	2817	3189	-417	-386	-153	372
Волинська	3286	2998	2576	2286	2582	-288	-422	-290	296
Дніпропетровська	17147	15780	14614	14760	17964	-1367	-1166	146	3204
Донецька	13281	13721	13495	13958	13720	440	-226	463	-238
Житомирська	2984	2765	2603	2476	2983	-219	-162	-127	507
Закарпатська	4250	3720	3221	3048	3910	-530	-499	-173	862
Запорізька	5987	5504	5037	4791	5408	-483	-467	-246	617
Івано-Франківська	4032	3339	2966	2801	3231	-693	-373	-165	430
Київська та м. Київ	71170	72959	72199	82525	88265	1789	-760	10326	5740
Кіровоградська	2041	1900	1728	1757	1993	-141	-172	29	236
Луганська	4107	4130	3995	4142	4196	23	-135	147	54
Львівська	7662	7952	7145	6613	6896	290	-807	-532	283
Миколаївська	4546	4114	3645	3325	4010	-432	-469	-320	685
Одеська	19561	16975	14121	12956	18419	-2586	-2854	-1165	5463
Полтавська	3586	3403	3212	3155	3299	-183	-191	-57	144
Рівненська	2806	2387	2085	1935	2301	-419	-302	-150	366
Сумська	2204	2039	1821	1850	2035	-165	-218	29	185
Тернопільська	2352	1998	1727	1518	1809	-354	-271	-209	291
Харківська	12167	11533	9921	9008	10513	-634	-1612	-913	1505
Херсонська	3667	3211	2947	2776	4313	-456	-264	-171	1537
Хмельницька	3842	3432	3051	2923	3510	-410	-381	-128	587
Черкаська	2949	2723	2389	2301	2562	-226	-334	-88	261
Чернівецька	2701	2455	2046	1820	2218	-246	-409	-226	398
Чернігівська	1841	1716	1617	1593	1847	-125	-99	-24	254
Разом	209538	201224	187629	193529	211215	-8314	-13595	5900	17686

Джерело: [9]

За даними таблиці 1 найбільша частка виданих кредитів домашнім господарствам традиційно припадає на Київську область та м. Київ. До речі, це вже сталою тенденцією як в частині зростання даної частки, так і її домінування. Так, у 2010 році частка кредитів, виданих домогосподарствам Київської області та м. Києва становила 33,97% від усього обсягу кредитування, а у 2014 р. – вона вже збільшилася до 41,79%. Далі за часткою, з огляду на регіональний принцип, слідує Одеська область. Частка виданих кредитів домогосподарствам якої у 2014 р. становила 8,72%, що є меншою від 2010 р. на 0,62%. Хоча, як свідчать дані таблиці 1, абсолютний обсяг виданих кредитів домогосподарствам банківськими установами, характеризувався неоднозначними тенденціями: у 2010 р. цей показник складав 19561 млн грн, а за результатами наступних років спостерігається щорічне зменшення зазначеного показника відносно до попереднього періоду; лише у 2014 р. відмічається зміна такої тенденції на протилежну та спостерігаємо його зростання до 18419 млн грн (хоча обсягів 2010 р. ще не досягнуто).

Аналогічна тенденція характерна і для Дніпропетровської області. Тобто незважаючи на зменшення обсягів кредитів, виданих домогосподарствам області впродовж досліджуваного періоду, їх частка у 2014 р. становила 8,51%, що на 0,33% більше, ніж у 2010 р. До лідерів як за обся-

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

гами (13720 млн грн у 2014 р.), так і за часткою виданих кредитів домогосподарствам (6,5%), варто віднести і Донецьку область.

Серед аутсайдерів як за абсолютним, так і відносним індикаторами знаходяться Тернопільська та Чернігівська області. При цьому, частка виданих банківськими установами кредитів домогосподарствам зменшилася з 1,12% у 2010 р. до 0,86% у 2014 р., що є свідченням погіршення ділової активності економічних агентів. Стосовно оцінювання стану забезпечення домогосподарств через банківське кредитування, то, на жаль, така низька частка коштів, що надаються домогосподарствам, є вже сталою тенденцією для Чернігівської області: у 2010 році – 0,88%, а у 2014 р. – 0,87% (в середньому за досліджуваний період – 0,86%).

Для повноти дослідження дамо відповідь на питання стосовно активності фізичних осіб в частині користування кредитними та депозитними банківськими послугами.

Аналіз даних рисунку 2 свідчить, що кількісне зростання обсягу банківського кредитування спостерігалось впродовж 2007-2008 років. Така тенденція обумовлювалася сприятливими економічним середовищем, яке спостерігалось фактично до 2008 року.

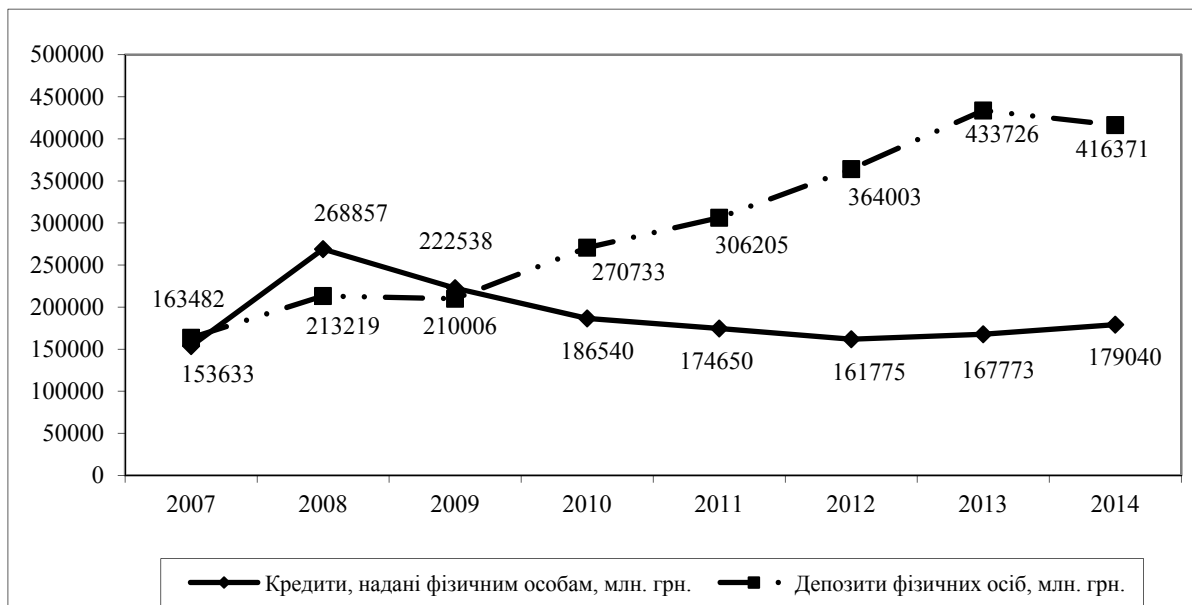


Рис. 2. Динаміка обсягів депозитів та кредитів, наданих фізичним особам банками України за період 2007–2014 рр., млн грн

Джерело: [9]

Але вже за підсумками 2009 року і до 2012 року характерною є тенденція до зниження обсягів кредитів, наданих фізичним особам. А вже починаючи з 2012 року відмічається незначне, але все ж таки пожвавлення кредитної активності банківських установ. Хоча вона, як і раніше, залишається низькою. Суттєве скорочення обсягів виданих кредитів порівняно із попереднім періодом спостерігалось у 2009 та 2010 роках відповідно на 46319 млн грн та 35998 млн грн. Варто відмітити, що на фоні щорічного зниження (2009-2012 роки) обсягів кредитів, виданих фізичним особам, простежується зростання обсягів депозитів фізичних осіб, зокрема найбільшого значення таке зростання порівняно з попереднім роком набуло у 2013 році, а саме на 69723 млн грн. При цьому, вагомим фактором зростання обсягу депозитів є, по-перше, прагнення частини населення створити «подушку безпеки» на непередбачені випадки; по-друге, зниження популярності альтернативних варіантів інвестицій; по-третє, капіталізація високих відсотків за депозитами та збереження позитивної прибутковості депозитів на тлі низької інфляції. Водночас, викликає занепокоєння результативність діяльності банків у 2014 році: на тлі зменшення величини депозитів на 17355 млн грн спостерігається зростання на 11267 млн грн обсягів кредитів, нада-

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

них фізичним особам. До того ж ситуація ще більш загострюється. Так, з початку 2014 року відтік коштів фізичних осіб склав еквівалент 148,8 млрд грн.

В цілому впродовж 2014 року роздрібний кредитний портфель банківських установ збільшився на 6,72% та станом на 01 січня 2015 року становив 179040 млн грн. Але необхідно зазначити, що таке збільшення відбулося насамперед за рахунок значної девальвації національної валюти, в результаті чого балансова вартість залишків за кредитами значно зросла. При цьому, загальні обсяги роздрібногo кредитування в доларовому еквіваленті значно скоротилися.

На жаль, ті економічні, політичні та соціальні умови, в яких сьогодні працюють банківські установи не є сприятливими для повноцінного їх розвитку. Як наслідок, варто говорити про скорочення кредитної активності банків на фоні погіршення платіжної дисципліни позичальників, формування значного обсягу проблемної заборгованості за кредитними портфелями банків, тощо.

Основною складовою роздрібногo кредитного портфеля є споживчі кредити. На теперішній час споживче банківське кредитування залишається одним із перспективних напрямків розвитку банківської індустрії. Така позиція пояснюється й тим, що в структурі кредитування домогосподарств найбільшу частку займають споживчі кредити, які залишаються лідерами на ринку кредитування фізичних осіб (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка структури кредитування домашніх господарств впродовж 2007-2014 рр., %

Вид кредиту	2007р.	2008р.	2009р.	2010р.	2011р.	2012р.	2013р.	2014 р.
Споживчі кредити	71,7	66,3	56,8	58,7	62,7	66,6	71,0	64,0
На придбання, будівництво та реконструкцію нерухомості	25,4	31,5	41,0	39,1	35,0	31,1	26,6	34,0
Інші кредити	2,9	2,2	2,2	2,2	2,3	2,2	2,4	2,0
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: [9]

Найбільша частка споживчих кредитів у загальному обсязі кредитування домашніх господарств спостерігалася у 2007 році (71,7%). Впродовж 2008-2009 років відчутним було падіння частки даного виду кредитування до 56,8% у 2009 році. Такий тренд змінюється в протилежну сторону і за наслідками 2010 року знову ж таки активізується напрямок споживчого кредитування, в якому частка споживчих кредитів швидко зростає з 58,7% у 2010 році до 71,0% у 2013 році. Таке зростання на фоні розгортання фінансово-економічної кризи 2008-2010 років можна пояснити тим, що через відсутність джерел довгострокового фінансування розвиток саме споживчого кредитування став найбільш цікавим для банківських установ. За підсумками 2013 року частка споживчих кредитів, наданих домогосподарствам, практично зрівнялася з часткою 2007 року. А вже 2014 рік є свідченням спадної тенденції – зменшення частки споживчих кредитів практично до рівня 2011 року. Основним видом споживчого кредитування залишаються кредити в готівковій формі та кредитні картки. Саме ці продукти, на нашу думку, являють собою ідеальний симбіоз для банківських установ, які обирають та впроваджують ефективні технології.

Проаналізуємо регіональну структурованість виданих банками споживчих кредитів (табл. 3).

З таблиці 3 видно, що лідерами в регіональній архітектоніці за обсягами виданих споживчих кредитів виступають Київська область та м. Київ (у 2014 р. обсяг виданих кредитів становив 46108 млн грн); Донецька область (у 2014 р. – 10368 млн грн) та Дніпропетровська область (у 2014 р. – 9586 млн грн). Стосовно областей, в яких за підсумками 2014 року було видано найменший обсяг споживчих кредитів порівняно з іншими регіонами, то тут варто відмітити Тернопільську область (у 2014 р. – 1162 млн грн), Чернігівську область (у 2014 р. – 1311 млн грн), Сумську область (у 2014 р. – 1369 млн грн) та Чернівецьку область (у 2014 р. – 1515 млн грн). До речі Тернопільська область, починаючи з 2012 року займає сталу позицію аутсайдера за обсягом виданих банками споживчих кредитів. При проведенні аналізу не беремо до уваги падіння досліджуваних показників по АР Крим, зважаючи на вихід українських банків із тимчасово анексованої території та на зменшення клієнтської бази в Донецькій та Луганській областях.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Таблиця 3

Регіональний розподіл обсягів виданих споживчих кредитів банками України
впродовж 2010-2014 років, млн грн

Показник	2011			2012			2013			2014		
	всього	в нац. валюті	в іноз. валюті	всього	в нац. валюті	в іноз. валюті	всього	в нац. валюті	в іноз. валюті	всього	в нац. валюті	в іноз. валюті
АР Крим та м. Севастополь	4483	2291	2192	4571	2609	1962	4659	3008	1651	26	6	20
Вінницька	1959	1130	829	1846	1239	607	1784	1357	427	1919	1333	586
Волинська	1875	910	965	1698	973	725	1539	976	563	1643	958	685
Дніпропетровська	9073	5242	3831	8587	5780	2807	9386	7300	2086	9586	6617	2969
Донецька	9299	6360	2939	10225	8112	2113	11180	9753	1427	10368	8615	1753
Житомирська	1742	1048	694	1681	1171	510	1628	1268	360	1832	1256	576
Закарпатська	2282	996	1286	1978	1066	912	1875	1181	694	2171	1137	1034
Запорізька	3218	1995	1223	3185	2227	958	3209	2482	727	3380	2369	1011
Івано-Франківська	2274	1087	1187	2071	1201	870	2003	1360	643	2167	1270	897
Київська та м. Київ	48882	28274	20608	51002	36504	14498	63210	52565	10645	61161	46108	15053
Кіровоградська	1294	837	457	1265	962	303	1344	1121	223	1467	1099	368
Луганська	2727	1887	840	2820	2196	624	3057	2634	423	2861	2332	529
Львівська	5235	2798	2437	5123	3493	1630	4811	3663	1148	4638	3300	1338
Миколаївська	2538	1435	1103	9648	1536	8112	2227	1701	526	2442	1638	804
Одеська	7177	2470	4707	6338	2978	3360	5983	3395	2588	7692	3599	4093
Полтавська	2224	1593	631	2191	1741	450	2231	1910	321	2248	1827	421
Рівненська	1508	751	757	1368	818	550	1262	873	389	1436	859	577
Сумська	1273	902	371	1199	971	228	1247	1081	166	1369	1152	217
Тернопільська	1357	605	752	1173	635	538	1034	663	371	1162	643	519
Харківська	6726	3713	3013	6006	3904	2102	5673	4191	1482	5967	3732	2235
Херсонська	2045	1071	974	1943	1230	713	1887	1357	530	2630	1572	1058
Хмельницька	2377	1204	1173	2143	1301	842	2073	1430	643	2362	1409	953
Черкаська	1639	1102	537	1615	1216	399	1592	1310	282	1741	1295	446
Чернівецька	1786	640	1146	1460	687	773	1280	746	534	1515	724	791
Чернігівська	1231	729	502	1231	729	502	1172	898	274	1311	912	399

Джерело: [9]

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Аналіз даних таблиці 3 свідчить, що за підсумками 2011 року кількість областей, в яких були видані споживчі кредити в іноземній валюті, була найбільшою. Зокрема, це в основному області Західного регіону України (Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька та Одеська області). В наступні роки ситуація кардинально змінилася і на це вплинули такі фактори: по-перше, девальвація національної грошової одиниці, а, по-друге, свідоме ставлення позичальників до валютних кредитів.

Сучасна економічна ситуація в країні актуалізує появу потреби населення в додатковому фінансуванні, що в свою чергу призводить до зростання затребуваності програм споживчого беззаставного кредитування. Разом з тим більшою популярністю користуються короткострокові кредити на задоволення більш нагальних потреб. Враховуючи складну фінансово-економічну ситуацію в країні, наслідком якої є падіння доходів населення (тут позначився і зростання інфляції, і знецінення національної грошової одиниці), більшість банків переглянули свою стратегію кредитування і переорієнтувалися більшою мірою на видачу короткострокових кредитів до одного року і в меншій мірою на видачу середньострокових кредитів до трьох років. Щодо довгострокових кредитів понад п'ять років, то на ринку залишилося одиниці банків, які надають їх. Тому варто констатувати, що на даний момент найбільш затребуваними є короткострокові кредити.

Теперішній стан споживчого кредитування характеризується також і значним підвищенням вартості таких кредитів (середньозважена ставка в річному обчисленні за даними НБУ зросла з 22,3% у 2009 р. до 26,8% у 2014 р.). А вже у вересні 2015 року процентна ставка за кредитами домогосподарствам становила 29,3%.

