

Харківський національний
економічний університет
імені Семена Кузнеця

Управління розвитком

Збірник наукових праць

№ **4** (182) 2015

видається щоквартально

Харків • ХНЕУ ім. С. Кузнеця • 2015

Засновник – ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Видавець – ФОП Лібуркіна Л. М.
Виготовник – ТОВ «Золоті сторінки»
Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 21225-11025 ПР від 30.01.2015 р.

Періодичність – 4 рази на рік
Мова видання – українська, російська, англійська, французька, німецька
Сайт журналу: www.md.hneu.edu.ua

Збірник наукових праць «Управління розвитком» включено до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт (Наказ Міністерства освіти і науки України від 13.07.2015 № 747, додаток 17)

Затверджено на засіданні вченої ради університету, протокол № 6 від 21.12.2015 р.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Пономаренко В. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ (головний редактор)

Афанасьєв М. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Внукова Н. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Гонтарева І. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця (науковий редактор)
Гриньова В. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дікань Л. В. – канд. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дорошнін М. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Дорохов О. В. – канд. техн. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Іванов Ю. Б. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
Кизим М. О. – докт. екон. наук, професор Науково-дослідного центру індустріальних проблем розвитку НАН України
Клебанова Т. С. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Козьменко О. В. – докт. екон. наук, професор Української академії банківської справи Національного банку України
Криворотов В. В. – докт. екон. наук, професор Уральського федерального університету ім. першого Президента Росії Б. Н. Ельцина (Росія)
Левикін В. М. – докт. екон. наук, професор Харківського національного університету радіоелектроніки
Лутай Л. А. – докт. екон. наук, професор Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського
Малярець Л. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Назарова Г. В. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Нижегородцев Р. М. – докт. екон. наук, зав. лабораторією Інститута проблем управління РАН (Росія)
Орлов П. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пилипенко А. А. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця (заступник головного редактора)
Попов О. Є. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Пушкар О. І. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця
Чернов В. Г. – докт. екон. наук, професор Владимирського державного університету (Росія)
Чухрай Н. І. – докт. екон. наук, професор Національного університету «Львівська політехніка»
Ястремська О. М. – докт. екон. наук, професор ХНЕУ ім. С. Кузнеця

Chauchat Jean-Hugues – Professeur (HdR) de l'Université Lumière Lyon2 (France)
Chen Wei – PhD, Professor, Hebei University of Science and Technology (China)
Gang Fan – Dr., Professor, Graduate School of Chinese Academy of Social Sciences; Director of China's National Economic Research Institute (China)
Hofstahler Hannes – Professor, Upper Austria University of Applied Sciences (Austria)
Hollner Helmut – FH-Prof. DL Dr Techn University of Applied Sciences FH «Technikum Wienn» (Austria)
Kalashnikov Vitaliy – Economy Doctor (ED), Assistant Professor, Universidad Autónoma de Nuevo León (Mexico)
Ohrimenco Serghei – Dr. Sc. (Econ.), Professor, Academy of Economic Studies (Moldova)
Pucher Robert – FH-Prof. DL Dr Techn, University of Applied Sciences FH «Technikum Wienn» (Austria)
Sarkisyan Agop – PhD, D.A., Tsenov Academy of Economics (Bulgaria)
Solarz Jan Krzysztof – Prof. nadzw. dr hab., Akademia finansów, Warszawa (Poland)
Vulanovic Milos – PhD, Assistant Professor of Finance, Western New England University (USA)
Wackowski Kazimierz – Prof. nzw. dr hab., Politechnika Warszawska (Poland)
John (Jack) William McNeill – PhD, Professor of Anthropology and Intercultural Studies, Providence University College (Canada)
Irina Yatskiv – Dr. Sc. Eng., Vice rector, Professor, Transport and Telecommunication Institute (Latvia)
Duro Benic – PhD, Full Professor with tenure, University of Dubrovnik (Croatia)
Christine Cooper – PhD MSc BA (hons), Professor, University of Strathclyde, Glasgow (UK)
Jovana Zoraja – PhD, Teaching and Research Assistant, University of Zagreb (Croatia)

Поштова адреса засновника:

61166, Україна, м. Харків, пр. Науки, 9а, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Головний редактор – Пономаренко В. С.

Конт. телефон: (057)702-03-04

Поштова адреса редакції:

61166, Україна, м. Харків,
пров. Інженерний, 1-А, 1 під'їзд
Тел.: (057)702-07-38, 702-07-28
E-mail: vydav@hneu.edu.ua

Поштова адреса виготовника:

Україна, 61145, Харків,
вул. Космічна, 26
Тел./факс: (057) 701-0-701

Статті для публікації у збірнику наукових праць відбираються на умовах закритого («сліпого») рецензування.

Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, несуть автори статей.

Рішення про публікацію статті приймає редакційна колегія. У текст статті без узгодження з автором можуть бути внесені редакційні виправлення або скорочення.

Редакція залишає за собою право їх опублікування у вигляді коротких повідомлень і рефератів.

У разі передрукування матеріалів посилання на збірник обов'язкове.

Підписано до друку 30.12.2015 р. Формат 60×90 1/8. Папір офсетний. Друк ризографічний.
Ум. друк. арк. 13,5. Обл.-вид. арк. 16,9. Зам. № . Наклад 100 пр.

Механізми регулювання економіки

ЧмUTOва І. М., Біляєва В. Ю. Концептуальні положення управління фінансовою стійкістю банку з використанням засобів фінансового інжинірингу.....	6
Свеженцев О. О., Садиков М. А. Стратегічне планування економіки як необхідна умова прискореної модернізації країни: пошук вітчизняної моделі	13
Мороз Н. О. Оцінка туристичної привабливості регіонів України для формування позитивного іміджу на міжнародному рівні.....	20
Ткаченко О. О. Грошово-кредитна політика та фінансова стійкість банківської системи України	29

Економіка підприємства та управління виробництвом

Зайкіна Г. М. Шляхи вдосконалення системи управління якістю і конкурентоспроможністю продукції харчових підприємств України.....	35
Бойчук І. В. Система маркетингу підприємства в умовах інтернет-ринку.....	42
Солов'янчик А. В. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства ринку послуг	48
Гула А. С. Оцінка кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств.....	55
Фролов С. М., Савицька О. І., Шестопапов В. Г. Прогнозна модель зовнішньоекономічної діяльності як складова фінансового потенціалу.....	61
Пасічник І. Ю. Методичний підхід до оцінки ефективності маркетингової стратегії в процесі управління конкурентоспроможністю продукції	71
Матвієнко-Біляєва Г. Л. Контролінг виробничої діяльності сучасних підприємств	75
Клімов А. В. Обліково-аналітичне забезпечення управління бізнес-процесами підприємства.....	80
Лепейко Т. І. Особливості управління інформаційними витратами в сучасній економіці	85

Ефективність управління персоналом на підприємстві

Янковська Л. А. Особливості розвитку професійної освіти в умовах економіки знань	92
Мартиненко М. В. Оцінювання ознак розвитку системи організаційних знань у структурі професійної освіти.....	97
Леонтєва І. О. Шляхи оптимальної адаптації системи управління персоналом водотранспортного підприємства до змін у підприємницькому середовищі	105
Маркова Н. С. Можливості сталого професійного розвитку працівників	112

Механизмы регулирования экономики

Чмутова И. Н., Беляева В. Ю. Концептуальные положения управления финансовой устойчивостью банка с использованием средств финансового инжиниринга	6
Свеженцев А. А., Садыков М. А. Стратегическое планирование экономики как необходимое условие устойчивого развития страны: поиск оптимальной модели	13
Мороз Н. А. Оценка туристической привлекательности регионов Украины для создания позитивного имиджа на международном уровне.....	20
Ткаченко Е. А. Денежно-кредитная политика и финансовая устойчивость банковской системы Украины	29

Экономика предприятия и управление производством

Зайкина А. Н. Пути совершенствования системы управления качеством и конкурентоспособностью продукции пищевых предприятий Украины	35
Бойчук И. В. Система маркетинга предприятия в условиях интернет-рынка.....	42
Соловьянчик А. В. Стратегическое управление конкурентоспособностью предприятий на рынке услуг	48
Гулая А. С. Оценка кредитоспособности сельскохозяйственных предприятий	55
Фролов С. М., Савицкая О. И., Шестопапов В. Г. Прогнозная модель внешнеэкономической деятельности как составляющая финансового потенциала.....	61
Пасичник И. Ю. Методический подход к оценке маркетинговой стратегии в процессе управления конкурентоспособностью продукции.....	71
Матвиенко-Беляева Г. Л. Контроллинг производственной деятельности современных предприятий	75
Климов А. В. Учетно-аналитическое обеспечение управления бизнес-процессами предприятия.....	80
Лепейко Т. И. Особенности управления информационными издержками в современной экономике	85

Эффективность управления персоналом на предприятии

Янковская Л. А. Особенности развития профессионального образования в условиях экономики знаний	92
Мартыненко М. В. Оценивание признаков развития системы организационных знаний в структуре профессионального образования	97
Леонтьева И. А. Пути оптимальной адаптации системы управления персоналом воднотранспортного предприятия к изменениям в предпринимательской среде.....	105
Маркова Н. С. Возможности устойчивого профессионального развития работников	112

The Mechanisms of Regulation of the Economy

I. Chmutova, V. Biliaieva. Conceptual provisions of managing the bank financial strength by means of financial engineering	6
O. Sviezhentsev, M. Sadykov. Strategic Planning of the Economy as a Prerequisite for Sustainable Development of the Country: Searching for an Optimal Model.....	13
N. Moroz. Lévaluation de l'attractivite touristique des régions de l'Ukraine pour former une image positive à l'échelle internationale.....	20
O. Tkachenko. The monetary and credit policy and financial stability of the banking system in Ukraine	29

Economics of Enterprise and Production Management

H. Zaikina. The Ways to Improve the System for Controlling Quality and Competitiveness of Food Companies' Products in Ukraine.....	35
I. Boichuk. The Enterprise Marketing System under Conditions of the Internet Market	42
A. Solovianchyk. Strategic Management of Competitiveness of Enterprises in the Services Market	48
A. Hula. Credit Rating of Agricultural Enterprises	55
S. Frolov, O. Savytska, V. Shestopalov. Forecast models of foreign economic activity as a component of the financial potential	61
I. Pasichnyk. The Methodological Approach to Evaluating the Marketing Strategy in the Product Competitiveness Management.....	71
G. Matviienko-Biliaieva. The controlling of production activities 75 at modern enterprises.....	75
A. Klimov. Accounting and Analytical Support for Managing the Enterprise Business Processes.....	80
T. Lepeyko. Peculiarities of managing information costs in moden economy.....	85

The effectiveness of personnel management at the enterprise

L. Yankovska. Peculiarities of the development of professional education in the knowledge economy.....	92
M. Martynenko. Evaluating the development signs of the organizational knowledge system in the structure of professional education	97
I. Leontieva. The Ways for Optimal Adaptation of the Personnel Management System at Water Transport Enterprises to Changes in the Entrepreneurial Environment	105
N. Markova. Possibilities for sustainable professional development of employees	112

Механізми регулювання економіки

JEL Classification: G210; O310

УДК 336.717

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ БАНКУ З ВИКОРИСТАННЯМ ЗАСОБІВ ФІНАНСОВОГО ІНЖИНІРИНГУ

Чмутова І. М., Біляєва В. Ю.

***Анотація.** Статтю присвячено обґрунтуванню концептуальних положень управління фінансовою стійкістю банку з використанням засобів фінансового інжинірингу. Відмінність розроблених концептуальних положень від існуючих полягає у тому, що управління фінансовою стійкістю банку слід розглядати з точки зору процесно-структурованого підходу, а для забезпечення фінансової стійкості необхідно впроваджувати фінансові інновації у різні види банківських операцій з урахуванням стадій їх життєвого циклу та життєвого циклу банку. Використання концептуальних положень у практичній діяльності банку дозволить виявляти резерви нарощування потенціалу фінансової стійкості та приймати рішення стосовно напрямів її покращення відповідно до стратегічних і тактичних фінансових цілей банку.*

***Ключові слова:** банк, фінансова стійкість, фінансовий інжиніринг, фінансова інновація, концептуальні положення.*

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ БАНКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СРЕДСТВ ФИНАНСОВОГО ИНЖИНИРИНГА

Чмутова И. Н., Беляева В. Ю.

***Аннотация.** Статья посвящена обоснованию концептуальных положений управления финансовой устойчивостью банка с использованием средств финансового инжиниринга. Отличие разработанных концептуальных положений от существующих состоит в том, что управление финансовой устойчивостью необходимо рассматривать с точки зрения процессно-структурированного подхода, а для обеспечения финансовой устойчивости необходимо внедрять финансовые инновации в различные виды банковских операций с учетом стадий их жизненного цикла и жизненного цикла банка. Использование концептуальных положений в практической деятельности банка позволит выявить резервы наращивания потенциала финансовой устойчивости и принимать решения относительно направлений ее улучшения в соответствии со стратегическими и тактическими финансовыми целями банка.*

***Ключевые слова:** банк, финансовая устойчивость, финансовый инжиниринг, финансовая инновация, концептуальные положения.*

CONCEPTUAL PROVISIONS OF MANAGING THE BANK FINANCIAL STRENGTH BY MEANS OF FINANCIAL ENGINEERING

I. Chmutova, V. Biliaieva

***Abstract.** The article is devoted to substantiation of conceptual provisions of managing the bank financial strength by means of financial engineering. The difference of the developed conceptual provisions from the existing ones is that managing*

financial stability should be considered from the standpoint of the process and structured approach, and for ensuring the financial stability it is necessary to introduce financial innovations in various types of banking operations, taking into account the stages of their life cycle and the life cycle of the bank. Using the conceptual provisions in practical activities of the bank allows revealing reserves for building financial strength capacity and making decisions on the direction of its improvement in accordance with the strategic and tactical financial goals of the bank.

Keywords: bank, financial strength, financial engineering, financial innovation, conceptual provisions.

Стійкість банківської системи є необхідною умовою здійснення економічних трансформацій на шляху відновлення національної економіки України. З огляду на те, що загальний рівень фінансової стійкості банківської системи залежить від рівня фінансової стійкості кожного банку, важливими є питання, пов'язані з побудовою дієвих механізмів управління фінансовою стійкістю на рівні окремої банківської установи відповідно до обраної банком стратегії. Мінливість і невизначеність зовнішнього середовища вимагають від банків пошуку нових засобів пристосування до постійних змін для продуктивного здійснення діяльності, підтримання лояльності клієнтів, зміцнення конкурентної позиції на ринку, забезпечення фінансової стійкості. Одним із таких засобів є імплементація фінансових інновацій в операційну діяльність вітчизняних банків.

З огляду на це, актуальності набувають питання, пов'язані із забезпеченням фінансової стійкості банку з використанням інструментів фінансового інжинірингу, сутність якого полягає в розробленні та впровадженні фінансових інновацій у різні аспекти діяльності банку для досягнення поставлених цілей.

Підходи до управління фінансовою стійкістю банку та методи її забезпечення розглядають у своїх працях багато вітчизняних учених-економістів, зокрема: І. М. Васькович [1], В. Я. Вовк [2], Ю. С. Довгаль [3], Ж. М. Довгань [4], О. М. Зверяков [5], А. О. Золковер [6], Л. А. Ключко [7], В. В. Коваленко [8], В. М. Кочетков [9], Р. В. Михайлюк [10], А. В. Олійник [11] та інші. Незважаючи на ґрунтовні дослідження у цій сфері, багатоваріантність трактувань фінансової стійкості зумовлює різноспрямованість підходів до її забезпечення. Крім цього, недостатньо розробленими залишаються питання зміцнення фінансової стійкості банку через упровадження різних видів фінансових інновацій.

Метою статті є розроблення концептуальних положень управління фінансовою стійкістю банку з використанням засобів фінансового інжинірингу.

Для досягнення поставленої мети необхідним є опрацювання онтології предметної області питання, яке досліджується, та виявлення семантичних зв'язків, які існують між окремими категоріями, тобто побудова інформаційної моделі предметної області дослідження.

З огляду на те, що думки вчених щодо розуміння сутності поняття «фінансова стійкість» значно різняться, можна виокремити декілька підходів до його визначення. Представники першого підходу, зокрема В. М. Кочетков [9], Р. В. Михайлюк [10], розглядають фінансову стійкість з погляду її якісної складової, а саме – як можливість банку трансформувати ресурси та ефективно виконувати функції, покладені на нього суспільством, витримуючи вплив факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ. Цей підхід є досить ґрунтовним, проте не досить інформативним з точки зору кількісного виміру фінансової стійкості банку. Л. А. Ключко [7] та В. А. Смоляк [12], навпаки, розглядають фінансову стійкість як набір певних фінансових показників у розрізі її складових: капітальної стійкості, ліквідності, ділової активності, прибутковості тощо. Цей підхід не дає повного та вичерпного розуміння сутності фінансової стійкості, адже є лише кількісним виразом параметрів діяльності банку на певний статичний момент часу. Деякі вчені, зокрема А. В. Олійник [11] та С. О. Якубовський [13], які є представниками третього підходу, ототожнюють поняття фінансової стійкості з такими категоріями, як ліквідність, платоспроможність і прибутковість, що є економічно необґрунтованим, адже платоспроможність є складовою частиною фінансової стійкості банку, а ліквідність і прибутковість – показниками, що деталізують фінансову стійкість банку. Інші теоретики та практики, серед яких В. Я. Вовк [2] та В. В. Коваленко [8], розглядають категорію фінансової стійкості з макроекономічної точки зору: через взаємозв'язок фінансової стійкості всієї банківської системи з фінансовою стійкістю окремих банків. Цього погляду дотримується також більшість зарубіжних учених, наукові праці яких присвячено питанням забезпечення фінансової стійкості банківських систем, проте питання, пов'язані зі зміцненням фінансової стійкості окремих банків залишаються недостатньо розкритими та потребують подальшого доопрацювання.

З усього вищезазначеного можна зробити висновок, що для всебічного розкриття сутності поняття «фінансова стійкість» необхідним є використання синтетичного підходу до її розуміння. Відтак, найбільш ґрунтовним і вичерпним можна вважати визначення фінансової стійкості, запропоноване О. М. Зверяковим [5, с. 177]: фінансова стійкість банку – це здатність банку функціонувати згідно з його стратегією, цілями та задачами під дією різних зовнішніх і внутрішніх чинників, яка може бути оцінена різними показниками.

Структурна модель зв'язків предметної області дослідження наведена на рис. 1.

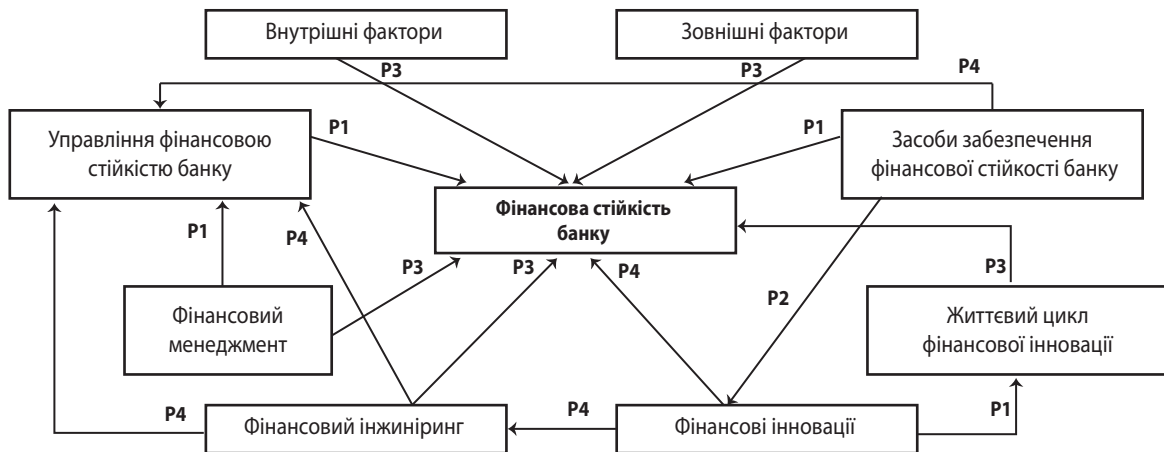


Рис. 1. Структурна модель зв'язків предметної області управління фінансовою стійкістю банку
 P1 – відносини типу «ціле – частина»; P2 – відносини типу «рід – вид»; P3 – відносини типу «фактор – результат»;
 P4 – відносини типу «інструмент – дія»

Як можна побачити зі схеми, рівень фінансової стійкості банку залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх факторів, які здійснюють на неї вплив. До зовнішніх факторів належать: економічні (стан економіки, інвестиційний клімат, стан платіжного балансу країни, рівень дефіциту державного бюджету, податкова політика, ступень розвитку банківської інфраструктури), соціально-політичні (соціальна стабільність, стійкість уряду, політична стабільність, державно-правовий механізм, ступень правового забезпечення банківської діяльності, ротації уряду), фінансові (стан грошового ринку, кредитна, процентна і валютна політика НБУ, величина валютних резервів НБУ). Внутрішні фактори включають такі: адекватність капіталу банку, якість активів банку, рівень менеджменту, рівень рентабельності, ліквідність балансу банку, платоспроможність банку тощо [1].

Управління фінансовою стійкістю банку є однією із складових фінансового менеджменту банку, зауважує А. Є. Ахметова [14], адже одним із завдань фінансового менеджменту банку є саме забезпечення його фінансової стійкості для дохідного та надійного функціонування у довгостроковій перспективі.

Механізм управління фінансовою стійкістю банку, як слушно зазначає Р. В. Михайлюк [10, с. 5], являє собою сукупність методів та інструментів управління, що суб'єкти управління застосовують і спрямовують на забезпечення фінансової стійкості банків. Сьогодні існують різні засоби забезпечення фінансової стійкості банку, проте вітчизняні науковці вважають, що найбільш придатними для вітчизняних реалій є такі: капіталізація банку, побудова ефективного механізму управління фінансовою стійкістю банку, менеджмент активів і пасивів, реструктуризація та реорганізація банку тощо. Розглянемо кожний із засобів більш детально.

Погоджуючись із В. Я. Вовк [2, с. 43], слід зазначити, що нарощування капітальної бази банку, безперечно, забезпечує економічну самостійність і стабільність банку, проте застосування цього способу у результаті сприяє зміцненню тільки однієї складової фінансової стійкості – капітальної стійкості – що вимагає від банку пошуку інших способів забезпечення таких складових його фінансової стійкості, як ліквідність та ділова активність.

Згідно з думкою А. О. Золковера [6], В. М. Кочеткова [9], А. В. Олійника [11] та І. М. Васькович [1], використання такого засобу, як формування ефективного механізму управління фінансовою стійкістю банку повинно відбуватися через підвищення оперативності й якості аналізу й оцінки фінансової стійкості, досягнення певних пропорцій між усіма складовими компонентами механізму управління фінансовою стійкістю, розширення практики оцінки ризиків тощо. Без сумніву, ефективний механізм управління фінансовою стійкістю є головною умовою її забезпечення, проте сучасні реалії вимагають кардинальної зміни погляду на процес управління фінансовою стійкістю, який би якнайкраще відповідав сучасним глобалізаційним викликам.

Аналогічно з капіталізацією, метод гнучкого управління активами і пасивами банку спрямований на забезпечення лише однієї складової фінансової стійкості банку – ліквідності, що в результаті може не призвести до очікуваного зростання рівня фінансової стійкості та вимагатиме пошуку нового балансу між її складовими.

О. Л. Малахова [15] та О. С. Матвієнко [16] вважають, що зміцнити фінансову стійкість банку можливо через пошук способів підвищення прибутковості банку. Проте слід зауважити, що, спрямовуючи зусилля на отримання надприбутків, банки часто інвестують кошти у проекти з високим рівнем ризику, що може призвести до послаблення їхньої фінансової стійкості.

Згідно з І. М. Васькович [1] та Л. А. Ключко [7], банки повинні постійно переглядати принципи організації власної діяльності, здійснювати оптимізацію організаційної структури, постійно вдосконалювати функції менеджменту. Однак, слід зазначити, що реструктуризація та реорганізація банку є доцільними тільки на певних етапах їх розвитку, адже стратегічні рішення, спрямовані на створення нових організаційних структур, які прийняті у невідповідний час, можуть бути руйнівними для банку.

З огляду на це, можна зробити висновок, що регресивні тенденції у банківській системі України актуалізують питання пошуку нових засобів забезпечення фінансової стійкості банків, зокрема через активізацію діяльності з розроблення та запровадження фінансових інновацій в операційну діяльність банків.

Розроблення та імплементація фінансових інновацій у діяльність банку повинні відбуватися у контексті фінансового інжинірингу. Незважаючи на широку розповсюдженість фінансового інжинірингу як одного з ефективних інструментів фінансового менеджменту у зарубіжній практиці, сьогодні не існує загальноприйнятого уніфікованого визначення цієї категорії. Згідно з визначенням, яке пропонується автором у роботі [17, с. 28], фінансовий інжиніринг являє собою процес розробки і застосування інноваційних механізмів, технологій, інструментів і рішень у галузі фінансів для вирішення проблем у системі фінансового управління для досягнення конкретних фінансових цілей, зокрема забезпечення його фінансової стійкості.

Фінансова інновація – це результат творчого пошуку нового підходу до вирішення проблеми у фінансовій галузі, який реалізується шляхом створення та дифузії нових фінансових продуктів, інструментів, технологій, процесів, інститутів, орієнтованих на ефективне управління фінансовими ресурсами та ризиками з метою забезпечення розвитку, конкурентоспроможності та фінансової стійкості в умовах мінливості економічного середовища, невизначеності й інформаційної асиметрії [18, с. 26].

Будь-яка фінансова інновація функціонує лише на певному проміжку часу від моменту генерування ідеї до моменту її зникнення з ринку, тобто має власний життєвий цикл. Планування та аналіз життєвого циклу фінансової інновації є необхідним для прогнозування можливих змін у діяльності банківської установи. Під життєвим циклом фінансової (банківської) інновації Т. І. Євенко [19] розуміє певний проміжок часу, протягом якого банківський продукт або технологія володіє активною життєвою силою і приносить банку як продуценту (виробнику) і продавцю інновації розширення масштабів активних операцій певний прибуток або іншу реальну вигоду. Це визначення життєвого циклу фінансової інновації є дещо обмеженим у плані того, що вважається, що фінансова інновація має бути спрямована тільки на забезпечення прибутковості банку та не береться до уваги важливість інших аспектів його діяльності, спрямованих на формування ресурсної стійкості, ліквідності, ділової активності, тобто забезпечення його фінансової стійкості в цілому.

Визначення зв'язків предметної галузі є базою для формування концептуальних положень управління фінансовою стійкістю банку з використанням інструментів фінансового інжинірингу.

Положення 1. Управління фінансовою стійкістю банку доцільно розглядати з точки зору процесно-структурованого підходу як процес, який складається з певних етапів, кожен з яких має власну структуру.

На рис. 2 наведено схему етапів процесу управління фінансовою стійкістю банку з використанням засобів фінансового інжинірингу. Відтак, управління фінансовою стійкістю банку доцільно здійснювати поетапно: 1) аналіз фактичних показників діяльності банку та фінансове планування; 2) визначення рівнів фінансової стійкості банку (планових і фактичних); 3) визначення можливих джерел нарощування фінансової стійкості банку; 4) розроблення фінансових інновацій; 5) імплементація фінансових інновацій; 6) аналіз результатів запровадження фінансових інновацій.

Положення 2. Управління фінансовою стійкістю банку повинно бути спрямоване на забезпечення фінансової стійкості та базуватися на таких принципах: ефективність, відкритість, функціональна повнота, збалансованість, мінімізація ризиків, гнучкість, інноваційність. Принцип інноваційності передбачає те, що управління фінансовою стійкістю банку має бути спрямоване на використання новітніх інструментів фінансового менеджменту.

Положення 3. Використання фінансового інжинірингу як інструменту управління фінансовою стійкістю сприяє забезпеченню фінансової стійкості банку.

Реалізація функцій управління фінансовою стійкістю (планування, аналіз, оцінка, регулювання та контроль) досягається за рахунок таких інструментів фінансового менеджменту, як бюджетування, бенчмаркінг, фінансовий контролінг, збалансована система показників і фінансовий інжиніринг. Кожній функції відповідає певний інструмент фінансового менеджменту: бюджетування є доцільним при плануванні; бенчмаркінг застосовується для планування, аналізу та оцінки; фінансовий контролінг є необхідним для аналізу, оцінки та контролю; збалансована система показників та фінансовий інжиніринг спрямовані на функцію регулювання фінансової стійкості.

Положення 4. Визначення можливих джерел нарощування фінансової стійкості банку передбачає виокремлення видів банківських операцій, які найбільше впливають на рівень фінансової стійкості банку з метою запровадження у них інновацій.

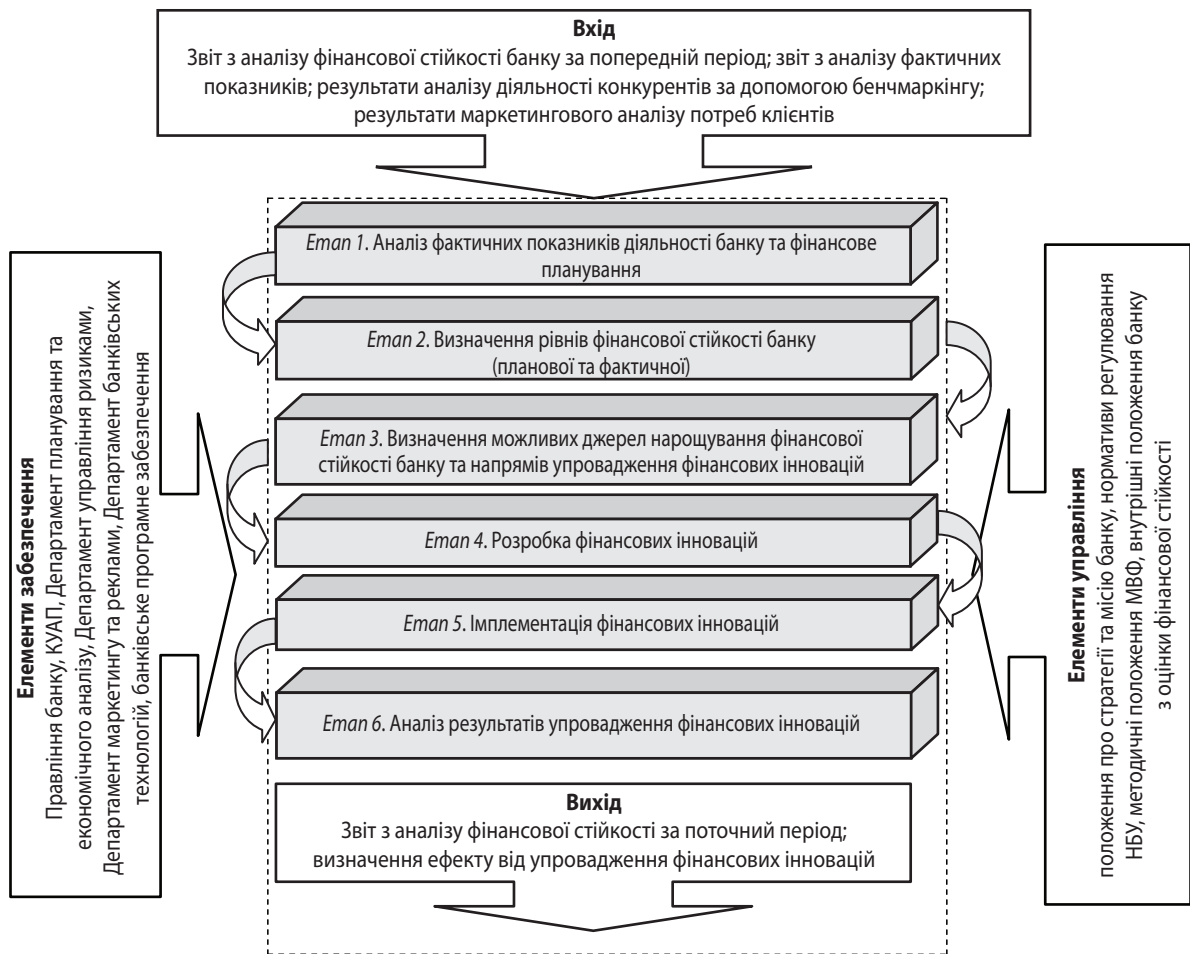


Рис. 2. Бізнес-модель процесу управління фінансовою стійкістю банку з використанням засобів фінансового інжинірингу

Положення 5. Оцінка доцільності впровадження фінансових інновацій у рамках фінансового інжинірингу повинна відбуватися з урахуванням особливостей життєвого циклу банку та поточного рівня його фінансової стійкості.