Які ж можна виділити стримуючі причини розвитку споживчого кредитування в Україні. Звичайно ж основною є зростання рівня зuboжіння населення, оскільки в світовій практиці в переважній більшості користуються даним видом кредиту представники середнього класу. До інших причин варто віднести слабкий рівень довіри до банківських установ, відсутність можливості об'єктивної оцінки кредитоспроможності позичальника, невпевненість у завтрашньому дні більшої частини населення, а отже і неможливість планування і прогнозування спроможності повернути суму боргу, тощо. Перелічені чинники стосувалися споживачів банківських послуг. А якщо розглянемо причини гальмування розвитку споживчого кредитування з боку банків, то основним утримувачем є зростання кредитного ризику, пов'язаного з необ'єктивною оцінкою кредитоспроможності фізичних осіб-позичальників та зростання обсягів проблемної заборгованості.

За оцінками банків, кількість клієнтів, які можуть бути потенційними клієнтами банку – 17 млн чоловік [10]. За статистичними даними роздрібні активи становили 11 млрд доларів, серед них за оцінками банків 8 млрд доларів – неробочі активи пов'язані з сегментом: іпотеки, автокредитування, малого та середнього бізнесу. Отже, залишається лише 3 млрд доларів робочих активів, які знаходяться в сегменті беззаставного роздрібного кредитування – кеш кредити або кредитні карти. Таким чином, якщо говорити про робочі активи в роздрібному сегменті 25-30% всіх активів роздрібу [10].

Висновки. Проведений аналіз споживчого банківського кредитування, зокрема в регіональному розрізі, дає можливість зробити висновок, що найголовнішим фактором, що зумовлює неоднорідний розвиток банківського споживчого кредитування в Україні є неоднаковий рівень соціально-економічного розвитку регіонів. В 2016 році, на жаль, немає підстав очікувати зростання рівня життя населення. Звідси зрозуміло, що спостерігатиметься уповільнення розвитку банківського роздрібного кредитування, зокрема іпотечного та автокредитування. Домінуючим, при цьому, залишиться споживче кеш-кредитування та задоволення споживчого попиту продуктом «кредитна картка». В перспективі звичайно спостерігатиметься тенденція до поступового зниження вартості банківських споживчих кредитів. Але, при цьому, варто зважити на дуже ризикові зовнішньоекономічні умови, тому про різке зниження ставок говорити не можна.

Незважаючи на зазначене споживче банківське кредитування залишатиметься одним із перспективних напрямків банківського бізнесу. Підтвердженням слугує і те, що, за дослідженнями банків, основним джерелом доходу банків у 2015 році стало кредитування населення [10].

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА**Література**

1. Вітка Ю. Правове регулювання споживчого кредиту: стан та перспективи / Ю. Вітка // *Фінанси України*. – 2013. – №10. – С. 75–86.
2. Волков А. В. О потребителском кредитовании / А. В. Волков // *Банковское дело*. – 2013. – №12. – С. 13–14.
3. Глущенко С. В. Кредитний ринок: інститути та інструменти : навч. посіб. / С. В. Глущенко; Нац. ун-т «Києво-Могилянська академія». – К. : ВД «Києво-Могилянська академія», 2009. – 158 с.
4. Грищук Ю. П. Проблеми споживчого кредитування в Україні / Ю. П. Грищук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/27_NPM_2012/Economics/1_1167_50.doc.htm.
5. Ткаченко Н. В. Моніторинг проблемної заборгованості у роздрібному банківському кредитуванні / Н. В. Ткаченко, А. М. Харченко // *Інноваційна економіка*. – 2015. – №1. – С. 170–175.
6. Харченко А. М. Класифікація роздрібного банківського кредитування / А. М. Харченко // *Схід*. – 2014. – №6 (132). – С. 36–41.
7. Черкашина К. Ф. Теоретичні засади ідентифікації морального ризику у кредитних відносинах / К. Ф. Черкашина // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2012. – №2. – С. 73–85.
8. Шабанова Н. Н. Денежное обращение и кредит СССР: учебник / Н. Н. Шабанова. – Ташкент: Укитувчи, 1985. – 302 с.
9. Офіційний сайт Національного банку України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.bank.gov.ua.
10. Кредити кануть в лету? Банкіри розповіли про ситуацію українського кредитного портфеля [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/news/-/363339/kredyty-kanut-v-letu-bankiry-rozpovily-pro-sytuatsiyu-ukrayinskogo-kredytnogo-portfelya>.

References

1. Vitka, Yu. (2013). Pravove rehulivannia spozhyvchoho kredytu: stan ta perspektyvy [Legal regulation of consumer credit: status and prospects]. *Finansy Ukrainy - Finance of Ukraine*, 10, 75–86 [in Ukrainian].
2. Volkov, A. V. O (2013). O potrebitelskom kreditovanii [On consumer crediting]. *Bankovskoe delo – Banking*, 12, 13–14 [in Russian].
3. Hlushchenko, S. V. (2009). *Kredytnyi rynek: instytuty ta instrumenty : navch. posib [Credit market: Institutions and Instruments: tutorial]*. Kyiv: PH. « Kyiv-Mohyla Academy» [in Ukrainian].
4. Hryshchuk, Yu. P. (2012). *Problemy spozhyvchoho kredyuvannia v Ukraini [Problems of consumer crediting in Ukraine]*. Retrieved from: http://www.rusnauka.com/27_NPM_2012/Economics/1_1167_50.doc.htm. [in Ukrainian].
5. Tkachenko, N. V., & Kharchenko, A. M. (2015). Monitorynh problemnoi zaborhovanosti u rozdrubnomu bankivskomu kredyuvanni [Monitoring of problem debts in the retail bank crediting]. *Innovatsiina ekonomika – Innovation Economy*, 1, 170–175 [in Ukrainian].
6. Kharchenko, A. M. (2014). Klasyfikatsiia rozdrubnogo bankivskoho kredyuvannia [The classification of retail bank lending]. *Skhid – East*, 6 (132), 36–41 [in Ukrainian].
7. Cherkashyna, K. F. (2012). Teoretychni zasady identyfikatsii moralnoho ryzyku u kredytnykh vidnosynakh [The theoretical basis of identification the moral risk in the credit relationship]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini - Formation of market relations in Ukraine*, 2, 73–85 [in Ukrainian].
8. Shabanova, N. N. (1985). Denezhnoe obrashchenie i kredit SSSR: uchebnik [Money and credit of the USSR: the textbook]. Tashkent: Ukituvch [in Russian].
9. Ofitsiinyi sait Natsionalnoho banku Ukrainy [Official site of the National Bank of Ukraine]. (n.d.). www.bank.gov.ua Retrieved from: www.bank.gov.ua. [in Ukrainian].
10. Bankiry rozpovily pro sytuatsiiu ukraynskoho kredytnoho portfelia [Bankers told about the situation of Ukrainian credit portfolio]. (n.d.). *news.finance.ua* Retrieved from: <http://news.finance.ua/ua/news/-/363339/kredyty-kanut-v-letu-bankiry-rozpovily-pro-sytuatsiyu-ukrayinskogo-kredytnogo-portfelya>. [in Ukrainian].

Надійшла 07.09.2015

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

УДК 336.711:338.124.4

Ж. Ш. Джурабаев, младший научный сотрудник**ПРАКТИЧЕСКИЙ ОПЫТ ВЕДУЩИХ ЦЕНТРАЛЬНЫХ БАНКОВ
В ПРЕОДОЛЕНИИ ПОСЛЕДСТВИЙ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА**

Аннотация. В статье рассмотрены основные направления денежно-кредитной политики ведущих центральных банков мира с начала мирового финансового кризиса в части принятия антикризисных мер и продолжающейся борьбы с его последствиями. При этом большое внимание уделено количественному смягчению (QE), которое стало очень популярным в США, Англии и Японии в первые годы кризиса, также дается информация об использовании других нетрадиционных методов монетарной политики.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, количественное смягчение, мировой финансовый кризис, инструменты монетарной политики.

Ж. Ш. Джурабаев, молодший науковий співробітник**ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД ПРОВІДНИХ ЦЕНТРАЛЬНИХ БАНКІВ
У ПОДОЛАННІ НАСЛІДКІВ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ**

Анотація. У статті розглянуто основні напрямки грошово-кредитної політики провідних центральних банків світу з початку світової фінансової кризи з питання прийняття антикризових заходів і триваючої боротьби з її наслідками. При цьому велика увага приділена кількісному пом'якшенню (QE), яке стало дуже популярним в США, Англії та Японії в перші роки кризи, також надається інформація про використання інших нетрадиційних методів монетарної політики.

Ключові слова: грошово-кредитна політика, кількісне пом'якшення, світова фінансова криза, інструменти монетарної політики.

Zh. Sh. Dzhurabaiev, Research Assistant**PRACTICAL EXPERIENCES OF THE LEADING CENTRAL BANKS
IN OVERCOMING CONSEQUENCES OF THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS**

Abstract. The article describes the main directions of the monetary policy of the world leading central banks since the beginning of the global financial crisis in terms of adoption of anti-crisis measures and the ongoing struggle with its consequences. At the same time a lot of attention is paid to the Quantitative Easing (QE), which has become very popular in the United States, England and Japan in the early years of the crisis. The article provides information about other non-traditional methods of monetary policy.

Keywords: monetary policy, quantitative easing, word financial crisis, monetary policy tools.

Постановка проблеми. Анализ действий монетарных властей в последнее время показывают, что последствия Мирового финансового кризиса 2008 года до сих пор вынуждают некоторые центральные банки мира поддерживать деловую активность внутри страны, стимулировать экономику, прибегать к нетрадиционным методам и инструментам монетарной политики.

Одними из наиболее популярных методов борьбы с кризисом и стагнацией в экономике ведущих центральных банков мира, наряду с такими методами как кредитное смягчение, прогнозные рекомендации, неограниченные интервенции на валютном рынке, стали нетрадиционные инструменты денежно-кредитной политики, такие как нулевые или отрицательные процентные ставки и количественное смягчение.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

В результате все это привело к тому, что сегодня на рынке можно увидеть отрицательные процентные ставки, которые с экономической точки зрения трудно воспринимаются не только со стороны бизнеса, но и со стороны домохозяйств. Отрицательные ставки можно встретить в некоторых странах Еврозоны, к примеру, в Швейцарии, Дании и Швеции, а также в Японии¹.

С другой стороны, также необходимо учесть, что денежно-кредитная политика ведущих центральных банков мира, направленная на преодоление кризисных явлений внутри страны, так или иначе может воздействовать на экономики и рынки стран региона либо глобально на весь мировой рынок. Очень часто можно наблюдать как любые изменения в денежно-кредитной политике в одной из ведущих экономик мира незамедлительно способствуют появлению волатильности, росту объемов, а иногда и изменению направления тренда на мировых финансовых и других рынках.

Так в последнее время мировым сообществом наиболее часто обсуждается, в основном, денежно-кредитная политика Федеральной Резервной Системы США (ФРС) и Европейского Центрального Банка (ЕЦБ). Так, за прошедший 2014 и начало 2015 годов сворачивание количественного смягчения и возможное повышение процентных ставок ФРС США, а также начало количественного смягчения ЕЦБ остро обсуждались мировым сообществом и многими ведущими экономистами.

Несмотря на это, денежно-кредитная политика Центральными банками Китая, Японии, Индии, Англии и Швейцарии также остаётся в центре внимания мирового сообщества, особенно финансовых институтов и инвесторов.

Денежно-кредитная политика. ФРС США. С начала мирового финансового кризиса по настоящее время ФРС США основное внимание в денежно-кредитной политике уделяла, как уже было сказано выше, нетрадиционным мерам и инструментам регулирования финансового рынка – проведению политики количественного смягчения, в рамках которой были реализованы три программы.

Первая программа QE 1 (Quantitative Easing) была запущена в ноябре 2008 года [1], в самый разгар мирового финансового кризиса, и продолжалась вплоть до 2010 года. Программа предусматривала выкуп ипотечных и долговых облигаций крупных корпораций, банков и частных предприятий с целью их спасения. К завершению программы ФРС приобрела долговые ипотечные бумаги (mortgage-backed securities) на сумму 1,25 трлн долл. США, казначейских бумаг (Трежерис) – 300 млрд и долговые бумаги Федеральных ипотечных агентств – 175 млрд. Общая сумма программы составила более 1,7 трлн долл.

Вторая программа QE 2, запущенная в ноябре 2010 г. [2], закончилась в июне 2011 года. В рамках второй программы необходимо было ежемесячно осуществлять покупку казначейских облигаций на сумму 75 млрд долл. в течение восьми месяцев, что в итоге составило 600 млрд долл., а также реинвестировать 300 млрд долл. возвращаемых согласно первой программы количественного смягчения (QE 1). Общий объём QE 2 составил около 900 млрд. долларов.

Третья программа QE 3 была запущена в сентябре 2012 г. [3] и продолжалась до октября 2014 года, когда Комитет по открытым рынкам (FOMC) ФРС США принял решение завершить ее. Изначально выкупались казначейские облигации в объеме 45 млрд и ипотечные облигации – 40 млрд ежемесячно. Позже объем покупки ценных бумаг поэтапно снижался вплоть до 15 млрд долларов США в месяц.

В результате программы QE 3 с конца 2012 г. ФРС приобрела гособлигаций (Трежерис) и ценные бумаги, обеспеченные ипотечными активами (mortgage-backed securities, MBS) на сумму порядка 1,6 трлн долларов.

В итоге трех программ количественного смягчения Q1, Q2 и Q3 с 2008 года по 2014 год общий объем активов на балансе ФРС вырос с 914,7 млрд до 4497,7 млрд [4, 5], т.е. почти в 5 раз.

Касательно успешности данной программы, ФРС США в своих последних отчетах указывает, что ряд макроэкономических индикаторов, таких как безработица снизилась с 8,1% в середине

¹ Например, ставки по облигациям на сумму около \$3 трлн в Европе и Японии со сроком погашения вплоть до 10 лет сейчас отрицательны.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

2012 года до 5,9% в сентябре 2014 года², инфляция хоть и не достигла желаемых 2%, но динамика роста потребительских цен более или менее позитивная.

В отношении финансовой системы и фондовых рынков, из Рисунка 1 можно увидеть положительные темпы роста индекса S&P500 после запуска программы, тоже можно сказать по другим американским индексам как NASDAQ и Dow Jones.



Рис. 1. График Индекса S&P500 с 1994 по 2015 годы

Источник: <http://www.stocknavigator.ru>

На сегодняшний день самым актуальным вопросом монетарной политики ФРС США – это уровень процентных ставок, который долгое время (с 2008 г.) сохраняется на уровне 0-0,25%. Вопрос о повышении процентных ставок обсуждался в течение почти всего 2014 г. и более полугода 2015 г. На сегодняшний день Федеральный Комитет по операциям на открытом рынке (FOMC) ФРС оставил вопрос рассмотрения изменения процентных ставок на осень 2015 года.

Как известно, к изменению процентных ставок ФРС США очень чувствительны мировые денежные рынки, рынки капитала, и драгметаллов (золота и серебра) и т.д. Ожидается, что в результате повышения процентной ставки финансовые потоки могут изменить направления движения с других рынков в сторону США. Но, с другой стороны, повышение процентных ставок может также негативно отразиться на темпах роста экономики США и более того может увеличить уровень безработицы в стране.

Банк Англии. С момента начала мирового финансового кризиса Банк Англии в рамках своей антикризисной политики несколько раз снизил процентную ставку банка, доведя её уровень с 5,2% до 0,5%. Дальнейшее снижение, по мнению специалистов банка, не могло иметь какого либо практического значения. Поэтому Банк, учитывая положительный опыт ФРС, в марте 2009 г. принял решение о начале закупа активов [6] и начале программы политики количественного смягчения.

Банком предусматривалось, что количественное смягчение в Англии должно было, как и в США, уменьшить уровень безработицы в стране путем стимулирования экономики и увеличения потребительского спроса домохозяйств.

Объем программы количественного смягчения с 2009 года по сегодняшний день пересматривался несколько раз и увеличивался с 75 млрд. фунтов стерлингов [7] до 375 млрд фунтов стерлингов [8]. В соответствии с программой, большое количество приобретенных банком активов относилось к государственным британским правительственным ценным бумагам, а некоторое количество активов – частным инвестициям.

² Прим. Согласно официальных статистических данных в начале 2008 года безработица в США составляла 4,9 %, которая к концу 2009 года стала превышать 10% и до 2012 года была на уровне выше 9%. К марту 2015 года уровень безработицы снизилась и составляет 5,5%.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

В результате программы снижения индекса потребительских цен не было достигнуто критических (дефляционных) размеров, тем самым банку удалось взять на контроль уровень инфляции, а также снизить уровень безработицы по состоянию на конец 2014 до уровня 5,7%. Вместе с этим, с началом реализации программы смягчения денежно-кредитной политики среднегодовая доходность индекса FTSE 100 с 2009 года возросла до 7,2% (Рис. 2).