Стадія життєвого циклу банку справляє значний вплив на систему його фінансового менеджменту. Для забезпечення фінансової стійкості банку протягом усього періоду його функціонування слід враховувати характеристики, притаманні певній стадії життєвого циклу, оперативно реагувати на зміни показників, що потребують посиленого контролю [20]. Проте інколи запровадження фінансових інновацій, які є необхідними для нарощування потенціалу фінансової стійкості на кожній стадії життєвого циклу банку, може бути руйнівним для банку, адже на певних фазах життєвого циклу резерви для нарощування фінансової стійкості майже відсутні. З огляду на це, важливо, щоб вибір фінансової інновації та її імплементация відбувались залежно від стадії життєвого циклу банку та поточного рівня його фінансової стійкості.

Положення 6. Найбільш доцільними для впровадження в операційну діяльність банку є фінансові інновації, життєвий цикл яких відповідає життєвому циклу банку.

Розвиток будь-якої фінансової інновації протягом часу відбувається за певними етапами її життєвого циклу: 1) розроблення, 2) вихід на ринок; 3) розвиток ринку; 4) стабілізація ринку; 5) зменшення ринку; 6) підйом ринку; 7) падіння ринку. Для визначення фази життєвого циклу фінансової інновації доцільним є використання системи показників, які застосовуються для оцінки інноваційних проектів або застосування збалансованої системи показників (Balanced Scorecard) [21].

На рис. 3 представлено схему взаємозв'язків концептуальних положень управління фінансовою стійкістю банку з використанням засобів фінансового інжинірингу.



Рис. 3. Схема взаємозв'язків концептуальних положень управління фінансовою стійкістю банку

Проведене дослідження надало можливість зробити наступні висновки:

1. Найбільш ґрунтовним слід вважати синтетичний підхід до розуміння сутності фінансової стійкості банку, відповідно до якого фінансову стійкість слід розуміти як якісну характеристику можливості банку ефективно виконувати власні функції, незважаючи на вплив зовнішніх та внутрішніх факторів, яка може бути кількісно виміряна за допомогою системи показників.

2. Дослідження традиційних засобів забезпечення фінансової стійкості банку дало змогу виявити їх переваги та недоліки та зробити висновок, що наразі актуальності набувають інноваційні інструменти фінансового менеджменту, зокрема фінансовий інжиніринг, які слід запроваджувати для зміцнення фінансової стійкості банку.

3. На основі побудованої інформаційної моделі предметної галузі та встановлення зв'язків між її елементами було сформульовано концептуальні положення управління фінансовою стійкістю банку за допомогою засобів фінансового інжинірингу. Відмінність розроблених концептуальних положень від існуючих полягає у тому, що управління фінансовою стійкістю банку слід розглядати з точки зору процесно-структурованого підходу, а для забезпечення фінансової стійкості необхідно запроваджувати фінансові інновації у різні види банківських операцій з урахуванням стадій їхнього життєвого циклу та життєвого циклу банку. Використання концептуальних положень у практичній діяльності банку дозволить виявляти резерви нарощування потенціалу фінансової стійкості та приймати рішення стосовно напрямів її поліпшення відповідно до стратегічних і тактичних фінансових цілей банку.

Перспективами подальших досліджень можуть бути уточнення класифікації фінансових інновацій за критеріями відповідності фазам життєвого циклу банку та рівня його фінансової стійкості; формування системи показників визначення ефективності фінансових інновацій та ідентифікації етапів їх життєвого циклу.

Література: 1. Васькович І. М. Забезпечення фінансової стійкості банків України в умовах ринку : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / І. М. Васькович. – Львів, 2006. – 19 с. 2. Вовк В. Я. Забезпечення фінансової стійкості банківської системи в умовах кризи / В. Я. Вовк, Ю. В. Дмитрик // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. – 2011. – № 2. – С. 41–44. 3. Довгаль Ю. С. Сутність фінансової стійкості комерційного банку та ефективні шляхи її забезпечення / Ю. С. Довгаль, Р. О. Чамара // Фінансовий простір. – 2015. – № 1. – С. 130–136 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Fin_pr_2015_1_18.pdf. 4. Довгана Ж. М. Аналіз релевантних факторів забезпечення фінансової стійкості банківської системи України / Ж. М. Довгана // Вісник Української академії банківської справи. – 2011. – № 2 (31).



– С. 57–62. **5.** Зверьяков О. М. Методологічні основи управління фінансовою стійкістю банківських установ / О. М. Зверьяков // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 10. – С. 175–182. **6.** Золковер А. О. Методи забезпечення фінансової стійкості комерційних банків / А. О. Золковер, А. О. Гуменюк // Міжнародний науковий журнал. – 2015. – № 2. – С. 32–35. **7.** Ключко Л. А. Фінансова стійкість комерційного банку, методи її оцінки та зміцнення : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.04.01 «Фінанси, грошовий обіг і кредит» / Л. А. Ключко. – К., 2002. – 222 с. **8.** Коваленко В. В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика : монографія / В. В. Коваленко. – Суми : ДВНЗ УАБС НБУ, 2010. – 238 с. **9.** Кочетков В. М. Забезпечення фінансової стійкості сучасного комерційного банку: теоретико-методологічні аспекти : монографія / В. М. Кочетков. – К. : КНЕУ, 2002. – 238 с. **10.** Михайлюк Р. В. Механізм управління фінансовою стійкістю комерційних банків : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / Р. В. Михайлюк. – Тернопіль : ТНЕУ, 2008. – 20 с. **11.** Олійник А. В. Управління фінансовою стійкістю банків / А. В. Олійник, Г. С. Суцук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – Т. 4, № 5. – С. 159–163. **12.** Смоляк В. А. Теоретичні підходи до визначення фінансової стійкості банку / В. А. Смоляк, О. Л. Кузенко // Управління розвитком. – 2011. – № 5 (102). – С. 45–46. **13.** Якубовський С. О. Фінансова стійкість банківської системи України в умовах світової економічної кризи / С. О. Якубовський, Т. А. Родіонова // Науковий вісник Одеського державного економічного університету. – 2009. – № 4 (82). – С. 3–12. **14.** Ахметова А. Е. Фінансовий менеджмент – ядро управління банком / А. Е. Ахметова // Міжнародний економічний форум [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/1357.htm>. **15.** Малахова О. Л. Кредитна діяльність банків як базова передумова забезпечення фінансової стійкості банківської системи України / О. Л. Малахова, С. В. Тетюк // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – Тернопіль, 2014. – Т. 16, № 1. – С. 275–284. **16.** Матвієнко О. С. Шляхи підвищення прибутковості банківської діяльності в Україні / О. С. Матвієнко // Молодий вчений. – 2014. – № 6 (1). – С. 169–172 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_6\(1\)_46.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_6(1)_46.pdf). **17.** Belyaeva V. Yu. Theoretical Approaches to Defining the Essence of the Concept of “Financial Engineering” / V. Yu. Belyaeva // Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Освіта та наука без границь» (Перемишль, 7–15 грудня 2014 р.). – Перемишль : Наука і дослідження, 2014. – С. 24–29. **18.** Пантелеєва Н. М. Фінансові інновації в банківській системі: теорія, методологія, практика : монографія / Н. М. Пантелеєва; Нац. банк України, Ун-т банк. справи. – К. : УБС НБУ, 2013. – 526 с. **19.** Євченко Т. І. Заходи запобігання фінансової кризи банківських установ / Т. І. Євченко // Економіка. Управління. Інновації. – 2014. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_2_27.pdf. **20.** Чмутова І. М. Адаптація системи фінансового менеджменту банку до циклічності його розвитку / І. М. Чмутова // Економіка розвитку. – 2014. – № 4. – С. 54–60. **21.** Malinsky M. How Do I Measure “Innovation”? / M. Malinsky, Perry G. S. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.balancedscorecard.org/portals/0/pdf/howtomeasureinnovation.pdf>.

References: **1.** Vaskovych I. M. Zabezpechennia finansovoi stiiikosti bankiv Ukrainy v umovakh rynku : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.04.01 «Finansy, hroshovi obih i kredyt» / I. M. Vaskovych. – Lviv, 2006. – 19 p. **2.** Vovk V. Ya. Zabezpechennia finansovoi stiiikosti bankivskoi systemy v umovakh kryzy [Ensuring Financial Stability of the Banking System in Crisis] / V. Ya. Vovk, Yu. V. Dmytryk // Naukovyi visnyk: Finansy, banky, investytsii. – 2011. – No. 2. – P. 41–44. **3.** Dovhal Yu. S. Sutinist finansovoi stiiikosti komertsiiinoho banku ta efektyvni shliakhy yii zabezpechennia [The Essence of Financial Stability of Commercial Banks and Effective Ways of Ensuring it] / Yu. S. Dovhal, R. O. Chamara // Finansovyi prostir. – 2015. – No. 1. – P. 130–136 [Electronic resource]. – Access mode : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Fin_pr_2015_1_18.pdf. **4.** Dovhan Zh. M. Analiz relevantnykh faktoriv zabezpechennia finansovoi stiiikosti bankivskoi systemy Ukrainy [Analysis of Relevant Factors to Ensure the Financial Stability of the Banking System of Ukraine] / Zh. M. Dovhan // Visnyk Ukrainsoi akademii bankivskoi spravy. – 2011. – No. 2 (31). – P. 57–62. **5.** Zvieriakov O. M. Metodolohichni osnovy upravlinnia finansovoiu stiiikistiu bankivskykh ustanov [Methodological Bases of Management of Financial Stability of Banks] / O. M. Zvieriakov // Aktualni problemy ekonomiky. – 2012. – No. 10. – P. 175–182. **6.** Zolkover A. O. Metody zabezpechennia finansovoi stiiikosti komertsiiinnykh bankiv [Methods of Ensuring the Financial Stability of Commercial Banks] / A. O. Zolkover, A. O. Humeniuk // Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal. – 2015. – No. 2. – P. 32–35. **7.** Kliusko L. A. Finansova stiiikost komertsiiinoho banku, metody yii otsinky ta zmitsnennia : dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.04.01 «Finansy, hroshovi obih i kredyt» / L. A. Kliusko. – Kyiv, 2002. – 222 p. **8.** Kovalenko V. V. Stratehichne upravlinnia finansovoiu stiiikistiu bankivskoi systemy: metodolohiia i praktyka : monohrafiia [Strategic Management of Financial Stability of the Banking System: Methodology and Practice: a monograph] / V. V. Kovalenko. – Sumy : DVNZ UABS NBU, 2010. – 238 p. **9.** Kochetkov V. M. Zabezpechennia finansovoi stiiikosti suchasnoho komertsiiinoho banku: teoretyko-metodolohichni aspekty : monohrafiia [Ensuring Financial Stability of Modern Commercial Bank: Theoretical and Methodological Aspects: monograph] / V. M. Kochetkov. – Kyiv : KNEU, 2002. – 238 p. **10.** Mykhailiuk R. V. Mekhanizm upravlinnia finansovoiu stiiikistiu komertsiiinnykh bankiv : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.08 «Hroshi, finansy i kredyt» / R. V. Mykhailiuk. – Ternopil : TNEU, 2008. – 20 p. **11.** Oliinyk A. V. Upravlinnia finansovoiu stiiikistiu bankiv [Management of Financial Stability of Banks] / A. V. Oliinyk, H. S. Suschuk // Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. – 2010. – Vol. 4, No. 5. – P. 159–163. **12.** Smoliak V. A. Teoretychni pidkhody do vyznachennia finansovoi stiiikosti banku [Theoretical Approaches to the Definition of Financial Stability of the Bank] / V. A. Smoliak, O. L. Kuzenko // Upravlinnia rozvytkom. – 2011. – No. 5 (102). – P. 45–46. **13.** Yakubovskiy S. O. Finansova stiiikost bankivskoi systemy Ukrainy v umovakh svitovoi ekonomichnoi kryzy [The Financial Stability of the Banking System of Ukraine in the Global Economic Crisis] / S. O. Yakubovskiy, T. A. Rodionova // Naukovyi visnyk Odeskoho derzhavnogo ekonomichnoho universytetu. – 2009. – No. 4 (82). – P. 3–12. **14.** Ahmetova A. E. Finansovyy menedzhment – yadro upravleniya bankom / A. E. Ahmetova // Mezhdunarodnyy ekonomicheskyy forum [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.be5.biz/ekonomika1/r2012/1357.htm>. **15.** Malakhova O. L. Kredytna diialnist bankiv yak bazova peredumova zabezpechennia finansovoi stiiikosti bankivskoi systemy Ukrainy [The Credit Activity of Banks as a Basic Prerequisite to Ensure the Financial Stability of the Banking System of Ukraine] / O. L. Malakhova, S. V. Tetiuk // Ekonomichnyi analiz : zb. nauk. prats. – Ternopil, 2014. – Vol. 16, No. 1. – P. 275–284. **16.** Matviienko O. S. Shliakhy pidvyschen-

nia prybutkovosti bankivskoi diialnosti v Ukraini [Ways to Improve the Profitability of the Banking Business in Ukraine] / O. S. Matviienko // Molodyi vchenyi. – 2014. – No. 6 (1). – P. 169–172 [Electronic resource]. – Access mode : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_6\(1\)_46.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_6(1)_46.pdf). **17.** Belyaeva V. Yu. Theoretical Approaches to Defining the Essence of the Concept of “Financial Engineering” / V. Yu. Belyaeva // Materialy X Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii «Osvita ta nauka bez hranys» (Pere-myshl, 7–15 hrudnia 2014 r.). – Peremyshl : Nauka i doslidzhennia, 2014. – P. 24–29. **18.** Pantielieeva N. M. *Finansovi innovatsii v bankivskii systemi: teoriia, metodolohiia, praktyka : monohrafiia* [Financial Innovations in Banking: the Theory, Methodology, Practice: a monograph] / N. M. Panteleeva; Nats. bank Ukrainy, Un-t bank. spravy. – Kyiv : UBS NBU, 2013. – 526 p. **19.** Yevenko T. I. *Zakhody zapobihannia finansovoi kryzy bankivskykh ustanov* [Preventive Financial Crisis Banks] / T. I. Yevenko // Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii. – 2014. – No. 2 [Electronic resource]. – Access mode : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2014_2_27.pdf. **20.** Chmutova I. M. *Adaptatsiia systemy finansovoho menedzhmentu banku do tsyklichnosti yoho rozvytku* [Adaptation of the Financial Management of the Bank to the Cyclical Development] / I. M. Chmutova // Ekonomika rozvytku. – 2014. – No. 4. – P. 54–60. **21.** Malinsky M. How do I Measure “Innovation”? / M. Malinsky, Perry G. S. [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.balancedscorecard.org/portals/0/pdf/howtomeasureinnovation.pdf>.

Інформація про авторів

Чмута Ірина Миколаївна – канд. екон. наук, доцент кафедри банківської справи Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна, e-mail: irinabank@mail.ru).

Біляєва Вікторія Юрївна – аспірант кафедри банківської справи Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (пр. Леніна, 9а, м. Харків, 61166, Україна, e-mail: viktoriya.biliaeva@gmail.com).

Информация об авторах

Чмута Ирина Николаевна – канд. экон. наук, доцент кафедры банковского дела Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (пр. Ленина, 9а, г. Харьков, 61166, Украина, e-mail: irinabank@mail.ru).

Беляева Виктория Юрьевна – аспирант кафедры банковского дела, Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, г. Харьков, 61166, Украина, e-mail: viktoriya.biliaeva@gmail.com).

Information about the authors

I. Chmutova – Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Banking, Kharkiv National University of Economics (Lenina pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: irinabank@mail.ru).

V. Biliaieva – Postgraduate Student, Department of Banking, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic (Nauki pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: viktoriya.biliaeva@gmail.com)

*Стаття надійшла до ред.
27.11.2015 р*

JEL Classification: O20;O21;O1

УДК 338.2:334.02

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ПРИСКОРЕНОЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ КРАЇНИ: ПОШУК ВІТЧИЗНЯНОЇ МОДЕЛІ

Свеженцев О. О., Садиков М. А.

Анотація. У статті проаналізовано світовий досвід розвинутих країн з ринковою економікою щодо побудови оптимальної моделі стратегічного планування розвитку економіки, адаптованого під ринковий тип економіки. Проблемою статті є підвищення ефективності державної політики в економіці для забезпечення економічного зростання. Метою статті є формулювання підходів до формування моделі стратегічного планування в Україні та аналіз

© Свеженцев О. О., Садиков М. А., 2015



методів взаємодії органів влади, державного сектору та бізнес-середовища на основі досвіду успішних моделей стратегічного планування розвинутих країн. У статті використано методи аналізу та синтезу, логічного узагальнення, системний та комплексний підходи. Виокремлено критерій ефективності застосування планування або регулювання конкретної галузі промисловості. Охарактеризовано загальні принципи побудови оптимальної системи стратегічного планування та рекомендації щодо побудови системи стратегічного планування високотехнологічної сфери виробництва України, а також переваги від застосування стратегічного планування.

Ключові слова: стратегічне планування економіки, прогнозування розвитку, моделі планування економіки, регулювання економіки, прискорена модернізація економіки.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ: ПОИСК ОПТИМАЛЬНОЙ МОДЕЛИ

Свеженцев А. А., Садыков М. А.

Аннотация. В статье проанализирован мировой опыт развитых стран с рыночной экономикой относительно построения оптимальной модели стратегического планирования развития экономики, адаптированного под рыночный тип экономики. Проблемой статьи является повышение эффективности государственной политики в экономике для обеспечения экономического роста. Целью статьи является формулирование подходов к формированию модели стратегического планирования в Украине и анализ методов взаимодействия органов власти, государственного сектора и бизнес-среды на основе опыта успешных моделей стратегического планирования развитых стран. В статье использованы методы анализа и синтеза, логического обобщения, системный и комплексный подходы. Выделен критерий эффективности применения планирования или регулирования конкретной отрасли промышленности. Охарактеризованы общие принципы построения оптимальной системы стратегического планирования и рекомендации по построению системы стратегического планирования высокотехнологической сферы производства Украины, а также преимущества от применения стратегического планирования.

Ключевые слова: стратегическое планирование экономики, прогнозирование развития, модели планирования экономики, регулирование экономики, ускоренная модернизация экономики.

STRATEGIC PLANNING OF THE ECONOMY AS A PREREQUISITE FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY: SEARCHING FOR AN OPTIMAL MODEL

O. Sviezhentsev, M. Sadykov

Abstract. The article analyzes the world experience of developed countries with market economies concerning the construction of an optimal model for strategic planning of economic development adapted for the market type of economy. The problem considered is increasing the efficiency of the state policy in the economy to ensure the economic growth. The aim of the article is to provide approaches to forming a model of strategic planning in Ukraine and analyze the methods of interaction between the authorities, public sector and business environment based on the experience of successful models for strategic planning of developed countries. The article used the methods of analysis and synthesis, logical generalization, system and comprehensive approaches. The criterion for the effectiveness of planning and regulating a particular industry has been distinguished. The general principles of building an optimal system for strategic planning and recommendations on building a system for strategic planning of high-tech spheres of production in Ukraine as well as the benefits from the use of strategic planning have been characterized.

Keywords: strategic planning of the economy, development forecasting, models of economic planning, regulation of the economy, accelerated economic modernization.

Постановка проблеми. З часів розпаду СРСР термін «планування економіки» набув негативного змісту. В суспільстві та середовищі економістів була популярною ідея про саморегуляцію економіки та «невидиму руку ринку» як універсальний механізм, що не потребує державного втручання або потребує мінімального втручання. Натомість упродовж XX ст. передові країни з ринковою економікою активно впроваджувала елементи планування економіки, програмування розвитку окремих галузей і сегментів економіки. Методика та засоби планування, які запозичувалися у країн соціалістичного блоку, адаптувалися під умови ринкової економіки та наявності приватної власності. Упродовж другої половини XX ст. країни США, Європи та

Японія активно впроваджували елементи політики планування розвитку економіки. Наприкінці ХХ ст. елементи державного планування почали активно впроваджувати також швидкозростаючі економіки Південно-Східної Азії (Китайська Народна Республіка, Південна Корея, Малайзія та інші). Однією зі спільних рис цих успішних азіатських моделей соціально-економічного розвитку є поєднання ринкової економіки та спільного планування розвитку економіки владою і економічними суб'єктами. Економічний досвід більшості країн показав, що без стратегічного планування розвитку економіки неможливий технологічний прорив інноваційних галузей економіки та економічна модернізація, які передбачають як розвиток малого та середнього бізнесу, так і великого, насамперед тому, що інноваційна діяльність у різних галузях більш рентабельна як на великих підприємствах, так і на малих. Неможливо уявити підприємство по виготовленню літаків або станків малого розміру, проте багато інновацій народжувались саме на малих підприємствах. В умовах економічної кризи та різкого зменшення промислового потенціалу необхідне поступове збільшення ролі держави в економіці для створення умов для відродження промисловості та її модернізації шляхом створення стратегічних планів розвитку тих галузей, для яких політика державного регулювання буде недостатньо ефективною.

Аналіз останніх публікацій. Окремі аспекти державного регулювання та планування, питання стратегічного планування економічного розвитку в умовах ринкової системи досліджували закордонні вчені: І. Ансофф, М. Портер, Дж. Стігліц та інші, а також такі вітчизняні вчені, як В. М. Геєць [1, 2], Т. С. Клебанова [2], А. С. Гальчинський [3], Я. А. Жаліло [4], О. М. Головінов [5], О. Г. Пенькова [6], І. В. Крючкова, Н. П. Сітнікова [7], К. Ю. Ягельська [9] та інші. Вітчизняні науковці формують необхідність упровадження науково обґрунтованого стратегічного планування економіки та формування такої моделі управління економікою, для якої були б характерними вибіркові права та обов'язки регулювання, що формують основу переходу до вищих технологічних устроїв і забезпечують національний економічний розвиток у цілому. Н. П. Сітнікова [7, с. 11] формулює необхідність розробки та затвердження Стратегії економічного та соціального розвитку України та пропонує підходи до її розробки. К. Ю. Ягельська [9, с. 349] досліджує ефективність заходів державної підтримки національного економічного розвитку різними країнами світу та пропонує набір дій для підтримки національного економічного розвитку. Окрім створення Стратегії (плану) економічного та соціального розвитку України необхідно визначити підходи до формування моделі стратегічного планування та методи взаємодії органів влади та економічних суб'єктів у рамках виконання даної Стратегії.

Метою статті є формулювання підходів до формування моделі стратегічного планування в Україні та аналіз методів взаємодії органів влади, державного сектору та бізнес-середовища на основі досвіду успішних моделей стратегічного планування розвинутих країн світу.

Виклад основного матеріалу. Прогнозування розвитку та створення програм економічного та соціального розвитку також є частиною системи державного впливу на економіку. В Україні діяльність щодо створення програм розвитку розпочалася з прийняттям Законів України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» від 23 березня 2000 р. (№ 1602-III) [10], «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки» від 11.07.2001 р. (№ 2623-III), «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. (№ 40-IV). На основі цих та інших нормативних актів було затверджено програми галузевого та регіонального розвитку. Проте їхня ефективність була обмеженою через недостатність фінансування, відсутність належного інституційного середовища, непослідовність прийняття законів та ухилення від їхнього виконання, зміну посадових осіб, відповідальних за виконання програм та інше. На практиці горизонт планування та прогнозування обмежувався одним роком у рамках щорічних бюджетів, що значно обмежувало регуляторні можливості держави. Безумовно, успішна економічна політика держави може бути тільки системною, послідовною, науково обґрунтованою, а також має виходити з кінцевої мети та стратегії її досягнення.

Для більш глибокого аналізу структури оптимальної моделі планування для України розглянемо застосування стратегічного планування в розвинутих країнах світу з часів закінчення Другої світової війни (табл. 1).

Підводячи підсумки аналізу закордонного досвіду в галузі планування та прогнозування, слід виокремити ряд ключових моментів. Для досягнення позитивних результатів у політиці державного планування соціально-економічної сфери є необхідними:

1. Наявність спеціальних органів планування і прогнозування, наділених необхідними повноваженнями, визначення правил відносин між органами планування та підприємствами приватної та державної форм власності.
2. Ефективно діюча організаційна структура органів планування та прогнозування.
3. Чітке законодавче визначення обов'язків органів планування і їхньої відповідальності.
4. Належне фінансування затверджених планів розвитку.
5. Формулювання стратегії національного розвитку, яка орієнтована на забезпечення визначеного типу розвитку (сталий, людський, інноваційний тощо) та ґрунтується на управлінні, що базується на результаті (Result Based Management). Також у процесі розроблення таких стратегій використовуються такі інструмен-

ти, як SWOT-аналіз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), PEST-аналіз (Political, Economic, Social, and Technological Analysis), STEER-аналіз (Socio-Cultural, Technological, Economic, Ecological, and Regulatory Factors) тощо [7, с. 9].

Таблиця 1

Порівняння моделей стратегічного планування економіки розвинутих країн світу у другій половині XX – початку XXI ст. [8; 9]

Країна	Характеристики моделі планування та прогнозування економіки	Переваги моделі для використання в Україні	Недоліки моделі для використання в Україні
1	2	3	4
США	<ul style="list-style-type: none"> – Обмежене використання планування економіки; – внутрішньовідомче планування, яке тісно пов'язане з бюджетним процесом; – широке використання прогнозування економіки як держави в цілому, так і окремих галузей та штатів; – співробітництво в створенні прогнозів на комерційній основі між органами влади, університетами та комерційними фірмами; – застосування планування розвитку на рівні найбільших корпорацій 	<ul style="list-style-type: none"> – Формування і наявність комерційної галузі прогнозування; – активне залучення для розробки моделей економічного розвитку вищих навчальних закладів, підготовка висококваліфікованих кадрів; – побудова всіх відносин між організаціями, що займаються побудовою прогнозів та органами державної влади на комерційній основі 	<ul style="list-style-type: none"> – Нечіткість структурної організації органів прогнозування і планування на регіональному рівні; – відсутність законодавчої відповідальності за невідповідність прогнозів і реально досягнутих результатів, відсутність чіткого законодавства в координації діяльності в галузі прогнозування між органами виконавчої влади штатів і країни
Великобританія	<ul style="list-style-type: none"> – Розробка стратегій розвитку (довгострокових і короткострокових), при цьому прогнозування носить допоміжний характер; – застосування економетричних моделей і визначення взаємозв'язків між різними показниками; – застосування «форсайт-проектів» (аналіз і оцінка глобальних явищ, які впливають на економіку конкретної країни, а також визначення шляхів впливу на ці процеси з метою посилення позитивного впливу і послаблення негативного) 	<ul style="list-style-type: none"> – Застосування економетричних моделей 	<ul style="list-style-type: none"> – Немає спеціального законодавства, яке всебічно регламентує діяльність у галузі планування і прогнозування; – не визначено відповідальність у разі невиконання прогнозів; – прогнози розвитку економіки країни, за фактом, будуються незалежно від прогнозів розвитку окремих регіонів
Німеччина	<ul style="list-style-type: none"> – Використання прогнозування розвитку економіки, за окремими стратегічно важливими галузями здійснюється стратегічне планування їхнього розвитку; – створення середньострокових (на 4 роки) «цільових проєкцій» суспільно-економічного розвитку країни за загальними параметрами розвитку економіки, а також короткострокових і середньострокових програми для структурно-кризових галузей та новітніх наукоємних галузей; – створення регіональних програм, що, як і загальногосподарські «проєкції», розробляються за принципом «ковзного планування» на 4 роки 	<ul style="list-style-type: none"> – Важлива роль науково-дослідних інститутів та наукових рад з окремих учених, які розробляють короткострокові, середньострокові і довгострокові прогнози розвитку економіки, а також кожні півроку готується «спільний діагноз» кон'юнктурної ситуації в економіці країни і оцінка короткострокових перспектив її розвитку 	
Франція	<ul style="list-style-type: none"> – Єдиний орган влади, який відповідає за державне планування та прогнозування; – політика «державного дирижизму» (вибірковість політики держави, привілейовані 	<ul style="list-style-type: none"> – Залежність планів за рівнями: галузеві та регіональні плани залежать від загальнонаціональних; 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність обов'язку суб'єктів економіки щодо надання розширеної інформації до органів статистики

1	2	3	4
	<ul style="list-style-type: none"> – точки планування, вибір локомотивних галузей економіки); – рух від директивного до індикативного планування та визначення стратегічних планів розвитку; – середньостроковий характер планів 	<ul style="list-style-type: none"> – бюджет та нормативні документи створюються виходячи з загальнонаціональних планів і програм; – стимулювання підприємства подавати плани розвитку та звітність через економічні механізми 	
Японія	<ul style="list-style-type: none"> – Використання системи соціально-економічних прогнозів, планів і науково-технічних програм як інструменту урядового регулювання ринкової економіки; – вплив на підприємства приватного сектору через стимулюючі економічні важелі; – середньо- та довгострокові плани обговорюються з представниками промислових і фінансових компаній, з суспільством та економістами; – середньострокові програми регіонального розвитку мають «ковзний» характер, короткострокові використовуються в бюджетному процесі; – плани-програми виступають одним із інструментів державного регулювання ринкової економіки 	<ul style="list-style-type: none"> – Розробка галузевих і загальнонаціональних планів-програм, які дають уявлення про можливі варіанти розвитку тих чи інших процесів, що відображають коло потенційних проблем, часто в рамках програм пропонуються можливі шляхи вирішення цих проблем; – системність роботи щодо виконання планів; – робота як із державним сектором, так і з приватним; – залучення приватних компаній для побудови планів-програм як на державному, так і на приватному рівнях; – громадське обговорення розроблених планів-програм розвитку 	<ul style="list-style-type: none"> – Відсутність спеціалізованих законів, що регулюють державну діяльність у сфері планування і прогнозування, процес прогнозування регулюється безліччю підзаконних актів і склепінням інструкцій

Практично всі країни, де значна увага приділяється плануванню соціально-економічного розвитку, активно залучають різні наукові організації, університети та приватний сектор. Важливою особливістю країни з ринковою економікою є той факт, що всі плани (програми) соціально-економічного розвитку носять або індикативний, або рекомендаційний, в окремих випадках індикативно-директивний характер, що залежить від ступеня впливу держави на економічний розвиток. При цьому створюються такі умови, щоб приватний сектор був зацікавлений у досягненні параметрів, зазначених у прогнозах. Історія розвитку прогнозування в багатьох країнах показує життєстійкість і виправданість застосування економетричних моделей. Йдеться не про якісь типи жорсткої специфікації, кожна країна і регіон вибудовують найбільш оптимальну модель для прогнозування свого розвитку. При цьому в Україні необхідно розпочати розробку подібних економетричних моделей соціально-економічного розвитку окремих регіонів і всієї країни в цілому. Вельми продуктивним може стати використання японського досвіду побудови планів-прогнозів: ковзний характер планів-прогнозів соціально-економічного розвитку і механізм їхнього суспільного обговорення. Даний аспект може істотно підвищити якість підсумкових результатів. Отже, закордонний досвід в галузі планування і прогнозування може бути вельми корисний у процесі вдосконалення системи планування та прогнозування розвитку економіки в Україні, яка буде адаптована під ринковий характер економіки.