Рис. 2. График Индекса FTSE с 1994 по 2015 годы

Источник: <http://www.stocknavigator.ru>

На графике видно, как индекс FTSE показывает рост после запуска Банком Англии количественного смягчения в 2009 году.

Хотя по состоянию на декабрь 2014 года уровень инфляции находится в районе 0,5%, по мнению специалистов Банка, это связано, главным образом, с падением цен на нефть. Они уверены, что данный эффект в дальнейшем будет ослабевать и приблизительно через 3 года инфляция будет выше таргетируемых им 2% и составит порядка 2,2%.

Европейский Центральный Банк. В отличие от ФРС США Европейский центральный банк очень долго и упорно отказывался проводить политику количественного смягчения на территории еврозоны. ЕЦБ старался регулировать рынок, опираясь на коммерческие банки путем предоставления им ликвидности и перехода к политике кредитного смягчения. Причина разногласий между ФРС и ЕЦБ в антикризисной политике, возможно, заключается в различии доминирования методов финансирования и кредитования в США и странах Еврозоны. Если в США основная доля кредитов и займов приходится на фондовые рынки, то в Европе – на банковскую систему.

Так, в период с октября 2008 г. по май 2009 г., в рамках политики кредитного смягчения и поддержки банковского сектора ставка рефинансирования была резко снижена с 4,25% до 1%, т.е. на 3,25 %, что является существенным для короткого промежутка времени.

Также с октября 2008 г. ЕЦБ начал предоставлять банковскому сектору неограниченное количество ликвидных средств с фиксированной процентной ставкой. При этом сроки погашения были значительно увеличены и список активов, принимаемых в качестве обеспечения, расширен.

Хотя вышеуказанные действия временно способствовали стабилизации финансовой ситуации, в дальнейшем угроза дефляции вынудила ЕЦБ перейти к нестандартным мерам денежно-кредитной политики как установление отрицательных процентных ставок и покупка активов.

Ранее руководство ЕЦБ было уверено, что путем снижения процентных ставок можно будет влиять на финансовый рынок и инфляционные процессы. Но получилось так, что даже снижение процентных ставок ниже нулевой отметки оказалось малоэффективным в сложившейся ситуации в Еврозоне.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Важним етапом антикризисной программы ЕЦБ является начало реализации с 9 марта 2015 года, совместно с центральными банками стран Еврозоны, масштабной программы количественного смягчения, согласно которой общий объем выкупаемых активов будет составлять около 1,1 трлн евро (на уровне 60 млрд в месяц) [9].

Как предполагают экономисты Royal Bank of Scotland, механизм выкупа ЕЦБ облигаций построен таким образом, что большая часть ценных бумаг будет куплена крупнейшими центробанками Еврозоны. Доля каждого конкретного ЦБ будет совпадать с его долей в уставном капитале ЕЦБ³. Исходя из этого, можно предположить, что большую часть закупок будет осуществлять Бундесбанк.

При этом, ЕЦБ дает гарантии только на 20% приобретенных ценных бумаг и остальная часть ответственности, в случае дефолта эмитентов, чьи облигации будут приобретены, ляжет на национальные центробанки.

Основной причиной, которая заставила ЕЦБ покупать активы явилось отсутствие экономического роста и проблема дефляции на территории Евросоюза. Количественное смягчение по идее должна расширить денежную базу и этим стимулировать инфляцию и рост ВВП в Еврозоне.

Согласно заявлениям главы ЕЦБ Марио Драги, действия Европейского центрального банка должны ускорить рост потребительских цен до таргетируемого уровня 2%. По его мнению, целевой показатель инфляции находится на уровне ниже таргетируемых 2% годовых (Рис. 3), а темпы роста потребительских цен отклоняются от него с начала 2012 г. Однако, ЕЦБ ожидает, что уровень инфляции в 2015 году будет нулевой⁴, в 2016 г. – 1,5% и в 2017 г. – 1,8%, т.е. на уровне целевых ориентиров.



Рис. 3. График инфляции в Еврозоне с 1999 по 2015 годы

Источник: сайт ЕЦБ, <https://www.ecb.europa.eu>

Вместе с этим, несмотря на начало реализации программы количественного смягчения, ЕЦБ продолжил удерживать базовую процентную ставку по кредитам на рекордно низком уровне в 0,05% годовых, ставку по депозитам ЕЦБ – на уровне минус 0,2%, ставку по маржинальным кредитам – на уровне 0,3%.

С другой стороны, из-за расхождений политик ФРС и ЕЦБ, на начало 2015 года динамика валютной пары «доллар – евро» оказалась ближе к паритетной. Сильный доллар и слабый евро – становится самой популярной ставкой 2015 года.

³ Активы ЕЦБ в настоящее время составляют около 2,2 трлн евро (2,5 трлн долл.). С учетом программы QE и предстоящего погашения банками антикризисных долгосрочных кредитов на 200 млрд евро баланс ЕЦБ к сентябрю 2016 года может вырасти до 3,2 трлн евро (около 3,7 трлн долл.), тогда как баланс ФРС сейчас составляет 4,5 трлн долл.

⁴ По состоянию на 1 квартал 2015 года инфляция в Еврозоне составила (-)0,08%.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Если в начале 2014 года евро к доллару оценивался на уровне 1,40 долл., то на начало марта 2015 пара евро доллар уже оценивался на уровне 1,05–1,08⁵. Т.е. за данный промежуток времени было снижение курса более чем на 25 % и тенденция снижения, вплоть до паритета, все еще сохраняется.

Как известно, ослабление обменного курса национальной валюты по отношению к другим валютам позволяет иметь преимущественные условия торговли. Поэтому в ситуации «сильный доллар – слабый евро» в невыгодном положении оказывается США. Так, по данным МВФ, в 2015 году в США дефицит торгового баланса может составить 484 млрд долл., тогда как в Еврозоне будет профицит в 262 млрд.

Существующая тенденция снижения курса евро может не только еще больше увеличить торговый дисбаланс между США и Евросоюзом, но и будет способствовать росту экономической активности за счет наращивания объемов экспорта. Поэтому ЕЦБ будет всячески стараться удерживать низкий курс евро, хотя официально он этого не признает, а США, со своей стороны, будет принимать меры по снижению роста курса доллара, так как рост и укрепление обменного курса доллара могут негативно влиять на экономическую активность и инфляцию в стране.

Банк Японии. Программа количественного смягчения в Японии была запущена в апреле 2013 года. Предлагаемая Банком Японии монетарная политика предусматривала не только количественное, но и «качественное смягчение денежно-кредитной политики», предусматривающее также увеличение срочности и объемов приобретаемых активов.

В соответствии с программой, объем выкупа гособлигаций страны был расширен до 7,5 трлн иен в месяц, т.к. в I-м квартале 2013 года Банк уже выкупал бумаги в среднем на 3,4 трлн ежемесячно. При этом, объем гособлигаций, остающийся на балансе ЦБ, будет увеличиваться примерно на 50 трлн иен в год – с 89 трлн на конец 2012 года до 140 трлн на конец 2013 года и 190 трлн в 2014 год [10].

Более того, банк планировал приобретать гособлигации со всеми сроками обращения, включая 40-летние бумаги, а средняя срочность погашения гособлигаций на его балансе будет увеличена с 3-х до 7-ми лет.

Банк также отказывался от базовой процентной ставки overnight, которая является одним из основных традиционных инструментов денежно-кредитной политики. Вместо этого было принято решение регулировать объемы денежной базы, путем целевого увеличения денежной базы примерно на 60–70 трлн иен в год.

Основная цель, в реализации программы количественного смягчения и мягкой монетарной политики, поднять базовую инфляцию до 2% в течении 2-х лет, т.е. к апрелю 2015 г.

Кроме того, банк и правительство Японии договорились о временной приостановке действия так называемого «принципа банкнот», принятого в 2001 году⁶.

С начала запуска программы количественного смягчения Банк неоднократно расширял её. Согласно решению совета, Банк в январе 2015 года принял решение увеличить денежную базу на 80 трлн иен (660 млрд долл.) ежегодно, включая увеличение денежной базы в 2015 году.

Можно заметить, что на сегодняшний день японские фондовые рынки не зависят от размера ключевой ставки Банка Японии. Во многом их динамика обусловлена расширением от программы количественного смягчения реализуемой Банком и правительством во главе Премьер-министром Японии Синдзо Абэ.

⁵ На протяжении последних нескольких лет евро был дорогим по отношению к другим валютам. В частности, его стоимость была выше доллара США. Это делало товары и услуги, произведенные в Европе, менее конкурентоспособными на мировом рынке. Начало количественного смягчения должно поддерживать стоимость евро на более низком уровне, что в реальности и происходит.

Эксперты предполагают, что несмотря на заявление главы ЕЦБ Драги об отсутствии у ЕЦБ целей по занижению курса евро, количественное смягчение в Еврозоне может стать началом валютных войн между США и ЕС.

⁶ Согласно этому принципу, объем гособлигаций Японии на балансе Банка не должен превышать находящийся в обращении объем наличных денег. При этом японское правительство «в рамках усиления координации работы с Банком Японии» будет повышать эффективность налогово-бюджетной политики.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Народный банк Китая. С началом негативного влияния кризиса на экономику, правительство незамедлительно переориентировало цели своей монетарной политики, которая ранее была направлена на защиту от перегрева экономики и контролирования инфляции, на снижение влияния финансового кризиса и контроль инфляции, и этим, в конце 2008 г., первый раз смягчило свою монетарную политику.

Осторожная и стабильная монетарная политика, проводимая Народным банком Китая (Центральный банк Китая) в период кризиса, обеспечила стабильный рост экономики и снижение рисков последствия кризиса. Так, за период 2008–2014 годы в среднем инфляция (ИПЦ) составляла 2,20%⁷, а темп роста ВВП – около 9,69% [10]. При этом положительный торговый баланс Китая способствовал росту ликвидности банков и денежной массы, что способствовало накоплению резервов и созданию возможности кредитования экономики.

В отличие от ФРС, которая в начале кризиса старалась уменьшить её влияние на экономику путем снижения процентных ставок, Народный банк Китая использовал другие инструменты монетарной политики, как изменение ставки обязательного резервирования.

В I и II кварталах 2008 года Народный банк для снижения роста предложения денег и охлаждения перегревшегося финансового рынка и рынка недвижимости, постепенно начал поднимать для финансовых институтов, привлекающих депозиты, резервные требования с 14,5% до 17%. В период влияния кризиса на экономику страны, Народный банк быстро снизил ставки резервирования до 14,5% и исходную процентную ставку для кредитов – с 7,47% до 5,31%.

Параллельно с этим, Народный банк Китая, в дополнение к традиционным инструментам монетарной политики, старался стабилизировать и стимулировать рынок недвижимости и внешнюю торговлю, для чего ставка по ипотечным кредитам была установлена на уровне 70% от исходной процентной ставки и более того было позволено второй раз брать кредит в коммерческих банках на приобретение жилья на вторичном рынке.

В результате принятых антикризисных мер, банковские кредиты начали расти большими темпами. Так, по состоянию на 2008 год, банковские кредиты выросли на 4,17 трлн юаней (15%), в 2009 году – на 9,63 трлн (32%) и в 2010 году – на 7,5 трлн (19,9 %) [10].

В целях стимулирования кредитного рынка Национальный банк Китая с 5 февраля 2015 понизил норму обязательных резервов на 50 базовых пунктов – с 20% до 19,5% с половиной процентов.

Как показывает анализ, это было первое сокращение нормы резервирования с 2012 года, что способствовало высвобождению и возврату коммерческим банкам порядка 500 млрд юаней, которые должны существенно увеличить объем кредитования и ликвидности в экономике.

Более того Народным банком были предложены особые условия для коммерческих банков, которые специализируются на кредитовании малого и среднего бизнеса. Норма резервирования для них снижена на дополнительные полпроцента, а для Банка сельскохозяйственного развития Китая норму резервирования снизили сразу на 4%.

Продолжая политику смягчения денежно-кредитной политики, Народный банк Китая с 1 марта 2015 года объявил о снижении ставки рефинансирования с 5,6% до 5,35%, а также ставок по депозитам – с 2,75% до 2,5% [12].

Насколько данные меры достаточны для роста кредитования экономики и деловой активности в стране, смогут ли они поддержать высокие темпы экономического роста можем увидеть в ближайшем будущем.

Выводы. Анализ денежно-кредитной политики центральных банков ведущих экономик мира показывает, что в этих странах до сих пор продолжают принимать антикризисные меры и программы по смягчению монетарной политики. Это означает, что последствия мирового финансового кризиса продолжают негативно влиять на мировую экономику и мировую финансовую систему.

Из-за угрозы дефляции в некоторых странах Евросоюза и Японии центральные банки этих стран вынуждены наращивать, как ФРС США, свой баланс за счет покупки долговых бумаг. Но, с другой стороны, данная политика способствует искусственному увеличению балансов банков

⁷ Расчеты автора по данным National Bureau of Statistics of China: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2014/indexeh.htm>

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

и наращиванию пузырей, т.к. рыночная стоимость многих купленных бумаг уже давно потеряла большую часть своей стоимости. Так же не известно, что будет с этими бумагами в будущем и как банки планируют избавиться от обесцененного актива.

Пока ЕЦБ к вопросу количественного смягчения подходит очень осторожно, есть ощущение, что в любой момент он может отказаться от данной политики. Но в отличие от ЕЦБ, ФРС США уже «вздула» свой баланс до 4,5 трлн долларов и в 2014 году приостановила покупку активов, что стало причиной резкого роста индекса доллара США, хотя, вопреки экономической теории, он не имеет достаточного обеспечения и несет большие риски как средство накопления.

Поэтому при формировании и накоплении золотовалютных резервов необходимо принять во внимание последние тенденции денежно-кредитной политики вышеуказанных центральных банков и правильно оценить возможные риски, связанные с обеспеченностью активов и имеющих резервов.

Рекомендуется очень взвешенно осуществлять диверсификацию своих активов и избегать доминирования какой-либо одной иностранной валюты при наращивании золотовалютных резервов. Хорошо известно, как в последнее время Китай наращивает свои резервы покупкой физического золота и хотя объемы покупок не разглашаются, по прогнозам аналитиков, они достаточны, чтобы объявить в будущем, что китайский юань является наиболее обеспеченной валютой в мире.

С начала 2015 г. в целях смягчения денежно-кредитной политики более чем 23 Центральными банками различных стран, в т.ч. Центральный банк Республики Узбекистан, понизили ставку рефинансирования, что подтверждает продолжение в глобальном масштабе тенденции по смягчению денежно-кредитной политики в рамках преодоления последствий мирового финансового кризиса.

Несмотря на наличие некоторых проблем в стабилизации и темпах развития экономик, центральным банкам развивающихся стран целесообразно учесть опыт ведущих центральных банков, в т.ч. опыт Народного банка Китая, для развития инструментов денежно-кредитной политики, стимулирования деловой активности и экономического роста.