Відповідаючи на питання, які саме галузі потребують стратегічного планування, а які можуть гармонійно розвиватися під впливом ринкових механізмів та обмеженого державного регулювання, необхідно в першу чергу виходити з критеріїв рівня доданої вартості в процесі виробництва та розміру необхідних інвестицій, які потрібні для створення абсолютно нового підприємства («з нуля»), а також брати до уваги розмір вкладень, необхідних для підтримання рівня конкурентоспроможності продукції за рахунок інноваційних технологій. Саме високотехнологічні галузі, які мають вищі показники рівня доданої вартості в процесі виробництва, розміру необхідних інвестицій для організації виробництва та підтримки його конкурентоспроможності на перших етапах модернізаційного ривка потребують координації дій з державою у вигляді створення та виконання стратегічних планів розвитку галузі.

Галузі, які мають нижчий «пори́г» для створення нового підприємства, – це, насамперед, харчова промисловість, переробка сільськогосподарської сировини, виробництво товарів «народного споживання», господарських товарів та інші. Гармонійний розвиток цих галузей передбачає тільки створення якомога сприятливіших умов для бізнесу, обмежене державне регулювання та відсутність детального державного планування.



Галузі, які потребують саме політики стратегічного планування розвитку, – це, в першу чергу, всі високотехнологічні галузі промисловості, які забезпечують велику додану вартість, а саме: більшість підгалузей машинобудування, фармацевтична, біотехнологічна промисловість, виробництво устаткування та ін. У цих високотехнологічних галузях економіки вартість «входу на ринок» з нуля в десятки і сотні разів вище, ніж, наприклад, в харчовій промисловості або обробці сільськогосподарської сировини. В даний момент з урахуванням розвитку технологій та лібералізації торгівлі практично неможливо знайти інвестора, який би сам «з нуля» побудував таке високотехнологічне підприємство і вклав кошти в підтримку його конкурентоспроможності, враховуючи низьку рентабельність даного типу інвестиційних проектів в середньо- і довгостроковому періодах, а також рівень кредитних ставок українського банківського сектора. Такі інвестиційні проекти будуть окупатися десятиліттями, що неприйнятно для переважної більшості сьогодишніх інвесторів. Враховуючи ці фактори, для розвитку таких галузей держава може виступити як розробник таких інвестиційних проектів і як співінвестор в їх реалізації, залучаючи також і приватний капітал під уже розроблений бізнес-проект, надаючи державні гарантії приватним інвестиціям. Такий підхід є частиною політики стратегічного планування високотехнологічних галузей, коли держава у співпраці з бізнес-середовищем та науковими установами розробляє стратегічні плани розвитку всіх високотехнологічних галузей, включаючи й ті, де є діючі підприємства.

Стратегічний план галузі має включати в себе насамперед аналіз розвитку галузі та майбутніх перспектив її розвитку, рекомендації щодо стратегії дій, формулювання мети розвитку, індикативних показників та план дій з боку бізнесу і влади для досягнення поставлених цілей. Під планом дій мається на увазі набір дій, інвестиційних проектів (для побудови нових підприємств та модернізації існуючих) та індикативно-директивних планів розвитку діючих підприємств. Для тих галузей, які на даний момент недостатньо розвинені, залежно від необхідності повинні бути розроблені як інвестиційні проекти розвитку, так і індикативно-директивні плани розвитку діючих підприємств. Також в рамках політики стратегічного планування доцільним є створення технологічних комплексів для здешевлення собівартості продукції. Для нових галузей, де немає наявних підприємств, можуть бути розроблені інвестиційні плани розвитку (інвестиційні проекти) по створенню підприємств «з нуля» на основі маркетингових досліджень з точки зору економічної доцільності. Фінансування проектів може бути як державно-приватним, так і приватним або державним.

Стратегічне планування не може здійснюватися з жорсткими прив'язками до конкретних результатів виробництва, залишаючи економічним суб'єктам необхідну свободу дій, воно може фіксувати бажані цілі, етапи їхнього досягнення, а також необхідну допомогу держави. Ступінь відхилення плану в бік індикативності або директивності плану визначається розумною необхідністю з точки зору ефективності дій та домовленістю між органами влади і суб'єктами економіки.

Перевага даного підходу перед ліберально-орієнтованим («ринок сам все вирішить») для високотехнологічної сфери є очевидною:

1. Держава запускає механізм стратегічного планування (програмування) високотехнологічних галузей. Це означатиме, що дані галузі будуть розвиватися не самі собою під всевладдя складних зовнішніх умов, а в постійній співпраці державних органів і бізнесу. Такий підхід в різних формах вже кілька десятиліть застосовують у себе Південна Корея, Китай, Японія та інші країни, які зробили стрибок у своєму економічному розвитку. Країни ЄС та США також упроваджували стратегії інноваційного розвитку, метою яких було створення інституційних умов для інноваційного розвитку.

2. Стратегічні плани розвитку окремих взаємопов'язаних галузей можна пов'язувати між собою, забезпечуючи спільний розвиток і здешевлення собівартості продукції.

3. Держава може визначати найбільш перспективні напрями вкладення коштів, враховуючи останні тенденції у розвитку технологій. Якщо взяти до уваги, що у держави є наукові установи, то зробити такий аналіз вона може набагато ефективніше, ніж окремих інвестор.

4. Через механізм державних венчурних підприємств та фінансування наукових організацій по створенню і апробуванню нових технологічних рішень можна створити ефективно діючий механізм з відбору та реалізації найбільш перспективних технологій за рахунок державних і приватних коштів.

5. Окремим важливим чинником є доступність кредитних ресурсів для реалізації інвестиційних проектів.

Висновки. Нинішня модель розвитку економіки України та взаємодії влади і бізнесу є неефективною, враховуючи те, що ВВП України зростає (або падає) темпами, які нижчі за темпи зростання світового ВВП з 2008 р. (виключенням був тільки 2011 р.) [11; 12]. Необхідність економічного розвитку обумовлює те, що держава повинна повернутися до ролі планувальника розвитку економіки, а не тільки її регулятора з метою формування умов для модернізаційного прискорення економіки. Без цього бізнес-середовище самотужки цю задачу не вирішить, а Україна буде й далі мати другорядні ролі в світовій економіці та світовому розподілі праці.

Політика обмеженого підтримуючого державного стратегічного планування з урахуванням умов ринкової економіки та впровадженням приватно-державного партнерства є необхідною, враховуючи рівень розвитку підприємств високотехнологічної сфери України. Окрім цього, світова економіка через світову кризу поступово входить в етап нового технологічного устрою, де локомотивом розвитку будуть абсолютно нові галузі економіки. В цих умовах є необхідним підвищення ролі держави в економіці, набуття ролі планувальника розвитку для прискореної модернізації та індустріалізації економіки.

Створення галузевих планів (програм) розвитку має базуватись на загальній Стратегії економічного та соціального розвитку України, яка має бути стрижнем системи, що визначає вектор розвитку і на якому базуються всі елементи системи довгострокового планування розвитку країни.

Напрямами подальших досліджень авторів є формулювання структури і напрямів реалізації Стратегії економічного та соціального розвитку України та аналіз найбільш доцільних форм її реалізації.

Література: 1. Геєць В. М. Бар'єри на шляху розвитку промисловості на інноваційній основі та можливості їх подолання / В. М. Геєць // Економіка України. – 2015. – № 1 (638). – С. 4–25. 2. Моделі і методи соціально-економічного прогнозування : підручник / [В. М. Геєць, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк та ін.]. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 394 с. 3. Гальчинський А. С. Політична нооекономіка: начала оновленої парадигми економічних знань / А. С. Гальчинський. – К. : Либідь, 2013. – 469 с. 4. Формування моделі економічного розвитку України у післякризовому світі : аналітична доповідь / [Я. А. Жаліло, Д. С. Покришка, Я. В. Белінська та ін.]. – К. : НІСД, 2014. – 115 с. 5. Головінов О. М. Держава у ринковому середовищі : питання теорії / О. М. Головінов. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. – 279 с. 6. Пенькова О. Г. Цілі та пріоритети стратегічного планування розвитку економіки / О. Г. Пенькова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 7 (109). – С. 62–72. 7. Сітнікова Н. П. Довгостроковий сегмент стратегічного планування національного розвитку / Н. П. Сітнікова // Економіка та держава. – 2012. – № 10. – С. 8–11. 8. Мартынов А. С. Анализ зарубежного опыта в области государственного планирования и прогнозирования [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://thsp.ru/issues/issue0409/040907.htm>. 9. Ягельська К. Ю. Державна підтримка національного економічного розвитку: теорія та практика / К. Ю. Ягельська // Економічні інновації. – 2013. – № 53. – С. 342–351. 10. Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України : Закон України від 23.03.2000 р. № 1602-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1602-14>. 11. Темпы роста ВВП Украины, % [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ereport.ru/stat.php?count=ukraine&razdel=country&table=ggecia>. 12. Темпы роста ВВП мира в целом, % [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ereport.ru/stat.php?razdel=country&count=world&table=ggecia>.

References: 1. Heiets V. M. *Barriers to Industrial Development Based on Innovation and Opportunities to Overcome Them* / V. M. Heiets // *Ekonomika Ukrainy*. – 2015. – No. 1 (638). – P. 4–25. 2. *Modeli i metody sotsialno-ekonomichnoho prohnozuvannia* / [V. M. Heiets, T. S. Klebanova, O. I. Cherniak et al.]. – Kharkiv : INZhEK, 2008. – 394 p. 3. *Halchynskiy A. S. Politychna noekonomika: nachala onovlenoi paradyhmy ekonomichnykh znan* / A. S. Halchynskiy. – Kyiv : Lybid, 2013. – 469 p. 4. *Formuvannia modeli ekonomichnoho rozvytku Ukrainy u pisliakryzovomu sviti : analitychna dopovid* / [Ya. A. Zhalilo, D. S. Pokryshka, Ya. V. Belinska et al.]. – Kyiv : NISD, 2014. – 115 p. 5. *Holovinov O. M. Derzhava u rynkovomu seredovyshchi : pytannia teorii* / O. M. Holovinov. – Donetsk : DonNUET, 2007. – 279 p. 6. *Penkova O. H. Tsili ta priorytety stratehichnoho planuvannia rozvytku ekonomiky* [The Objectives and Priorities of the Strategic Planning of Economic Development] / O. H. Penkova // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2010. – No. 7 (109). – P. 62–72. 7. *Sitnikova N. P. Dovhostrokovyi sehment stratehichnoho planuvannia natsionalnoho rozvytku* [Long-term Segment of the Strategic Planning of National Development] / N. P. Sitnikova // *Ekonomika ta derzhava*. – 2012. – No. 10. – P. 8–11. 8. *Martynov A. S. Analiz zarubezhnogo opyta v oblasti gosudarstvennogo planirovaniya i prognozirovaniya* [Electronic resource]. – Access mode : <http://thsp.ru/issues/issue0409/040907.htm>. 9. *Yahelska K. Yu. Derzhavna pidtrymka natsionalnoho ekonomichnoho rozvytku: teoriia ta praktyka* [State Support National Economic Development: Theory and Practice] / K. Yu. Yahelska // *Ekonomichni innovatsii*. – 2013. – No. 53. – P. 342–351. 10. *Pro derzhavne prohnozuvannia ta rozroblennia proqram ekonomichnoho i sotsialnoho rozvytku Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 23.03.2000 r. No. 1602-III* [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1602-14>. 11. *Tempy rosta VVP Ukrainy, %* [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ereport.ru/stat.php?count=ukraine&razdel=country&table=ggecia>. 12. *Tempy rosta VVP mira v tselom, %* [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ereport.ru/stat.php?razdel=country&count=world&table=ggecia>.

Інформація про авторів

Свеженцев Александр Александрович – науковий співробітник науково-дослідної лабораторії з проблем протидії злочинності Харківського національного університету внутрішніх справ Міністерства внутрішніх справ України (пр. Льва Ландау, 27, м. Харків, 61080, Україна, e-mail: alexandrsv@ukr.net).

Садиков Мурат Абдикасович – докт. екон. наук, професор кафедри економіки та фінансів факультету права та масових комунікацій Харківського національного університету внутрішніх справ Міністерства внутрішніх справ України (пр. Льва Ландау, 27, м. Харків, 61080, Україна, e-mail: mas1212@ukr.net).

Информация об авторах

Свеженцев Александр Александрович – научный сотрудник научно-исследовательской лаборатории по проблемам противодействия преступности Харьковского национального университета внутренних дел Министерства внутренних дел Украины (пр. Льва Ландау, 27, г. Харьков, 61080, Украина, e-mail: alexandrsv@ukr.net).

Садыков Мурат Абдыкасович – докт. экон. наук, профессор кафедры экономики и финансов факультета права и массовых коммуникаций Харьковского национального университета внутренних дел Министерства внутренних дел Украины (пр. Льва Ландау, 27, г. Харьков, 61080, Украина, e-mail: mas1212@ukr.net).

Information about the authors

O. Sviezhentsev – Researcher of Scientific Research Laboratory on Problems of Counteraction of Criminality of the Kharkiv National University of Internal Affairs of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine (Lva Landau pr., 27, Kharkiv, 61080, Ukraine, e-mail: alexandrsv@ukr.net).

M. Sadykov – Doctor of Sciences in Economics, Professor of the Department of Economics and Finance at the Faculty of Law and Mass Communications of the Kharkiv National University of Internal Affairs of the Ministry of Internal Affairs of Ukraine (Lva Landau pr., 27, Kharkiv, 61080, Ukraine, e-mail: mas1212@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
20.11.2015 р*

JEL Classification: C15; Z3

УДК 311.4: 338.1:640.41

L'ÉVALUATION DE L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE DES RÉGIONS DE L'UKRAINE POUR FORMER UNE IMAGE POSITIVE À L'ÉCHELLE INTERNATIONALE

N. Moroz

Abstract. *En partant de l'hypothèse que le tourisme ukrainien n'attire pas suffisamment l'attention des touristes étrangers, cette publication a pour but de faire une première ébauche du diagnostic territorial des régions ukrainiennes concernant leur attractivité touristique à l'échelle internationale en reliant les tendances mondiales, les données officielles des flux touristiques du pays et des chiffres clés du patrimoine culturel. L'étude est basée sur les données officielles de l'Ukraine présentées par le Bureau National des Statistiques de l'Ukraine, le Ministère de la Culture d'Ukraine, ainsi que sur les données obtenues lors de l'enquête menée auprès des étudiants français montrant l'opinion générale des jeunes européens en dessinant le profil type des attentes des touristes potentiels du pays.*

Mots clés: *attractivité touristique, imagerie territoriale, destination touristique, Ukraine, diagnostic du tourisme.*

ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ НА МІЖНАРОДНОМУ РІВНІ

Мороз Н. О.

Анотація. *Висловлюючи гіпотезу, що українським територіям бракує уваги іноземних туристів, метою цього дослідження є встановлення первинної територіальної діагностики туристичної привабливості українських регіонів на міжнародному рівні. Дослідження ґрунтується на глобальних світових тенденціях і враховує ключові цифри туристичних потоків країни і об'єктів культурної спадщини, що надаються відповідно Національним бюро статистики та Міністерством культури України. Також використовуються дані, отримані в ході опитування французьких студентів,*

© N. Moroz, 2015

що показує загальну думку молодих європейців і дозволяє зробити основні висновки щодо очікувань потенційних туристів у країні.

Ключові слова: туристична атрактивність, імідж території, туристична дестинація, Україна, діагностика туризму.

ОЦЕНКА ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ УКРАИНЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА НА МЕЖДУНАРОДНОМ УРОВНЕ

Мороз Н. А.

Аннотация. Основываясь на гипотезе, что украинские территории частично обделены вниманием иностранных туристов, целью данного исследования является установление первичной территориальной диагностики туристической привлекательности украинских регионов на международном уровне. Исследование основывается на глобальных мировых тенденциях и учитывает ключевые цифры туристических потоков страны и объектов культурного наследия, которые предоставляются соответственно Национальным бюро статистики и Министерством культуры Украины. Также используются данные, полученные в ходе опроса французских студентов, который показывает общее виденье молодых европейцев и позволяет сделать основные выводы относительно ожиданий потенциальных туристов в стране.

Ключевые слова: туристическая привлекательность, имидж территории, туристическая дестинация, Украина, диагностика туризма.

ASSESSING THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF UKRAINIAN REGIONS TO CREATE A POSITIVE IMAGE AT THE INTERNATIONAL LEVEL

N. Moroz

Abstract. Proceeding from the hypothesis that the Ukrainian territories are partially deprived of the attention of foreign tourists, the aim of the study is to carry out a primary territorial diagnosis of the tourist attractiveness of Ukrainian regions at the international level. The study is based on the global trends and takes into account the key figures of tourist flows of the country and objects of cultural heritage provided correspondingly by the National Bureau of Statistics and the Ministry of Culture of Ukraine. The data obtained in the course of polling French students, which show the general vision of young Europeans and allow making basic conclusions regarding the expectations of potential tourists in the country, were also used.

Keywords: tourist attractiveness, image of the territory, tourist destination, Ukraine, diagnosis of tourism.

L'industrie du tourisme qui se développe à une vitesse phénoménale pousse les professionnels et les chercheurs à réfléchir à la diversité et la diversification des approches et des méthodologies dans le but d'améliorer et de développer l'activité touristique des territoires étudiés. Aujourd'hui, dans un monde globalisé, l'apparition de nouvelles destinations fait naître de nouvelles formes de concurrence, poussant les professionnels et les acteurs touristiques travaillant sur le territoire à élaborer des méthodes et des politiques pour fidéliser les touristes existant mais aussi attirer de nouveaux clients en augmentant ainsi les flux touristiques. Ce but ne peut être atteint qu'à condition que la destination prétendant être touristique soit attractive. C'est ainsi que le travail efficace et complexe relatif à l'amélioration de l'attractivité de l'espace touristique joue un rôle primordial dans le processus d'attraction de nouveaux touristes.

Les questions concernant l'attractivité territoriale préoccupent des chercheurs du monde entier, notamment A. A. Lew, S. Gagnon, F. Joliet, T. Martin, P. Thiard, E. Charles, H. Thouément, N. Cattan, R. Camagni, J. C. S. Tang, N. Rochananond, S. Anhold, C. A. Gunn. Les chercheurs travaillant sur les problèmes d'attractivité territoriale essaient d'argumenter dans leurs travaux la nécessité de créer et maintenir l'image positive et parfois prestigieuse d'un pays, ce qui augmente ses chances de devenir attractif sur le plan touristique. En Ukraine, cette problématique est relativement récente ce qui est lié avec le passé du pays. L'Ukraine, Etat jeune avec son statut de pays indépendant, a commencé à réfléchir à ses stratégies de compétitivité touristique avec un certain retard par rapport aux grandes destinations touristiques comme la France ou les Etats-Unis. C'est pour cette raison que toutes les recherches et études autour de l'image attractive de l'Ukraine sont assez récentes. Parmi les ukrainiens qui se sont posé des questions sur la manière de travailler l'attractivité de leur pays, nous pouvons citer V. Maskalskyi



(В. Масальський), G. Michetchkin (Г. Мишечкін), I. Ivanunuk (І. Івануник), Ya. Grygorovych (Я. Григорович), O. Liubitseva (О. Любіцева), V. Yevdokumenko (В. Євдокименко), G. Skliar (Г. Скляр), N. Karpenko (Н. Карпенко) et d'autres.

Le but de cette publication est d'analyser des approches existant dans les processus de valorisation territoriale afin d'augmenter son taux de compétitivité, ainsi qu'étudier le cas de l'Ukraine en tant que destination s'ouvrant au monde après une longue période de conservation historique. Lors de l'étude du tourisme en Ukraine, il est important d'analyser et d'identifier l'image ou les images qu'elle représente en tant que destination touristique.

La représentation touristique d'un territoire est basée en premier lieu sur son individualité. Sur le plan géographique, le territoire possède un ensemble de signes visuels ou verbaux (tels que nom, hymne, drapeau, position géographique, continent, langue parlée, capitale, monnaie et autres) d'après lesquels il peut être identifié. Sur le plan touristique, un territoire en tant que destination représente une entité complexe d'identifiants géographiques, culturels, patrimoniaux, paysagers, historiques, politiques et sociaux. Ainsi nous pouvons parler d'une image multidimensionnelle que le pays reflète dans les yeux de ses visiteurs.

Chaque destination est attractive à sa manière. L'attractivité découle de l'individualité touristique incluant à la fois l'image, l'identité et le positionnement touristique du territoire par rapport aux autres territoires. Les professionnels du tourisme se posent toujours la même question : comment augmenter les flux touristiques en fidélisant les anciens touristes et en attirant de nouveaux ? Quelles peuvent être les motivations de ces derniers dans le choix de cette destination ?

Dans ses recherches, A. F. Gorokhov évoque deux types de ressources du territoire :

- des «ressources principales», autrement dit des ressources attirant les touristes à visiter un territoire
- et des «ressources secondaires», qui assurent la qualité du séjour [1].

Pourtant il ne faut pas oublier que le facteur principal influençant la prise de décision de se rendre dans un pays afin de le découvrir est l'image bien formée, l'identité très claire et unique, les stéréotypes existant et les retours de touristes ayant déjà une certaine expérience du vécu avec ce territoire. Le but de tous les chercheurs dans le domaine du développement territorial et touristique est de savoir pour quelles raisons certaines destinations sont plus réputées que d'autres et quels sont les secrets et atouts de l'attractivité de certains territoires face aux autres, moins (re)connus des visiteurs. Par ailleurs, ils s'interrogent pour savoir où trouver les recettes afin de former l'image positive qui fera venir les touristes, une fois ces derniers «tombés amoureux» d'une destination. La création de l'image d'un pays ou d'un territoire est un processus long et assez compliqué. Il faut prendre en considération l'expérience mondiale. L'un des principes à envisager est «le principe de correspondance» - établissement de la rétroaction avec le consommateur de services touristiques sur un territoire concret. Dans ce cas précis, l'image du territoire peut être considérée comme l'interdépendance de l'image déjà formée et perçue par les touristes ayant visité le pays et l'image et l'impression que le territoire essaye de «vendre». On peut aussi parler de l'image espérée et rêvée par les touristes potentiels ayant l'intention de visiter le pays. D'après John Ph. John's, l'image d'une destination est l'ensemble d'associations et d'informations liées à ce lieu précis [2].

L'expérience mondiale - le cas de la France sera bien parlant - montre que lors de l'étude de l'attractivité touristique d'une destination, il est plus courant de parler de l'élaboration d'un Schéma de développement touristique. Ce document se compose de plusieurs éléments comprenant l'état des lieux du territoire, le diagnostic qui inclue l'étude de toutes les particularités du terrain étudié, y compris ses points positifs et négatifs, ainsi que les facteurs influençant ses dynamiques touristiques mais également les préconisations et propositions pour une période à venir (par exemple sur 5 ans).

Les spécialistes dans le tourisme (si nous parlons de l'expérience de la France) ont tendance à utiliser le terme «patrimoine» qui joue le plus souvent un rôle important dans la formation du produit touristique, voire dans la formation de certaines images et représentations touristiques sur le territoire. Il existe de nombreuses définitions déterminant la notion du patrimoine. Des approches pluridisciplinaires et épistémologiques dans l'étude des questions patrimoniales du territoire nous laisse considérer le patrimoine comme l'héritage commun d'un groupe, par exemple Le patrimoine culturel d'un pays [3]. De multiples définitions existant dans diverses disciplines scientifiques nous amènent à la conclusion qu'au moins dans le cadre du développement du tourisme, «le patrimoine est a priori tout ce que nous décidons de préserver, de réutiliser ou de transmettre» [4]. Sous le terme patrimoine, nous comprenons plusieurs types d'objets d'intérêt touristique comme le patrimoine matériel ou immatériel, culturel ou naturel. En terme de développement territorial et notamment de développement du tourisme, le patrimoine culturel matériel peut être considéré comme un phénomène complexe qui «conservé l'image statique d'une identité» territoriale [5]. C'est ainsi que le patrimoine reflétant une certaine image mentale ou historique peut représenter une ressource importante dans les questions liées au développement touristique. En terme de tourisme, les monuments peuvent être l'un des facteurs d'attractivité touristique d'un site.

Le diagnostic d'une destination est alors basé sur une étude complexe à travers des méthodologies interdisciplinaires qui laissent apparaître des interdépendances entre les flux, l'offre et les menaces touristiques du territoire. Ceci-dit, cette étude peut définir les potentiels et les tendances de développement touristique et répond

à un certain nombre d'objectifs se rapportant aux particularités du milieu, de même qu'aux anticipations et aux attentes des acteurs [6].

Parlant de l'Ukraine, nous pouvons et devons commencer par des informations très basiques mais néanmoins importantes afin de présenter son portrait généralisé, sa première page de «passeport». Il s'agit d'un pays de l'Europe de l'Est, pays faisant partie de l'ex-URSS arborant le drapeau bicolore bleu-jaune. La carte d'identité de l'Ukraine serait la suivante: «L'Ukraine — en ukrainien: Україна (Oukraïna) — est un Etat d'Europe de l'Est, le deuxième d'Europe par sa superficie. Elle est bordée par la mer Noire et la mer d'Azov au sud, frontalière avec la Russie au nord, au sud (contestation territoriale de Crimée) et à l'est, avec la Biélorussie au nord, avec la Pologne, la Slovaquie et la Hongrie à l'ouest et avec la Roumanie et la Moldavie au sud-ouest. Sa capitale est Kiev, sa langue officielle l'ukrainien et sa monnaie, la hryvnia...» [7].

Pourtant ces informations ne suffiront pas pour affirmer que l'Ukraine a une image et une identité touristiques stables, ni pourront en aucun cas servir d'éléments attractifs sur le plan touristique. L'Ukraine étant un pays riche au regard de son patrimoine culturel, historique et naturel, nécessite de développer son activité touristique. Tout ce qui est noté sur le pays dans les ressources officielles accessibles à tous publics sont des informations comme celles de Wikipédia donnant une vision très formelle et généralisée. Puisque l'Ukraine est un Etat indépendant relativement jeune, représentant l'espace postsoviétique sur le plan géopolitique et sans doute touristique, la formation et le développement de son image identitaire à l'échelle mondiale nécessite une planification et organisation stratégiques dans plusieurs sphères de ses activités publiques. La marque territoriale et surtout le nation branding sont des phénomènes nouveaux pour l'Ukraine. La politique de création de l'image territoriale des régions ukrainiennes et du pays entier est en train de se former mais reste freinée à la suite des événements politiques et sociaux destabilisants. Le désir de présenter l'Ukraine comme une destination touristique mondiale semble parfois éphémère et idéaliste compte tenu la réalité environnante.

Dans ce contexte là, si nous essayons de faire un gros plan sur l'Ukraine afin de développer le pays et ses régions en particulier comme destination touristique internationale, une simple description de sa situation géographique ne suffirait pas. Le pays ayant une position géographique très avantageuse et possédant toutes les ressources primaires nécessaires, ne capte pourtant pas l'attention des visiteurs étrangers. Aussi, pour commencer à diagnostiquer le pays, il faudrait sans doute s'inspirer des études du chercheur américain Simon Anhold qui a proposé sa conception d'hexagone de l'image d'une destination, en affirmant que «les pays communiquent avec le reste du monde et créent ainsi leur réputation à travers six éléments»[8], notamment le tourisme, les marques, le peuple, la politique, la culture et les investissements (Voir Figure 1).

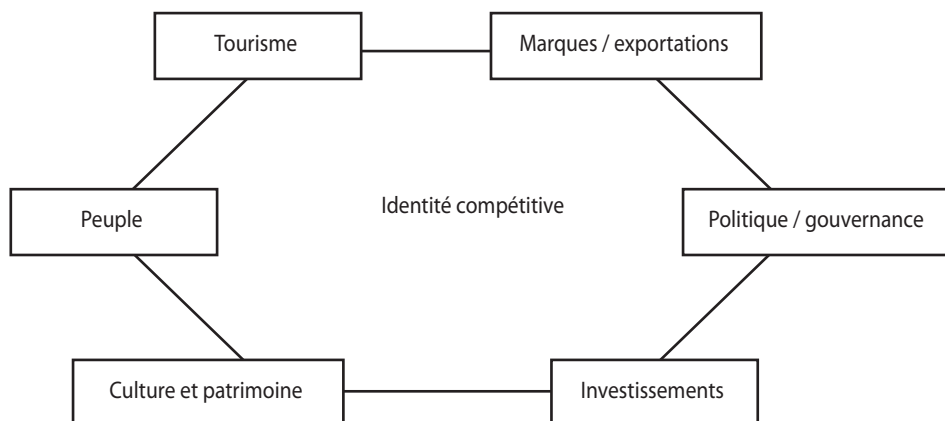


Fig. 1. Hexagone de l'identification de l'identité compétitive d'une destination

La dimension «tourisme» qui permet de comprendre le niveau d'intérêt des étrangers pour visiter un pays ainsi que l'impact des attractions touristiques du pays et la dimension «culture et patrimoine» à travers laquelle il est possible d'analyser la perception du patrimoine et l'intention de consommer des produits culturels (films, littérature, théâtre, musique, art, monuments) du pays par des touristes potentiels sont entrelées. A ces deux dimensions s'ajoute celle de la population et des «marques/ exportations» qui permettent d'examiner comment le peuple du pays ainsi que ses produits et services sont perçus à l'étranger. Et finalement, la dimension «politique / gouvernance» désigne la perception de l'opinion publique à propos de la compétence du gouvernement national.