Литература

1. Minutes of the Federal Open Market Committee October 28-29, 2008 [Электронный ресурс] : отчет о собрании / Federal Open Market Committee. - Washington, D.C., 2008. - 20 p. - Режим доступа : <http://www.federalreserve.gov/newsevents/press/monetary/fomcminutes20081029.pdf>.
2. Minutes of the Federal Open Market Committee November 2-3, 2010 [Электронный ресурс] : отчет о собрании / Federal Open Market Committee. - Washington, D.C., 2010. - 20 p. - Режим доступа : <http://www.federalreserve.gov/newsevents/press/monetary/fomcminutes20101103.pdf>.
3. Minutes of the Federal Open Market Committee September 12-13, 2012 [Электронный ресурс] : отчет о собрании / Federal Open Market Committee. - Washington, D.C., 2012. - 25 p. - Режим доступа : <http://www.federalreserve.gov/newsevents/press/monetary/fomcminutes20120913.pdf>.
4. The Federal Reserve Banks Combined Financial Statements as of and for the Years Ended December 31, 2009 and 2008 and Independent Auditors' Report [Электронный ресурс] : финансовый отчет. - Washington, D.C., 2010. - 63 p. - Режим доступа : <http://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/files/BSTcombinedfinstmt2009.pdf>.
5. The Federal Reserve Banks Combined Financial Statements as of and for the Years Ended December 31, 2013 and 2012 and Independent Auditors' Report [Электронный ресурс] : финансовый отчет. - Washington, D.C., 2014. - 62 p. - Режим доступа : <http://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/files/BSTcombinedfinstmt2013.pdf>.
6. Официальный сайт банка Англии. Bank of England. [Электронный ресурс] - Режим доступа : http://www.bankofengland.co.uk/monetarypolicy/Pages/qe/qe_faqs.aspx.
7. Minutes of the monetary policy committee meeting 4 and 5 March 2009 [Электронный ресурс] : финансовый отчет. - 2009. - 12 p. - Режим доступа : <http://www.bankofengland.co.uk/publications/minutes/Documents/mpc/pdf/2009/mpc0903.pdf>.
8. Minutes of the monetary policy committee meeting 4 and 5 July 2012 [Электронный ресурс] : финансовый отчет. - 2009. - 12 p. - Режим доступа : <http://www.bankofengland.co.uk/publications/minutes/Documents/mpc/pdf/2012/mpc1207.pdf>.
9. Из выступления Президента ЕЦБ М. Драги на пресс-конференции от 22 января 2015 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.vestifinance.ru/articles/52267>.
10. Minutes of the Monetary Policy Meeting on April 3 and 4 [Электронный ресурс] : отчет о собрании / Bank of Japan. - Токио, 2013. - 31 p. - Режим доступа : https://www.boj.or.jp/en/mopo/mpmsche_minu/minu_2013/g130404.pdf.
11. Национальное бюро статистики Китая. National Bureau of Statistics of China [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.stats.gov.cn/english>.
12. Сайт Народного банка Китая. The People's Bank of China [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.pbc.gov.cn>.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Referents

1. Federal Open Market Committee (2008). *Minutes of the Federal Open Market Committee October 28-29, 2008*. Retrieved from: <http://www.federalreserve.gov/newsevents/press/monetary/fomcminutes20081029.pdf>. Washington, D.C.
2. Federal Open Market Committee (2010). *Minutes of the Federal Open Market Committee November 2–3, 2010*. Retrieved from: <http://www.federalreserve.gov/newsevents/press/monetary/fomcminutes20101103.pdf>. Washington, D.C.
3. Federal Open Market Committee (2012). *Minutes of the Federal Open Market Committee September 12–13, 2012*. Retrieved from: <http://www.federalreserve.gov/newsevents/press/monetary/fomcminutes20120913.pdf>. Washington, D.C.
4. The Federal Reserve Banks Combined Financial Statements as of and for the Years Ended December 31, 2009 and 2008 and Independent Auditors Report (2010). www.federalreserve.gov Retrieved from: <http://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/files/BSTcombinedfinstmt2009.pdf>. Washington, D.C.
5. The Federal Reserve Banks Combined Financial Statements as of and for the Years Ended December 31, 2013 and 2012 and Independent Auditors Report (2014). www.federalreserve.gov Retrieved from: <http://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/files/BSTcombinedfinstmt2013.pdf>. Washington, D.C.
6. Ofitsialnyy sayt banka Anglii. [The official website of the bank of England. Bank of England] (n.d.). www.bankofengland.co.uk Retrieved from: http://www.bankofengland.co.uk/monetarypolicy/Pages/qe/qe_faqs.aspx.
7. Financial report (2009). *Minutes of the monetary policy committee meeting 4 and 5 March 2009*. Retrieved from: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/minutes/Documents/mpc/pdf/2009/mpc0903.pdf>.
8. Financial report (2012). *Minutes of the monetary policy committee meeting 4 and 5 July 2012*. Retrieved from: <http://www.bankofengland.co.uk/publications/minutes/Documents/mpc/pdf/2012/mpc1207.pdf>.
9. Iz vystupleniya Prezidenta ETsB M. Dragi na press-konferentsii ot 22 yanvarya 2015g. [From the speech of the President of the ECB Mario Draghi at the press conference on January 22, 2015]. (2015). www.vestifinance.ru Retrieved from: <http://www.vestifinance.ru/articles/52267>.
10. Bank of Japan (2013). *Minutes of the Monetary Policy Meeting on April 3 and 4*. Retrieved from: https://www.boj.or.jp/en/mopo/mpmsche_minu/mino_2013/g130404.pdf. Tokyo
11. National Bureau of Statistics of China (n.d.). [www.stats.gov.cn](http://www.stats.gov.cn/english) Retrieved from: <http://www.stats.gov.cn/english>.
12. The Peoples Bank of China (n.d.). www.pbc.gov.cn Retrieved from: <http://www.pbc.gov.cn>.

Надійшла 18.09.2015

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

УДК 336.76

К. В. Повжик, аспірант

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ VS САМОРЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО РИНКУ

Анотація. У статті проаналізовані дві основні моделі регулювання фінансового ринку: державне регулювання та саморегулювання. Обґрунтовано неефективність домінуючої моделі саморегулювання глобального фінансового ринку. Розглянуті можливі моделі організації регуляторів фінансового ринку. Запропонована оптимальна модель регулювання фінансового ринку для України.

Ключові слова: фінансовий ринок, державне регулювання, саморегулювання, фінансова нестабільність, фінансова бульбашка.

Е. В. Повжик, аспірант

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
VS САМОРЕГУЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО РЫНКА**

Аннотация. В статье проанализированы две основные модели регулирования финансового рынка: государственное регулирование и саморегулирование. Обоснована неэффективность доминирующей модели саморегулирования глобального финансового рынка. Рассмотрены возможные модели организации регуляторов рынка. Предложена оптимальная модель регулирования финансового рынка для Украины.

Ключевые слова: финансовый рынок, государственное регулирование, саморегулирование, финансовая нестабильность, финансовый пузырь.

K. V. Povzhyk, Postgraduate Student

STATE REGULATION VS SELF-REGULATION OF FINANCIAL MARKET

Abstract. Two basic models of financial market regulation, government regulation and self-regulation, are analyzed in the article. The inefficiency of dominant model of self-regulation of global financial markets is substantiated. The possible models of organizing of regulators of the financial market are reviewed. The optimal model of regulation of the financial market of Ukraine is proposed.

Keywords: financial market regulation, self-regulation, financial instability, the financial bubble.

Актуальність теми дослідження. Забезпечення інтенсивного економічного розвитку держави неможливе без ефективного та стабільно функціонуючого фінансового ринку. Фінансова криза 2008-2009 рр. та нинішні дестабілізаційні процеси в країні наочно продемонстрували його недосконалість та залежність від об'єктивних зовнішніх факторів. Однією з причин становища, в якому знаходиться фінансовий сектор, є відсутність чітко налагодженої системи державного нагляду та регулювання. На сьогодні є ряд думок стосовно підходу до державного регулювання фінансового ринку, але відсутність єдиного підходу до нього лише підкреслює актуальність даної проблеми.

Постановка проблеми. Важливість фінансового ринку для кожної держави полягає у тому, що він забезпечує розподіл фінансових ресурсів між усіма суб'єктами економічної системи. Держава в аспекті регулювання фінансового ринку повинна забезпечувати ефективність розподілу, нагляд за функціонуванням фінансових установ та захист прав споживачів фінансових послуг. На жаль, за 23 роки незалежності в Україні все ще не були адаптовані традиції та правила функціонування, що притаманні світовому співтовариству, що зумовлює необхідність систематизації підходів до державного регулювання фінансового ринку та визначення оптимального підходу для нашої держави.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Основні аспекти державного регулювання досліджували такі українські вчені як: Абакуменко О. В., Адамик Б. П., Белінська Я. В., Биховченко В. П., Дорошенко І. В., Коваленко М. М., Міщенко В. І., Мошенський С. З., Науменкова С. В.

Постановка завдання. Метою статті є доведення важливості державного регулювання фінансового ринку в сучасних умовах глобалізації економічних систем, дослідження зарубіжного досвіду регулювання фінансових ринків, обґрунтування системи державного регулювання фінансового ринку для України.

Виклад основного матеріалу. Дослідженням необхідності державного регулювання займався ряд економічних шкіл починаючи з 15 століття і до сьогодення, особливості поглядів обумовлювались соціально-економічною та політичною ситуацією в країнах їх виникнення та розвитку, проте спектр поглядів був досить широкий (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи різних економічних шкіл до питань державного регулювання ринкової системи

Економічна школа	Вчені, якими представлена	Суть поглядів на державне регулювання економіки
1	2	3
Меркантилізм XV-XVIII ст.	Уільям Стаффорд	Держава повинна жорстко регламентувати грошовий оборот та зовнішню торгівлю [7, 52].
	Антуан Монкретьєн	Уряд може активно втручатись в економіку країни, його головною задачею є збільшення і збагачення держави [7, 53].
	Томас Мен	Виступав за вільний вивіз монет, держава повинна стимулювати формування активного торгового балансу [7, 53].
	Ринок не є саморегульованою системою	
Класична школа політекономії	Адам Сміт	Ринкова економіка функціонує за принципом «невидимої руки», роль держави – «нічний сторож» (підтримка порядку, охорона та захист приватної власності [5].
	Давид Рікардо	Ринок розвивається за об'єктивними стихійними законами, він зберігає рівновагу без втручання держави. Державна економічна політика повинна бути спрямована на ріст продуктивних сил [5].
	Ринок – саморегульована система	
Кейнсіанство 20 р. XX ст.	Джон Мейнард Кейнс	Система вільного ринку не має внутрішнього механізму, що забезпечує макроекономічну рівновагу. Виступав за активне втручання держави в економіку через дискреційну фіскальну політику [7, 289]
	Ринок не є саморегульованою системою	
Некейнсіанство 40-60 р. XX ст.	Пол Самуельсон	Ринкову економіку підпорядкована дії природних сил і вона є економікою суворого порядку. Однак на певному етапі стає необхідним втручання держави, яке має відповідати трьом принципам — бути ефективним, стабільним та справедливим [7, 320].
	Джон Хікс	Ринкова система є нестабільною. Держава повинна втручатись в економіку через бюджетну політику, а не кредитно-грошову. У цьому відношенні його погляди розходилися з позицією більшості неокласиків [7, 322]
	Ринок не є саморегульованою системою	
Неолібералізм	Фрідріх Хайєк	Держава повинна бути обмежена виконанням інституціональних та охоронних функцій, спрямованих на відновлення саморегульованого ринкового механізму [5].
	Ринок – саморегульована система	

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА*Продовження таблиці 1*

1	2	3
Монетаризм	Мілтон Фрідман	Держава неспроможна ефективно регулювати економіку, тому її втручання в господарські справи є не тільки небажаним, але й шкідливим. Єдиний засіб державного втручання – це гроші: жорстка грошово-кредитна політика [5].
	Ринок – саморегульована система	
Інституціоналізм	Дж. Коммонс	Ринкові відносини в силу різних причин можуть бути «нечесними» і «несправедливими». Зробити відносини обміну чесними можливо шляхом впровадження розумного законодавства та правильного використання законів [7, 411].
	Ринок не є саморегульованою системою	
Неоінституціоналізм	Р. Арон, Ж. Фураст'є, Ж. Еллюль, П. Дракер, Р. Росту та ін.	Держава повинна ліквідувати полюси багатства та злиднів у суспільстві, зосередження влади в промислових і банківських установах в руках вчених та управляючих [7, 443]
	Ринок не є саморегульованою системою	
Поведінкова теорія фінансів	П. Кругман	Реальні інвестори не є раціональними, вони схильні до стадної поведінки та ірраціонального марнотратства, невиправданої паніки. Фінансові ринки за своєю природою є нестабільними [8].
	Ринок не є саморегульованою системою	

У результаті існування різних економічних теорій, впливу особливостей національних економік країн, інших об'єктивних та суб'єктивних факторів сформувався ряд моделей регулювання фінансового ринку. Вищенаведена таблиця є передумовою до виділення двох базових моделей державного регулювання:

- контроль основною мірою закріплений за державними органами і надання саморегульованим організаціям (СРО) лише незначної частки повноважень (наприклад Франція);
- передача основних функцій СРО, закріплення за державою функції контролю та можливості втручання у будь-який момент (Сполучені штати Америки).

Загалом, розглядаючи стан глобальної фінансової системи та вітчизняної як її складової варто зазначити, що на сьогоднішній день в ній накопичені значні дисбаланси та диспропорції, присутня значна спекулятивна складова, що, в свою чергу, відводить на другий план основну функцію фінансового сектору – перерозподіл фінансових ресурсів між учасниками ринку і, як наслідок, стримує економічний розвиток країни.

Протягом останніх десятиліть фінансовий ринок зазнав значних метаморфоз – зросла кількість фінансових установ, що надають майже весь спектр фінансових послуг на різних сегментах фінансового ринку. Зокрема, банківські установи почали перетворюватись на своєрідні «фінансові супермаркети», пропонуючи не лише стандартні банківські послуги (розрахунково-касове обслуговування, кредитні і депозитні операції), а й інші – послуги страхування, операції з цінними та похідними паперами.

Повертаючись до визначення шляхів стабілізації фінансової системи, в першу чергу потрібно розуміти причини її виникнення. Як зазначає Пол Кругман: «Віра в ефективні фінансові ринки призвела до того, що більшість не змогли побачити появу самої великої фінансової бульбашки в історії. Теорія ефективного ринку також зіграла важливу роль у початковому роздудті цієї бульбашки» [8]. Ці події стали ще одним підтвердженням того, що фінансовий ринок є нестійким за своєю природою та схильним до неконтрольованих розширень та скорочень, що порушує фінансову стабільність. Ілюзія можливості існування ліберального фінансового ринку з справедливими цінами на фінансові активи дозволила вилитись в кризу 2008-2009 рр. Саме припущення про те, що поведінка людей є раціональною, а ринки функціонують ефективно, дозволило американським іпотечним компаніям видати кредити малозабезпеченим та неплатоспроможним

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

клієнтам, а коли сформувалась проблемна заборгованість, задля мінімізації втрат вони переподдали заставні іншим компаніям у всьому світі, котрі понесли гігантські збитки.

Ризикова діяльність системоутворюючих транснаціональних банків США та Європи, які діяли за принципом «надто великі, щоб збанкрутувати» здійснювали операції з цінними та похідними цінними паперами, обходили регулятивні обмеження при здійсненні міжнародних операцій і фактично опинились на межі банкрутства. Усвідомлюючи наслідки банкрутства для однієї або кількох країн такого банку, органи регулювання мусили надавати значну фінансову підтримку, фактично обираючи із двох проблем менш [8, 12]. Наслідком кризи в США стала націоналізація іпотечних агентств Fannie Mae и Freddie Mac, страхової компанії American International Group (AIG) ФРС придбала 80% акцій останнього. Згідно даних ФРС, загальний депозитний портфель складає 8,4 трлн дол., Федеральна корпорація по страхуванню депозитів покриває приблизно 1,15% від цієї суми [12].

В результаті цих подій, в середині грудня 2014 р. Конгрес США прийняв резолюцію, згідно якої, борги за деривативами системоутворюючих банків перекладаються на вкладників цих банків. Це, по суті, дає «зелене світло» банкам продовжувати, проводити операції з похідними фінансовими інструментами, а у випадку збитків або проблем з ліквідністю вкладники муситимуть рятувати банк за допомогою своїх вкладів на рахунках установи.

Згідно оцінок New York Times, у портфелях п'ятих системних американських банках (JPMorgan Chase, Citibank, Goldman Sachs, Bank Of America, Morgan Stanley) зосереджено деривативів на суму біля 280 трлн дол. [1]. Для порівняння, згідно даних Федеральної резервної системи, державний борг США станом на кінець 2014 р. склав 15,8 трлн дол. [12]. Глобальна ж вартість похідних цінних паперів складає 710 трлн дол. Саме тому одним із головних завдань регуляторів на сьогодні є забезпечення більш безпечних та контрольованих умов для функціонування ринку похідних паперів. Крім цього, важливим аспектом залишається вирішення питання системних банків («надто великі, щоб збанкрутувати») у напрямку більш жорсткого контролю за їх діяльністю, а також впровадження механізмів подібнення таких структур.

Проте, банківські установи є далеко не основним інструментом інвестицій приватних інвесторів та інвестиційних фондів в США. Досить розвинений фондовий ринок створює передумови для інвестиції в акції компаній, зокрема венчурних, але отримання додаткового доходу полягає не у виплаті дивідендів, а отримання прибутку за рахунок зростання ринкової вартості акцій. Це створює умови для виникнення нової фінансової бульбашки, але вже у секторі біотехнологій. У цілому за 2015 р. було укладено угод на суму 48,3 млрд дол. З них інтернет-компанії 11,9 млрд дол. (24,6% від загального об'єму венчурних інвестицій); біотехнології та медичне обладнання 8,7 млрд дол. (18% від загального об'єму венчурних інвестицій), зокрема в біотехнології 5,7 млрд дол. (11,8%). Ріст вартості акцій інтернет-компаній протягом 2014 склав 68%, а компаній, що працюють у сфері біотехнологій 29% [11]. Зазначимо, що перші ніяк не задіяні у сфері матеріального виробництва, а тому такий ріст свідчить про нарощення спекулятивної складової. Компанії, що працюють в сфері біотехнологій в США – це переважно ті, що лише заявили про початок досліджень з вироблення ліків від багатьох невиліковних хвороб, або розроблені ліки ще не проходили випробування на людях чи знаходяться на I та II стадіях розробки (приблизно 60% компаній, чії акції були придбані протягом 2014 р.) значна частина розробок цих компаній ніколи не потрапить на ринок. Зокрема, з препаратів, що ще не проходили випробування на людях, 97% ніколи не потраплять на ринок, I стадія розробки – 95%, II стадія розробки – 88%. Таким чином, біотехнологічні компанії значною мірою зацікавлені, щоб оцінка вартості їх активів залишалась високою. Якщо ж відбудеться переоцінка та буде встановлена їх реальна вартість, то може луснути нова бульбашка на фондовому ринку [2].

Хоча криза 2008-2009 рр. змусила багато країн невідкладно реформувати систему державного нагляду за фінансовим ринком, ті країни, що вже здійснили подібні реформи – переглядають інституційну структуру ще раз. Такі фундаментальні зміни у фінансовому секторі, спричинені світовою глобалізацією та відкритістю світових фінансових ринків, обумовили проблему «регулятивного дублювання», виникнення ризикових операцій фінансових посередників, що не підпадають під моніторинг регулятивних органів. Тому враховуючи нинішні умови, та нездатність ни-

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

нішніх економічних теорій саморегульованого фінансового ринку стримувати його неконтрольовані розширення та скорочення вбачаємо, що подальша розбудова глобальних регуляторів та вітчизняних має здійснюватись в напрямі закріплення основних регуляторних функцій за державними органами та передача незначної частки повноважень СРО.

У сучасних реаліях можна виділити 3 основні моделі побудови органів державного регулювання фінансового ринку, що відрізняються між собою організаційною структурою та розподілом функцій між складовими елементами: секторна (традиційна), функціональна (двох вершин), комплексна (мегарегулятор). Розглянемо кожну з них більш детально [9, 27].

Секторна модель для більшості країн є базовою, оскільки становлення нагляду за діяльністю починалось саме з неї. Це пов'язане з тим, що окремі сектори історично з'являлись незалежно один від одного та розвивались різними темпами на основі використання різного законодавства, інструментів і методів. Суть моделі у тому, що для кожного сектору фінансового ринку (банківського, страхового, фондового) регулювання і нагляд здійснюють органи, що відокремлені одні від одного, функції яких майже не дублюються. На сьогодні ця модель регулювання діє в Україні, Греції, Іспанії, Болгарії, Румунії та ін. Протягом 2000-2006 рр. від секторної моделі відмовились ряд європейських країн – Австрія, Бельгія, Естонія, Ірландія, Латвія, Німеччина. В деяких країнах секторної моделі притримуються в повному обсязі: Греція, Іспанія, Кіпр, Литва, Словенія, Болгарія, Румунія; в інших частково (Фінляндія та Люксембург) – в цих країнах один наглядовий орган здійснює нагляд і регулювання двох секторів – банківського і фондового [9, 28]. Основним недоліком секторної моделі є те, що сьогодні межі між секторами фінансового ринку майже усунуто, що, в свою чергу, ускладнює механізм ефективного регулювання діяльності фінансових посередників, оскільки досить важко досягнути узгодженості в діях різних регуляторів і, водночас, уникнути дублювання їх функцій.

Виділяють наступні різновиди комплексної моделі (мегарегулятор): виконання функцій мегарегулятора покладено на окремий орган, що не залежить від центрального банку (Естонія, Латвія, Угорщина); усі функції виконує центральний банк (Чехія, Словаччина). До 2004 р. у Казахстані діяла секторна модель, в подальшому шляхом відділення від Національного банку Казахстану було відокремлено Агентство республіки Казахстан. За ним були закріплені основні регуляторні функції фінансового ринку, а Національний банк Казахстану продовжував виконувати інфляційне таргетування, забезпечення макроекономічної стабільності та регулювання фінансового ринку [10]. Перевагою цієї моделі є зосередження усієї інформації в одній установі, що дозволяє оперативну та об'єктивну аналізувати усю отриману інформацію, здійснення ефективного нагляду за діяльністю фінансових конгломератів, відсутність проблеми дублювання функцій, економія ресурсів, посилення відповідальності регулюючого органу. Проте наведені переваги, водночас є і недоліком, оскільки призводять до створення регуляторної монополії.

Модель на основі завдань (двох вершин) передбачає пруденційний нагляд за діяльністю фінансових посередників і регулювання бізнесу у фінансовому секторі. Найбільш яскравим представником є Нідерланди. Пруденційний нагляд в цій країні за фінансовим ринком здійснює Центральний банк Нідерландів, а безпосередній контроль за діяльністю фінансових посередників знаходиться в компетенції Служби з фінансових ринків [6]. Також частково така модель використовується у Франції, Італії, Португалії. У Франції Модель «двох вершин» поєднує виконання функцій забезпечення фінансової стабільності і захисту інтересів споживачів фінансових послуг. Загалом, остання модель є своєрідним синтезом двох попередніх моделей: з однієї сторони вона має риси секторної моделі, з іншої у разі виникнення протиріч між двома органами регулювання (коли потреби надійності регулювання вступають у конфлікт із захистом інтересів споживачів) перевага належить безпеці та надійності регулювання задля забезпечення фінансової стабільності [4, 12]. Аналіз вищенаведених моделей державного регулювання та використання їх у різних країнах дає змогу зробити висновок про відсутність єдиної ефективною моделі для усіх країн. Інституційна побудова системи регулювання та нагляду за фінансовим сектором повинна відображати специфічні риси політичного та соціально-економічного розвитку країни, ментальні особливості – відповідати потребам та структурі наявного фінансового сектору.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

В Україні функціонування фінансового сектору характеризується високою волатильністю, фрагментарністю та слабкістю. Громіздка структура існуючих регуляторів та відсутність чіткого розподілу обов'язків формує нездатність оперативно реагувати на зміни світової фінансової кон'юнктури, а також на внутрішні кризи економічного, політичного, соціального та інших характерів. Про це свідчить ліквідація більш ніж 55 банків в Україні за останні півтора року, падіння показників фінансового сектору: збитковість ряду фінансових організацій, зменшення кредитних та депозитних портфелів, нарощення проблемної заборгованості, неконтрольовані коливання валютного курсу та ін. Безумовно, деякі події можна трактувати як позитивні, зокрема, очищення банківської системи від неефективних банків, проте разом з цим, через непродуману та непослідовну політику регуляторів були визнані неплатоспроможними ряд банків, що входять до I та II груп, а також один із системних банків. Наразі коштів Фонду гарантування вкладів катастрофічно не вистачає, тому уряд вимушений здійснювати випуск облігацій внутрішньої державної позики, щоб здійснити виплати усім вкладникам.

Висновок. Виходячи з цього, ми вважаємо, що існуюча модель регулювання фінансового ринку в Україні є застарілою та такою, що не відповідає вимогам сучасності. Комплексна модель також не зможе забезпечити всебічне регулювання фінансового ринку та усунення диспропорцій його секторального розвитку, окрім цього, зосередження всіх повноважень в одному регуляторі є небезпечним для країни, яка все ще перебуває на початкових етапах становлення ринкових відносин. А тому вважаємо доцільним створення та формування вітчизняних регуляторних органів за моделлю на основі завдань. Саме вона, на нашу думку, зможе забезпечити фінансову стабільність, контролювати розширення та скорочення фінансового сектору, в певному діапазоні, що не шкодитиме фінансовій стабільності, дасть поштовх до диверсифікації фінансових інструментів на користь небанківського сектору з метою ліквідації існуючих диспропорцій та забезпечення гармонійного розвитку.

Література

1. Eavis P. Regulators propose rule to reduce risk of derivatives [Електронний ресурс] / P. Eavis. – Режим доступу : http://dealbook.nytimes.com/2014/09/03/regulators-propose-rule-to-reduce-risk-of-derivatives/?_r=0.
2. Nisen M. Forget the tech bubble. It's the biotech bubble you should worry about [Електронний ресурс] / M. Nisen. – Режим доступу : <http://qz.com/324939/biotech-valuation-bubble>.
3. Абакуменко О. В. Розвиток кон'юнктури фінансового ринку України: Монографія / О. В. Абакуменко. – Чернігів : ПАТ «ПВК «Десна», 2013. – 464 с.
4. Адамик Б. П. Інституційна архітектура державного регулювання діяльності банків в умовах посткризового розвитку фінансового ринку / Б. П. Адамик // Наука й економіка. – 2013. – №3 (31). – С. 11-16
5. Дорошенко І. В. Сучасні теоретичні концепції розвитку фінансових ринків капіталу [Електронний ресурс] / І. В. Дорошенко. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10>.
6. Жук Є. Закордонна практика регулювання фінансових ринків [Електронний ресурс] / Є. Жук. – Режим доступу : <http://www.rcb.ru/rcb/2008-11/13923>.
7. Ковальчук В. М. Світова економіка: її історія та дослідники Навч. посіб. / В. М. Ковальчук, А. Н. Останкова. – К. : Центр учбової літератури, 2011 – 524 с.
8. Кругман П. Почему экономическая наука бессильна [Електронний ресурс] / П. Кругман. – Режим доступу : http://slon.ru/economics/pochemu_ekonomicheskaya_nauka_bessilna-130856.xhtml.
9. Науменкова С. В. Системи регулювання ринків фінансових послуг зарубіжних країн Навч. посіб. / С. В. Науменкова, В. І. Міщенко. – К. : Центр наукових досліджень НБУ, Університет банківської справи НБУ, 2010. – 170 с.
10. Салімбаєв З. Державне регулювання фінансового ринку [Електронний ресурс] / З. Салімбаєв. – Режим доступу : <http://articlez.com/article/8572>.
11. Офіційний сайт Національної асоціації венчурного капіталу США [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nvca.org/pressreleases/annual-venture-capital-investment-tops-48-billion-2014-reaching-highest-level-decade-according-moneytree-report>.
12. Статистичний звіт Федеральної резервної системи США [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.federalreserve.gov/releases/z1/20141211/z1.pdf>.

References

1. Eavis, P. (2014). *Regulators propose rule to reduce risk of derivatives*. Retrieved from: http://dealbook.nytimes.com/2014/09/03/regulators-propose-rule-to-reduce-risk-of-derivatives/?_r=0.
2. Nisen, M. (n.d.). *Forget the tech bubble. Its the biotech bubble you should worry about*. Retrieved from: <http://qz.com/324939/biotech-valuation-bubble>.

ФІНАНСИ. БАНКІВСЬКА СПРАВА

3. Abakumenko, O. V. (2013). *Rozvytok koniunktury finansovoho rynku Ukrainy: Monohrafiia [The development of business cycle of financial market of Ukraine: Monograph]*. Chernihiv: PAT «PVK «Desna» [in Ukrainian].
4. Adamyk, B. P. (2013). Instytutsiina arkhitektura derzhavnogo rehuliuвання diialnosti bankiv v umovakh postkryzovoho rozvytku finansovoho rynku [The institutional architecture of the state regulation of activity of banks under conditions of post-crisis development of the financial market]. *Nauka y ekonomika - Science and economics*, 3 (31), 11-16 [in Ukrainian].
5. Doroshenko, I. V. (n.d.). *Suchasni teoretychni kontseptsii rozvytku finansovykh rynkiv kapitalu [Modern theoretical concepts of financial capital markets development]*. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=10>. [in Ukrainian].
6. Zhuk, Ye. (2008). *Zakordonna praktyka rehuliuвання finansovykh rynkiv [Foreign practice of regulation financial markets]*. Retrieved from: <http://www.rcb.ru/rcb/2008-11/13923>. [in Ukrainian].
7. Kovalchuk, V. M., Ostankova, A. N. (2011). *Svitova ekonomika: yii istoriia ta doslidnyky Navch. posib. [World economy: its history and researchers: tutorial]*. Kyiv: Tsentр uchbovoi literatury [in Ukrainian].
8. Krugman, P. (n.d.). *Pochemu ekonomicheskaya nauka bessilna [Why economics is powerless]*. Retrieved from: http://slon.ru/economics/pochemu_ekonomicheskaya_nauka_bessilna-130856.xhtml. [in Russian].
9. Naumenkova, S. V., & Mishchenko, V. I. (2010). *Systemy rehuliuвання rynkiv finansovykh posluh zarubizhnykh krain Navch. posib. [Systems of regulation of foreign countries financial services markets]*. Kyiv: Center of scientific investigations of NBU, NBU Banking University [in Ukrainian].
10. Salimbaev, Z. (n.d.). *Derzhavne rehuliuвання finansovoho rynku [State regulation of the financial market]*. Retrieved from: <http://articlekz.com/article/8572>. [in Ukrainian].
11. Ofitsiinyi sait Natsionalnoi asotsiatsii venchnoho kapitalu SShA [The official website of the National Venture Capital Association USA]. (2014). *nvca.org* Retrieved from: <http://nvca.org/pressreleases/annual-venture-capital-investment-tops-48-billion-2014-reaching-highest-level-decade-according-moneytree-report>. [in Ukrainian].
12. Statystychnyi zvit Federalnoi rezervnoi systemy SShA [Statistical Report of the Federal Reserve System of USA]. (2014). *www.federalreserve.gov* Retrieved from: <http://www.federalreserve.gov/releases/z1/20141211/z1.pdf>. [in Ukrainian].

Надійшла 07.09.2015

МАРКЕТИНГ

УДК 339.9:334.726

О. О. Євдоченко, к. е. н., доцент,
Н. В. Чала, магістр**СУЧАСНІ НАПРЯМИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТНК**

Анотація. У статті визначено основні напрями екологізації маркетингової діяльності транснаціональних корпорацій, узагальнено інструментарій та технології екологічного маркетингу, які застосовуються при розробці товару, його виробництві, пакуванні, процесі постачання, утилізації, проілюстровано практичне застосування екологічних принципів транснаціональними корпораціями.

Ключові слова: екологічний маркетинг, екологізація маркетингової діяльності, транснаціональні корпорації.

Е. А. Евдоченко, к. э. н., доцент,
Н. В. Чала, магистр**СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОЛОГИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТНК**

Аннотация. В статье определены основные направления экологизации маркетинговой деятельности транснациональных корпораций, обобщены инструменты и технологии экологического маркетинга, которые применяются с момента разработки товара, его производства, упаковки, процесса поставки до утилизации, проиллюстрировано практическое внедрение экологических принципов транснациональными корпорациями.

Ключевые слова: экологический маркетинг, экологизация маркетинговой деятельности, транснациональные корпорации.

О. О. Yevdochenko, Candidate of Economic Sciences, Associate professor
N. V. Chala, Holder of a Master's Degree**THE MODERN TRENDS OF THE MARKETING ACTIVITIES ECOLOGIZATION OF MNC**

Abstract: The basic directions of marketing activities ecologization of transnational corporations are defined, the tools and technologies of environmental marketing which apply from the product development, its production, packaging, delivery chains to the recycling process are generalized, the practical application of ecological principles of transnational corporations are illustrated in the article.

Keywords: environmental marketing, ecologization of marketing activities, multinational corporations.

Актуальність теми дослідження. Погіршення стану навколишнього середовища, підвищення вимог споживачів до якості та екологічної чистоти продукції, яку вони купують, її впливу на здоров'я людини і довкілля призвели до появи такого поняття як «екологічний маркетинг». Сучасні глобальні проблеми розвитку світової економіки актуалізують використання інструментарію та механізмів екологічного маркетингу задля задоволення потреб споживачів, охоплення більшої кількості сегментів та підвищення міжнародних рейтингів компаній.

Постановка проблеми. Не зважаючи на відсутність у науковців єдиного підходу до трактування поняття «екологічний маркетинг», його впровадження в маркетингову діяльність міжнародних компаній надає можливість задоволення існуючого попиту на екологічно чисту продукцію, збереження екологічної рівноваги навколишнього природного середовища та, що не менш важливо, може забезпечити конкурентні переваги продукції та додаткові прибутки її виробникам.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналізуючи праці відомих науковців та практиків-маркетологів, а саме Ілляшенко С. М., Армстронга Г., Ращенко А. В., Садченко О. В., Вічевич А. М., Вайданич Т. В., Дідович І. І., Дідович А. П., Отман Ж., Хачатурова А. Є., Оксентюк Б.,

МАРКЕТИНГ

Кожушко Л. Ф., Тендюк А. О., Скрипчук П. М., Фещенко В. П., Андреевої Н. М., Гранта Дж., Дерягіної С. Є., Ферару Г. С. та Бєвлова Г. В., необхідно наголосити, що сьогодні найчастіше виділяють шість концепцій екологічного маркетингу, а саме: 1) концепція власне «екологічного» маркетингу (тобто класична маркетингова концепція з урахуванням екологічних нормативів і обмежень); 2) маркетинг екологічних товарів і послуг; 3) маркетинг природних ресурсів і умов, маркетинг природокористування; 4) маркетинг природоохоронної діяльності та відтворення навколишнього середовища; 5) маркетинг екологічних знань, технологій та інновацій; 6) мережевий екомаркетинг.