Selon Anhold, dans ce schéma la dimension «peuple» est le point le plus problématique, mais en même temps le plus important que les pays doit prendre en considération lors de la conception de la stratégie du «branding national». «Si la marque n'a aucune compréhension, ni soutien, ni réflexion dans les valeurs et les orientations du comportement des gens, il n'y a pratiquement aucune chance que cette stratégie de marque soit réalisée. Les



gens, soit le capital humain est un atout important de chaque nation» [8]. D'où la conclusion qu'avant de construire l'image du pays, il faut d'abord réaliser une recherche de l'image (Image Research), autrement dit effectuer une étude afin de comprendre comment le pays est vu par son peuple et par les étrangers. Cette étude permettra d'établir la présence (ou non) d'une vision stéréotypée sur le pays (en particulier chez le public étranger), ce qui signifie généralement un certain manque de connaissances sur le pays ou le refus de construire son propre point de vue critique sur un pays en particulier à partir des messages diffusés dans les mass médias. Comme exemple typique, on peut se rappeler de certaines affirmations stéréotypées existant (les Roumains sont tous des tziganes, les Français des mangeurs de grenouilles, en Russie il fait froid et des ours se baladent dans les rues, au Mexique on porte des sombreros et on boit de la tequilla etc) le plus souvent dépourvues de toute validité et pouvant former une image négative ou péjorative du pays auprès les étrangers. «National image is like starlight which, by the time it reaches us on Earth, is only the distant echo of an event that started and finished long before» [9, p. 26].

Le but de la stratégie d'image d'une destination est de construire, de manière structurée et coordonnée, sa réputation internationale et de faire sa promotion. Pourtant cette stratégie doit se baser sur une bonne coordination entre le gouvernement, le secteur public et privé et la population. L'image attractive se crée alors à partir du principe que lorsque tous les acteurs, regroupés sous la direction d'une institution centrale partagent la même vision de l'identité territoriale et harmonisent leurs actions et leur communication, alors l'image réelle et actuelle de ce territoire a beaucoup plus de chances d'être perçue de façon juste, cohérente et positive [10]. Ceci dit, l'attractivité territoriale surtout touristique est basée sur les communications que nous proposons de regrouper en 5 catégories représentées dans le tableau 1.

Tableau 1

Catégories de communications possibles pour promouvoir un territoire et le rendre attractif

N°	Catégorie de communication	Description
1	Personnes	La communication du territoire est effectuée via toute personne qui le connaît car elle y a vécu ou tout simplement l'a visité et qui peut se présenter comme intermédiaire entre le pays et le monde entier afin d'en parler; il s'agit de simples touristes, mais aussi de leaders politiques nationaux et étrangers, de sportifs ou artistes connus ressortissant du pays, de journalistes, de représentants de diasporas d'émigrants
2	Symboles	Le territoire est communiqué par son patrimoine matériel ou immatériel, réel ou imaginé qui peut être associé à la représentation du pays: drapeaux, hymne national, couleurs, religions, oeuvres d'arts, folklores, traditions, musique, langue, fêtes traditionnelles, animaux symboliques (comme le Kangourou en Australie), monuments, architecture ou autre
3	Initiatives spéciales prises par des acteurs	Le territoire peut être promu à travers divers événements particuliers organisés ou financés à l'initiative de l'Etat ou d'autres acteurs publics ou privés : événements culturels tels qu'expositions, festivals ; événements politiques ou d'affaires tels que conférences, congrès ou forums
4	Produits et services exportés	Divers produits et services proposés par le pays dont les marques parlent de leurs origines et font une association directe au pays
5	outils de communication classiques	La communication territoriale qui s'effectue via des slogans, spots publicitaires, logos, campagnes publicitaires, centres culturels et médiatiques, organisations touristiques etc.

En nous basant sur ce principe, nous pouvons reprendre les mêmes dimensions pour faire l'ébauche de l'établissement du diagnostic de l'attractivité touristique de l'Ukraine.

A parler de la politique de la création de la marque touristique nationale, il serait important de noter qu'en janvier 2014, l'Agence nationale du Tourisme et des Loisirs de l'Ukraine a publié le Guide de la Marque touristique de l'Ukraine, document destiné aux professionnels du tourisme de l'Ukraine dont le but est de répondre aux questions et d'expliquer «la différence de l'Ukraine d'autres pays, comment il vaut mieux positionner le pays, ses villes» [11]. Le brand Ukraine a été conçu et travaillé par l'équipe de l'agence marketing WikiCityNomika en collaboration avec une société allemande de la coopération internationale GIZ. Un des objectifs du nation branding de l'Ukraine est de «former une image d'un pays merveilleusement intéressant à découvrir et à étudier» [11]. Entre autre, les résultats espérés et attendus sont compréhensibles:

- Augmentation du nombre de touristes,
- Augmentation des investissements dans le secteur touristique du pays,
- Augmentation de la quantité d'événements organisés sur le territoire du pays,
- Augmentation de feedback positifs sous forme de publications, articles, commentaires sur l'Ukraine comme une destination touristique [11].

Si nous allons suivre la logique proposée par Serge Gagnon qui affirme que le touriste prend l'initiative de se diriger de lui-même vers une position attractive, mais un «destinateur» le manipulerait dans cette voie [12]. Nous pouvons constater que les premiers pas de manipulation à l'ukrainienne ont été effectués par cette approche de la création de l'image – brand ukrainien, ainsi que par le lancement de plusieurs spots publicitaires lors de l'Euro 2012 ainsi que les spots récents lancés par le Ministère de l'Economie de l'Ukraine vendant les paysages divers et variés du pays.

La mise en désir des lieux, via la création des marques territoriales, ne peut pas être considérée comme une démarche achevée dans le processus de l'amélioration de l'attractivité touristique; ce n'est qu'une des étapes dans un long processus. Comme il a été marqué précédemment, l'attractivité touristique est formée en grande partie par des avis de touristes ayant visité le territoire; c'est pourquoi l'établissement du diagnostic demanderait d'effectuer une étude auprès des touristes du territoire même, qui peuvent donner leur point de vue sans doute subjectif mais nécessaire pour le travail à venir. Le manque d'informations de ce genre rend le diagnostic non exhaustif ; c'est pour cette raison que l'évaluation de l'image de l'Ukraine et toutes les réflexions autour de cette thématique sont parfois éphémères et restent très souvent hypothétiques.

Notre questionnement «comment l'Ukraine est perçue par les jeunes étrangers» nous a poussé à effectuer un sondage, auprès de jeunes français, étudiants de l'Université Catholique de Lyon, qui nous a donné une présentation générale de leur vision du pays et de leurs attentes en tant que touristes potentiels. L'étude a été effectuée en février 2014, dans le cadre de la recherche doctorale sur la thématique du potentiel touristique de l'Ukraine; 205 étudiants français ont été interrogés, ce qui nous a permis d'établir des tendances de représentations et de connaissances des jeunes français sur le pays. En proposant dans la figure 2 le nuage de mots des destinations géographiques ukrainiennes qui viennent à l'esprit des jeunes sondés de 18 à 24 ans, nous pouvons faire l'hypothèse que l'image géographique du pays auprès des jeunes publics étrangers correspond aux offres des tours opérateurs à l'International; en outre, les réponses ont sans doute été influencées par des événements précédents : la catastrophe nucléaire de 1986, le championnat de football de 2012 qui a fait découvrir les 4 villes ukrainiennes (Kiev, Kharkov, Lviv, Donetsk) accueillant les matchs et les événements politiques analysés dans les mass médias.

Maidan Tchernobyl
aucun Odessa
Sébastopol Yalta
Kharkov Lviv Carpates
Donetsk
Kiev Crimée

Fig. 2. Associations géographiques liées à l'Ukraine

L'analyse des flux touristiques par région en 2013 fait ressortir que les 5 régions leaders en accueil de touristes étrangers sont la région de Kiev (98 010), la Crimée (69 575 touristes), la région de Lviv (16 162 touristes), la région d'Odessa (7 047 touristes), le région de Ivano-Frankivsk (5 750 touristes).[13] En comparant les réponses des étudiants français et les chiffres statistiques des visiteurs étrangers du pays, nous prenons le risque de faire l'hypothèse que les destinations touristiques façonnent partiellement l'image du pays.

La courbe des arrivées des étrangers en Ukraine présentée sur la Figure 3 cache, derrière ses données, des explications logiques quant aux hausses et baisses d'intérêts envers le pays. Les années de hausse des arrivées correspondent à des périodes de stabilité économique et politique mondiale et d'amélioration de l'image de l'Ukraine suite à des événements positifs comme la finale de l'Eurovision en 2005 ou le Championnat d'Europe de football en 2012, événements qui ont fait paraître des spots publicitaires pour promouvoir l'Ukraine en diffusant des images du pays dans le monde, la création des premières stratégies de développement du tourisme dans le pays, l'installation de Centres d'information touristique dans certaines grandes villes. D'autre part, les chutes brutales de fréquentation peuvent s'expliquer par la présence d'événements (géo)politiques détruisant complètement cette image récemment formée et encore très fragile (tragédie du Tchernobyl, révolution orange, conflits du gaz, événements de Maidan 2013–2014, guerre civile, conflit du Donbass, annexion de la Crimée à la Russie et leurs conséquences).

Pourtant ces chiffres ne représentent pas la situation réelle du tourisme réceptif car ils comptabilisent sans distinction toutes les personnes étrangères ayant passé la frontière du pays dans des buts différents. En l'an 2013, l'Ukraine a accueilli uniquement 232 311 touristes étrangers ce qui est inférieur au chiffre de l'année 2012 – 270 064 personnes, prouvant encore une fois notre affirmation que l'attractivité touristique d'une destination est basée sur sa mise en désir, puisque l'an 2012 est connu pour l'événement sportif de l'Euro 2012 qui a eu lieu en Ukraine. Une troisième confirmation de cette hypothèse est la comparaison des flux touristiques dans les 5 régions leader 2013.



Nous allons prendre 2013 comme année de départ dont les données seront comparées avec les années précédentes et l'année postérieure où nous remarquons des hausses et des baisses dans les arrivées des touristes (voir Tableau 3).

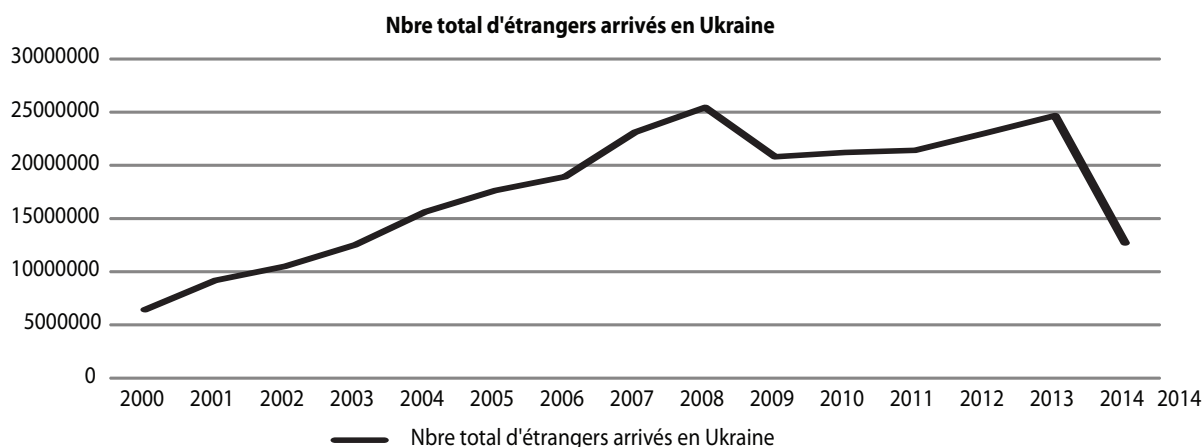


Fig. 3. Courbe d'arrivées des étrangers en Ukraine

D'après les données de l'INDEX MUNDI en 2013, l'Ukraine s'est mis en 14 place mondiale par le nombre d'arrivées internationales. (Voir le tableau 2 : TOP des 20 destinations en nombre d'arrivées touristiques en 2013).

Tableau 2

Top des 20 destinations en nombre d'arrivées internationales en 2013 [13]

Rank	Country	Value
1	France	84,726,000.00
2	United States	69,768,000.00
3	Spain	60,661,000.00
4	China	55,686,000.00
5	Italy	47,704,000.00
6	Turkey	37,795,000.00
7	Germany	31,545,000.00
8	United Kingdom	31,169,000.00
9	Russia	30,792,000.00
10	Thailand	26,547,000.00
11	Malaysia	25,715,000.00
12	Hong Kong SAR, China	25,661,000.00
13	Austria	24,813,000.00
14	Ukraine	24,671,000.00
15	Mexico	24,151,000.00
16	Greece	17,920,000.00
17	Canada	16,590,000.00
18	Poland	15,800,000.00
19	Macao SAR, China	14,268,000.00
20	Saudi Arabia	13,380,000.00

Le tableau nous montre que Kiev garde sa position de leader pour l'accueil de touristes étrangers. Les villes et destinations marquées par les étudiants français lors de notre sondage en février – mars 2014, sont aussi dans le top des fréquentations par les touristes du monde entier, excepté la ville de Kharkov. Les chiffres illustrent la tendance générale du développement touristique ukrainien. En croisant ces données avec la position géographique des régions les plus visitées, nous pouvons constater que l'Ukraine centrale et celle de l'Est restent des zones déficitaires dans le tourisme étranger du pays. En s'appuyant sur l'idée que les touristes sont très souvent attirés par des markers communiquant l'information sur le but à atteindre, tout en identifiant ainsi l'attrait en se dirigeant

vers le nucleus qui en est imprégné [6], la conclusion est que le phénomène territorial ukrainien peut avoir deux explications : soit ces territoires manquent de markers forts pouvant attirer l'attention du touriste étranger et faire ainsi la compétence avec les régions leaders, soit ces markers sont peu exportés à l'extérieur.

Tableau 3

Flux touristiques par destinations leaders de l'Ukraine [12]

Région	2008	2009	2012	2013	2014
Ville de Kiev et sa région	316 609 (dont 315 984 à Kiev)	258 504 (dont 257 893 à Kiev)	124 235 (dont 123 703 à Kiev)	98010 (dont 97 711 à Kiev)	10 676 (dont 10 658 à Kiev)
Crimée	114108	84801	73405	69575	Pas de données
Lviv	14062	9306	19033	16162	2015
Odessa	44119	29183	9807	7047	2975
Ivano-Frankivsk	1739	2222	3171	5750	567

De surcroît, il existe l'opinion que très souvent sur le marché international l'Ukraine est positionnée comme pays producteur des différents types de vodka, sans trop faire attention à son riche patrimoine historique et la multiplicité du potentiel ukrainien [14]. La vodka comme seule marque exportée n'améliore pas l'image attractive du pays, en tout cas sur le plan touristique. La réalité ukrainienne est telle que le tourisme est conçu uniquement comme une industrie purement économique qui ne prend pas en considération l'importance de l'état du patrimoine qui fait la richesse «immobile» du pays ainsi qu'une des sources d'attractivité touristique. Pourtant dans l'expérience mondiale l'idée que le patrimoine représentant un symbole de l'unité nationale a acquis une fonction de développement, un statut de ressource, est largement répandue [15]. Certains chercheurs occidentaux tels que Xavier Greffe reconnaissent dans leur travail de recherche que le patrimoine représente une ressource économique et un levier fort de la dynamisation du territoire [5, 17]. Aujourd'hui, l'état d'une majorité d'objets du patrimoine ukrainien représentant une valeur spécifique historique ou architecturale et pouvant être attractif sur le plan touristique, reste en état de semi-destruction, en manque de financement pour entreprendre leur restauration. En matière de patrimoine immobilier culturel, le pays possède 7 551 monuments et sites patrimonialisés dont 2 533 objets sont patrimoine de niveau national, et les autres 5 018 patrimoine à l'échelle locale. Ainsi, le top des régions leader en nombre d'objets du patrimoine classés sont les suivants : la Crimée (1198), la région de Kiev (1234), la région d'Odessa (1035), la région de Dnipropétrovsk (879) et la région de Kharkiv (597) [16]. Parmi ces chiffres, le patrimoine UNESCO dans le pays est représenté par 7 objets dont 6 sont objets du patrimoine mondial culturel et 1 objet du patrimoine naturel. Les acteurs du tourisme ukrainien nationaux et locaux devraient prendre en considération que le patrimoine en tant que richesse territoriale fait partie des markers d'attractivité. Aussi, la négligence de la part du système politique national par rapport à sa conservation et valorisation risque d'avoir comme conséquence la chute de l'activité touristique à moyen et long terme. En effet, les étudiants enquêtés se positionnant comme touristes potentiels, ont répondu que leur premier intérêt envers le pays est la découverte de son patrimoine, de ses traditions et sa culture. La création de l'image attractive touristique de l'Ukraine ne sera possible alors qu'à travers sa richesse patrimoniale, sachant que l'investissement dans la protection et valorisation du patrimoine qu'il soit matériel ou immatériel contribue d'une part à générer des retombées économiques dues à la fréquentation de touristes (hôtellerie, restauration, revenus liés aux entrées pour les visites ou pour assister à des manifestations culturelles...) et d'autre part à entretenir et diffuser l'image d'une richesse culturelle digne d'intérêt auprès des touristes potentiels dans d'autres pays et d'autres régions. En effet, le patrimoine est aujourd'hui considéré comme une ressource produite, devenant à son tour levier d'un développement à venir [16].

Cette première ébauche de diagnostic touristique du territoire ukrainien laisse déjà apparaître un certain nombre de spécificités tant sur le plan de sa perception par des publics potentiels étrangers que sur ses caractéristiques patrimoniales propres. L'enquête sur le public étudiant pourrait être approfondie à d'autres segments de population et à d'autres pays. En outre, l'on note un impact réel des aléas politiques et économiques sur les courbes de fréquentation touristique témoignant de la nécessité d'analyser les flux de touristes à travers une approche pluridisciplinaire et pas uniquement économique. Par ailleurs, le patrimoine étant un levier fort de la dynamisation territoriale sur le plan social, touristique et économique, il mériterait d'être valorisé et protégé. Si l'Ukraine pense à investir dans les processus de valorisation patrimoniale de ces régions, il s'agira alors d'une action immédiate en terme de retour sur investissement (activité économique directe ou indirecte générée par la valorisation de ce patrimoine) et à moyen et long terme la cela participera à la construction d'une identité ukrainienne propre qui contribue à donner du pays et de ses régions une image positive tout en renforçant son pouvoir attractif auprès des touristes potentiels. La conservation du patrimoine n'apparaît plus alors uniquement comme une dépense, mais plutôt comme un investissement économique social et culturel [17].



Література: 1. Горохов А. Ф. Комплексный подход к формированию маркетинговой стратегии развития туристической дестинации : автореф. дисс. ... канд. экон. наук / А. Ф. Горохов. – СПб., 2007. 2. Джонс Дж. Ф. Роль рекламы в создании сильных брендов / Дж.Ф. Джонс. – М. : Вильямс, 2005. – 496 с. 3. LAROUSSE. *Dictionnaire encyclopédique Larousse* [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <http://www.larousse.fr/>. 4. Cattedra R. La «fabrication» du patrimoine comme construction de l'identité urbaine : L'exemple de Casablanca In : Patrimoines en situation. Constructions et usages en différents contextes urbains : Exemples marocains, libanais, égyptien et suisse / R. Cattedra. – Beyrouth; Rabat : Presses de l'Ifpo, 2010. 5. Greffe X. Le patrimoine comme ressource pour la ville/ X. Greffe // *Les annales de la recherche urbaine*. – 2000. – P. 29–36. 6. Gagnon S. Attractivité touristique et «sens» géo-anthropologique des territoires / S. Gagnon // *Téoros*. – 2007. – 26-2. – P. 5–11. 7. Encyclopédie électronique // Wikipédia [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Ukraine>, consulté le 01.12.2014. 8. Anhold S. *Brand New Justice* / S. Anhold. – Oxford : Butterworth Heinemann, 2003. 9. Anhold S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions* / S. Anhold. – New York, 2007. 10. Fondation IDEA, *Nation branding, 2014* [Ressource électronique]. – Mode d'accès : http://www.fondation-idea.lu/wp-content/uploads/2014/07/IDEA_Id%C3%A9e-du-mois_3_nation-branding.pdf. 11. Guide de la Marque touristique de l'Ukraine , l'Agence nationale du Tourisme et des Loisirs de l'Ukraine Kiev, 2014 [Ressource électronique]. – Mode d'accès : http://wikicitynomica.org/wp-content/uploads/2014/03/ukraine_tourist_brand_brandbook_ENG_web.pdf. 12. Державна служба статистики України [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 13. Index Mundi: International tourism, number of arrivals – Country Ranking [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <http://www.indexmundi.com/facts/indicators/ST.INT.ARVL/rankings>. 14. Марушак О. Я. Проблеми та особливості формування і розвитку бренду України / О. Я. Марушак, Н. С. Косар, І. І. Білик // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 691. – С. 364–369. 15. Hugues F. Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources / F. Hugues, M. Hirczak, N. Senil // *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*. – 5/2006 (décembre). – P. 683–700. 16. Державний реєстр нерухомих пам'яток України // Міністерство культури України [Ressource électronique]. – Mode d'accès : http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244910406. 17. Greffe X. *L'économie politique du patrimoine culturel. De la médaille au rizhome*/ X Greffe // *Le patrimoine moteur du développement*. ICOMOS, Paris, 2011. – P. 928–936. 18. Morgan N., Pritchard A. Destination reputations and brands: Communication challenges / N. Morgan, A. Pritchard // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2014. – Vol. 1, No. 3. – P. 1.

References: 1. Gorokhov A. F. *Kompleksnyy podkhod k formirovaniyu marketingovoy strategii razvitiya turisticheckoy destinatsii* : avtoref. diss. ... kand. ekon. nauk / A. F. Gorokhov. – SPb., 2007. 2. Dzhons Dzh. F. *Rol reklamy v sozdanii silnykh brendov* / Dzh. F. Dzhons. – M. : Vilyams, 2005. – 496 p. 3. LAROUSSE. *Dictionnaire encyclopédique Larousse* [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <http://www.larousse.fr/>. 4. Cattedra R. La «fabrication» du patrimoine comme construction de l'identité urbaine : L'exemple de Casablanca In : *Patrimoines en situation. Constructions et usages en différents contextes urbains : Exemples marocains, libanais, égyptien et suisse* / R. Cattedra. – Beyrouth; Rabat : Presses de l'Ifpo, 2010. 5. Greffe X. *Le patrimoine comme ressource pour la ville*/ X. Greffe // *Les annales de la recherche urbaine*. – 2000. – P. 29–36. 6. Gagnon S. *Attractivité touristique et «sens» géo-anthropologique des territoires* / S. Gagnon // *Téoros*. – 2007. – 26-2. – P. 5–11. 7. *Encyclopédie électronique* // Wikipédia [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Ukraine>, consulté le 01.12.2014. 8. Anhold S. *Brand New Justice* / S. Anhold. – Oxford : Butterworth Heinemann, 2003. 9. Anhold S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*/ S. Anhold. – New York, 2007. 10. Fondation IDEA, *Nation branding, 2014* [Ressource électronique]. – Mode d'accès : http://www.fondation-idea.lu/wp-content/uploads/2014/07/IDEA_Id%C3%A9e-du-mois_3_nation-branding.pdf. 11. *Guide de la Marque touristique de l'Ukraine , l'Agence nationale du Tourisme et des Loisirs de l'Ukraine Kiev, 2014* [Ressource électronique]. – Mode d'accès : http://wikicitynomica.org/wp-content/uploads/2014/03/ukraine_tourist_brand_brandbook_ENG_web.pdf. 12. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy* [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 13. *Index Mundi: International tourism, number of arrivals – Country Ranking* [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <http://www.indexmundi.com/facts/indicators/ST.INT.ARVL/rankings>. 14. *Marushak O. Ya. Problemy ta osoblyvosti formuvannia i rozvytku brendu Ukrainy* [The Problems and Peculiarities of Formation and Development of the Brand in Ukraine] / O. Ya. Marushak, N. S. Kosar, I. I. Bilyk // *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*. – 2010. – No. 691. – P. 364–369. 15. Hugues F. *Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources* / F. Hugues, M. Hirczak, N. Senil // *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*. – 5/2006 (décembre). – P. 683–700. 16. *Derzhavnyy reiestr nerukhomykh pamiatok Ukrainy* // *Ministerstvo kultury Ukrainy* [Ressource électronique]. – Mode d'accès : http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244910406. 17. Greffe X. *L'économie politique du patrimoine culturel. De la médaille au rizhome*/ X Greffe // *Le patrimoine moteur du développement*. ICOMOS, Paris, 2011. – P. 928–936. 18. Morgan N., Pritchard A. *Destination reputations and brands: Communication challenges* / N. Morgan, A. Pritchard // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2014. – Vol. 1, No. 3. – P. 1.

Information sur l'auteur

N. Moroz – Doctorante en cotutelle à l'Université Nationale d'économie de Kharkiv Simon Kuznetz, Ukraine, département du tourisme (pr. Nauki, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine) et à l'Université Lumière Lyon 2, France, Laboratoire UMR 5600 EVS, Lyon (e-mail : moroz.natalia.icv@gmail.com).

Інформація про автора

Мороз Наталія Олександрівна – аспірант під подвійним керівництвом, кафедра туризму, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна) та наукова лабораторія UMR 5600 EVS, Університет Ліон 2 імені Люм'єр, м. Ліон, Франція (e-mail : moroz.nataliia.icv@gmail.com).

Информация об авторе

Мороз Наталья Александровна – аспирант под двойным руководством, кафедра туризма, Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, г. Харьков, 61166, Украина,) и научная лаборатория UMR 5600 EVS, Университет Лион 2 имени Люмьер, г. Лион, Франция (e-mail : moroz.nataliia.icv@gmail.com).

Information about the author

N. Moroz – Postgraduate Student under Dual Supervision, Department of Tourism, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Nauki pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine) and Scientific Laboratory UMR 5600 EVS of Lumière University Lyon 2, Lyon, France (e-mail : moroz.nataliia.icv@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р.*

JEL Classification: E52, E58, G21, G28

УДК 336.71-021.387(477)

ГРОШОВО-КРЕДИТНА ПОЛІТИКА ТА ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Ткаченко О. О.

Анотація. Досліджено зв'язок грошово-кредитної політики та фінансової стійкості банківської системи країни; проведено дослідження поточного інституційного забезпечення фінансової стійкості банківської системи України засобами грошово-кредитного регулювання; узагальнено сучасні інструменти грошово-кредитної політики, які застосовуються Національним банком України для управління фінансовою стійкістю банківської системи України, та проаналізовано недавні заходи, спрямовані на підвищення її рівня у країні. На сьогодні пріоритетним завданням для забезпечення фінансової стійкості банківської системи України є підвищення рівня капіталізації дрібних банків, виведення неплатоспроможних банків із ринку, зменшення рівня проблемної кредитної заборгованості та повернення довіри клієнтів до банків із метою збалансування їх ліквідності.

Ключові слова: фінансова стійкість банківської системи, грошово-кредитна політика, системні фінансові ризики, пруденційний нагляд.

ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА И ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УКРАИНЫ

Ткаченко Е. А.

Аннотация. Исследована связь между денежно-кредитной политикой и финансовой устойчивостью банковской системы страны; проведено исследование текущего институционального обеспечения финансовой устойчивости банковской системы Украины средствами денежно-кредитного регулирования; обобщены современные инструменты денежно-кредитной политики, которые используются Национальным банком Украины для управления финансовой устойчивостью банковской системы Украины, и проанализированы недавние меры, направленные на повышение ее уровня в стране. Сегодня приоритетным заданием для обеспечения финансовой устойчивости банковской системы Украины является повышение уровня капитализации мелких банков, выведение неплатежеспособных банков с рынка, снижение уровня проблемной кредитной задолженности и возвращение доверия клиентов к банкам с целью сбалансирования их ликвидности.

© Ткаченко О. О., 2015



Ключевые слова: финансовая устойчивость банковской системы, денежно-кредитная политика, системные финансовые риски, пруденциальный надзор.

THE MONETARY AND CREDIT POLICY AND FINANCIAL STABILITY OF THE BANKING SYSTEM IN UKRAINE

O. Tkachenko

Abstract. *The relationship between the monetary policy and financial stability of the banking system has been studied; the investigation of the current institutional support of financial stability of the banking system in Ukraine by means of monetary and credit regulation has been carried out; the modern tools of monetary and credit policy applied by the National Bank of Ukraine to control the financial stability of the banking system in Ukraine have been generalized and the recent measures aimed at increasing its level in the country have been analyzed. Today the priority task for ensuring the financial stability of the banking system in Ukraine is increasing the level of capitalization of small banks, removal of insolvent banks from the market, reducing the problem loan debt and return of clients' trust to banks in order to balance their liquidity.*

Keywords: *financial stability of banking system, monetary and credit policy, systemic financial risks, prudential supervision.*

Забезпечення фінансової стійкості банківської системи країни на сьогодні виступає одним із основних завдань державних органів, враховуючи деструктивний вплив недавньої світової фінансової кризи на діяльність банків та інших фінансових посередників. В Україні головна роль в цьому аспекті належить Національному банку України, у розпорядженні якого є широкий інструментарій регулювання діяльності банків. Серед них важливе місце займає грошово-кредитна політика, реалізація якої дозволить знизити ймовірність прояву і трансмісії системних кризових явищ та забезпечити високий рівень фінансової стійкості банківської системи України.

Питання впливу грошово-кредитної політики на фінансову стійкість банківської системи країни, особливості застосування інструментів грошово-кредитного регулювання та ролі центральних банків досліджувались у працях багатьох зарубіжних і вітчизняних учених і практиків, серед яких: представники МВФ [2], Ф. Мішкін [4], В. Ачарія [1], Т. Маклем [3], Дж. Йеллен [6], К. Хабермайер, Т. Манчіні-Гріфолі, Дж. Делл'Арчіччія, В. Хаксар та ін. [2], Р. Михайлюк [7], І. Пасічник [8] та ін.

Незважаючи на присутність значної кількості наукових праць та досліджень із питань взаємозв'язку між грошово-кредитною політикою та фінансовою стійкістю банківської системи країни, невіршеними залишаються окремі питання, пов'язані з обґрунтуванням сучасних заходів та інструментів державних органів у сфері грошово-кредитного регулювання, спрямованих на забезпечення фінансової стійкості банківської системи України.

Метою статті є дослідження зв'язку між грошово-кредитною політикою та фінансовою стійкістю банківської системи та проведення аналізу поточного стану та інструментарію управління фінансовою стійкістю банківської системи України.

Питання застосування грошово-кредитної політики для забезпечення фінансової стійкості банківської системи країни на сьогодні знаходиться в центрі обговорень науковців та практиків. Недавня світова фінансова криза нагадала, що цінова стабільність не виступає суттєвою умовою фінансової стійкості, кризові явища є витратними, а державна політика має бути спрямована на зниження ймовірності прояву криз, а не лише на подолання негативних наслідків їх реалізації для фінансової системи та економіки країни [2; 7].

У цьому аспекті виникає питання про роль грошово-кредитної політики у забезпеченні фінансової стійкості банківської системи. При цьому серед науковців виділяються два різновиди політики: циклічна або структурна. Циклічна політика проводиться відповідно до кон'юнктури ринку та спрямована на таргетування визначеного джерела ризиків для фінансової стійкості. Структурна політика залишається тривалий час незмінною та спрямована на підтримку стійкості фінансової системи широкому спектру шоків. Зазначені види грошово-кредитної політики ґрунтуються на встановленні вимог до капіталу та ліквідності, лімітів валютної позиції, боргових ризиків тощо. Як свідчать недавні дослідження науковців МВФ, жорстка політика із забезпечення структурної стабільності може суттєво підвищити стійкість банківської системи країни [2].

Зв'язок грошово-кредитної політики та фінансової стійкості банківської системи забезпечується у двох напрямках (рис. 1):

- зв'язок між процентними ставками та основними фінансовими змінними;
- зв'язок між фінансовими змінними та ймовірністю значних дисбалансів у макроекономічних умовах.

До основних фінансових змінних у цьому аспекті фахівці МВФ відносять три кількісні змінні (леверидж фінансових фірм, заборгованість домашніх господарств та рівень ризику, що приймають на себе банки) та два цінових параметри (стосовно активів та кредитних спредів). Ці змінні є найбільш вживаними у науковій

практиці та відповідній літературі щодо визначення залежностей фінансової стійкості банків та фінансових дисбалансів від грошово-кредитної політики, що реалізується державними органами у країні. В той же час інші змінні також можуть бути важливими, проте джерела інформації за ними є недоступними або неповними, або ж відсутні достатні обґрунтування їх важливості у відповідного роду дослідженнях та практичних розрахунках.

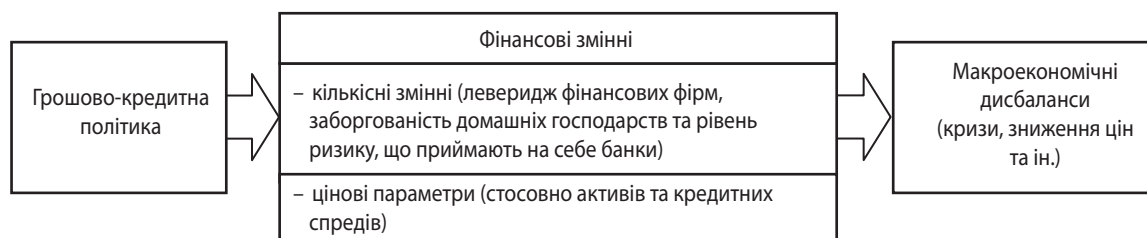


Рис. 1. Зв'язок між грошово-кредитною політикою та фінансовою стійкістю банківської системи [2; 5; 6]

В аспекті забезпечення фінансової стійкості банківської системи країни засобами грошово-кредитної політики важливу роль відіграє інституційна основа. Так, у більшості розвинутих країн режим грошово-кредитної політики орієнтований на забезпечення цінової стабільності як основної цілі, в той час як фінансова стійкість відходить на друге місце.

Наприклад, центральні банки Австралії, Нової Зеландії, Швеції та США мають за мету «підтримання» фінансової стійкості банківської системи; Канади, країн Євросони, Японії та Швейцарії – «брати участь» в управлінні фінансовою стійкістю банківської системи. Поряд із цим практика Великобританії на фоні інших країн є виключенням, оскільки фінансова стійкість визначається як явна законодавчо визначена основна ціль діяльності Банку Англії [2; 4]. У той же час більшість зазначених країн включили необхідність підтримання фінансової стійкості банківської системи у загальний перелік цілей їх діяльності, зокрема при реалізації грошово-кредитної політики. Слід також зазначити, що на сьогодні основними напрямками грошово-кредитного регулювання з боку центрального банку виступає макропруденційний нагляд, який покликаний забезпечити моніторинг усієї банківської системи, а не окремих банків, та забезпечити підтримання загального рівня її фінансової стійкості у країні [1; 3].

Як визначено у Законі України «Про Національний банк України» [9], відповідно до Конституції України основною функцією Національного банку є забезпечення стабільності грошової одиниці України. При цьому при її виконанні НБУ має виходити з пріоритету щодо досягнення та підтримки цінової стабільності, в той час як забезпечення фінансової стабільності банківської системи здійснюється ним таким чином, щоб не перешкоджати досягненню основної функції. Звідси бачимо, що до повноважень НБУ включено питання забезпечення фінансової стійкості банківської системи країни, проте це завдання не є першочерговим.

Зважаючи на негативні наслідки недавньої світової фінансової кризи, в Україні створено новий міжвідомчий орган – Раду з фінансової стабільності, що здійснено з метою забезпечення своєчасної ідентифікації та мінімізації ризиків, які створюють загрози для стабільності банківської і фінансової системи країни. Цей орган у своїй діяльності керується Конституцією України, законами України, актами Президента України, Кабінету Міністрів України та іншими нормативно-правовими документами і положеннями.

Як визначено у відповідному положенні [10], основними завданнями Ради з фінансової стабільності є такі:

- обмін інформацією та своєчасне виявлення поточних і потенційних зовнішніх та внутрішніх загроз і системних ризиків для забезпечення фінансової стабільності та мінімізації їх негативного впливу на фінансову систему держави;
- узгодження упереджувальних заходів та заходів швидкого реагування (антикризовий менеджмент) за наявності ознак нестійкого фінансового стану банківської системи, а також обставин, які загрожують стабільності банківської та / або фінансової системи держави.

Незважаючи на те, що рішення Ради з фінансової стабільності носять рекомендаційний, а не обов'язковий характер, її висновки можуть визначати тимчасові особливості регулювання та нагляду за банками або іншими особами, які можуть виступати об'єктом перевірки НБУ.

Слід зазначити, що НБУ використовує широкий перелік інструментів для реалізації грошово-кредитної політики у напрямку забезпечення фінансової стійкості банківської системи країни, до яких відносяться [9]:

- визначення та регулювання норм обов'язкових резервів;
- процентна політика;
- рефінансування банків;
- управління золотовалютними резервами;

- операції з цінними паперами (крім цінних паперів, що підтверджують корпоративні права), у тому числі з казначейськими зобов'язаннями, на відкритому ринку;
- регулювання імпорту та експорту капіталу;
- запровадження на строк до шести місяців вимоги щодо обов'язкового продажу частини надходжень в іноземній валюті;
- зміна строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту;
- емісія власних боргових зобов'язань та операції з ними.

НБУ встановлює банкам нормативи обов'язкового резервування для залучених коштів. При цьому обов'язковому резервуванню підлягають усі залучені банком кошти. Виняток складають кредити, залучені від банків-резидентів, кошти, залучені від міжнародних фінансових організацій, а також кошти, залучені на умовах субординованого боргу.

Для всіх банків НБУ встановлює єдиний норматив обов'язкового резервування, лише для спеціалізованих банків можуть установлюватися окремі нормативи обов'язкового резервування. До того ж диференційовані нормативи можуть встановлюватися для різних видів зобов'язань залежно від: строку залучення коштів, виду зобов'язань відповідно до валют, суб'єктів.

НБУ також встановлює порядок визначення облікової ставки та інших процентних ставок за своїми операціями: за кредитами овернайт, рефінансування, за стабілізаційними кредитами, за депозитами овернайт, ставки залучення тимчасово вільних коштів банків.

Рефінансування банків відноситься до стандартних інструментів НБУ щодо регулювання ліквідності банківської системи та здійснюється шляхом надання банкам кредитів овернайт і кредитів рефінансування за допомогою проведення тендерів із підтримання ліквідності банків на строк до 14 та 90 днів відповідно.

Управління золотовалютними резервами передбачає здійснення валютних інтервенцій через купівлю-продаж валютних цінностей на валютних ринках, що має на меті вплив на курс національної валюти щодо іноземних валют, а також на загальний попит і пропозицію грошей.

Операції з цінними паперами по суті є операціями відкритого ринку, що проводяться НБУ та передбачають купівлю-продаж казначейських зобов'язань, а також інших цінних паперів (крім цінних паперів, що підтверджують корпоративні права) та боргових зобов'язань, визначених Правлінням НБУ. Внаслідок купівлі цінних паперів збільшується вкладення коштів в економіку, а продажу – грошові потоки зменшуються.

Регулювання імпорту та експорту капіталу здійснюється за рахунок застосування системи валютного регулювання і валютного контролю, до якого задіяні й інші державні органи, окрім Національного банку.

Обов'язковий продаж частини надходжень в іноземній валюті та зміна строків розрахунків за операціями з експорту та імпорту товарів здійснюється з метою врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України.

Емісія власних боргових зобов'язань передбачає емісію НБУ, перш за все, облігацій та здійснення відповідних операцій із ними.

Отже, бачимо, що в розпорядженні державних органів України знаходиться потужний інструментарій грошово-кредитного регулювання, застосування якого дозволяє оперативно проводити діяльність щодо управління фінансовою стійкістю банківської системи та забезпечувати зростання її рівня. Застосування конкретних інструментів залежить від цілей та завдань органів державного регулювання у відповідний період часу та залежно від поточних економічних умов.

Зазначимо, що останнім часом в Україні здійснюється чимало заходів, спрямованих на підвищення фінансової стійкості банків. До того ж активну участь у цьому процесі беруть не тільки національні органи регулювання, а й міжнародні фінансові організації.

Так, наприкінці 2014 р. Верховна Рада України прийняла закон № 78-VIII «Про заходи, спрямовані на сприяння капіталізації та реструктуризації банків». Цей нормативно-правовий документ спрямований на захист економічної безпеки держави, посилення фінансової спроможності банківської системи України та підвищення рівня довіри до неї, і поширюється на банки, які потребують додаткової капіталізації. Зокрема, передбачається спрощення процедури докапіталізації банків та участі держави в капіталізації. Водночас у законодавстві затверджуються нові повноваження Міністерства фінансів та уточнюються повноваження Фонду гарантування вкладів фізичних осіб, які надають можливість виконувати функції відповідно до завдань, що визначені у цьому Законі [11].

У вересні 2015 р. Рада виконавчих директорів Світового банку затвердила рішення про надання Україні кредиту МБРР обсягом 500 млн дол. США. Ціль кредитування – фінансування Другої програмної позики на політику розвитку фінансового сектора в Україні. Цей кредит має бути спрямований на реформування банківського сектора, зважаючи на негативні наслідки фінансової кризи в Україні.

З-поміж напрямків використання зазначеної суми одним із пріоритетних напрямків виступає підвищення фінансової стійкості банківської системи України за рахунок зміцнення спроможності Фонду гарантування вкладів фізичних осіб належним чином виконувати функції щодо виведення неплатоспроможних учасників

із ринку банківських послуг та здійснення виплат за гарантованими депозитами, що були розміщені у проблемних банках.

До того ж окремих напрямків складає фінансування заходів, спрямованих на реалізацію планів рекапіталізації і реструктуризації банків, які мають розмір капіталу, що не відповідає встановленим вимогам регулятора. Поряд з цим планується реалізація заходів стосовно підвищення прозорості банківської системи країни, зокрема щодо структури власності та корпоративної структури банків, а також обмеження кредитування пов'язаних осіб у банках [12].

Як бачимо, у складних поточних економічних умовах міжнародні фінансові організації надають значну підтримку Україні для проведення реформування економіки. Позитивним можна вважати зацікавленість світової спільноти у реформуванні банківської системи України, зокрема проведення етапу змін, спрямованих на її стабілізацію. У той же час фінансово стійка банківська система дозволить відновити кредитування реального сектора економіки, що на сьогодні є досить актуальним.

Таким чином, можемо підсумувати, що в поточних умовах розвитку банківської системи України забезпечення її фінансової стійкості неможливе без реалізації центральним банком заходів грошово-кредитної політики.

Вибір типу грошово-кредитної політики та застосування відповідного інструментарію має ґрунтуватися на дослідженні поточного стану фінансової стійкості банківської системи та відповідати пріоритетним цілям соціально-економічного розвитку держави. В Україні на цей час у розпорядженні державних органів знаходиться потужний інструментарій грошово-кредитного регулювання, який дозволить ефективно управляти фінансовою стійкістю банківської системи та досягти високого її рівня.

На сьогодні пріоритетним завданням для забезпечення фінансової стійкості банківської системи України є підвищення рівня капіталізації дрібних банків, виведення неплатоспроможних банків із ринку, зменшення рівня проблемної кредитної заборгованості та повернення довіри клієнтів до банків з метою збалансування їх ліквідності. Зважаючи на це, у подальших дослідженнях необхідно визначити особливості та тривалість реалізації зазначених завдань, а також обґрунтувати використання тих інструментів грошово-кредитного регулювання, які в поточній ситуації дозволять забезпечити високий рівень фінансової стійкості банківської системи України.

Література: 1. Acharya V. V. Systemic Risk and Macro-Prudential Regulation / V. V. Acharya // New York University Stern School of Business, Center for Economic Policy Research (CEPR) & National Bureau of Economic Research (NBER). – 2011. – 59 p. 2. Habermeier K. Monetary Policy and Financial Stability / K. Habermeier, T. Mancini-Griffoli, G. Dell'Ariccia, V. Haksar et al. // International Monetary Fund Staff Report. – 2015. – 67 p. 3. Macklem T. Mitigating systemic risk and the role of central banks / T. Macklem // Conference de Montréal, Bank of Canada. – 2011. – 4 p. 4. Mishkin F. S. What Should Central Banks Do? / F. S. Mishkin // Review of Federal Reserve Bank of St. Louis. – 2000. – 14 p. 5. Smets F. Financial Stability and Monetary Policy: How Closely Interlinked? / F. Smets // International Journal of Central Banking. – 2014. – No. 10 (2). – P. 263–300. 6. Yellen J. L. Monetary Policy and Financial Stability / J. L. Yellen // Speech given at the 2014 Michel Camdessus Central Banking Lecture, International Monetary Fund, Washington, D.C., July 2, 2014. – 17 p. 7. Михайлюк Р. Монетарна політика центрального банку та її вплив на фінансову стійкість банківської системи країни / Р. Михайлюк // Вісник ТДГУ. – 2006. – № 3. – С. 68–75. 8. Пасічник І. В. Роль інструментів грошово-кредитної політики в забезпеченні фінансової стійкості банківської системи України / І. В. Пасічник, Ю. П. Галушко // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2011. – № 1 (10). – С. 143–146. 9. Про Національний банк України : Закон України від 20.05.1999 р. № 679-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/679-14>. 10. Про Ряду з фінансової стабільності : Указ Президента України, Положення від 24.03.2015 р. № 170/2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/170/2015>. 11. Рада вирішила покращити фінансову стійкість українських банків / Економіка, фінанси // Інформаційне агентство УНІАН. – 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://economics.unian.ua/finance/1026271-rada-virishila-pokraschiti-finansovustiykist-ukrajinskih-bankiv.html>. 12. Світовий банк надає нову позику в розмірі 500 млн дол. США на зміцнення фінансового сектору України // The World Bank Group. – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.worldbank.org/uk/news/press-release/2015/09/15/world-bank-provides-new-us500-million-loan-to-strengthen-ukraines-financial-sector>.

References: 1. Acharya, V. V. Systemic Risk and Macro-Prudential Regulation / V. V. Acharya // New York University Stern School of Business, Center for Economic Policy Research (CEPR) & National Bureau of Economic Research (NBER). – 2011. – 59 p. 2. Habermeier, K. Monetary Policy and Financial Stability / K. Habermeier, T. Mancini-Griffoli, G. Dell'Ariccia, V. Haksar et al. // International Monetary Fund Staff Report. – 2015. – 67 p. 3. Macklem, T. Mitigating systemic risk and the role of central banks / T. Macklem // Conference de Montréal, Bank of Canada. – 2011. – 4 p. 4. Mishkin, F. S. What Should Central Banks Do? / F. S. Mishkin // Review of Federal Reserve Bank of St. Louis. – 2000. – 14 p. 5. Smets, F. Financial Stability and Monetary Policy: How Closely Interlinked? / F. Smets // International Journal of Central Banking. – 2014. – No. 10 (2). – P. 263–300. 6. Yellen, J. L. Monetary Policy and Financial Stability / J. L. Yellen // Speech given at the 2014 Michel Camdessus Central Banking Lecture, International Monetary Fund, Washington, D.C., July 2, 2014. – 17 p. 7. Mykhailiuk R. *Monetarna polityka tsentralnoho banku ta yii vplyv na finansovu*



stiiikist bankivskoi systemy [Monetary Policy of Central Bank and its Influence on Financial Stability of Banking System of the Country] / R. Mykhailiuk // *Visnyk TDEU*. – 2006. – No. 3. – P. 68–75. **8.** Pasichnyk I. V. *Rol instrumentiv hroshovo-kredytnoi polityky v zabezpechenni finansovoi stiiikosti bankivskoi systemy Ukrainy* [Role of Instruments of Monetary Policy in Supporting Financial Stability of Banking System of Ukraine] / I. V. Pasichnyk, Yu. P. Halushko // *Visnyk Universytetu bankivskoi spravy NBU*. – 2011. – No. 1 (10). – P. 143–146. **9.** Pro Natsionalnyi bank Ukrainy : Zakon Ukrainy vid 20.05.1999 No. 679-XIV [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/679-14>. **10.** Pro Radu z finansovoi stabilnosti : Ukaz Prezidenta Ukrainy, Polozhennia vid 24.03.2015 No. 170/2015 [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/170/2015>. **11.** Rada vyrishyla pokrashchyty finansovu stiiikist ukrainskykh bankiv / *Ekonomika, finansy* // UNIAN. – 2014 [Electronic resource]. – Access mode : <http://economics.unian.ua/finance/1026271-rada-virishila-pokraschiti-finansovu-stiiikist-ukrajinskih-bankiv.html>. **12.** Svitovyi bank nadaie novu pozyku v rozmiri 500 mln dol. USA // The World Bank Group. – 2015 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.worldbank.org/uk/news/press-release/2015/09/15/world-bank-provides-new-us500-million-loan-to-strengthen-ukraines-financial-sector>.

Інформація про автора

Ткаченко Олена Олександрівна – старший викладач кафедри банківської справи Черкаського навчально-наукового інституту ДВНЗ «Університет банківської справи» (вул. В. Чорновола, 164, м. Черкаси, 18028, Україна, e-mail: ckfm@ukr.net).

Информация об авторе

Ткаченко Елена Александровна – старший преподаватель кафедры банковского дела Черкасского учебно-научного института ГВУЗ «Университет банковского дела» (ул. В. Черновола, 164, г. Черкассы, 18028, Украина, e-mail: ckfm@ukr.net).

Information about the author

O. Tkachenko – Assistant Professor of Banking Department of Cherkasy Institute of State Higher Educational Institution “Banking University” (V. Chornovola vul., 164, Cherkasy, 18028, Ukraine, e-mail: ckfm@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
11.12.2015 р.*

Економіка підприємства та управління виробництвом

JEL Classification: F02; L15; M29

УДК [658.562:005.332.4:338.439](477)

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Зайкіна Г. М.

Анотація. Розглянуто шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості України через запровадження системи аналізу ризиків і критичних контрольних точок (НАССР). Визначено характерні особливості національної системи харчового виробництва та здійснено аналіз внутрішньо- та зовнішньоекономічного становищ ринків харчової продукції країни з погляду готовності до впровадження зазначеної системи. Проведено моніторинг наявних законодавчих актів, які містять посилання на необхідність упровадження систем контролю якості. Розглянуто проблемні складові, притаманні періоду переходу до нової системи контролю якості харчових продуктів в Україні. За допомогою методу SWOT-аналізу визначено сильні та слабкі сторони, потенційні зовнішні загрози та сприятливі можливості впровадження в Україні системи НАССР.

Ключові слова: конкурентоспроможність, якість, продукція, система НАССР, євроінтеграція, харчові підприємства.

ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ ПИЩЕВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

Зайкина А. Н.

Аннотация. Рассмотрены пути повышения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности Украины с помощью введения системы анализа рисков и критических контрольных точек (НАССР). Определены характерные особенности национальной системы пищевого производства и осуществлен анализ внутри- и внешнеэкономического положений рынков пищевой продукции страны с точки зрения готовности к внедрению данной системы. Проведен мониторинг имеющихся законодательных актов, которые содержат ссылки на необходимость внедрения систем контроля качества. Рассмотрены проблемные составляющие, характерные для периода перехода к новой системе контроля качества пищевых продуктов в Украине. С помощью метода SWOT-анализа определены сильные и слабые стороны, потенциальные внешние угрозы и благоприятные возможности внедрения в Украине системы НАССР.

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество, продукция, система НАССР, евроинтеграция, пищевые предприятия.

THE WAYS TO IMPROVE THE SYSTEM FOR CONTROLLING QUALITY AND COMPETITIVENESS OF FOOD COMPANIES' PRODUCTS IN UKRAINE

H. Zaikina

Abstract. *The ways to improve the competitiveness of the food industry enterprises in Ukraine by introducing a system for analysis of risk and critical control points (HACCP) have been considered. The characteristic features of the national system of food production have been identified and the analysis of internal and external economic condition of the market for food products from the point of view of the country's readiness to implement this system has been carried out. Monitoring of the existing legislative acts, which contain references to the need for the introduction of quality control systems has been carried out. The problem components typical for the period of transition to a new system of quality control of food products in Ukraine have been considered. Using the method of the SWOT-analysis strengths and weaknesses, potential external threats and favorable opportunities for introducing in Ukraine the HACCP system have been identified.*

Keywords: *competitiveness, quality, products, HACCP, European integration, food enterprises.*

В конкурентних умовах нарощування обсягів виробництва та стійке економічне зростання забезпечуються лише шляхом більш повного задоволення попиту споживачів продукцією високої якості. Особливої актуальності завдання з підвищення якості продукції набуває у харчовій промисловості України. Насиченість пропозицій стимулює виробників передбачати вимоги й очікування споживачів у прагненні завойовувати їхню довіру.

2014 р. став значущим у площині євроінтеграційних процесів як у політичному, так і в економічному житті України. 27 червня Україна та Європейський Союз підписали економічну частину Угоди про асоціацію, що передбачає глибоку економічну інтеграцію нашої країни в ЄС, а також створення всеосяжної зони вільної торгівлі.

В умовах спаду економіки та зменшення внутрішнього споживання це є потенційним джерелом додаткового експортного потенціалу для України. В 2014 р. структура товарообігу України мала наступний вигляд: країни Євросоюзу – перше місце (35,5 %), країни СНД – друге (29 %), країни Азії – 24 % [1]. Слід зауважити, що країни ЄС посіли перші позиції як в українському імпорті, так і в експорті товарів.

Та чи гарантує це, що продукція українського виробника автоматично потрапить до ЄС? Відповідь – ні. Адже, щоб вийти на ринок Європи, мало щоб продукція була лише якісною, вона має відповідати нормам і стандартам безпеки. При цьому слід наголосити, що відповідність стандартам ЄС дозволить знайти покупців наших товарів і на ринках третіх країн.

В таких умовах особливого значення набуває прийняття Верховною Радою України 22 липня 2014 р. Закону «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів» [2], який вступає в дію з вересня 2015 р. (з пролонгацією для деяких галузей до 2017 р.). Він повинен сприяти активному впровадженню на вітчизняних підприємствах міжнародної системи контролю за безпечністю та якістю харчових продуктів – Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), що в перекладі з англійської означає «аналіз небезпечних чинників і контроль у критичних точках».

Сьогодні система реалізується в багатьох країнах світу і виступає для виробників харчової продукції необхідною складовою допуску як на міжнародні, так і на локальні ринки. Крім Європейського Союзу, підходи HACCP визнані в більш ніж восьми десятках інших країн.

В економічній літературі увага питанням впровадження систем якості у діяльність підприємств і організацій різних галузей та сфер приділяється відомими вітчизняними і закордонними вченими, такими, як: Ю. П. Адлер, А. В. Бабанський, В. І. Гіссін, В. В. Гончаров, І. Ю. Гришова, Дж. Р. Еванс, Л. С. Кириченко, П. М. Майданевич, Н. В. Мережко, Л. М. Наумова, А. Д. Нікіфоров, В. Ю. Огвоздін, В. І. Павлов, Н. Г. Салухіна, Г. А. Саранча, Дж. Харрінгтон, М. Л. Шаповал, О. М. Язвинська та інші. В працях зазначених авторів закладено науковий фундамент управління якістю підприємств і організацій харчової промисловості. Втім, більшість робіт присвячено питанням забезпечення відповідності систем менеджменту якості міжнародним стандартам, які є універсальними і не враховують специфіку діяльності підприємств харчової промисловості. При практичній розробці та впровадженні системи менеджменту якості на підприємствах харчової промисловості повинна враховуватись галузева специфіка виробництва, і увага повинна бути зосереджена на найпроблемніших місцях у управлінні якістю. У зв'язку з цим метою дослідження є обґрунтування необхідності використання системи HACCP для вдосконалення управління якістю і конкурентоспроможністю продукції харчових підприємств України та визначення перспектив її впровадження.

Посилання на необхідність впровадження систем контролю якості вже були в українському законодавстві:

– Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» від 6 вересня 2005 р. № 2809-IV. Стаття 20. Обов'язки виробників та продавців (постачальників). П. 6. Особи, які займаються виробництвом або введенням в обіг харчових продуктів, повинні: «застосовувати санітарні заходи та належну практику виробництва, системи НАССР та/або інші системи забезпечення безпечності та якості під час виробництва та обігу харчових продуктів» [3];

– Закон України «Про дитяче харчування» від 14 вересня 2006 р. № 142-V. Стаття 9. Основні вимоги до виробництва дитячого харчування. П. 2. Виробництво дитячого харчування здійснюється виключно на промисловій основі на спеціалізованих підприємствах, у цехах, що мають експлуатаційний дозвіл для потужностей з виробництва дитячого харчування, отриманий у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, з дотриманням вимог, встановлених законодавством санітарних заходів, належної практики виробництва та застосування системи НАССР або аналогічних систем забезпечення безпечності та якості [4];

– Постанова Головного державного санітарного лікаря України від 30 червня 2010 р. № 20 «Про вдосконалення державного санітарно-епідеміологічного нагляду за впровадженням системи НАССР». Відповідно до п 1.4, керівникам підприємств, установ та організацій незалежно від форм власності, що здійснюють діяльність з виробництва та обігу харчових продуктів: забезпечити виконання в повному обсязі вимог ч. 6 ст. 20 Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» щодо застосування системи НАССР та/або інших систем забезпечення безпечності та якості під час виробництва та обігу харчових продуктів [5];

– Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 01 жовтня 2012 р. № 590 «Про затвердження Вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР)». Відповідно до п. 1.3, оператори потужностей повинні розробити та запровадити ефективну систему НАССР, що дозволяє контролювати всі небезпечні фактори, які можуть бути у харчовому продукті [6].

Як бачимо, раніше впровадження саме НАССР (а не іншої аналогічної системи контролю якості) не передбачалося. Як наслідок – ця система не зазнала широкої практичної реалізації на вітчизняних підприємствах.

Є ще один аспект, яким не можна нехтувати: відсутність механізму контролю ефективності НАССР, а також відповідальних осіб, спроможних здійснити цю функцію менеджменту на потрібному рівні. В питанні порушення вимог до безпеки продуктів харчування не було чіткого розмежування сфер відповідальності офіційних контролюючих органів та виробника.

Такий стан на українському ринку привів до ситуації, коли система НАССР використовувалась виключно як складова стандартів, що базуються на міжнародному стандарті на харчові продукти IFS, ISO 22000 та ін. На систему аналізу небезпечних чинників та контролю у критичних точках переходили лише ті гравці, які в ході пошуку ринків збуту за межами вітчизняного неодмінно стикались з необхідністю впровадження системи.

Нова система чітко декларує, що відповідальність за порушення законодавчих вимог щодо безпеки продуктів харчування в рамках своєї діяльності несе оператор ринку.

Традиційним для багатьох наявних систем контролю є їхнє запровадження на кінцевому етапі. Це означає, що потенційні можливості для економії коштів шляхом призупинення виробництва небезпечного продукту на ранніх стадіях залишаються невикористаними. Раціональність НАССР полягає в застосуванні до системи контролю принципу превентивності. На практиці це означає, що контролю підлягатимуть всі складові ланцюгу виробництва харчового продукту, а отже, ступінь ризику потраплення небезпечного продукту до споживача значно зменшується.

Значною відмінністю є обов'язкове введення бізнесом простежуваності за принципом «крок назад, крок вперед», при якому гарантується прозорість по всій лінії виробництва харчової продукції, – від поставки продовольчої сировини до реалізації продуктів харчування кінцевому споживачеві. Підприємство в будь-який час повинне мати точну інформацію про те, звідки воно отримало сировину або харчовий продукт і куди його спрямували з підприємства.

Європейська практика застосування НАССР має в цьому аспекті наступний вигляд. Оператору достатньо навіть припущення про те, що реалізований, вироблений або перероблений ним товар є небезпечним, для того, щоб почати процес відкликання продукту з ринку. При цьому стадія реалізації, на якій знаходиться зазначений товар, не має жодного впливу на процес відкликання. Навіть у разі доходження потенційно небезпечного продукту до кінцевого споживача. На цьому етапі дії оператора передбачають інформування покупця про причини відкликання та продовження процедури.

Схожою практикою можуть поділитися не тільки країни ЄС, але й США та Австралія. Для гравців міжнародних ринків головним капіталом є репутація. Навіть поодинокі випадки надходження неякісної продукції до споживача можуть нанести шкоду не тільки здоров'ю населення, але й позиціям оператора ринку. Українські виробники все ще побоюються вдаватися до таких дій через ризик «підмочити репутацію», адже вітчизняні споживачі підвладні стереотипу, що одноразове відкликання товару – це показник низької якості

всіх виробів тієї чи іншої фірми. Для європейського споживача це навпаки – гарантія ретельності контролю за безпечністю продуктів харчування.

Ще однією новацією для українського виробника є застосування так званого принципу «крок назад, крок вперед», який надає можливість забезпечити доступність інформації по запиті контролюючого органу на базі системи простежуваності. Строком зберігання такої інформації встановлено шість місяців після дати кінцевого терміну реалізації, що зазначений на маркуванні.

Новий закон установлює також чималий штраф за порушення цієї вимоги. Нехтування обов'язком відкликати або вилучити небезпечний харчовий продукт з обігу також тягне за собою штрафні санкції. Досвід розвинених країн запевняє, що такий підхід стане дієвим важелем щодо дисциплінування операторів ринку та стимулювання додержання вимог харчового законодавства.

На перший погляд, перелічені норми нового харчового законодавства спрямовані на максимізацію ступеня захисту споживача. Але це тільки на перший погляд. Практика свідчить про те, що застосування принципів НАССР – це запорука права на «презумпцію безвинності» для виробника. Завдяки тому, що система НАССР чітко структурує виробничі процеси, проблемну ланку знайти стає значно легше. І якщо точка реалізації порушила вимоги до зберігання, то відповідальність за створення умов, небезпечних для життя споживача, покладається саме на неї, а не на виробника. Отже, крім усього вищезазначеного, система простежуваності дозволяє ідентифікувати недобросовісних дистриб'ютерів та постачальників.

Це, так би мовити, латентна перевага для виробників. Пряма законодавча дотація знаходиться в площині спрощення здійснення державного контролю та проведення дозвільних процедур. Місія з контролю за безпекою продуктів харчової галузі входить до компетенції тільки одного державного органу. Визначення періодичності державного контролю базуватиметься на індивідуальному показнику ризику діяльності того чи іншого оператора ринку. Іншими словами, відсутність рекламаций і скарг – вірний шлях до зменшення кількості перевірок.

Більшій лояльності зазнають і вимоги щодо отримання експлуатаційного дозволу. Тепер він є обов'язковим тільки для тих виробників, які мають справу зі зберіганням або виробництвом продуктів харчування тваринного походження. Всі інші обмежуються процедурою простої реєстрації. До цієї категорії належать і заклади громадського харчування, і навіть частина закладів роздрібної торгівлі.