У даній статті розглянуто особливості та принципи власне «екологічного» маркетингу та маркетингу екологічних товарів і послуг з **метою** визначити основні сучасні напрями екологізації маркетингової діяльності ТНК.

Постановка завдання. Безперечно, впровадження в компанії екологічного маркетингу й систем екологічного управління несе з собою прямі вигоди, які пов'язані з можливістю розширити ринок збуту продукції, уникнути непотрібних видатків, знизити витрати, зберегти основні фонди, одержати інвестиції. Також існують і непрямі вигоди, що включають поліпшення мотивації співробітників компанії, відносин з місцевими споживачами, підвищення загального рівня екологічної культури населення країни, репутацію компанії [1, с. 71-79].

Виклад основного матеріалу. Новий етап у розвитку екологічного маркетингу почався у 2006-2007 роках у зв'язку зі зростанням свідомості та мотивації людей до екологічного споживання (тобто такого споживання товарів і послуг, що наносять найменшу шкоду навколишньому середовищу на всіх стадіях життєвого циклу), незалежно від того, що було його мотивом – турбота про власне здоров'я, фінансова мотивація, мода чи дійсно стурбованість екологічними проблемами. За даними дослідження французького консалтингового агентства RISC International [2] рух «позитивного» споживання продовжує поширюватись і наразі охоплює вже більше 30% споживачів розвинутих країн світу та країн, що розвиваються. «Позитивний» споживач наразі при виборі товарів та послуг прагне досягти максимальної рівноваги по п'ятих параметрах: екологія, етика, суспільство, добробут і здоров'я.

Так, схильність до купівлі та споживання продукції соціально відповідальних брендів є найсильнішою в Азійсько-Тихоокеанському регіоні (64% споживачів), Латинській Америці (63%) і Близькому Сході / Африці (63%), у Північній Америці і Європі – 42 і 40 % відповідно [3]. Згідно з оцінками, які наводить Мартін Ліхтль, директор німецької компанії Lichtl Ethics & Brands, у Європі третина споживачів зацікавлена в екопродукції, а 15% покупців фахівець називає справжніми "еко-шопперами" - це ті, хто вважає, що екологічний – це якісний товар, і готові платити за нього більше [4]. За даними дослідження 2014 року компанії Gibbs & Soell (Sense & Sensibility Study: Perspectives on Corporate Sustainability) жінки більш схильні до придбання продуктів чи послуг екологічно свідомої компанії (76% усіх опитаних) [5].

Сьогодні 83% опитаних споживачів, серед яких представники кожного покоління - від «бейбі-бумерів» до покоління «Y» (народжених в період від 1980-х і ранніх 90-х) та покоління «міленіума» (народжені в період другої половини 90-х та 2000-х років) - уособлюють сформовані сегменти екологічно стурбованих споживачів, впливають на купівельну поведінку інших людей, підтримують різноманітні екологічні ідеї (придбання електромобілів (наприклад, Toyota Prius чи Nissan LEAF electric) чи еко-сумок, виготовлених з тканини) [6].

Проте наразі все більшого значення набуває екологізація маркетингової діяльності компаній - від моменту розробки товару, його виробництва, пакування, процесу постачання до його утилізації. І навіть такі соціальні аспекти, як ставлення до робітників на виробництві не залишаються поза увагою. Соціальна відповідальність корпорацій розглядається тепер як обов'язковість.

«Озеленення» всього життєвого циклу товару стає тепер необхідністю, оскільки наявність одиничного атрибуту, такого як: придатний для переробки, органічний чи енергетично ефективний, не робить товар повністю «екологічним», хоч і є важливим. Враховуючи вище зазначені тенденції, значне число маркетологів дійшли висновку щодо нагальної потреби робити свої компанії та товари, що вони виготовляють, більш екологічними. Цей факт також підтверджується зростанням кількості зареєстрованих торговельних марок, які позиціонують себе як екологічні: «еко», «біо», «зелений», «чистий», «екологічний» [7, 8, 9].

МАРКЕТИНГ

В сучасних умовах розвитку світової економіки для ТНК відкриваються нові можливості, якщо врахувати, що навіть дійсно «зелені» споживачі не купують еко-товари постійно. Більше того, згідно доповіді компанії Mintel, що займається дослідженнями розвитку глобального ринку, 49% споживачів стверджують, що вони не купують екологічно чистих продуктів через їх недостатню наявність [10].

Пропаганда здорового способу життя стимулює споживачів до купівлі екологічних товарів, найбільшу перевагу серед яких вони віддають побутовим виробам з паперу, органічним продуктам харчування, побутовим миючим засобам, натуральній продукції особистої гігієни та продукції для догляду за домашніми тваринами. Так, FMCG компанії, продукція яких входить до цього переліку, активно застосовують стратегії екологічного маркетингу у своїй діяльності. Іноді це справді покращення екоякостей товару, а подекуди символічні маркетингові акції, такі як заміна упаковки чи способу доставки продукту [10].

У випадках, коли виробники або продавці заявляють про екологічну чистоту своєї продукції, не маючи на те підстав, доцільно говорити про «зелений камуфляж» або «greenwashing». Цим терміном позначають форму екологічного маркетингу, в якій широко застосовується «зелений» піар, мета якого ввести споживача в оману щодо екологічних цілей компанії задля підтримки іміджу екологічно-орієнтованої компанії, отримання політичної підтримки, збільшення продажів. В останні десятиліття спостерігається стійке зростання випадків використання «зеленого камуфляжу» міжнародними компаніями (на 79%) [11].

Дослідження агенства TerraChoice показують, що у 98% випадків позиціонування продукції як екологічно чистої виявляють прояви «зеленого камуфляжу», серед яких наступні: обґрунтування заяви про екологічну чистоту на підставі вкрай вузького списку факторів без згадки про небезпечні для людини і навколишнього середовища властивості продукту; використання неконкретних і таких, що вводять в оману, описів екологічності продукту; використання декларацій про екологічну безпеку, яка не має підтвердження авторитетної третьої сторони; використання маркувань, які не мають під собою будь-яких особливих екологічних якостей продукту в порівнянні з аналогічними товарами [12, 13].

Таким чином, основна причина застосування ТНК «greenwashing» – це бажання самих споживачів мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище. Проте повністю уникнути цього явища неможливо, оскільки професійні рекламні та піар-агентства, а також ЗМІ завжди можуть знайти непрямі шляхи використання «зеленого камуфляжу» [14].

Сьогодні дедалі більше ТНК через страх бути звинуваченими у «зеленому камуфляжі» поряд з традиційними річними звітами, почали публікувати документи про результати діяльності фірми в екологічній сфері (щорічна доповідь Anglo-American «Звіт про безпеку, охорону здоров'я, збереження довкілля» (Safety, Health and Environment Report), Unilever – «Доповідь про екологічну результативність» (Environmental Performance Report), Royal Dutch Shell – «Доповідь про населення, планету і доходи» (People, Planet and Profits), у деяких інших компаній екологічний розділ входить у соціальний звіт (Social Report)) [15].

Серед компаній, які активно застосовували маркетингові екостратегії на практиці доцільно виділити Coca-Cola CO, яка зробила спробу зменшити свій негативний вплив на навколишнє середовище, запровадивши програму пакування PlantBottle для бутильованої кока-коли. За оцінками спеціалістів нове пакування зменшило викиди CO₂ на 12-19% [16]. Вдалими є спроби компанії підвищити рівень екологічності товарів, а саме використання для холодних негазованих напоїв таких органічних підсолоджувачів як стевія, еритритол, цукровий спирт [17]. Даний тренд здорового способу життя підхопила також компанія Pepsi Co, запустивши бренд Pepsi True – напій з натуральними підсолоджувачами, який поки продається лише через Amazon та в деяких магазинах США [18].

У рамках своєї еко-ініціативи, спрямованої на те, щоб до 2012 року скоротити свій вуглецевий слід¹ на 30%, Danone вирішив повністю позбутися мультипак-упаковки. Зробити це виявилось набагато складніше, ніж очікувалося – процес модернізації зайняв близько трьох років. Однак не-

¹ «Вуглецевий слід» (Carbon Footprint) - термін, який використовується для позначення розрахункової кількості шкідливих для природи викидів від діяльності окремих організацій чи підприємств. Для споживчих цілей існує багато варіантів грубої оцінки цього параметра: від простих калькуляторів у форматі on-line до складних інструментів з використанням теорій життєвого циклу або розрахунків за методом «затрати-випуск» [23].

МАРКЕТИНГ

зважаючи на короткостроковий негативний ефект, цей крок не тільки підвищив цінність бренду, але і дозволив компанії заощадити 2,5 млн євро в рік (з розрахунку - 2 центи за упаковку) [19].

Досить вражаючі результати щодо екологізації власної діяльності показує група компаній Mondelez International. Уже 10-й рік поспіль корпорація була внесена до індексу Dow Jones Sustainability у США, та 9-тий рік поспіль у світі [20]. У звіті компанії наголошується, що корпорація зменшила використання енергії на 16% і викиди вуглекислого газу на 18% на тонну продукції (далі: на т. п.) протягом 2005-2010 років. Наразі поставлена мета подальшого зменшення ще на 15% до кінця 2015 року. Певне число об'єктів компанії були визнані сертифікацією LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), включаючи фабрики в Бразилії та Німеччині.

Протягом 2005-2010 років заводам компанії вдалось скоротити використання води на 30% на т. п., зменшити кількість відходів на 40% на т.п. При цьому, більше 40 фабрик компанії працюють не створюючи абсолютно ніяких відходів. Також за цей період вдалось скоротити використання пакувального матеріалу на 200 млн. тонн [21].

Екологічна політика групи компаній Mondelez International поширюється і на дочірнє підприємство «Монделіс Україна». Завдяки встановленню тепловловлювачів фабрика стала споживати в рік на 600 тис. м3 природного газу менше, а за рахунок повторного використання води зменшили її використання на 39%, 82% виробничих відходів фабрика передає на повторну переробку. Більше того, компанія виділила понад 5,3 млн. грн. і в 2011 році збудувала станцію попередньої очистки, яка значно знижує вміст забруднюючих речовин і не допускає перевантаження міських очисних споруд. Крім того, на фабриці з виготовлення чіпсів компанія збудувала власні споруди повної біологічної очистки, виділивши на цей проект близько 33 млн. грн. Очищена вода відповідає всім вимогам національного законодавства. Крім того, компанією ретельно перевіряються сировина та постачальники [22].

Висновок. Таким чином, останнє десятиліття характеризується всебічною екологізацією. Транснаціональні компанії активно створюють собі імідж екологічно свідомого підприємства, застосовуючи інструменти та технології екологічного маркетингу протягом всього життєвого циклу товару, впроваджуючи нові стандарти виробництва, пакування, доставки товару, його утилізації, а також активно розвиваючи систему маркетингових комунікацій. В той же час успішність таких заходів можлива лише у суспільстві, де споживачі дбають про природу й власне здоров'я і є екологічно свідомими. Оскільки покупці, які хочуть бачити "дружні до довкілля" товари та компанії - критичні у виборі продуктів і послуг.

Література

1. Садченко О. В. Концепції екологічного маркетингу / О. В. Садченко // Економічний вісник національного гірничого університету. – № 3. – 2009. – С.71-79.
2. Зелений бізнес. Альтернативная энергетика, инновации, эко-дизайн, экомобили [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://greenbiz.ru>.
3. Adams A.-T. Global consumers are willing to put money where their heart is when it comes to goods and services from companies committed to social responsibility [Електронний ресурс] / Anne-Taylor Adams // Nielsen, 2014 – Режим доступу : <http://www.nielsen.com/ca/en/press-room/2014/global-consumers-are-willing-to-put-their-money-where-their-heart-is.html>.
4. DW: Український ринок в очікуванні "еко-шопперів" [Електронний ресурс] / Журнал Кореспондент, 29 квітня 2013. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/dw/1554294-dw-ukrayinskij-rinok-v-ochikuvanni-eko-shopperiv>.
5. Tague A. How eco-friendly products save the world and you're your bottom line [Електронний ресурс] / Angela Tague // National hardware show "Industry edge". – Special Reports, 2014. – Режим доступу : <http://industryedge.nationalhardwareshow.com/2014/03/eco-friendly-products-hardware-industry>
6. Ottman O. The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding/ Jacquelyn Ottman // BK business book. – Berrett-Koehler Publishers, 2011. – 256 p.
7. Смирнова Е. В. Экологический маркетинг / Е. В. Смирнова // Практический маркетинг. – 2010. – №4 (158). – С. 9-14.
8. Companies with green products [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/greenchina/images/attachement/jpg/site1/20110412/0013729e3c900f0e51db31.jpg>.
9. Количество выданных сертификатов по ISO 14001 в мире [Електронний ресурс] / Интерсертифика-ТЮФ совместно с ТЮФ Тюринген. – Режим доступу : <http://www.qcert.ru/rus/docs/certification--management-systems/cert-count/cert-world-14001>.
10. Hanas J. A World Gone Green [Електронний ресурс] / Jim Hanas // Advertising age, 2007 – Режим доступу : <http://adage.com/article/special-report-ecomarketing/a-world-green/117113>.
11. Greenwashing report [Електронний ресурс] : отчет / Underwriters Laboratories global network, 2010. – Режим доступу : <http://sinsofgreenwashing.com/findings/greenwashing-report-2010>.

МАРКЕТИНГ

12. Кривоцерцев С. Greenwashing или псевдомаркировки [Електронний ресурс] / Сергей Кривоцерцев // Национальное бюро экологических стандартов и рейтингов России и СНГ. – Режим доступа : <http://nbesr.ru/greenwashing.html>.
13. Greenwashing – зеленый камуфляж или отмывание бренда [Електронний ресурс] / Информационный ресурс EcologyMD, 2014-01-27. – Режим доступа : http://www.ecology.md/section.php?section=news&id=11413#_VTikPfA7wxK.
14. “Greenwashing” как рекламный ход [Електронний ресурс] / Euronews, 2014 — Режим доступа : <http://ru.euronews.com/2014/12/05/greenwashing-misleading-green-advertising>.
15. Терехов Є.М. Вплив транснаціональних корпорацій на розвиток національних економічних систем / Є. М. Терехов, О. В. Прокопенко // Вісник СумДУ. – 2010. – №1. – С.103-113.
16. Christopher Z. Coca-Cola Company (KO) Responds To ‘Greenwashing’ Charge: Criticism Of PlantBottle Is ‘Half-Empty’ [Електронний ресурс] / Zara Christopher // International business times, September 06, 2013. – Режим доступа : <http://www.ibtimes.com/coca-cola-company-ko-responds-greenwashing-charge-criticism-plantbottle-half-empty-1403284>.
17. Nassaue S. Does Organic Food Taste as Virtuous If It Goes Mass Market? [Електронний ресурс] / Sarah Nassaue // Wall Street Journal, March 18, 2015. – Режим доступа : <http://www.wsj.com/articles/does-organic-food-taste-as-virtuous-if-it-goes-mass-market-1426618298>.
18. Esterl M. PepsiCo Expands Distribution of Stevia-Sweetened Cola [Електронний ресурс] / Mike Esterl // The Wall Street Journal, January 26, 2015 — Режим доступа : <http://www.wsj.com/articles/pepsico-expands-distribution-of-stevia-sweetened-cola-1422308756>.
19. Какой должна быть экологичная упаковка [Електронний ресурс] / Экоалион, 2012. – Режим доступа: <http://ecosalino.com/ecopr/kakoj-dolzha-byt-ekologichnaya-upakovka.html>.
20. Mondelez International Named to Dow Jones Sustainability Index for Tenth Consecutive Year [Електронний ресурс] / Marketwatch, 2014. — Режим доступа : <http://www.marketwatch.com/story/mondelez-international-named-to-dow-jones-sustainability-index-for-tenth-consecutive-year-2014-09-17>.
21. Environmental Footprint [Електронний ресурс] / Mondelez International, 2015. – Режим доступа : <http://www.mondelezinternational.com/well-being/sustainable-resources-and-agriculture/environmental-footprint>.
22. Звіт про соціальну відповідальність «Монделіс Україна» [Електронний ресурс] / Mondelez International, 2014. – Режим доступа : http://ua.mondelezinternational.com/~media/MondelezCorporate/ua/uploads/Documents/2014/3/Mondelez_Ukraine_Impact_Report_July_2014.pdf.
23. Всеукраїнська громадська організація «Жива планета» [Електронний ресурс] – Режим доступа : <http://www.zhiva-planeta.org.ua>.

References

- Sadchenko, O. V. (2009). Kontseptsii ekolohichnoho marketynhu [Concepts of environmental marketing]. *Ekonomichnyi visnyk natsionalnoho hirnychoho universytetu – Economic Bulletin of National Mining University*, 3, 71-79 [in Ukrainian].
- Zelenyy biznes. Alternativnaya energetika, innovatsii, eko-dizayn, Green vehicle [Green business. Alternative energy, innovation, eco-design, ekomobilij]. (n.d.). Retrieved from : <http://greenbiz.ru> [in Russian].
- Adams, A.-T. (2014). *Global consumers are willing to put money where their heart is when it comes to goods and services from companies committed to social responsibility*. Retrieved from: <http://www.nielsen.com/ca/en/press-room/2014/global-consumers-are-willing-to-put-their-money-where-their-heart-is.html>.
- DW: Ukrainskyi rynek v ochikuvanni "eko-shopperiv" [DW: The Ukrainian market in expectation the "Eco-Shopper"]. (2013). *Zhurnal Korespondent - Journal Reporter*. Retrieved from: <http://ua.korrespondent.net/dw/1554294-dw-ukrayinskij-rinok-v-ochikuvanni-eko-shopperiv> [in Russian].
- Tague, A. (2014). *How eco-friendly products save the world and you're your bottom line*. National hardware show “Industry edge”. Special Reports. Retrieved from: <http://industryedge.nationalhardwareshow.com/2014/03/eco-friendly-products-hardware-industry>
- Ottman, O. (2011). *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. BK business book. Berrett-Koehler Publishers.
- Smirnova, E. V. (2010). Ekologicheskyy marketing [Environmental marketing]. *Prakticheskyy marketing - Practical Marketing*, 4 (158), 9-14. [in Russian].
- Companies with green products (n.d.). www.chinadaily.com.cn Retrieved from: <http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/greenchina/images/attachment/jpg/site1/20110412/0013729e3c900f0e51db31.jpg>.
- Intersertifika-TYuF sovместno s TYuF Tyuringen. (n.d.). *Kolichestvo vydannykh sertifikatov po ISO 14001 v mire [The number of certificates issued to ISO 14001 in the world]*. Retrieved from: <http://www.qcert.ru/rus/docs/certification--management-systems/cert-count/cert-world-14001>. [in Russian].
- Hanas, J. A. (2007). *World Gone Green. Advertising age, 2007*. Retrieved from: <http://adage.com/article/special-report-ecomarketing/a-world-green/117113>.
- Underwriters Laboratories global network (2010). *Greenwashing report*. Retrieved from: <http://sinsofgreenwashing.com/findings/greenwashing-report-2010>.
- Krivozertsev, S. (n.d.). *Greenwashing or psevdomarkirovki [Greenwashing or pseudo-labeling]*. Natsionalnoe byuro ekologicheskikh standartov i reytingov Rossii i SNG - National Bureau of environmental standards and ratings of Russia and the CIS. Retrieved from: <http://nbesr.ru/greenwashing.html>. [in Russian].
- Greenwashing – zelenyy kamuflyazh ili otmyvanie brenda [Greenwashing - greenwashing or laundering brand]. (n.d.). www.ecology.md Informational resource Ecology. Retrieved from: http://www.ecology.md/section.php?section=news&id=11413#_VTikPfA7wxK. [in Russian].
- “Greenwashing” kak reklamnyy khod [“Greenwashing” as an advertisement]. (2014). Euronews. ru.euronews.com Retrieved from: <http://ru.euronews.com/2014/12/05/greenwashing-misleading-green-advertising>. [in Russian].

МАРКЕТИНГ

15. Terekhov, Ye.M., & Prokopenko, O. V. (2010). Vplyv transnatsionalnykh korporatsii na rozvytok natsionalnykh ekonomichnykh system [The influence of transnational corporations on the development of national economy system]. *Visnyk SumDU - The Visnyk of the SSU*, 1, 103-113. [in Ukrainian].
16. Christopher, Z. (2013). Coca-Cola Company (KO) Responds To 'Greenwashing Charge: Criticism Of PlantBottle Is 'Half-Empty'. *International business times*. Retrieved from: <http://www.ibtimes.com/coca-cola-company-ko-responds-greenwashing-charge-criticism-plantbottle-half-empty-1403284>.
17. Nassaue, S. (2015). Does Organic Food Taste as Virtuous If It Goes Mass Market?. *Wall Street Journal*. Retrieved from: <http://www.wsj.com/articles/does-organic-food-taste-as-virtuous-if-it-goes-mass-market-1426618298>.
18. Esterl, M. (2015). PepsiCo Expands Distribution of Stevia-Sweetened Cola. *The Wall Street Journal*. Retrieved from: <http://www.wsj.com/articles/pepsico-expands-distribution-of-stevia-sweetened-cola-1422308756>.
19. Kakoy dolzhna byt ekologichnaya upakovka [What kind the eco-friendly packaging should be]. (2012). *Ekosalinon*. Retrieved from: <http://ecosalinon.com/ecopr/kakoj-dolzhna-byt-ekologichnaya-upakovka.html>. [in Russian].
20. Mondelez International Named to Dow Jones Sustainability Index for Tenth Consecutive Year. (2014). *marketwatch.com* Retrieved from: <http://www.marketwatch.com/story/mondelez-international-named-to-dow-jones-sustainability-index-for-tenth-consecutive-year-2014-09-17>.
21. Environmental Footprint. Mondelez International (2015). *www.mondelezinternational.com* Retrieved from: <http://www.mondelezinternational.com/well-being/sustainable-resources-and-agriculture/environmental-footprint>.
22. Mondelez International (2014). *Zvit pro sotsialnu vidpovidalnist «Mondelis Ukraina» [Report on Social Responsibility "Mondelis Ukraine"]*. Retrieved from: http://ua.mondelezinternational.com/~media/MondelezCorporate/ua/uploads/Doc-files/2014/3/Mondelez_Ukraine_Impact_Report_July_2014.pdf. [in Ukrainian].
23. Vseukrainska hromadska orhanizatsiia «Zhyva planeta» [All-Ukrainian public organization "AlivePlanet"]. (n.d.). <http://www.zhiva-planeta.org.ua> Retrieved from: <http://www.zhiva-planeta.org.ua>. [in Ukrainian].

Надійшла 09.09.2015

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Абакуменко Ольга Вікторівна** доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансової діяльності суб'єктів господарювання і державних установ Чернігівського національного технологічного університету;
<http://orcid.org/0000-0002-9977-633X>
- Баличова
Вікторія Олександрівна** викладач ПВНЗ «Інститут ділового адміністрування»;
<http://orcid.org/0000-0002-2651-8372>
- Бондаренко
Валерій Михайлович** доктор економічних наук, доцент, професор кафедри маркетингу та реклами Вінницького Торговельно-Економічного Інституту Київського Національного Торговельно-Економічного Університету;
<http://orcid.org/0000-0001-8854-9011>
- Боярчук
Людмила Вячеславівна** викладач Чернігівського національного технологічного університету;
<http://orcid.org/0000-0002-0879-4883>
- Верденхофа Ольга Романівна** проректор з міжнародних зв'язків Вищої школи менеджменту інформаційних систем
<http://orcid.org/0000-0002-7906-3463>
- Виговська
Валентина Вікторівна** кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансової діяльності суб'єктів господарювання і державних установ Чернігівського національного технологічного університету;
<http://orcid.org/0000-0001-8632-9656>
- Гарафонова Ольга Іванівна** кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана;
<http://orcid.org/0000-0002-4740-7057>
- Гудзинський
Олексій Дмитрович** доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту ім. проф. Й. С. Завадського Національного університету біоресурсів та природокористування;
<http://orcid.org/0000-0001-6494-851X>
- Джурбаєв
Жахонгір Шакірджанович** молодший науковий співробітник Інституту прогнозування та макроекономічних досліджень при Кабінеті Міністрів Республіки Узбекистан;
<http://orcid.org/0000-0002-9952-751X>
- Дуднікова Ірина Ігорівна** доцент, завідувач кафедри екології, ПВНЗ «Європейський університет»
- Євдоченко
Олена Олександрівна** кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної торгівлі Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана;
<http://orcid.org/0000-0002-2021-4116>
- Ільчук Валерій Петрович** доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Чернігівського національного технологічного університету;
- Калугін Юрій Олександрович** асистент ПВНЗ «Інститут ділового адміністрування»
<http://orcid.org/0000-0002-0595-4546>
- Коваленко Лариса Олексіївна** кандидат економічних наук, професор кафедри фінансової діяльності суб'єктів господарювання і державних установ Чернігівського національного технологічного університету;
<http://orcid.org/0000-0002-6562-3693>
- Кратко Євгеній В'ячеславович** студент Чернігівського національного технологічного університету;
<http://orcid.org/0000-0002-6898-4726>

Кунденко Аліна Володимирівна	кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту Чернігівського національного технологічного університету; http://orcid.org/0000-0003-0227-4059
Лук'янова Валентина Вячеславівна	доктор економічних наук, професор кафедри економіки підприємства і підприємництва Хмельницького національного університету; http://orcid.org/0000-0002-6159-9892
Марченко Наталія Андріївна	кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансової діяльності суб'єктів господарювання і державних установ Чернігівського національного технологічного університету; https://orcid.org/0000-0002-0325-7632
Миколайчук Ірина Павлівна	кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, Київський національний торговельно-економічний університет; http://orcid.org/0000-0001-7380-5000
Ніколаско Юрій Володимирович	кандидат економічних наук, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи і страхування Чернігівського національного технологічного університету;
Пазюк Вікторія Леонідівна	здобувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Чернігівського національного технологічного університету; http://orcid.org/0000-0002-5804-8942
Паливода Олена Михайлівна	кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту сфери послуг Київського національного університету технологій та дизайну; http://orcid.org/0000-0001-9714-9765
Повжик Катерина Василівна	аспірант заочного відділення кафедри фінансової діяльності суб'єктів господарювання і державних установ Чернігівського національного технологічного університету; http://orcid.org/0000-0001-8830-6263
Полковниченко Світлана Олександрівна	кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної теорії Чернігівського національного технологічного університету; https://orcid.org/0000-0001-6177-1325
Прокопенко Наталія Семенівна	доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та банківської справи, ПВНЗ «Європейський університет» http://orcid.org/0000-0001-6753-8831
Савін Станіслав Юрійович	кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту та маркетингу Херсонського національного технічного університету; http://orcid.org/0000-0002-0405-3244
Савіна Галина Григорівна	доктор економічних наук, проректор з наукової роботи Херсонського національного технічного університету; http://orcid.org/0000-0002-5587-6494
Савченко Володимир Федорович	доктор економічних наук, професор кафедри економічної теорії Чернігівського національного технологічного університету, заслужений економіст України; ResearcherID: H-3603-2014
Свідерська Антоніна Владиславівна	аспірант, молодший науковий співробітник кафедри економіки підприємства і підприємництва Хмельницького національного університету; http://orcid.org/0000-0002-1879-7754
Ткаченко Наталія Володимирівна	доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів і кредиту Черкаського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи»

Тюхтенко Наталія Анатоліївна	кандидат економічних наук, доцент, проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи Херсонського національного технічного університету; http://orcid.org/0000-0003-4634-9139
Холодницька Алла Вячеславівна	кандидат економічних наук, доцент Чернігівського національного технологічного університету; https://orcid.org/0000-0001-5563-3591
Хоменко Олександр Вікторович	кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету економіки та бізнесу Київського національного університету технологій та дизайну
Чала Надія Володимирівна	магістр з міжнародної економіки Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана; http://orcid.org/0000-0002-9679-7047
Шегда Марія Валеріївна	аспірант Київського національного університету будівництва і архітектури http://orcid.org/0000-0002-8484-503X

AUTHORS DATA

Abakumenko Olha Viktorivna	Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Financial Activity of Business Entities and State Institutions, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-9977-633X
Balychova Viktoriia Oleksandrivna	Lecturer, Institute of Business Administration (Kryvyi Rih, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-2651-8372
Boiarchuk Liudmyla Viacheslavivna	Lecturer, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-0879-4883
Bondarenko Valerii Mykhailovych	Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor at the Department Marketing and Advertising, Vinnytsa Institute of Trade and Economics, Kyiv National University of Trade and Economics (Vinnytsa, Ukraine); http://orcid.org/0000-0001-8854-9011
Chala Nadiia Volodymyrivna	Master of International Economics, Vadym Hetman Kyiv National Economic University (Kyiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-9679-7047
Dudnikova Iryna Ihorivna	Associate Professor, Head of Department of Ecology, European University (Kyiv, Ukraine);
Harafonova Olha Ivanivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management, Vadym Hetman Kyiv National Economic University (Kyiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-4740-7057
Hudzynskiy Oleksii Dmytrovych	Doctor of Economic Sciences, Professor at the Prof. Y. S. Zavadskiy Department of Management, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Kyiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0001-6494-851X
Dzhurbaiev Zhakhonhir Shakirdzhanovych	Junior Researcher, Institute of Forecasting and Macroeconomic Research under the Cabinet of Ministers of Uzbekistan (Toshkent, Uzbekistan); http://orcid.org/0000-0002-9952-751X
Ilchuk Valerii Petrovych	Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Finance and Banking, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine);

Kaluhin Yuri Oleksndrovych	Assistant, Institute of Business Administration (Kryvyi Rih, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-0595-4546
Kholodnytska Alla Viacheslavivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); https://orcid.org/0000-0001-5563-3591
Khomenko Oleksandr Viktorovych	Candidate of Pedagogic Sciences, Associate Professor, Dean of the Department of Economics and Business, Kyiv National University of Technologies and Design (Kyiv, Ukraine);
Kovalenko Larysa Oleksiivna	Candidate of Economic Sciences, Professor at the Department of Financial Activity of Business Entities and State Institutions, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-6562-3693
Kratko Yevhenii Viacheslavovych	Student, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-6898-4726
Kundenko Alina Volodymyrivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Management Department, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0003-0227-4059
Lukianova Valentyna Viacheslavivna	Doctor of Economic Sciences, Professor at the Department of Enterprise Economics and Business, Khmelnytskyi National University (Khmelnytskyi, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-6159-9892
Marchenko Nataliia Andriivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Financial Activity of Business Entities and State Institutions, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); https://orcid.org/0000-0002-0325-7632
Mykolaichuk Iryna Pavlivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Management, Kyiv National University of Trade and Economics (Kyiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0001-7380-5000
Nikolaienko Yurii Volodymyrovych	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine);
Palyvoda Olena Mykhailivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Service Management, Kyiv National University of Technologies and Design (Kyiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0001-9714-9765
Paziuk Viktoriia Leonidivna	Degree Seeker at the Department of Finance and Banking, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-5804-8942
Polkovnychenko Svitlana Oleksandrivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Economic Theory, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0001-6177-1325
Povzhyk Kateryna Vasylivna	Postgraduate Distant Student at the Department of Financial Activity of Business Entities and State Institutions, Chernihiv National University of Technology (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0001-8830-6263
Prokopenko Nataliia Semenivna	Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Finance and Banking, European University (Kyiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0001-6753-8831

Savchenko Volodymyr Fedorovych	Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Economic Theory, Chernihiv National University of Technology, Honoured Economist of Ukraine (Chernihiv, Ukraine); ResearcherID: H-3603-2014
Savin Stanislav Yuriiovych	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Management and Marketing, Kherson National Technical University (Kherson, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-0405-3244
Savina Halyna Hryhorivna	Doctor of Economic Sciences, Vice Rector for Research, Kherson National Technical University (Kherson, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-5587-6494
Shehda Mariia Valeriivna	Postgraduate Student, Kyiv National University of Construction and Architecture (Kyiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-8484-503X
Sviderska Antonina Vladyslavivna	Postgraduate Student, Junior Researcher at the Department of Enterprise Economics and Business, Khmelnytskyi National University (Khmelnytskyi, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-1879-7754
Tiukhtenko Nataliia Anatoliivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Vice Rector for Academic Affairs and Research, Kherson National Technical University (Kherson, Ukraine); http://orcid.org/0000-0003-4634-9139
Tkachenko Nataliia Volodymyrivna	Doctor of Economics, Professor, Head of Department of Finance and Credit of Cherkasy educational-scientific institute SHEI «University of Banking» (Cherkasy, Ukraine);
Verdenkhofa Olha Romanivna	Vice Rector for International Relations, ISMA University (Лига, Латвия); http://orcid.org/0000-0002-7906-3463
Vyhovska Valentyna Viktorivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of Financial Activity of Business Entities and State Institutions, Chernihiv National Technological University (Chernihiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0001-8632-9656
Yevdochenko Olena Oleksandrivna	Candidate of Economic Sciences, Associate Professor at the Department of international trade, Vadym Hetman Kyiv National Economic University (Kyiv, Ukraine); http://orcid.org/0000-0002-2021-4116

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕННЯ ТА ПОДАННЯ РУКОПISУ ДО ЖУРНАЛУ

1. Мова написання рукопису статті: українська, російська або англійська. У разі подання статті українською або російською мовою **обов'язкове надання перекладу статті англійською мовою** (відповідно до п. 2.9. Наказу "Про затвердження порядку формування переліку наукових фахових видань України" від 17.10.2012 р. № 1111) або подайте **анотацію структуровану** (1500-2000 знаків) англійською мовою на один абзац (Times New Roman, 14 пт., курсив). Анотація повинна містити стисле формулювання змісту статті, не повторювати назву статті. Загальна структура анотації повинна містити:

- актуальність теми дослідження (**Urgency of the research**);
- постановка проблеми (**Target setting**);
- аналіз останніх досліджень і публікацій (**Actual scientific researches and issues analysis**);
- виділення недосліджених частин загальної проблеми (**Uninvestigated parts of general matters defining**);
- постановка завдання (**The research objective**);
- викладення основного матеріалу (**стисло**) (**The statement of basic materials**);
- висновки відповідно до статті (**Conclusions**).