Європейські країни практикують досвід спілкування з операторами ринку харчової промисловості через систему листів з рекомендаціями щодо усунення виявлених інспектором в ході перевірки недоліків. Лист має містити чітку інформацію про те, що саме повинен виправити власник підприємства, а також пояснення об'єктивності цих вимог.

Після отримання такого листа виробник має певний час для реалізації рекомендованих заходів і проведення всіх виробничих, господарських та логістичних процесів у відповідність до вимог профільного законодавства. Відсутність з боку оператора заходів реагування або порушення термінів їхнього проведення класифікується як правопорушення.

Слід акцентувати, що встановлення таких термінів відбувається виключно після обговорення з самим підприємцем та з урахуванням особливостей технологічного процесу.

Досвід Великобританії радить відводити для роботи з усунення порушень не менше 14 днів. Максимальний термін не має чітких кордонів і варіюється залежно від потенційного ризику для здоров'я населення, особливостей проблеми та наявності шляхів її розв'язання.

Такий алгоритм перевірок є свідченням того, що перевіряючі органи орієнтовані на усунення недоліків і не вбачають за мету однозначне покарання оператора-порушника. Виключення мають місце тільки у випадку, коли контролюючий орган на підставі звіту інспектора ідентифікує виявлені проблеми як такі, що являють серйозний ризик для здоров'я людини (або тварини). Тільки в цьому разі контролюючий орган ініціює перед місцевим судом порушення судового позову проти такого «харчовика».

Якщо ж ступінь ризику неминучої загрози для здоров'я населення (або тварин) має високий показник, контролюючий орган може вдатися до заходів із заборони такому оператору використання обладнання, продовження процесу виробництва і навіть наполягати на закритті об'єкту. У разі неспроможності представників оператора-порушника надати вагомих гарантій безпечності виробництва в подальшому, за ініціативи повноважної посадової особи може бути розпочато процедуру анулювання схвалення такої торгово-промислової харчової кампанії.

Така процедура носить санкційний характер для підприємства. Питання індивідуальної відповідальності власника (в особі генерального директора чи іншої особи) набирає актуальності у разі систематичного нехтування з боку оператора вимог інспектора або свідомої діяльності з виробництва продуктів харчування, що є небезпечними. Така злочинна безвідповідальність може привести до покарання у вигляді позбавлення волі.

Не можна оминати увагою таку новелу Закону, як розділ, що містить гігієнічні вимоги в частині поводження з продуктами харчування. Чинні до цього часу санітарно-ветеринарні норми діють без істотних змін більше трьох десятків років, а отже, їх заміна скоріше вже не новація, а нагальна необхідність.

Це тільки деякі положення нового «харчового» закону, але вони дають загальне уявлення про те, які грандіозні зміни чекають на вітчизняну харчову промисловість.

Та перш ніж можна бути побачити перші плоди впровадження нових правил гри на ринку харчових продуктів, цьому неодмінно передуватиме перехідний період з притаманними йому проблемами та «вузькими місцями». І перші з них лежать у законодавчій площині. А якщо точніше, то навпаки, відсутні у законодавчій базі. Йдеться про нормативні акти роз'яснювального характеру, які б давали чітко прописаний алгоритм дій оператора. Особливо гостро нестача таких документів відчувається у поєднанні з низьким рівнем тематичної навчально-просвітницької роботи. Крім того, похвалитися організаційною спроможністю для переходу на нові стандарти роботи можуть сьогодні, на жаль, поодинокі підприємства.

Сам по собі закон «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів» несе чималу прогресивну складову, адже в силу відповідності регламентам ЄС є рушійним важелем наближення вітчизняних виробників до європейських покупців. Але без підтримки інших підзаконних актів, які б виконували регулюючу функцію з виконання цього Закону, його повноцінна реалізація значно уповільнюється. Зараз відсутній законодавчо встановлений механізм здійснення контролю уповноваженим державним органом, методи якого мають будуватись на принципах прозорості та доступності. Не регламентовані й критерії визначення частоти проведення перевірки на базі оцінки потенційного ризику. Не можна при цьому не відзначити діяльність держави в процесі гармонізації законодавства. «Першою ластівкою» став Закон, що регламентує питання ідентифікації та реєстрації тварин. На черзі законопроекти щодо контролю, безпеки та гігієни кормів.

Глибокої деталізації потребує і робота з підзаконними актами. Сьогодні «харчовику» не надано конкретної відповіді на питання про те, що з прийняттям нового Закону входить до його обов'язків і які він має права. Не мають такої відповіді й офіційні контролюючі органи. Відтак, ще залишається цілий пласт завдань з гармонізації наявного стану справ до вимог ЄС.

Ще одним гальмуючим фактором виступає потужний вплив на виробників стереотипу про надзвичайну складність упровадження системи НАССР. На жаль, для більшості така новація є синонімом додаткових складнощів, які тільки обтяжуватимуть процес виробництва. Тільки одиниці відрізняються далекоглядністю і за необхідністю додаткових зусиль і витрат бачать потенційну економічну вигоду. Ефективність НАССР полягає перш за все у випереджаючій дії. Процес активної глобалізації ринку стимулює до докорінного оновлення підходів у харчовій промисловості, одним із яких має стати контроль не тільки кінцевого продукту (як це було довгі роки), але й усіх етапів виробництва. Підхід, що базується на правильній організації виробничого процесу, значно підвищує ймовірність того, що на виході виробник не отримає небезпечний продукт.

Законодавчо регламентована вимога щодо впровадження системи НАССР поки що сприймається виробником як об'єктивно необхідна умова для плідного діалогу з контролюючими органами. Або ж як формальна конкурентна перевага в боротьбі за покупця. Але показне декларування реалізації принципів системи аналізу ризиків і контрольних точок не надасть підприємству нового дихання, і виробник неминуче найближчим часом опиниться на етапі спаду життєвого циклу, поступаючись конкурентам, які запровадили НАССР на практиці. Отже, запорукою того, що система почне діяти по-справжньому, є усвідомлення вітчизняними «харчовиками» доцільності її впровадження.

Основним шляхом підвищення зацікавленості операторів у впровадженні системи має стати науково-просвітницька робота, яка б була зосереджена на розкритті особливостей НАССР, тонкощів практичного впровадження та економічної ефективності.

Реалізація системи аналізу ризиків та контрольних точок в умовах українського ринку безумовно здобуде нових нюансів. Наприклад, питома вага малих підприємств на харчовому ринку країн ЄС значно менша, ніж на вітчизняному. Левова частка в структурі таких галузей сільського господарства, як тваринництво та плодоовочівництво належить невеликим особистим селянським підприємствам та фермерським господарствам. Такі національні ринкові особливості не можуть бути знехтувані при формуванні вимог до операторів ринку харчових продуктів.

Мала чисельність робітників таких господарств, з одного боку, дозволяє їм мобільніше провести організаційні перебудови відповідно до вимог НАССР. Але існує й інший бік. Потужне підприємство може з легкістю дозволити собі розширити штат на посаду фахівця, який керуватиме питаннями впровадження системи НАССР та координуватиме роботу підрозділів. Чи може дозволити собі такі кадрові зміни маленьке господарство, на якому працюють усього кілька осіб (або найчастіше сім'я)? Ні, бо для них це занадто істотні організаційні зміни. Тому зараз погляд держави має бути спрямований у бік організації для таких операторів заходів з додаткових роз'яснень та навчання.

Особливістю НАССР є здатність адаптуватись до національних ринкових систем тієї чи іншої країни, що сприяє її гармонійному та ефективному впровадженню. Така гнучкість декларована одним з ключових документів профільного законодавства ЄС – Регламентом № 852/2004.

Враховує цей документ і особливості ведення малого бізнесу. Скажімо, в частині зберігання документації з упровадження НАССР акцентовано, що це не має продукувати необґрунтовані для малих господарств витрати.

Виробник харчової продукції не повинен обов'язково застосовувати весь комплекс процедур, які входять до системи НАССР. Методологія системи лояльно ставиться до відмови оператором від процесів, що не координуються з окремо взятим виробництвом, на користь продовження реалізації традиційних методів.

Аналогічна гнучкість характерна для системи і у тих випадках, коли особливості виробничого процесу продукту харчування майже унеможливають визначення критичних контрольних точок. В цій ситуації НАССР йде назустріч виробнику, пропонуючи запровадити моніторинг.

Враховуючи такий наявний стан справ, вітчизняним виробникам харчових продуктів було б доцільно застосувати один із провідних принципів Європейського Союзу – субсидіарності. На практиці це могло б бути не що інше, як об'єднання невеликих господарств у кооперативи. Така форма об'єднання відкрила б додаткові можливості для всіх її членів та полегшила реалізацію багатьох організаційних процесів, зокрема шляхом обміну досвідом. Кооперація в цьому вигляді зможе зіграти ще й латентну роль з підвищення відповідальності. Контроль за сумлінністю виробників здійснюватимуть самі підприємства – члени кооперативу, що не дозволить потрапити неякісним продуктам до столу споживача.

Державна політика в рамках реалізації положень нового Закону має бути спрямована на адаптацію його вимог до особливостей діяльності малого та середнього бізнесу. Необхідна робота з розробки критеріїв щодо ступеня повноти застосування процедур НАССР виходячи з розміру виробничих потужностей підприємства. Фокус має бути спрямовано на інформаційний супровід та технічну допомогу малим та середнім гравцям «харчового» ринку. Необхідно доступно та якісно донести до виробника ідею того, що система НАССР несе набагато більше економічних переваг і додаткових можливостей, аніж труднощів.

Галузь сільського господарства перебуває в нашій країні в стадії активного розвитку. Її продукція є одним із основних формуючих факторів, під впливом яких будується імідж України як повноправного гравця міжнародного ринку харчових продуктів. Під впливом особливостей європейської ринкової кон'юнктури змінюються підходи вітчизняних виробників до організації виробничих процесів і пошуку нових джерел конкурентних переваг. Відчуття необхідності істотних змін вже стає для наших «харчовиків» внутрішньою усвідомленою потребою, і вони готові діяти для того, щоб ці зміни прискорити.

Сьогодні це безкомпромісне. Якщо амбіції підприємства підштовхують його до завоювання місця на міжнародних ринках – воно зобов'язане запровадити систему аналізу ризику та критичних контрольних точок. Якщо мета виробника – найбільші торговельні мережі країни, то він діє в аналогічний спосіб. Останні п'ять років ринок все наполегливіше вимагає європеїзації у принципах роботи. Пріоритети діяльності у сфері якості [7–10]: оперативний аналіз ситуації на ринку та ідентифікація змін у потребах споживачів; завоювання ринку та набуття переваг у конкурентній боротьбі завдяки гнучкій і швидкій реакції на зміни ринку; створення впевненості зацікавлених сторін у результативності та ефективності організації, підтвердженої фінансовими та соціальними перевагами; підтримка якості продукції на всіх етапах життєвого циклу шляхом установа ефективного взаємозв'язку як із замовниками, так і з постачальниками; розробка та запуск у виробництво нових конкурентоспроможних продуктів з якісними характеристиками, що відповідають ринковим запитам та очікуванням споживачів; випуск продукції з додаванням корисних для здоров'я інгредієнтів з екологічно чистої сировини; задоволення вимог щодо безпеки виробленої продукції для здоров'я людей і навколишнього середовища.

Резюмуючи вищезазначене, та з метою структурованої початкової оцінки поточної ситуації впровадження в Україні системи НАССР вдаємося до методу SWOT-аналізу (табл. 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз упровадження в Україні системи НАССР [SWOT-analysis of HACCP system implementation in Ukraine]

	Позитивний вплив	Негативний вплив
	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішнє середовище	<ul style="list-style-type: none"> – Впевненість у безпечності продукції як аргументу при вирішенні конфліктних ситуацій, зокрема судових розглядах. – Оперативне виправлення причин виникнення браку на кожному етапі як засобу зменшення браку і витрат. – Документальне підтвердження безпеки продукції та визначення відповідальних (паKET документація системи НАССР є цьому доказом, а бізнес отримує певний захист) 	<ul style="list-style-type: none"> – Адаптація до НАССР системи, що вже діє на підприємстві. – Обов'язкове залучення до реалізації системи всього персоналу, задіяного на виробництві, включаючи робітників, які здійснюють окремі операції, що потребує однакового рівня готовності від усіх учасників. – Нестача у підприємств сучасних приміщень і обладнання, на яких можна грамотно побудувати і дотримати технологічні процеси. – Відсутність необхідної кількості досвідчених спеціалістів, спроможних реалізувати систему та провести необхідну навчально-просвітницьку роботу

	Можливості	Ризики
Зовнішнє середовище	<ul style="list-style-type: none"> – Посилення конкурентних переваг під час тендерних торгів, основною умовою участі в яких є наявність на підприємстві системи менеджменту на основі принципів НАССР. – Збільшення рівня продаж і прибутку підприємства шляхом підвищення довіри споживачів. – Поліпшення репутація компанії за рахунок зниження реклаमाцій 	<ul style="list-style-type: none"> – Формальний характер реалізації директив НАССР через високу можливість обмеження практичної реалізації принципів системи менеджменту якості оформленням документації та створенням зовнішньої подоби порядку без зосередження на впровадженні дієвих заходів і підвищенні кваліфікації персоналу. – Уповільнюючий вплив особливостей національного менталітету через необхідність для більшості процедур високого ступеня самоконтролю, вміння визнавати власні помилки і самостійно їх виправляти. – Відсутність належної законодавчої підтримки в частині законів та підзаконних актів, які б регулювали механізми реалізації системи

Отже, перед виробниками, які матимуть в арсеналі відрегульовану систему якості контролю, відкриваються можливості додаткових конкурентних переваг. Але основні зусилля зараз мають бути спрямовані в площину нівелювання ризиків формального підходу та посилення таких слабких сторін, як неготовність працівників та профільних спеціалістів до оперативного впровадження системи НАССР, а також кореляції останньої з системою, що вже працює в організації.

Якою буде система менеджменту якості саме в «українському виконанні» покажуть час та динаміка зовнішньоекономічного товарообігу харчових продуктів. Але вже сьогодні зрозуміло, що безпечність та якість продуктів харчування забезпечується відповідністю оснащення та сертифікації підприємств, адміністрацію та персонал яких вирізняє висока виробнича культура виробництва та дотримання відповідних принципів контролю. Відтак, перспективи подальших досліджень у даному напрямі пов'язані з розробкою методичних положень щодо ефективного впровадження системи НАССР.

Література: 1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів : Закон України від 22.07.2014 р. № 1602-18 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1602-18>. 3. Про внесення змін до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» : Закон України від 06.09.2005 р. № 2809-15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2809-15/page>. 4. Про дитяче харчування : Закон України від 05.12.2012 р. № 142-16 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/142-16>. 5. Про удосконалення державного санітарно-епідеміологічного нагляду за впровадженням системи НАССР : Постанова Міністерства охорони здоров'я України від 30.06.2010 р. № 20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/pro-udoshkonalennja-derzhavnogo-sanitarno-epidemiologichnogo--doc26520.html>. 6. Про затвердження Вимог щодо розробки, впровадження та застосування постійно діючих процедур, заснованих на принципах Системи управління безпечністю харчових продуктів (НАССР) : Наказ Міністерства аграрної політики та продовольства України від 01.10.2012 р. № 590 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12>. 7. Кононенко Я. В. Формування стратегії розвитку підприємства в умовах глобалізації / Я. В. Кононенко // Економіка розвитку. – 2012. – № 4 (64). – С. 83–88. 8. Пережогін В. Ю. Ідентифікація інформаційних резервів підвищення якості продукції та послуг комерційної організації : монографія / В. Ю. Пережогін. – Тамбов : Вид-во Тамбов. держ. техн. ун-ту, 2007. – 128 с. 9. Шевчук Д. А. Управління якістю / Д. А. Шевчук. – М. : ГроссМедиа; РОСБУХ, 2008. – 216 с. 10. Скопенко Н. С. Сучасний стан і перспективи розвитку харчової промисловості України на основі формування інтегрованих структур / Н. С. Скопенко // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 4 (118). – С. 103–110.

References: 1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 2. Pro vnesennia zmin do deiakykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo kharchovykh produktiv : Zakon Ukrainy vid 22.07.2014 r. No. 1602-18 [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1602-18>. 3. Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy «Pro yakist ta bezpeku kharchovykh produktiv ta prodovolchoi syrovyny» : Zakon Ukrainy vid 06.09.2005 r. No. 2809-15 [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2809-15/page>. 4. Pro dytiache kharchuvannia : Zakon Ukrainy vid 05.12.2012 r. No. 142-16 [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/142-16>. 5. Pro udoshkonalennia derzhavnogo sanitarno-epidemiologichnogo nahliadu za vprovadzhenniam systemy NASSR : Postanova Ministerstva okhorony zdorovia Ukrainy vid 30.06.2010 r. No. 20 [Electronic resource]. – Access mode : <http://document.ua/pro-udoshkonalennja-derzhavnogo-sanitarno-epidemiolo-gichnogo--doc26520.html>. 6. Pro zatverdzhennia vymoh shchodo rozrobky, vprovadzhennia ta zastosuvannia postiyno diiuchykh protsedur, zasnovanykh na pryntsyphakh Systemy upravlinnia bezpechnistiu kharchovykh produktiv (NASSR) : Nakaz Ministerstva ahrarnoi polityky ta prodovolstva Ukrainy vid 01.10.2012 r. No. 590 [Electron-



ic resource]. – Access mode : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1704-12>. **7.** Kononenko Ya. V. *Formuvannia stratehii rozvytku pidpriemstva v umovakh hlobalizatsii* [Formation of Development Strategy in the Context of Globalization] / Ya. V. Kononenko // *Ekonomika rozvytku*. – 2012. – No. 4 (64). – P. 83–88. **8.** Perezhohin V. Yu. *Identyfikatsiia informatsiinykh rezerviv pidvyshchennia yakosti produktsii ta posluh komertsii orhanizatsii: monohrafiia* [Identification of Information Resources Improving Product Quality and Services of a Commercial Organization : monograph] / V. Yu. Perezhohin. – Tambov : Vyd-vo Tambov. derzh. tekhn. un-tu, 2007. – 128 p. **9.** Shevchuk D. A. *Upravlinnia yakistiu* / D. A. Shevchuk. – M. : HrossMedya; ROSBUKh, 2008. – 216 p. **10.** Skopenko N. S. *Suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku kharchovoi promyslovosti Ukrainy na osnovi formuvannia intehrovanykh struktur* [The Current State and Prospects of Ukraine's Food Industry Based on the Formation of the Integrated Structures] / N. S. Skopenko // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2011. – No. 4 (118). – P. 103–110.

Інформація про автора

Зайкіна Ганна Миколаївна – канд. екон. наук, асистент кафедри маркетингу Українського державного університету залізничного транспорту (вул. Фейербаха, 7, м. Харків, 61050, Україна, e-mail: anna-zaykina@ukr.net).

Информация об авторе

Зайкина Анна Николаевна – канд. екон. наук, ассистент кафедры маркетинга Украинского государственного университета железнодорожного транспорта (ул. Фейербаха, 7, г. Харьков, 61050, Украина, e-mail: anna-zaykina@ukr.net).

Information about the author

H. Zaikina – Candidate of Sciences in Economics, Assistant of the Department of Marketing of the Ukrainian National University of Railway Transport (Feierbakha vul., Kharkiv, 61050, Ukraine, e-mail: anna-zaykina@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
01.12.2015 р.*

JEL Classification: M 31

УДК 339.138+658.849

СИСТЕМА МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ІНТЕРНЕТ-РИНКУ

Бойчук І. В.

Анотація. Специфічні характеристики Інтернету дозволяють розглядати його як невід'ємний компонент ведення сучасного бізнесу та новий тип ринку, що визначає перспективи діяльності підприємств. За цих умов традиційні підходи до використання маркетингових інструментів змінюються, оскільки гіпермедійна природа мережі посилює взаємозв'язки підприємства з його споживачами в умовах інтернет-ринку. Метою статті стало визначення особливостей формування системи маркетингу підприємства в умовах інтернет-ринку. Через узагальнення теоретичних досліджень зміни традиційних підходів до управління маркетинговою діяльністю підприємств автором проаналізовано напрями реалізації маркетингових складових шляхом використання можливостей Інтернету. Доведено, що важливою ознакою інтернет-ринку стає інтеграція маркетингових елементів (маркетингові дослідження, товарна політика, канали збуту, ціна, реклама, сервіс), кожен з яких залежний від інших. В сукупності вони формують сучасну систему маркетингу, від ефективності якої залежить перспективність діяльності підприємства загалом.

Ключові слова: мережа Інтернет, інтернет-ринок, маркетингова діяльність, гіпермаркетинг, система маркетингу підприємства.

СИСТЕМА МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ИНТЕРНЕТ-РЫНКА

Бойчук И. В.

Анотация. Специфические характеристики Интернета позволяют рассматривать его как неотъемлемый компонент ведения современного бизнеса и новый тип рынка, который определяет перспективы деятельности пред-

© Бойчук І. В., 2015

приятій. В цих умовах традиційні підходи к використанню маркетингових інструментів змінюються, так як гіпермедійна природа мережі посилює взаємозв'язок підприємства з його споживачами в умовах інтернет-ринку. Метою статті стало визначення особливостей формування системи маркетингу підприємства в умовах інтернет-ринку. Через обобщення теоретических досліджень змінено традиційні підходи к управлінню маркетинговою діяльністю підприємств автором проаналізовані напрямки реалізації маркетингових складових шляхом використання можливостей Інтернету. Доведено, що важливим ознакою інтернет-ринку стає інтеграція маркетингових елементів (маркетингові дослідження, товарна політика, канали збуту, ціна, реклама, сервіс), кожен з яких залежить від інших. В сукупності вони формують сучасну систему маркетингу, від ефективності якої залежить перспективність діяльності підприємства в цілому.

Ключеві слова: мережа Інтернет, інтернет-ринок, маркетингова діяльність, гіпермаркетинг, система маркетингу підприємства.

THE ENTERPRISE MARKETING SYSTEM UNDER CONDITIONS OF THE INTERNET MARKET

I. Boichuk

Abstract. The specific characteristics of the Internet make it possible to consider it as an integral component of doing modern business and a new type of market, which determines the prospects of the enterprise activity. Under these conditions traditional approaches to the use of marketing tools are changing, as a hypermedia nature of the network strengthens the enterprise relationship with its customers in the Internet market. The aim of the article is to determine characteristics of forming the enterprise marketing under the conditions of the internet market. Through generalizing theoretical studies of changes in the traditional approaches to the management of the enterprise marketing activity, the author has analyzed the directions in implementation of marketing components by using the possibilities of the Internet. It has been proved that an important feature of the Internet market is becoming the integration of marketing elements (market research, product policy, distribution channels, price, advertising, service), each of them being dependent on the others. Together they form a modern marketing system, on the efficiency of which there depend the prospects of the activity of the enterprise as a whole.

Keywords: Internet, Internet market, marketing activities, hypermarketing, marketing system of the enterprise.

В умовах сучасної економіки можливості екстенсивного розвитку цілком використані; загострення конкуренції обумовлює зниження рівня рентабельності; впровадження новітніх мережних технологій зменшує невизначеність ринку та забезпечує його прозорість. За таких обставин ускладнюється діяльність вітчизняних підприємств, тому в прийнятті ними стратегічних рішень щодо ведення бізнесу та при виборі стратегій розвитку суттєво може допомагати Інтернет.

Існує широкий спектр маркетингових інструментів, які суттєво взаємозалежні. До них відносять: маркетингові дослідження, товарну політику, канали збуту, ціну, рекламу, систему сервісу тощо. В сукупності саме вони створюють систему маркетингу підприємства, ефективність якої впливає на перспективність діяльності фірми.

Як відомо, мережа Інтернет володіє унікальними характеристиками, які значно відрізняються від характеристик традиційних маркетингових інструментів. Однією з головних ознак середовища мережі Інтернет є його гіпермедійна природа, для якої характерна висока ефективність представлення інформації, що суттєво збільшує можливості маркетингу в посиленні взаємозв'язку підприємства зі споживачами.

Специфічні характеристики мережі Інтернет не обмежуються тільки функціями широкої комунікації, але передбачають можливість укладення комерційних угод, проведення платежів і здійснення покупок, що додає Інтернету рис глобального електронного ринку, а це в підсумку дозволяє розглядати його як невід'ємний компонент ведення сучасного бізнесу.

Дослідженням маркетингу в Інтернеті приділяється значна увага як зарубіжними, так і вітчизняними науковцями. Серед провідних теоретиків слід виокремити Ф. Котлера і Л. Вебера, основна увага яких зосереджена на розгляді сутнісних ознак маркетингу в мережі з погляду електронної комерції та можливостей забезпечення якісного менеджменту в цій сфері діяльності [1–2]. Питання застосування Інтернет-маркетингу на практиці є визначальними в працях В. Холмогорова [3], тоді як колектив авторів – Т. Кеглер, П. Даулінг, Б. Тейлор, Д. Тестерман – більшу увагу приділяють рекламі в Інтернеті як важливому маркетинговому інструменту впливу на цільову аудиторію [4].

Сучасні аспекти маркетингу на основі використання інформаційних технологій і комунікаційних засобів розглядаються провідними фахівцями М. Окландером та І. Литовченко [5–6]. В свою чергу, С. Разров

і Ф. Гуров фокусують дослідження на особливостях ведення бізнесу в Інтернеті та забезпеченні його просування при активізації реклами PR [7–9]. Поряд із цим, вагомою проблемою підприємств, які вирішили вести бізнес у Інтернеті чи використовувати мережу для комунікації з своїми клієнтами, залишається адаптація маркетингової складової до умов її середовища.

Метою статті стало визначення особливостей формування системи маркетингу підприємства в умовах інтернет-ринку шляхом узагальнення теоретичних досліджень щодо зміни традиційних підходів до управління маркетинговою діяльністю підприємств і відкриття перспектив реалізації маркетингових складових із використанням можливостей Інтернету.

Унікальні властивості мережі стали поштовхом для розвитку нового напрямку в практиці маркетингу під назвою «гіпермаркетинг». Цей напрям розглядається як теорія і методологія ведення маркетингової діяльності підприємств у гіпермедійному середовищі Інтернету, що сприяє не лише доповненню, але й трансформації традиційних поглядів на підбір основних елементів системи маркетингу підприємства.

Загалом, маркетингову діяльність в Інтернеті доцільно поділяти на два основних види за ознакою рівня участі підприємства в реалізації самого середовища:

- по-перше, діяльність, характерна звичайному користувачу мережі. Цей спосіб участі надає мінімальні можливості та дозволяє тільки частково використовувати комунікаційні можливості її середовища, наприклад, для забезпечення взаємозв'язку з іншими учасниками Інтернету або для здійснення маркетингових досліджень;

- по-друге, активна участь у використанні середовища Інтернету, що може бути реалізовано у формі веб-сторінки або власного веб-сервера. Проте загалом такі можливості необмежені з огляду на високу динаміку середовища Інтернету та постійний його розвиток. Типовим прикладом слід вважати організацію представництва фірми в мережі чи створення нею власного інтерактивного магазину.

Для визначення особливостей системи маркетингу підприємства при застосуванні гіпермаркетингу будемо мати на увазі другий варіант, коли фірма володіє веб-сервером в Інтернеті, тобто система маркетингу підприємства в мережі будується на його основі.

Основна ідея маркетингу зосереджена на задоволенні людських потреб, що є кінцевою метою будь-якої економіки. Зважаючи на вказане, середовище Інтернету не є винятком. Як для традиційного ринку, так і для інтернет-ринку одним із головних принципів залишається врахування інтересів і потреб цільових споживачів. При веденні бізнесу в Інтернеті важливо усвідомлювати, задоволення яких потреб забезпечують товари і послуги підприємства, наскільки мережа відповідає потребам аудиторії чи наскільки повно цільовий сегмент споживачів представлений у ній.

Як відомо, ринок характеризується різним попитом на певні товари або послуги. Якщо підприємство пропонує широкий асортимент товарів, тоді, природно, попит на кожний із них буде різним, тому розробка індивідуальної стратегії для товару (групи товарів) вважається найбільш правильним підходом. Сьогодні в українському Інтернеті попит практично на всі товарні групи перебуває на стадії формування, тому вирішальними факторами є визначення цільового споживача, оцінка місткості ринку та пропозиція тих товарів, які можуть задовольнити виявлені потреби [10].

З розвитком інтернет-ринку відбувається поступова зміна підходів до управління маркетинговою діяльністю підприємств. При цьому систему маркетингу слід розглядати з позицій застосування в середовищі Інтернет, хоча до її структури входять традиційні елементи маркетинг-міксу (продукт, ціна, канал, просування), як і сукупність маркетингових відносин.

Кожний елемент системи маркетингу підприємства буде мати свої особливості прояву в Інтернеті, який став не тільки новим каналом збуту чи маркетингових комунікацій, але й цілком новим видом ринку (рис. 1).

Інтернет надає можливість підприємству проводити як первинні, так і вторинні маркетингові дослідження. Перші ґрунтуються безпосередньо на первинних даних, які отримують завдяки проведенню ним маркетингових досліджень у мережі Інтернет. В свою чергу, вторинні маркетингові дослідження базуються на даних, опублікованих у мережі, або на іншій інформації, що непрямо стосується проведеного підприємством дослідження.

Для прикладу, дослідження фірмової чи товарної структури ринку доцільно ґрунтувати на зборі інформації, представленої на веб-серверах різних компаній з її наступною обробкою методами, що застосовуються в традиційних маркетингових дослідженнях, або ж на аналізі опублікованої в Інтернеті інформації зі сфер, що становлять маркетинговий інтерес для підприємства, яке проводить незалежне дослідження.

На практиці слід застосовувати наступні методи пошуку необхідної маркетингової інформації:

- пошук з використанням пошукових машин;
- пошук у веб-каталогах Інтернету;

- використання «жовтих сторінок» мережі;
- пошук з використанням тематичних веб-серверів;
- пошук за посиланнями, що розташовані на веб-серверах.