2. Рукопис статті подається до редакції у такій формі:

- файл на дискеті (3,5") або CD-диску;
- один примірник роздрукованої статті (дивіться п. 5 «**Форма подання статті**» цих вимог).

3. Рукопис статті, підписаний авторами, супроводжується:

– **зовнішньою рецензією** із зазначенням наукового ступеня рецензента, вченого звання, посади, місця роботи (без скорочень), завірною печаткою;

- **англомовним перекладом статті** завіреним фахівцем з англійської мови (бюро перекладів або викладачами англійської мови);

- **відомостями про автора (авторів)** (завантажити шаблон ви можете на сайті «Наукового вісника Полісся» у розділі «Правила оформлення та подання рукопису»);

4. Рукопис статті не має містити заборонених до друку матеріалів, оскільки журнал є відкритим джерелом інформації. За зміст статті та інформаційне наповнення несе відповідальність автор (автори) статті та експерти.

5. Форма подання статті:

- обсяг рукопису – 12-24 тис. знаків (як виняток, не більше 40 тис. знаків), включаючи рисунки та таблиці;
- кількість співавторів – не більше трьох.
- стаття повинна бути підготовлена за допомогою редактора **Word for Windows®** (версії 97, 2000, XP, 2003, 2007) або сумісного редактора;
- рукопис повинен мати наскрізну нумерацію сторінок із вільним розміщенням нумерації в листі;
- **формат аркуша** – А4 (210×297), орієнтація сторінки – «книжна»; поля: **ліворуч** – 2,5 см; **праворуч** – 2,5 см; **зверху** – 2,5 см; **знизу** – 3 см; **переплетіння** – 0 см; **інтервал між рядками** – 1,5 пт.; інтервал між абзацами «до», «після» – 0 пт; відступи «праворуч», «ліворуч» – 0 пт; відступ першої строчки – 1,27 см;
- рисунки, фотографії, графіки слід **вставляти** в текст статті як об'єкт. Положення об'єкта – «в тексті»;
- рисунки, створені у вбудованому у WinWord редакторі рисунків, слід подавати як згруповані об'єкти.
- рисунки та таблиці не повинні розривати речення в абзаці, тобто вони мають бути розташовані після того абзацу, в якому на них робиться перше посилання в тексті.

6. Фізичні величини повинні подаватися в одиницях системи СІ.

Текст рукопису має бути побудований за загальноприйнятою схемою:

- **індекс УДК** у верхньому лівому кутку листа (Times New Roman, 14 пт.);
- **ініціали та прізвища авторів** у верхньому правому кутку листа (Times New Roman, 14 пт.). Порядок подання: **ім'я, по батькові, прізвище**;
- **науковий ступінь, вчене звання** (Times New Roman, 14 пт.);
- **порожній рядок** (Times New Roman, 14 пт.);
- **назва статті** – великими літерами, по центру, українською (або регіональною мовою), російською та англійською мовами (Times New Roman, 14 пт., **жирний**). Назва статті подається без використання вузькоспеціалізованих скорочень, крапка в кінці назви не ставиться;
- **порожній рядок** (Times New Roman, 14 пт.);
- **анотація** (500-600 знаків) українською (або регіональною мовою), російською та англійською мовами на один абзац (Times New Roman, 14 пт., курсив); анотація повинна містити стисле формулювання змісту статті, не повторювати назву статті;
- **порожній рядок** (Times New Roman, 14 пт.);
- **ключові слова** (3-10 слів) українською (або регіональною мовою), російською та англійською мовами (Times New Roman, 14 пт., курсив);
- **актуальність теми дослідження** (Times New Roman, 14 пт.);
- **постановка проблеми** (Times New Roman, 14 пт.);
- **аналіз останніх досліджень та публікацій** (Times New Roman, 14 пт.);
- **виділення недосліджених частин загальної проблеми** (Times New Roman, 14 пт.);
- **постановка завдання** (Times New Roman, 14 пт.);
- **виклад основного матеріалу** (можливий розподіл на підрозділи) (Times New Roman, 14 пт.);
- **висновки** відповідно до статті (Times New Roman, 14 пт.);
- **порожній рядок** (Times New Roman, 14 пт.);
- **література** (Times New Roman, 14 пт., **жирний**, по центру), обсяг до 10 джерел, детальна інформація щодо оформлення – п. 8;

– **надійшла** стаття до редакції у нижньому правому кутку листа (Times New Roman, 14 пт.) у форматі (ДД.ММ.РРРР);

7. Літературні джерела, що цитуються, повинні бути пронумеровані відповідно до порядку звертання до них у тексті. Посилання на джерело подається у квадратних дужках, наприклад: «... відомо з [4]. ...» або «... розглянуто у [4, С. 203] ...». Список літератури наводиться наприкінці статті відповідно до порядку звернення по тексту на мові оригіналу та згідно з ДСТУ ГОСТ 7.1:2006 «Система стандартів з інформації, бібліотечної та видавничої справи. Бібліографічний запис. Бібліографічний опис. Загальні вимоги та правила складання».

8. Список літератури англійською мовою повинен бути оформлений за міжнародним бібліографічним стандартом APA (<http://www.bibme.org/citation-guide/apa/>). Якщо наукова праця написана мовою, що використовує кирилический алфавіт, то її бібліографічний опис необхідно транслітерувати латинськими літерами. Після назви праці латинськими літерами зазначається переклад англійською мовою у дужках.

9. Автор (автори) може бути ознайомлений з коректурою статті. Зміна верстки автором, за виключенням виправлення помилок, не допускається. Виправлену та підписану коректуру слід повернути до редакції протягом двох днів після її отримання.

10. Рішення про можливість публікації статті приймає редколегія.

11. Робота, що не відповідає вищезазначеним вимогам, буде повернена секретарем редколегії.

12. Редакція залишає за собою право не приймати статті у форматі **Word 2007 document (*.docx, *.doc)** (ZIP-ed native XML document) або **Word 2007 Macro-enabled document (*.docm, *.doc)**.

Адреса редакції:	14033, м. Чернівці, вул. Стрілецька, 1, к. 103
Відповідальний за випуск:	Мороз Наталія Вікторівна
Телефон:	(04622) 5-69-81
E-mail:	nauk_vishn@ukr.net

ЗРАЗОК ОФОРМЛЕННЯ СТРУКТУРОВАНОЇ АНОТАЦІЇ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

UDC 349.3:355.292

M. V. Chichkan, Candidate of Legal Sciences, Associate Professor

SELECTED LEGAL ISSUES ON IMPLEMENTING OF PUBLIC POLICY IN THE SPHERE OF SOCIAL PROTECTION OF WAR VETERANS

Urgency of the research. In present-day conditions, the problems which are related to social protection of war veterans become especially topical and acute.

Target setting. Adequate funding of state guarantees for social protection of war veterans is absent and most of the legislation specific benefits and compensations for veterans either do not work or have lost their significance due to changing of social and economic relations.

Actual scientific researches and issues analysis. The issue of public policy in the sphere of social protection of war veterans became the subject of the scientific researches of N.B. Bolotina, S.M. Sinchuk, I.M. Syrota, B.I. Stashkiv, I.S. Yaroshenko and other native scientists.

Uninvestigated parts of general matters defining. Carrying out of the public policy on war veterans needs improvement of the social security legislation framework, ensuring the consideration and adoption of the draft laws aimed at the development of the retirement, housing and communal supply, transport and health services, prevention to amend the legislation which would contradict the Constitution of Ukraine and limit the rights of veterans.

The research objective. The purpose of this article is to study the legislative and regulatory framework for social protection of war veterans and to analyse the peculiarities of public policy on the subsistence of war veterans in the modern world.

The statement of basic materials. The Law of Ukraine "On the Status of War Veterans and Guarantees of Their Social Protection" defines the legal status of war veterans, ensures creating appropriate conditions for their subsistence and contributes to the formation of respect for them in the society. Ukraine has a formed system of government aimed at providing and implementing public policy in the sphere of social protection of war veterans. This is the Cabinet of Ministers of Ukraine, Ministry of Social Policy of Ukraine, the Advisory Council on improving of the social protection of war veterans and the State Service of Ukraine for war veterans and anti-terrorist operation participants in particular.

Conclusions. Public policy in the sphere of social protection of war veterans is a system of legal, social, economic and political measures and means which are put into effect directly or indirectly by public authorities and aim at creating appropriate conditions for life support and contributing to forming respect for veterans in the society.

Keywords: public policy, social protection, war veterans.

References

1. Syrota, I. M. (2011). Systema sotsialnoho zakhystu veteraniv Velykoi Vitchyznianoї viiny za zakonodavstvom Ukrainy [The system of social protection of Great Patriotic War veterans under the legislation of Ukraine]. *Aktualni problemy derzhavy i prava - Actual problems of state and law*, 57, 121-127 [in Ukrainian].

3. Pro statusu veteraniv viiny, harantii yikh sotsialnoho zakhystu: Zakon Ukrainy vid 22.10.1993 r. [On the status of war veterans, guarantees of their social protection: the Law of Ukraine of 10.22.1993]. (1993). *Vidomosti Verkhovnoi rady Ukrainy - Bulletin of The Supreme Rada of Ukraine*, 45 [in Ukrainian].

4. Pro Kabinet Ministriv Ukrainy: Zakon Ukrainy vid 27.02.2014r [On the Cabinet of Ministers of Ukraine: The Law of Ukraine of 27.02.2014]. (2014). *Vidomosti Verkhovnoi rady Ukrainy - Bulletin of The Supreme Rada of Ukraine*, 13 [in Ukrainian].

...

ЗРАЗОК ОФОРМЛЕННЯ СТАТТІ

УДК 336.711

О. В. Кудіна, к.е.н., доцент

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ РЕГУЛЮВАННЯ БАНКІВСЬКОГО КАПІТАЛУ В УКРАЇНІ

Анотація. Визначено необхідність дослідження банківського капіталу та проблем його регулювання у банківській системі України в контексті впровадження міжнародних стандартів банківської діяльності, що впливає на зміцнення банківської системи, підвищення її ролі у процесах економічних перетворень.

Ключові слова: капітал банку, банківська система, міжнародні стандарти.

О. В. Кудина, к.э.н., доцент

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ РЕГУЛИРОВАНИЯ БАНКОВСКОГО КАПИТАЛА В УКРАИНЕ

Аннотация. Определена необходимость исследования банковского капитала и проблем его регулирования в банковской системе Украины в контексте внедрения международных стандартов банковской деятельности, что влияет на укрепление банковской системы, повышения ее роли в процессах экономических отношениях.

Ключевые слова: капитал банка, банковская система, международные стандарты.

O. V. Kudina, candidate of economic sciences, associate professor

THE ANALYSIS OF BANK CAPITAL PROBLEM REGULATION IN UKRAINE

Abstract. In the article is determined necessity of bank capital research and problems of its regulation in the Ukraine bank system in the context of introduction of international bank activity standards that influence on strengthening bank system, increases its role in the economic relations processes.

Keywords: bank capital, bank system, international standards.

Актуальність теми дослідження. На сьогодні загальною проблемою для українських банків є підвищення ...

Постановка проблеми. Необхідність і значимість регулювання банківського капіталу визначається тим, що банки відіграють надзвичайно вагомую роль.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У навчальній і науковій літературі розгляду понять «капітал банку» (або ж «банківський капітал») приділяється значна увага.

Постановка завдання. Метою статті є теоретичні аспекти дослідження капіталу та проблем його регулювання у банківській системі України в контексті впровадження міжнародних стандартів банківської діяльності.

Виклад основного матеріалу. Основою формування ресурсної бази банків та необхідною умовою її забезпечення ...

Висновок. На даному етапі Україна формує власну модель ринкової економіки, враховуючи ту ситуацію ...

Література

1. Дзюблюк О. Активізація банківського кредитування малого та середнього бізнесу в системі заходів із подолання фінансово-економічної кризи / О. Дзюблюк // Світ фінансів. – 2010. – № 3. – С. 7–13.
2. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс. - 2-е русск. изд. (пер. с 7-го междунар. изд.) - М.: Олимп-Бизнес, 2008. - 1008 с.
3. Островерхова Г. В. Сутність та структура організаційного забезпечення інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / Г. В. Островерхова // Цифровий репозиторій ХНУМГ ім. О.М. Бекетова. - Режим доступу: <http://eprints.kname.edu.ua/29738/1/45.pdf>.
4. Інноваційна стратегія українських реформ / [Гальчинський А. С., Геєць В. М., Кінах А. К., Семиноженко В. П.]. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.

References

1. Dziubliuk, O. (2010). Aktyvizatsiia bankivskoho kredyтуvannia maloho ta serednioho biznesu v systemi zakhodiv iz podolannia finansovo-ekonomichnoi kryzy [Activation of bank lending to small and medium enterprises in the system of measures to overcome financial crisis]. *Svit finansiv*, 3, 7-13.
2. Brealey, Richard A., & Myers, Stewart C. (2003). *Principles of corporate finance*. 7th ed. Boston, Mass.: McGraw-Hill/Irwin.
3. Ostroverkhova, H. V. (n.d.). *Sutnist ta struktura orhanizatsiinoho zabezpechennia innovatsiinoi diialnosti [The essence and structure of organizational support innovation activity]*. Retrieved from <http://eprints.kname.edu.ua/29738/1/45.pdf>
4. Halchynskiy, A. S., Heiets, V. M., Kinakh, A. K., & Semynozhenko, V. P. (2002). *Innovatsiina stratehiia ukrainskykh reform [Innovation Strategy of Ukrainian reforms]*. Kyiv: Znannia Ukrainy.

Надійшла 09.02.2013

Науковий вісник Полісся

Науковий економічний журнал

Випуск 3(3)

Научный вестник Полесья

Научный экономический журнал

Выпуск 3(3)

Друкується в авторській редакції з оригінал-макетів авторів.

Редколегія не завжди поділяє погляди авторів статей.

За достовірність викладених фактів та коректний переклад статей іншими мовами відповідальність несе автор.

Головний редактор	Л. І. Гонта
Відповідальний редактор	Л. О. Коваленко
Технічний редактор	Н. В. Мороз
Комп'ютерна верстка	Н. В. Мороз, О. В. Друпп
Дизайн обкладинки	І. М. Мекшун
Технічні редактори з питань комп'ютерного забезпечення	С. В. Злобін, І. М. Мекшун
Мовне редагування	О. В. Друпп, А. В. Ковбас
Друкар	Н. А. Тестова

Набір комп'ютерний. Підписано до друку 28.09.2015. Здано до друку 05.10.2015.
Формат 60x84/16. Папір офсетний №1. Друк цифровий.
Умов. друк. арк. 10.75. Обл.-вид.арк. 14,39.
Наклад 150 прим. Зам. № 1556.015.043.

Чернігівський національний технологічний університет
14027, м. Чернігів, вул. Шевченка, 95.

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 4802 від 01.12.2014 р.

Scientific bulletin of Polissia

Scientific journal on Economics

Issue 3(3)

Pressed in an author's edition from the authors' original layouts.

Editorial Board is not always agreed with the authors' views.
An author is responsible for the given facts' authenticity.

Chief Editor	O. I. Honta
Responsible Editor	L. O. Kovalenko
Technical editor	N. V. Moroz
Computer typing	N. V. Moroz, O. V. Drupp
Cover design	I. M. Mekshun
Technical editor and Computer Support	S. V. Zlobin, I. M. Mekshun
Language editing	O. V. Drupp, A. V. Kovbas
Printing	N. A. Testova

Computer typing. Signed to the press 28.09.2015. Sent to the press 05.10.2015.
Format 60x84/16. Offset paper № 1. Conventional pressed paper 10.75.
Edition 150 copies.

Chernihiv National University of Technology
14027, Chernihiv, Shevchenka Str., 95

State Registration Certificate of Printing Mass Medium
Series ДК № 4802 from 01.12.2014