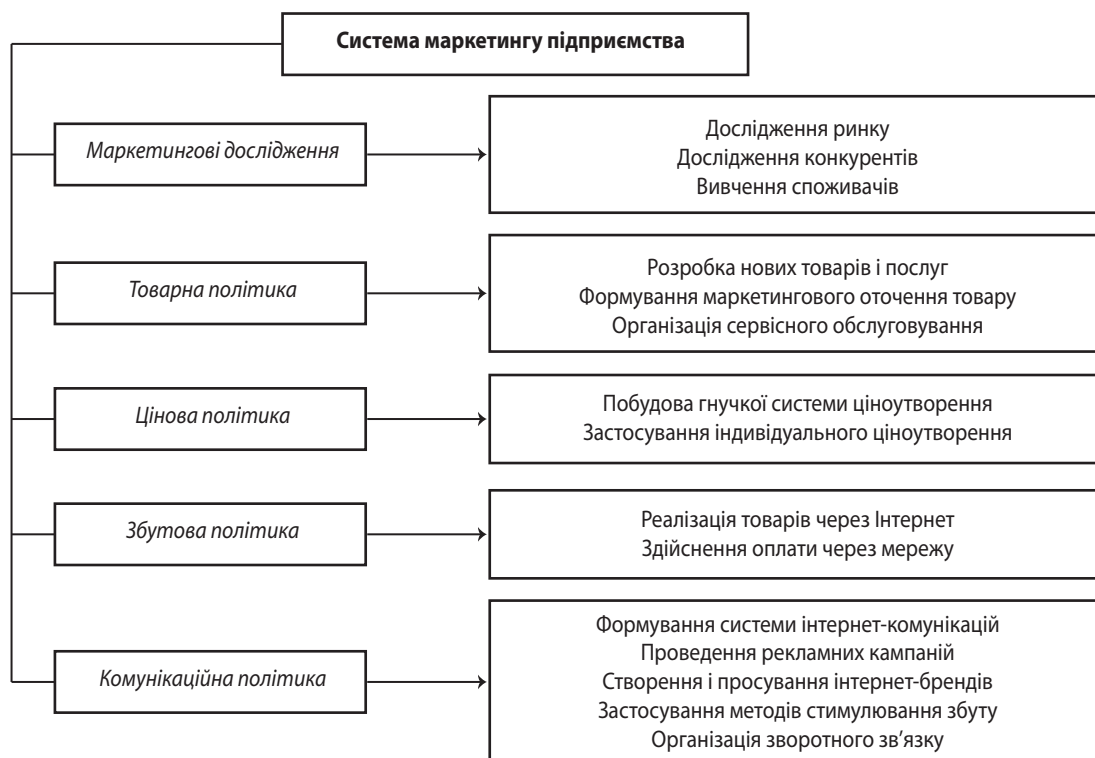


Рис. 1. Побудова системи маркетингу підприємства в Інтернеті

Іншим видом проведення маркетингових досліджень є дослідження користувачів Інтернету – фактичних і потенційних споживачів товарів чи послуг підприємства. Серед популярних методів проведення досліджень можна виокремити:

- анкетування відвідувачів веб-сервера підприємства;
- опитування з поліпшеним показником повернення;
- проведення опитувань у телеконференціях мережі;
- поєднання анкетування на веб-сервері фірми з безпосередньою її участю в телеконференціях.

Частину інтернет-ринку займають такі категорії продавців, які торгують традиційними товарами. Вони використовують Інтернет для пропозиції товару новим сегментам покупців, здійснення маркетингових досліджень, реалізації маркетингових комунікацій, підписання угод і оплати операцій.

Але інтернет-ринок має свій специфічний товар – електронний (цифровий), для продажу і просування якого використовують специфічні для цього ринку процеси. В переліку електронних товарів міститься інформація, яка передається в цифровому форматі через Інтернет і пов'язані з нею інформаційні мережі. Фізичні товари також можуть існувати в цифровому форматі, перетворюючись на електронні продукти. До числа таких продуктів можна віднести електронні засоби платежу, електронні варіанти ЗМІ (інтернет-версії газет і журналів), повідомлення про котирування цін, що пересилаються через Інтернет тощо [11].

Незважаючи на розмаїття електронних товарів, вони мають схожі риси, що дозволяє віднести їх до особливої категорії товарів. На цій основі їх можна поділити за трьома категоріями [3]:

1. Інформаційні та розважальні продукти:
 - засоби масової інформації;
 - інформація про продукти: специфікації, інструкції;
 - матеріали для підготовки торгових агентів;
 - графічні матеріали: фотографії, листівки, календарі, карти;
 - аудіоматеріали: музичні записи, мови і виступи;
 - відеоматеріали: кінофільми, телепередачі.

2. Символи, концепції, жетони:

- квитки і купони замовлень авіаквитків, місць в готелях, квитки на концерти, спортивні заходи;
- фінансові сертифікати: чеки, електронні засоби оплати, кредитні картки.

3. Процеси і послуги:

- офіційні форми і платіжні квитанції державних органів;
- електронні послання: листи, факси, телефонні дзвінки;
- бізнес-процеси, що створюють споживчу цінність: замовлення, бухгалтерські проводки, облік запасів, контракти;
- аукціони і електронні ринки;
- дистанційне навчання, надання медичних і інших інтерактивних послуг;
- інтерактивні види розваг.

Традиційні методи ціноутворення, які використовують на реальних ринках, мають особливості для ринку мережі Інтернет. Традиційне для фізичних товарів ціноутворення на основі граничних витрат не може застосовуватись для інформаційних товарів, адже в них граничні витрати майже нульові. Віднесення витрат на розробку взірця електронного товару до постійних витрат обумовлює потребу в формуванні ціни на основі виплати гонорару за використання подальших взірців.

Доступність інформації на інтернет-ринку робить дані про різні ціни відкритими для споживачів і конкурентів. Індивідуальна пропозиція продукції та послуг згідно з конкретними потребами покупців дозволяє здійснювати індивідуальне ціноутворення. Варіантом оплати оренди чи ліцензування на інтернет-ринку виступає ціноутворення, яке базується на підписці. Так, фірма продає право користування частиною створеного інформаційного продукту (для прикладу, бази даних). При цьому ціна продукту ґрунтується не на граничних витратах, пов'язаних із обслуговуванням споживачів чи загальними витратами на його створення, а залежатиме від загального числа передплатників, проте кожен із них може використовувати цей продукт по-різному.

Доцільно також виокремити особливості Інтернету, які характеризують його як канали розподілу та маркетингових комунікацій. По-перше, це можливості Інтернету, які дозволяють продавцям і покупцям вступати в безпосередній контакт між собою, що виключає потребу в використанні посередників. Не тільки фірми можуть безпосередньо працювати зі своїми партнерами, постачальниками і замовниками, але й споживачі через аукціони можуть безпосередньо зв'язуватися з іншими клієнтами.

По-друге, відкривається можливість появи іншого типу посередників, специфічних для інтернет-ринку. До них доцільно віднести такі види:

- інформаційні посередники;
- фірми, які зайняті збором, узагальненням і розповсюдженням інформації в мережі, так звані мета-посередники;
- агенти, які входять до категорії виробників і продавців, для яких характерна споріднена ситуація здійснення купівлі (придбання нерухомості, автомобіля, організація весілля чи інших свят);
- пошукові агенти, що представляють як продавця, так і покупця і які забезпечують пошук в мережі необхідної інформації, товару або послуги.

Існування нових категорій посередників сприяло формуванню нової системи маркетингових відносин між різними учасниками інтернет-ринку. Для прикладу, так званий «вирішуючий маркетинг» (permission marketing) дозволяє показувати споживачеві рекламу продукції під час його знаходження в мережі, тобто реклама може розміщуватись навіть на сайтах конкурентів.

Оскільки Інтернет з'явився і розвивався, в першу чергу, як новітній засіб комунікації, тому використання цієї властивості знайшло найбільше варіантів застосування. Як засіб комунікації Інтернет володіє унікальними властивостями порівняно з традиційними засобами масової інформації.

Внаслідок цього значні можливості мережі ставлять підприємствам, що використовують його в маркетинговій діяльності, складне завдання реалізації максимального обсягу вказаних переваг для найбільш повного задоволення потреб і бажань користувачів. Основними відмінностями цього процесу доцільно вважати:

1. Можливість інтерактивного характеру здійснення комунікації, що передбачає перехід від простого подання інформації до використання динамічного зв'язку зі споживачами, перехід від односторонньої комунікації до двостороннього чи багатостороннього взаємозв'язку.

2. Високу динаміку середовища мережі, що вимагає постійного розвитку маркетингових засобів, прийомів та інструментів, які все ширше використовуються, а також пропонованої підприємствами інформації для користувачів або способу реалізації пропонованих ними ідей.

3. Значні можливості подання інформації (через текст, різні графіки, звук, відео, анімацію), що ставлять перед фірмами завдання більш повної реалізації даних через урахування специфіки пропонованих ними товарів і послуг.

4. Існування різних видів комунікаційних моделей, що ставить перед підприємствами завдання щодо вибору більш адекватної моделі для пристосування зв'язку до потреби бажань кожного клієнта.

Комунікації на інтернет-ринку характеризуються інтерактивністю, тож ініціатором комунікацій виступає не тільки продавець, але і покупець. Так, у банерній рекламі використовують як пасивні банери, які показують будь-якому відвідувачу сайту, так і активні банери, що активізуються лише самим споживачем.

Сукупність засобів просування на ринку Інтернет містить традиційні елементи системи маркетингу, які використовуються на фізичних ринках (реклама, зв'язки з громадськістю, прямий маркетинг, стимулювання збуту). Проте в мережі вказані елементи набувають нових рис, оскільки виникають і розвиваються нові види просування, притаманні тільки цьому типу ринку. До них належать побудова інтерактивних співтовариств (chats, discussion groups, communities), віртуальний маркетинг (інтернет-варіант розповсюдження інформації «з вуст у вуста»).

Крім того, важливою ознакою Інтернету стає інтеграція елементів маркетингу, бо класичні 4P важко розділити у випадку інтернет-проекту. Так, дизайн і навігація веб-сайта належать одразу до всіх елементів системи маркетингу. Цю особливість слід враховувати при розробці та організації підтримки сайту підприємства, оскільки вона не лише дає величезні можливості, але й створює значне коло загроз, ускладнюючи тим самим виявлення і вирішення проблем.

Отже, вплив можливостей ринку Інтернет на маркетингову діяльність підприємства в сучасних умовах зростає. Нові інформаційні технології та властивості мережі Інтернет дозволяють зменшити витрати на виконання маркетингових функцій підприємства, тому є важливими при підборі складових системи маркетингу. Подальші дослідження в цьому напрямі передбачають аналіз специфіки маркетингових стратегій підприємства з урахуванням особливостей Інтернету як глобальної інформаційної системи і перспективного інструменту бізнесу.

Література: 1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; [пер. с англ. С. Г. Жильцова]. – М. : ИД «Вильямс», 2009. – 462 с. 2. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете / Ларри Вебер ; [пер. с англ. Е. Лалаян]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 210 с. 3. Холмогоров В. Интернет-маркетинг / В. Холмогоров. – СПб. : Питер, 2002. – 208 с. 4. Реклама и маркетинг в Интернете / Т. Кеглер, П. Даулинг, Б. Тейлор и др. ; [пер. с англ.]. – М. : Альпина Паблишер, 2003. – 640 с. 5. Окландер М. А. Комплекс интернет-коммуникаций у маркетингу / М. А. Окландер, І. Л. Литовченко // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 3. – С. 29–35. 6. Литовченко І. Л. Генезис и эволюция информационной концепции маркетинга : монография / І. Л. Литовченко. – К. : Наукова думка, 2011. – 220 с. 7. Разроев Э. Инфокоммуникационный бизнес: управление, технологии, маркетинг / Э. Разроев. – СПб. : Профессия, 2003. – 352 с. 8. Гуров Ф. Н. Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети / Ф. Н. Гуров. – М. : Вершина, 2009. – 150 с. 9. Wilson R. F. Tracking Online ad Campaigns: a Primer / R. F. Wilson, J. B. Pettijohn // Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice. – 2010. – Vol. 12 (1). – P. 69–82. 10. Буренина Т. А. Маркетинг на базе интернет-технологий : монография / Т. А. Буренина. – М. : Благовест-В, 2005. – 151 с. 11. Карасева В. Комплекс маркетинга в Интернет-бизнесе / В. Карасева // Маркетинг. – 2008. – № 2 (99). – С. 117–124.

References: 1. Kotler F. Marketing menedzhment / F. Kotler, K. L. Keller ; [per. s angl. S. G. Zhiltsova]. – M. : ID «Vilyams», 2009. – 462 p. 2. Veber L. Effektivnyy marketing v Internete / Larri Veber ; [per. s angl. E. Lalayan]. – M. : Mann, Ivanov i Ferber, 2010. – 210 p. 3. Kholmogorov V. Internet-marketing / V. Kholmogorov. – SPb. : Piter, 2002. – 208 p. 4. Reklama i marketing v Internete / T. Kegler, P. Dauling, B. Teylor et al. ; [per. s angl.]. – M. : Alpina Pablisher, 2003. – 640 p. 5. Oklander M. A. *Kompleks internet-komunikatsii u marketynhu* [Complex of Internet-communications in Marketing] / M. A. Oklander, I. L. Lytovchenko // Marketynh v Ukraini. – 2008. – No. 3. – P. 29–35. 6. Litovchenko I. L. *Genezis i evolyutsiya informatsionnoy kontseptsii marketinga : monografiya* [Genesis and Evolution of the Information Concept of Marketing : a monograph] / I. L. Litovchenko. – Kyiv : Naukova dumka, 2011. – 220 p. 7. Razroev E. Infokommunikatsionnyy biznes: upravlenie, tekhnologii, marketing / E. Razroev. – SPb. : Professiya, 2003. – 352 p. 8. Gurov F. N. Prodvizhenie biznesa v Internet: vse o PR i reklame v seti / F. N. Gurov. – M. : Vershina, 2009. – 150 p. 9. Wilson R. F. Tracking Online ad Campaigns: a Primer / R. F. Wilson, J. B. Pettijohn // Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice. – 2010. – Vol. 12 (1). – P. 69–82. 10. Burenina T. A. *Marketing na baze internet-tekhnologiy : monografiya* [Marketing on the Internet-based : a monograph] / T. A. Burenina. – M. : Blagovest-V, 2005. – 151 p. 11. Karaseva V. *Kompleks marketinga v Internet-biznese* [Marketing Complex in the Internet Business] / V. Karaseva // Marketing. – 2008. – No. 2 (99). – P. 117–124.

Інформація про автора

Бойчук Інна Володимирівна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу Львівської комерційної академії (вул. Братів Тершаківців, 2а, м. Львів, 79005, Україна, e-mail: inna_boychuk@mail.ru).

Інформація об авторе

Бойчук Інна Владимировна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетинга Львовской коммерческой академии (ул. Братьев Тершаковцев, 2а, г. Львов, 79005, Украина, e-mail: inna_boychuk@mail.ru).

Information about the author

I. Boychuk – Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Lviv Academy of Commerce (Brativ Tershakivtsiv vul., 2a, Lviv, 79005, Ukraine, e-mail: inna_boychuk@mail.ru).

Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р.

JEL Classification: G C51; L10; L83

УДК 339.137.2

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА РИНКУ ПОСЛУГ

Солов'янчик А. В.

***Анотація.** В умовах жорсткої конкуренції підприємці часто стикаються з питаннями, як ефективно управляти своїм підприємством, яку стратегію ведення бізнесу обрати, щоб перемогти своїх конкурентів. Ринок – це поле бою, на якому виживає сильніший та розумніший. Тому, як у будь-якому поєдинку, дуже важливо обрати правильну стратегію. Для побудови певної стратегії важливо розуміти сутність самого процесу управління, тому в статті розглянуто теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю підприємства, на базі цього виокремлено основну мету управління. Проаналізовані різні наукові джерела та виокремлено основні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства. Розглядаючи ринок послуг, ми адаптували дані підходи до обраної сфери. Описано систему управління конкурентоспроможністю підприємств ринку послуг, виокремлено основні суб'єкти, їхні функції та задачі, а також об'єкти управління. Розглянуто також процес управління, виокремлено основні управлінські функції для забезпечення конкурентоспроможності підприємства ринку послуг. У результаті досліджень побудовано модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств ринку послуг, яка базується на поєднанні основних підходів до управління.*

***Ключові слова:** управління підприємством, конкурентоспроможність підприємства, управління конкурентоспроможністю, стратегічне управління, ринок послуг.*

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ

Соловьянчик А. В.

***Аннотация.** В условиях жесткой конкуренции предприниматели часто сталкиваются с вопросом, как эффективно управлять своим предприятием, какую стратегию ведения бизнеса выбрать, чтобы победить своих конкурентов. Рынок – это поле боя, на котором выживает сильнейший и умнейший. Поэтому, как в любом поединке, очень важно выбрать правильную стратегию. Для построения определенной стратегии важно понимать сущность самого процесса управления, поэтому в статье рассмотрены теоретические аспекты управления конкурентоспособностью предприятия, на базе этого выделена основная цель управления. Проанализированы различные научные источники и выделены основные подходы к управлению конкурентоспособностью предприятия. Рассматривая рынок услуг, мы адаптировали данные подходы к выбранной сфере. Предложена система управления конкурентоспособностью предприятий рынка услуг, выделены основные субъекты, их функции и задачи, а также объекты управления. Изучен также сам процесс управления, выделены основные управленческие функции, которые обеспечивают конкурентоспособность предприятия на рынке услуг. В результате исследований построена модель стратегического управления конкурентоспособностью предприятий рынка услуг.*

***Ключевые слова:** управление предприятием, конкурентоспособность предприятия, управление конкурентоспособностью, стратегическое управление, рынок услуг.*

STRATEGIC MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE SERVICES MARKET

A. Solovianchuk

Abstract. Under conditions of stiff competition, entrepreneurs frequently face the problem of how to effectively manage their enterprise, what business strategy to choose to defeat their rivals. Market is the battlefield, on which the strongest and smartest survive. So, as in any fight, it is essential to choose the right strategy. For building a certain strategy it is important to realize the essence of the management process, therefore, the article deals with the theoretical aspects of the enterprise competitiveness, and on this basis the main purpose of management has been defined. Different scientific sources have been analyzed and the main approaches to management of the enterprise competitiveness highlighted. Considering the services market we adapted these approaches to the chosen field. A system for managing competitiveness of enterprises in the services market has been proposed, the main subjects, their functions and tasks, as well as objects of management have been identified. Also the process of management itself has been studied, the main management functions ensuring the enterprise competitiveness in the market have been defined. As a result of the research the model of strategic management of competitiveness of enterprises in the services market has been built.

Keywords: enterprise management, enterprise competitiveness, competitiveness management, strategic management, services market.

Конкурентоспроможність підприємства показує його здатність боротися та виживати в умовах висококонкурентного ринку. Тому перед кожним підприємцем постає питання, як ефективно управляти власним бізнесом, щоб досягти відповідно високого рівня конкурентоспроможності. Для цього підприємствам варто розробляти певну стратегію управління, яка б дозволила підприємству, використовуючи наявний потенціал, розвиватися та розширювати сферу свого впливу. Вивчаючи ринки послуг, бачимо, що вони відрізняються особливо високим рівнем конкуренції, кожному учаснику ринку вкрай важко утримувати власні конкурентні позиції. Тому необхідно побудувати універсальну модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства, яка б допомогла підприємцям розробляти власну стратегію розвитку.

Серед зарубіжних і вітчизняних науковців проблему розвитку стратегічного управління активно досліджували: І. Ансофф, М. Х. Мексон, А. А. Томсон, А. Дж. Стрікленд, М. Портер, К. Хофер, Дж. Пірс та Р. Робінсон, Д. Шендел та К. Хаттен, З. Є. Шершньова, В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко, А. П. Міщенко, В. В. Пастухова та інші. Питання сутності управління конкурентоспроможністю широко висвітлено в працях таких науковців, як Л. В. Балабанова [2], В. І. Блонська [3], Г. С. Бондаренко [6], О. А. Гавриш [8], М. М. Галелюк [9], Р. А. Довбуш [4], С. М. Клименко та Т. В. Омеляненко [11], Т. І. Лепейко [15], Р. А. Фатхутдінов [12]. У працях указаних науковців розкрито основні принципи та підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства. Однак недостатньо розкрито питання стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства, якому і присвячено дану статтю.

Метою статті є дослідити теоретичні аспекти управління конкурентоспроможністю, проаналізувати основні підходи до управління конкурентоспроможністю підприємства, адаптувати їх для підприємств сфери послуг. На базі цього – розробити модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств ринку послуг.

Основні результати дослідження. Забезпечення конкурентоспроможності – це філософія управління всією системою в умовах ринкових відносин, що повинна бути орієнтована на вирішення наступних задач: дослідження потреб споживачів та їх розвиток, оцінку поведінки та можливостей конкурентів, дослідження розвитку ринку, дослідження середовища, виготовлення товару, що перевершував би товар конкурента [1]. Відповідно до теорії менеджменту, процес управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою підфункцію менеджменту, яка має цілеспрямовану дію на поточний і майбутній рівні конкурентоспроможності порівняно з підприємствами, що випускають аналогічну продукцію. У науковій літературі представлено досить багато різноманітних визначень сутності процесу управління конкурентоспроможністю. Розглянемо найбільш популярні з них.

Як бачимо, процес управління конкурентоспроможністю підприємства обов'язково включає такі основні завдання, як здобуття конкурентних переваг, їх утримання та нарощення в конкурентних умовах ринку. Основна мета управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в забезпеченні ефективної діяльності та розвитку підприємства за умов нестабільності та змінності факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

У науковій літературі виокремлюють три класичні підходи до управління конкурентоспроможністю: системний, процесний та ситуаційний [13].

Визначення поняття управління конкурентоспроможністю підприємства

Автор	Визначення
Балабанова Л. В. [2]	Управління конкурентоспроможністю – сукупність управлінських дій, спрямованих на дослідження діяльності активних і потенційних конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін, а також розробку конкурентних стратегій, що забезпечують формування й підтримку довгострокових конкурентних переваг
Бондаренко Г. С. [6]	Управління конкурентоспроможністю – це систематичний, планомірний і цілеспрямований вплив на систему конкурентоспроможності з метою збереження її стійкості чи переведення з одного стану в інший за допомогою необхідних і достатніх способів і засобів впливу
Мансуров Р. Є. [7]	Управління конкурентоспроможністю – діяльність, спрямована на формування низки управлінських рішень, які, відповідно, повинні бути спрямовані на протистояння можливим зовнішнім впливам для досягнення лідерства відповідно до поставлених стратегічних завдань
Гавриш О. А. [8]	Управління конкурентоспроможністю доцільно розглядати як систему заходів щодо впливу на рівень конкурентоспроможності з метою приведення його до бажаного або оптимального та утримання у перспективі
Галелюк М. М. [9]	Управління конкурентоспроможністю – це функція менеджменту, що реалізується через здійснення загальних функцій з метою підтримання та підвищення КСП підприємства та його товарів, що є складовими єдиної системи
Кузьмін О. Є. [10]	Управління конкурентоспроможністю доцільно розглядати як сукупність важелів і способів впливу на сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі та відповідальність суб'єктів господарювання, що реалізуються за допомогою сукупності управлінських засобів
Омельяненко Т. В., Клименко С. М. [11]	Управління конкурентоспроможністю підприємства являє собою певний аспект менеджменту підприємства, спрямованого на формування, розвиток та реалізацію конкурентних переваг і забезпечення життєздатності підприємства як суб'єкта економічної конкуренції
Фатхутдінов Р. А. [12]	Управління конкурентоспроможністю підприємства – це аспекти виконання загальних функцій управління, які визначають стратегію і політику у сфері створення й реалізації конкурентоспроможних товарів, цілі й відповідальність у даній сфері діяльності суб'єкта господарювання, що реалізуються за допомогою таких засобів, як планування конкурентоспроможності, оперативне управління нею, її забезпечення й підвищення в рамках певної системи конкурентоспроможності

Системний підхід до управління підприємством розглядає його як систему, яка складається з окремих елементів, внутрішніх і зовнішніх зв'язків, що впливають на його функціонування. Так, В. І. Блонська у роботі [3] зазначає, що система управління конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність організаційної структури, процесів, технологій, положень, ресурсів тощо, необхідних для створення і реалізації умов, які сприятимуть створенню конкурентних переваг у теперішньому і майбутньому бізнес-середовищах. Обов'язковими елементами кожної системи є суб'єкт і об'єкт. Суб'єктами управління конкурентоспроможністю підприємства є коло осіб, які приймають управлінські рішення щодо формування конкурентних переваг, їх підтримання та нарощення. Об'єктом управління конкурентоспроможністю підприємства перш за все виступають бізнес-процеси створення та збуту продукції споживачу, а поряд із тим, це – система взаємопов'язаних елементів внутрішнього середовища підприємства, його споживачів, конкурентів, об'єднаних у єдине ціле для вирішення завдання забезпечення конкурентних позицій, збереження існуючих і нарощування нових конкурентних переваг. На рис. 1 представлено систему управління конкурентоспроможністю підприємств.

Вона дозволяє наочно побачити, що впливає на конкурентоспроможність підприємства та як вона формується. На ринку існує три основні суб'єкти, що впливають на формування конкуренції та конкурентоспроможності: підприємство, яке створює пропозицію на ринку (послуги або товари); споживач, який відповідно до власних потреб та уподобань купує продукт, та конкуренти, що створюють конкурентну боротьбу. Без конкурентів ми б узагалі не могли говорити про конкурентоспроможність, адже головна її характеристика – це відносність, тому, створивши власний продукт, обов'язково досліджуємо конкурентне середовище, порівнюємо власну пропозицію з ринковою, оцінюємо рівень конкурентоспроможності свого продукту, тільки після цього можемо визначити, які конкурентні переваги ми маємо. На базі цього формується подальша конкурентна стратегія з визначенням основної подальшої мети та шляхів її задоволення.

З позиції процесного підходу управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається як процес реалізації певної сукупності управлінських функцій – цілепокладання, планування, організації, мотивації та контролю діяльності щодо формування конкурентних переваг та забезпечення життєдіяльності підприємства як суб'єкта економічної діяльності [14]. Такий підхід передбачає виділення певних етапів у процесі управління, а саме: виявлення чинників впливу, як зовнішнього, так і внутрішнього середовища на рівень



Рис. 1. Система управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг

Джерело: розроблено автором

конкурентоспроможності підприємства; оцінка їхньої значущості, аналіз та групування цих чинників; оцінка впливу обраних чинників на рівень конкурентоспроможності підприємства та кількісне визначення рівня конкурентоспроможності; прогнозування зміни рівня конкурентоспроможності підприємства в умовах мінливого середовища; з'ясування шляхів і методів підвищення конкурентоспроможності; розробка комплексу заходів щодо підвищення конкурентоспроможності; оцінка витрат на реалізацію розроблених заходів. Схематично процес управління конкурентоспроможністю підприємства можемо представити наступним чином (рис. 2).



Рис. 2. Процес управління конкурентоспроможністю підприємств

Джерело: розроблено автором

Перш за все, ми виокремлюємо основні цілі на майбутній період, потім створюється сама система, яка буде управляти всім процесом, сюди можемо віднести: об'єкт – чим ми будемо управляти, суб'єкт – хто буде управляти, методологію та принципи – як управляти, інструментарій – за допомогою чого управляти. У цьому й полягає організаційна функція.

Функція планування передбачає розробку конкурентної стратегії, для цього слід провести аналіз і моніторинг факторів і чинників конкурентоспроможності, вивчити ринок, поведінку конкурентів. Такий аналіз дозволяє виокремити основні наявні та потенційні конкурентні переваги, а в подальшому – обрати конкурентну стратегію та шляхи її реалізації. Наступною функцією є оцінка – ми оцінюємо свої результати, для цього визначаємо рівень конкурентоспроможності підприємства за допомогою вже визначених критеріїв, які були розроблені на попередніх етапах з урахуванням наших цілей. Провівши аналіз, ми корегуємо подальші цілі та

починаємо новий етап. Тобто, вважаємо за доцільне розглядати процесний підхід у вигляді замкнутого циклу, при чому виділити чітко межі між кожною функцією управління неможливо, вони взаємопов'язані та доповнюють одна одну на різних етапах управління.

Ситуаційний підхід ґрунтується на альтернативності способів і методів досягнення конкретної цілі залежно від обставин та умов під час прийняття та реалізації управлінських рішень. При цьому основними умовами підвищення конкурентоспроможності підприємств залишаються: формування сприятливого підприємницького середовища; забезпечення сприятливого інвестиційного клімату; формування матеріальної бази на інноваційній основі; залучення до роботи висококваліфікованого персоналу; сприяння розгортанню новітніх інформаційно-комунікативних технологій [16].

Далі детальніше зупинимося на управлінні конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг. Розробляючи певну стратегію управління конкурентоспроможністю, важливо чітко розуміти, що впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства, яким чином формується та з чого складається конкурентоспроможність підприємства. Управління конкурентоспроможністю підприємств – це безперервний процес, спрямований на регулярний контроль за зміною усіх показників конкурентоспроможності, вживання необхідних заходів, спрямованих на попередження втрат ринкових позицій та забезпечення стійких конкурентних переваг. Саме конкурентна перевага виступає фундаментом міцної конкурентної позиції підприємства та визначає характер його конкурентної стратегії, а також є складовою стратегічного потенціалу. Пропонуємо поєднати системний та процесний підходи для стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємств сфери послуг. На рис. 3 зображено модель стратегічного управління, що дозволить забезпечити високий рівень конкурентоспроможності підприємства сфери послуг.

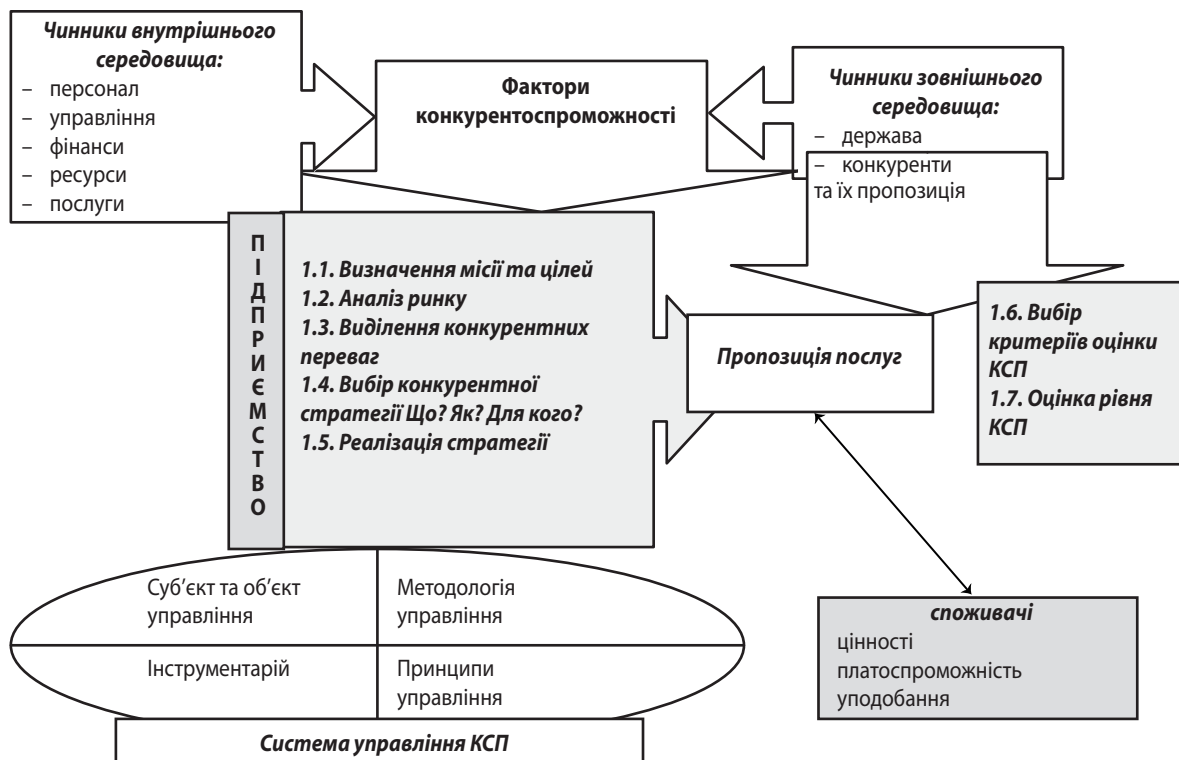


Рис. 3. Модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства сфери послуг

Джерело: розроблено автором

Дана модель ілюструє весь процес забезпечення конкурентоспроможності. Все починається з виокремлення основних суб'єктів та об'єктів управління, адже важливо розуміти, хто, для кого і що пропонує. Підприємство та споживачі виступають головними суб'єктами, адже підприємство формує пропозицію, а споживачі – попит. Першим кроком для підприємства постає вибір, що пропонувати споживачу, для цього він аналізує ринок: власних конкурентів, вже наявні товари/послуги на ринку, вподобання та потреби споживачів, їхні цінності тощо. Також необхідно враховувати й внутрішні фактори конкурентоспроможності: персонал, наявні ресурси, фінансові можливості, потенціал підприємства тощо. На базі зібраної інформації підприємство виокремлює власні конкурентні переваги, які і слугують основою для побудови подальшої стратегії. Серед осно-

вних базових стратегій виділяють стратегію лідерства за рахунок економії на витратах, стратегію диференціації та фокусування, спеціалізації або ж концентрації, але на ринку туристичних послуг лише класичних стратегій може бути недостатньо, тому рекомендують використовувати маркетингові стратегії, основними видами яких є захисна, наступальна, флангова.

Суть захисної стратегії полягає в тому, що лише лідер на ринку може зайняти оборонну позицію; найкраща стратегія захисту – це сміливість атакувати самого себе; сильні кроки конкурентів мають бути заблоковані. Відповідно, наступальна маркетингова війна не може мати ті ж риси, що й захисна. Тому виокремлюються три інших підходи: головний предмет аналізу – сила позиції лідера; знайдіть слабке місце в силі лідера й атакуйте його; атакуйте на якомога вузькій ділянці. Так, для застосування флангової маркетингової війни важливо, що фланговий крок було зроблено на вільній території; тактична несподіванка повинна стати важливою частиною плану; переслідування має не менш важливе значення, ніж атака [17]. Отже, використовуючи маркетингові стратегії, ми орієнтуємось на щось, на практиці більшість орієнтована на споживача, особливо це стосується підприємств сфери послуг. Однак, саме зміна орієнтованості може дати нові можливості подальшого розвитку.

Вибір стратегії – це один із перших кроків загальної схеми управління, дуже важливо проаналізувати ефективність обраної стратегії. Тут починається наступне коло загального процесу управління. Реалізуючи певну стратегію, підприємство переходить до оцінки конкурентоспроможності, для цього розробляють критерії та методи оцінювання. Будь-яка стратегія повинна бути підкріплена також інструментами забезпечення, методами оцінки та принципами управління. Ми представили лише загальний алгоритм усього процесу стратегічного управління підприємством, який потребує подальшої деталізації кожного окремого етапу управління.

Основна мета управління конкурентоспроможністю підприємства полягає в забезпеченні ефективної діяльності та розвитку підприємства за умов нестабільності та змінності факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ. У теорії менеджменту існує декілька основних підходів до управління підприємством: процесний, системний та ситуаційний. Відповідно до процесного підходу, управління конкурентоспроможністю підприємством включає такі основні завдання, як здобуття конкурентних переваг, їх утримання та нарощення в конкурентних умовах ринку. Процесний підхід будується за принципом «ціль – завдання», тобто підприємство ставить конкретну ціль, а далі формує ряд завдань для досягнення поставленої мети. Системний підхід до управління спирається на побудову чіткої системи управління, яка включає суб'єкт та об'єкт. Ґрунтуючись на цих двох підходах, побудовано модель стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства ринку туристичних послуг, в якій виокремлено ключові суб'єкти та основні завдання, які перед ними постають для досягнення ключової мети. Ця модель служить інструкцією для формування головної стратегії розвитку підприємства для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності.

Подальші дослідження будуть зосереджені на розробці універсальної моделі оцінки конкурентоспроможності підприємств ринку сфери послуг, адже процес управління та розробки стратегії включає в себе етап порівняння фактичного значення оціночної категорії з еталонним показником.

Література: 1. Петрова А. Конкурентоспроможність підприємства в умовах нестабільності / А. Петрова, І. Шеховцова / Актуальні проблеми економіки та управління : зб. наук. праць. – 2015. – № 9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41544/43148>. 2. Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга : монография / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004. – 147 с. 3. Блонська В. І. Вдосконалення конкурентоспроможності та підвищення ефективності діяльності підприємства внаслідок ефективного управління / В. І. Блонська, І. В. Шморган // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.6. – С. 174–180. 4. Довбуш Р. А. Управління конкурентоспроможністю підприємств : підручник / Р. А. Довбуш, А. Л. Зозуля. – Х. : Основа, 2003. – 250 с. 5. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / І. О. Піддубний, А. І. Піддубна. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2004. – 264 с. 6. Бондаренко Г. С. Управління конкурентоспроможністю автотранспортного підприємства : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг» / Г. С. Бондаренко. – Х., 2001. – 19 с. 7. Мансуров Р. Е. Об экономической сущности понятий «конкурентоспособность предприятия» и «управление конкурентоспособностью предприятия» / Р. Е. Мансуров // Маркетинг в России и за рубежом. – 2006. – № 2 (52). – С. 91–94. 8. Гавриш О. А. Принципи управління рівнем конкурентоспроможності підприємств / О. А. Гавриш // Ефективна економіка. – 2013. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1774>. 9. Галелюк М. М. Система управління конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства / М. М. Галелюк // Вісник економічної науки України. – 2008. – № 2. 10. Кузьмін О. Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник [для студ. спец. «Міжнародна економіка»] / О. Є. Кузьмін, Н. І. Горбаль. – Львів : Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с. 11. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навчальний посібник / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась та ін. – К. : КНЕУ, 2008. – 520 с. 12. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации : учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Изд-во «Эксмо», 2004. – 544 с. 13. Заїка О. О.



До питань про конкурентоспроможність підприємства / О. О. Заїка // Економіка і менеджмент культури. – 2013. – № 1. – С. 81–84 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ekmk_2013_1_18.pdf. **14.** Павлова В.А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / В. А. Павлова, Р. В. Губарев // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – № 2 (17). – С. 168–176. **15.** Лепейко Т. І. Процесний підхід до управління конкурентоспроможністю підприємства : монографія / Т. І. Лепейко, А. В. Котлик. – Х., 2012. – 316 с. **16.** Фарафонова Н. В. Основні чинники впливу на конкурентоспроможність підприємств в умовах глобалізації / Н. В. Фарафонова // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8 (134). – С. 219–225. **17.** Забуранна Л. В. Формування брендингових стратегій на вітчизняному туристичному ринку / Л. В. Забуранна, В. Г. Крамаренко // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 2 (128). – С. 68–76.

References: **1.** Petrova A. *Konkurentospromozhnist pidpriemstva v umovakh nestabilnosti* [The Competitiveness of Enterprises in the Conditions of Instability] / A. Petrova, I. Shekhovtsova / Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia : zb. nauk. prats. – 2015. – № 9 [Electronic resource]. – Access mode : <http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/41544/43148>. **2.** Balabanova L. V. *Upravlenie konkurentosposobnostyu predpriyatiy na osnove marketinga : monografiya* [Management of Competitiveness of Enterprises on the Basis of Marketing : monograph] / L. V. Balabanova, A. V. Krivenko. – Donetsk : DonGUET im. M. Tugan-Baranovskogo, 2004. – 147 p. **3.** Blonska V. I. *Vdoskonalennia konkurentospromozhnosti ta pidvyschennia efektyvnosti diialnosti pidpriemstva vnaslidok efektyvnoho upravlinnia* [Improving the Competitiveness and Efficiency of the Plant by Efficient Management] / V. I. Blonska, I. V. Shmorhun // Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy. – 2010. – Issue 20.6. – P. 174–180. **4.** Dovbush R. A. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv : pidruchnyk* / R. A. Dovbush, A. L. Zozulia. – Kharkiv : Osnova, 2003. – 250 p. **5.** Piddubnyi I. O. *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* / I. O. Piddubnyi, A. I. Piddubna. – Kharkiv : VD «INZhEK», 2004. – 264 p. **6.** Bondarenko H. S. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu avtotransportnoho pidpriemstva: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.06.02 «Pidpriemnytstvo, menezhment ta marketynh»* / H. S. Bondarenko. – Kharkiv, 2001. – 19 p. **7.** Mansurov R. E. *Ob ekonomicheskoy sushchnosti ponyatiy «konkurentosposobnost predpriyatiya» i «upravlenie konkurentosposobnostyu predpriyatiya»* [On the Economic Essence of the Concepts of «Competitive Enterprise» and «Management of Competitiveness of the Enterprise»] / R. E. Mansurov // Marketing v Rossii i za rubezhom. – 2006. – No. 2 (52). – P. 91–94. **8.** Havrysh O. A. *Pryntsypy upravlinnia rivnem konkurentospromozhnosti pidpriemstv* [Principles of the Level of Competitiveness of Enterprises] / O. A. Havrysh // Efektyvna ekonomika. – 2013. – No. 10 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1774>. **9.** Haleliuk M. M. *Systema upravlinnia konkurentospromozhnistiu mashynobudivnoho pidpriemstva* [Control System Engineering Enterprise Competitiveness] / M. M. Haleliuk // Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy. – 2008. – No. 2. **10.** Kuzmin O. Ye. *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriemstva : navchalnyi posibnyk [dlia stud. spets. «Mizhnarodna ekonomika»]* / O. Ye. Kuzmin, N. I. Horbal. – Lviv : Kompakt-LV, 2005. – 304 p. **11.** Klymenko S. M. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva : navchalnyi posibnyk* / S. M. Klymenko, T. V. Omelianenko, D. O. Barabac et al. – Kyiv : KNEU, 2008. – 520 p. **12.** Fathutdinov R. A. *Upravlenie konkurentosposobnostyu organizatsii : uchebnoe posobie* / R. A. Fathutdinov. – M. : Izd-vo «Eksmo», 2004. – 544 p. **13.** Zaika O. O. *Do pytan pro konkurentospromozhnist pidpriemstva* [Issues of Competitiveness] / O. O. Zaika // Ekonomika i menezhment kultury. – 2013. – No. 1. – P. 81–84 [Electronic resource]. – Access mode : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ekmk_2013_1_18.pdf. **14.** Pavlova V.A. *Systema upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva* [The Control System of Competitive Enterprise] / V. A. Pavlova, R. V. Hubariev // Yevropeyskyi vektor ekonomichnoho rozvytku. – 2014. – No. 2 (17). – P. 168–176. **15.** Lepeiko T. I. *Protsesnyi pidkhid do upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva : monografiya* [Process Approach to Management of Competitiveness of Enterprise: monograph] / T. I. Lepeiko, A. V. Kotlyk. – Kharkiv, 2012. – 316 p. **16.** Farafonova N. V. *Osnovni chynnyky vplyvu na konkurentospromozhnist pidpriemstv v umovakh hlobalizatsii* [The Main Factors Affecting the Competitiveness of Enterprises in the Conditions of Globalization] / N. V. Farafonova // Aktualni problemy ekonomiky. – 2012. – No. 8 (134). – P. 219–225. **17.** Zabuрана L. V. *Formuvannia brendynhovoykh stratehii na vitchyznianomu turystychnomu rynku* [Formation Branding Strategies in the Domestic Tourism Market] / L. V. Zabuрана, V. H. Kramarenko // Aktualni problemy ekonomiky. – 2012. – No. 2 (128). – P. 68–76.

Інформація про автора

Солов'янчик Альона Володимирівна – аспірант кафедри економіки підприємства Київського національного економічного університету імені В. Гетьмана (пр. Перемоги, 54/1, м. Київ, 03680, Україна, e-mail: aljona_solo@ukr.net).

Інформация об авторе

Соловьѳянчик Алена Владимировна – аспирант кафедры экономики предприятия Киевского национального экономического университета имени В. Гетьмана (пр. Победы, 54/1, г. Киев, 03680, Украина, e-mail: aljona_solo@ukr.net).

Information about the author

A. Solovianchuk – Postgraduate Student, Department of Economics of the Enterprise, Kyiv National Economic University named after V. Getman (Peremogy pr., 54/1, Kyiv, 03680, Ukraine, e-mail: aljona_solo@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
07.12.2015 р.*

ОЦІНКА КРЕДИТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Гула А. С.

Анотація. Зростання ролі малих і середніх підприємств в аграрному секторі економіки сприяє зростанню ефективності виробництва і створює стимули розширення підприємницької діяльності, воно спрямоване на досягнення сталого економічного зростання держави. Тому в таких складних умовах розвитку аграрного сектору економіки особливої актуальності набувають методологічні підходи, що дозволяють прийняти обґрунтоване управлінське рішення. На основі існуючих теоретичних положень розглянуто різні методологічні підходи оцінки кредитування сільськогосподарських підприємств. На підставі аналізу до оцінки кредитоспроможності підприємств розроблено методуку, що більш повно враховує особливості фінансово-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств і базується на багатофакторній дискримінантній моделі.

Ключові слова: кредитування, кредитоспроможність, сільськогосподарські підприємства, дискримінантна модель.

ОЦЕНКА КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Гулая А. С.

Аннотация. Возрастание роли малых и средних предприятий в аграрном секторе экономики способствует росту эффективности производства и создает стимулы расширения предпринимательской деятельности, оно направлено на достижение устойчивого экономического роста государства. Поэтому в таких сложных условиях развития аграрного сектора экономики особую актуальность приобретают методологические подходы, позволяющие принять обоснованное управленческое решение. На основе существующих теоретических положений рассмотрены различные методологические подходы оценки кредитования сельскохозяйственных предприятий. В результате анализа оценки кредитоспособности предприятий разработана методика, более полно учитывающая особенности финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных предприятий и базирующаяся на многофакторной дискриминантной модели.

Ключевые слова: кредитование, кредитоспособность, сельскохозяйственные предприятия, дискриминантная модель.

CREDIT RATING OF AGRICULTURAL ENTERPRISES

A. Hula

Abstract. The increasing role of small and medium enterprises in the agricultural sector contributes to the production efficiency growth and creates incentives for expanding entrepreneurial activities, it is aimed at achieving sustainable economic growth of the state. Therefore, under such difficult conditions of the agricultural sector development particular importance is acquired by methodological approaches allowing to make a sound managerial decision. On the basis of the existing theoretical assumptions various methodological approaches to credit rating of agricultural enterprises have been considered. As the result of analyzing the enterprise credit rating there has been developed the methodology giving more careful consideration to the financial and economic activities of agricultural enterprises and based on multifactor discriminant model.

Keywords: crediting, credit rating, agricultural enterprises, discriminant model.

Ефективність діяльності сільськогосподарського підприємства визначається його фінансовим станом. Кредитно-фінансові установи здійснюють оцінку кредитоспроможності позичальника, використовуючи різні методологічні підходи. При цьому кожен конкретний банк розробляє власні системи оцінки кредитоспроможності потенційного позичальника, для чого застосовують різні показники кредитоспроможності.

Вагомий внесок у розробку проблем оцінки кредитоспроможності потенційних позичальників зробили закордонні економісти Е. Брігем, Л. Гапенські, С. Роуз, Дж. Сінкі. Проблеми оцінки кредитоспроможності потенційних позичальників приділялась значна увага у працях українських науковців В. Вітлінського, О. Пернарівського [9], Т. Карапетяна [8], О. Терещенка [14], О. В. Дзюблюка [4], О. Г. Малій [11], Я. Чайковського [16] та інших.

С. А. Бурлан та О. Б. Філімонова [2] розробили власну методiku оцінки кредитоспроможності, що базується на використанні інтегрального показника, дозволяє кредитуру здійснювати аналіз потенційного позичальника з урахуванням таких критеріїв, як диверсифікованість діяльності, ринкова позиція, забезпеченість господарства виробничими ресурсами, ефективність їх використання, фінансовий стан. Методика збільшує повноту інформування кредитора щодо передумов отримання доходів підприємства як джерела погашення його зобов'язань, забезпечує зменшення кредитного ризику для позикодавця та збільшення доступності кредитних ресурсів для позичальника.

А. О. Гуртов [3] розглядає проблему методологічних засад визначення й оцінювання розмірів інтегрованих агропромислових формувань.

А. І. Іващенко [6] для оцінки рейтингу інвестиційної привабливості сільськогосподарського підприємства пропонує застосувати методiku багатомірного рейтингового аналізу.

В. М. Якубів, Н. І. Горогоцька, Р. Д. Якубів [19] досліджують спіральну модель упровадження диверсифікаційних процесів у діяльність сільськогосподарських підприємств.

Т. О. Чайка, І. Ю. Борисова [15] пропонують застосування економіко-математичних моделей до процесу кредитування сільськогосподарських підприємств. Упровадження результатів економіко-математичного моделювання оцінювання кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств дозволить спрогнозувати ймовірність повернення кредиту, знизити вплив непередбачуваних факторів. М. А. Домаськіна [5] також пропонує використання економіко-математичного моделювання сільського господарства, яке ґрунтується на системі достовірних прогнозних значень.

І. Поляруш [12] обґрунтовує необхідність і доцільність, а також надає практичні рекомендації щодо мінімізації кредитних ризиків при кредитуванні сільськогосподарських підприємств банками. Зокрема ним запропоновано: створення кооперативної кредитної системи, спрямованої на обслуговування суб'єктів аграрного ринку, малого та середнього бізнесу в сільській місцевості; розширення функції Фонду підтримки фермерських господарств щодо мікрокредитування особистих селянських господарств та їх об'єднань; стимулювання розвитку сільських кредитних спілок та їх об'єднань; запровадження заставних операцій з використанням складських свідоцтв, закладних та іпотечних облігацій; удосконалення механізму державної підтримки підприємств агропромислового комплексу через механізм здешевлення відсоткових ставок за користування кредитами; розвиток мережі кредитного забезпечення реалізації сільськогосподарської продукції за форвардними і ф'ючерними контрактами, факторинговими операціями з використанням векселів; здійснення заходів з розвитку ринку боргових зобов'язань і застав, фінансових деривативів сільськогосподарських підприємств; удосконалення системи реєстрації складських документів, а також нормативної бази для поширеного використання векселів.

Л. Кушнір пропонує принципи побудови кредитної системи сільськогосподарських товаровиробників, що надають можливість координувати діяльність усіх фінансово-кредитних установ у напрямках акумулювання тимчасово вільних грошових коштів та оцінювання кредитоспроможності позичальників [10].

Обґрунтування доцільності створення системи кредитування сільськогосподарських підприємств на основі залучення аграрної кредитної корпорації передбачає розв'язання завдань, пов'язаних з удосконаленням кредитної політики, підтримкою сільськогосподарських та інших видів діяльності на сільських територіях, підвищення ефективності функціонування сільськогосподарських товаровиробників, залучення інвестицій у розвиток виробництва сільськогосподарської продукції, формування та розвиток системи сільських кредитних товариств.

В. Березовиком запропоновано методичні засади аналізу кредитоспроможності сільськогосподарських виробників та оцінки кредитного ризику аграрних підприємств, які покладено в основу Методики оцінки кредитних ризиків при кредитуванні банками підприємств-сільгосптоваровиробників [1].

Втім, проблема оцінки кредитоспроможності потенційних позичальників недостатньо розкрита. Справа полягає в тому, що відсутній єдиний підхід до визначення найсуттєвіших критеріальних показників, що давали комплексну характеристику кредитоспроможності позичальників в аграрному секторі економіки.

Мета статті – на основі критичного аналізу існуючих науково-практичних підходів до оцінювання кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств України надати пропозиції про вдосконалення методики оцінювання з урахуванням сучасного стану в аграрному секторі економіки.

Виконаємо критичний аналіз методики оцінювання кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств, яку пропонує Національний банк України (НБУ). Методiku викладено в Положенні про порядок

формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями [13].

На думку автора, під кредитоспроможністю розуміється існування у боржника (контрагента банку) передумов для здійснення кредитної операції і його спрямованість повернути борг у повному обсязі та в обумовлені договором строки.

Оцінка фінансового стану ЮО (крім банку), якій надано кредит (це може бути боржник – ЮО), здійснюється банком за алгоритмом розрахунку інтегрального показника фінансового стану юридичної особи.

У результаті проведеного аналізу Положення встановлено, що в п. 2.3 є неточність. В ньому стверджується, що Банк повинен виконувати розрахунок інтегрального показника, який формується з використанням багатофакторної дискримінантної моделі за наступною формулою:

$$Z = a_1K_1 + a_2K_2 + a_3K_3 + a_4K_4 + a_nK_n - a_0, \quad (1)$$

де Z – інтегральний показник;

$K_1, K_2 \dots K_n$ – фінансові коефіцієнти, що оцінюються на підставі даних з форм фінансової звітності ЮО для великого або середнього підприємства. Для малого підприємства замість зазначених коефіцієнтів застосовуються коефіцієнти $MK_1, MK_2 \dots MK_n$;

$a_1, a_2 \dots, a_n$ – параметри, що визначаються з урахуванням вагомості та розрядності відповідних фінансових коефіцієнтів і щорічно актуалізуються Національним банком України на підставі даних форм фінансової звітності ЮО;

a_0 – константа (вільний член) дискримінантної моделі, значення якої щорічно актуалізуються НБУ.

Банк для актуалізації параметрів дискримінантної моделі подає до НБУ відповідну інформацію щодо даних фінансової звітності боржників – ЮО.

Наявну неточність можна ліквідувати наступним чином:

$$Z = a_1K_1 + a_2K_2 + \dots + a_nK_n - a_0. \quad (2)$$

Банком визначається клас боржника – ЮО, що є нерезидентом, за класом, нижчим із двох, визначених на підставі результатів оцінювання його фінансового стану та ризику країни місцезнаходження.

Банком визначається клас боржника – ЮО, що є нерезидентом, згідно з табл. 1 відповідно до Положення [13]. Не є зрозумілим останній рядок цієї таблиці, в якому об'єднуються два класи (8, 9) в одну групу.

Банком здійснюється оцінка стану обслуговування боргу боржником – ЮО на підставі кількості календарних днів прострочення погашення боргу за станом на перше число місяця, наступного за звітним, згідно з табл. 2 відповідно до Положення [13].

Банком класифікується кредит, наданий боржнику – ЮО за категоріями якості на підставі визначеного класу боржника – ЮО та стану обслуговування ним боргу згідно з табл. 3 відповідно до Положення [13].

Зміст табл. 3 відображає стани обслуговування боргу та класи боржника ЮО. В ній використовуються вже дев'ять класів боржників ЮО.

Важливим є визначення банком показника ризику кредиту, що надається ЮО залежно від категорії якості в межах діапазонів, зазначених у табл. 4 відповідно до Положення [13].

Виникають питання:

1) чому найвища категорія має значення показника ризику кредиту від 0,01 до 0,06, а не від 0,0 до 0,06?

2) куди подівся відрізок значень від 0,061 до 0,069?

Урахування значень показника ризику кредиту, вказаних в пп. 1) і 2), згідно з Положенням [13], дозволяє з більшим рівнем точності визначати категорії якості обслуговування боргу.

Для середніх і великих підприємств сільського господарства пропонується модель:

$$Z = 1,3 \times K_3 + 0,03 \times K_4 + 0,001 \times K_5 + 0,61 \times K_6 + 0,75 \times K_7 + 2,5 \times K_8 + 0,04 \times K_9 - 0,2. \quad (3)$$

У співвідношенні (3) коефіцієнти K_i мають зміст, поданий відповідно до Положення [13]).

В табл. 1 наведено результати розрахунків семи фінансових коефіцієнтів $K_3, K_4, K_5, K_6, K_7, K_8, K_9$ за відповідними алгоритмами для сформованої автором вибірки з чотирнадцяти сільськогосподарських підприємств України:

1. Публічне акціонерне товариство «Агрофірма «Гюнівська»;
2. Публічне акціонерне товариство «Агрофірма «Вербівське»;

3. Сільськогосподарське приватне акціонерне товариство «Охоче»;
4. Публічне акціонерне товариство «Агрофірма «Провесінь»;
5. Публічне акціонерне товариство «Агрофірма «РОСІЯ»;
6. Відкрите акціонерне товариство Маловисківська агрофірма «АГРОТЕХСЕРВІС»;
7. Приватне акціонерне товариство «Агрофірма ім. Г. С. СКОВОРОДИ»;
8. Сільськогосподарське товариство з обмеженою відповідальністю «Україна»;
9. Публічне акціонерне товариство «Агрофірма «Ятрань»;
10. Відкрите акціонерне товариство «Агрофірма «Глобівська»;
11. Відкрите акціонерне товариство «Агрофірма «Зоря Новобузьжя»;
12. Сільськогосподарське закрите акціонерне товариство «КОЛОС»;
13. Закрите акціонерне товариство «Агрофірма «Суми – Насіння»;
14. Закрите акціонерне товариство «Сільськогосподарське підприємство «Цукрове».

Таблиця 1

Фінансові коефіцієнти K_i , значення моделі Z (2) і клас сільськогосподарських підприємства

№ с/г підприємства	K_3	K_4	K_5	K_6	K_7	K_8	K_9	Z	Клас
1	0,97	2,333	1,388	0,159	1,206	1,557	0,848	6,060	1
2	-0,579	0,383	0,472	0,741	-0,254	0,942	1,473	1,735	1
3	0,936	1,744	0,166	0,035	0,068	0,04	4,883	1,437	1
4	0,342	0,923	0,023	0,041	0,115	0,021	0,690	0,464	4
5	0,974	1,357	0,263	0,367	0,411	0,66	5,589	3,513	1
6	0,896	2,398	2,875	0,251	0,272	0,238	1,474	2,051	1
7	0,124	0,266	1,662	0,267	0,219	0,253	0,952	0,969	2
8	0,934	0,92	0,194	0,000	0,008	0,698	2,227	2,882	1
9	0,747	0,747	1,093	1,325	0,256	1,008	1,404	4,372	1
10	-0,016	-0,016	-0,017	0,344	0,128	-0,224	0,565	-0,452	7
11	0,545	0,545	1,636	0,039	0,041	0,077	0,026	0,773	3
12	0,868	0,465	0,976	0,138	0,121	0,258	0,204	1,771	1
13	0,904	0,971	2,339	2,374	0,313	0,280	0,603	3,413	1
14	0,454	0,235	2,261	2,083	0,264	0,238	0,253	2,473	1

Джерело: розробка автора

Слід зауважити, що для перших восьми сільськогосподарських підприємств було використано форми звітності, що діють починаючи з 2013 р. [17]. Період дослідження становив 2013–2014 рр. Підприємства 9–14 подавали звітність у 2008–2009 рр. Сільськогосподарські підприємства 4, 10, 11 виявилися некредитоспроможними.

Стовпчик Z містить значення інтегрального показника ЮО для одинадцяти сільськогосподарських підприємств. Вони розраховані за допомогою рекомендованої НБУ дискримінантної функції (2).

Останній стовпчик містить класи, до яких віднесено сільськогосподарські підприємства 1–14. Класифікацію сільськогосподарських підприємств виконано на основі Положення [13].

Якщо значення відповідного фінансового коефіцієнта в табл. 1 дорівнює нулю, то, згідно з рекомендаціями НБУ, це – реакція на нульові значення чисельника або знаменника в наведених алгоритмах розрахунків фінансових коефіцієнтів K_i і відповідні нулі у відповідних формах звітності.

Аналіз табл. 1 дозволяє стверджувати, що класифікація чотирнадцяти сільськогосподарських підприємств України на кредитоспроможні (1–3, 5, 6, 8, 9, 12–14) і некредитоспроможні (4, 10, 11), по-перше, відображає дієвість методики НБУ оцінки кредитоспроможності ЮО в умовах ризику і, по-друге, в конкретних випадках сільськогосподарських підприємств, що прагнуть отримати кредит, вказує місце (ранг) підприємства в низці існуючих як кредитоспроможних, так і некредитоспроможних.

Підхід до оцінювання кредитоспроможності, пропонуваний НБУ, не розрізняє великі і середні підприємства, що вважаємо неприпустимим.

Перевіримо дієздатність методики оцінювання кредитоспроможності НБУ в умовах ризику. Для перевірки використаємо метод дискримінантного аналізу [7; 18]. Скористаємося результатами дії модуля «Дискримінантний аналіз» програми STATISTICA.

Класифікаційна функція для досліджуваної вибірки з чотирнадцяти сільськогосподарських підприємств має вигляд:

$$Z_1 = 8,4668 * K_3 + 5,6541 * K_4 + 5,7346 * K_6 - 16,3791 * K_7 + 11,38288 * K_8 - 9,9389. \quad (4)$$

Використаємо отриману класифікаційну функцію (4) для перевірки побудованої класифікації сільськогосподарських підприємств на некредитоспроможні і кредитоспроможні. Підставимо значення коефіцієнтів K_i з табл. 1 в вираз (4). Отримаємо табл. 2:

Таблиця 2

Оцінки класифікаційної функції Z_1 для вибірки 14 сільськогосподарських підприємств України

№ п/п	Класи (1 – кредитоспроможні, 2 – некредитоспроможні)	Значення класифікаційної функції Z_1
1	1	30,2
2	1	26,3
3	1	27,3
4	2	16,6
5	1	28,7
6	1	30,8
7	2	13,3
8	1	30,9
9	1	35,4
10	2	7,0
11	2	18,1
12	1	21,7
13	1	34,8
14	1	25,4

Аналіз даних останнього стовпчика табл. 2 дозволяє зробити наступні висновки:

1. Значення $Z_1 = 20$ є пороговим:

сільськогосподарські підприємства з $Z_1 > 20$ є кредитоспроможними;

сільськогосподарські підприємства з $Z_1 < 20$ є некредитоспроможними.

2. Запропонована класифікаційна функція (3) класифікує сільськогосподарські підприємства на кредитоспроможні і некредитоспроможні, що співпадає з класифікацією, отриманою за методикою НБУ (співвідношення (3)).

3. Класифікаційна функція (4) є більш простою, оскільки не використовує коефіцієнти K_5 і K_9 . Іншими словами, власний капітал і оборотність оборотних активів сільськогосподарських підприємств (для досліджуваної вибірки) не є важливими при визначенні факту кредитоспроможності/некредитоспроможності сільськогосподарських підприємств.

Отже, щодо трансформації групи ризику в клас боржника – юридичної особи пропонується вісім груп ризику, що відповідають класам боржника – юридичної особи. Запропоновано уточнення дискримінантної функції віднесення боржника – юридичної особи до однієї з п'яти категорій ризику. Вдосконалено шляхом уточнення алгоритмів визначення її складових у напрямку відповідності діючим формам звітності.

На основі критичного аналізу було запропоновано для оцінювання кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств з урахуванням найсуттєвіших критеріальних показників в аграрному секторі використовувати три критерії кредитоспроможності сільськогосподарських підприємств України, що відповідають відповідно великим, середнім і малим підприємствам, а не двом, як рекомендовано в Положенні. Спрощено теоретично-методичний підхід до визначення кредитоспроможності/некредитоспроможності сільськогосподарських підприємств та доведено працездатність цього підходу.

Подальші наукові доробки можуть бути виконані в напрямку збільшення статистичного масиву сільськогосподарських підприємств за критеріями територіального розподілу, підгалузевої спрямованості тощо.

Література: 1. Березовик В. М. Формування та розвиток кредитних відносин банків з сільськогосподарськими підприємствами / В. М. Березовик // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2005. – Т. 1, вип. 209. – С. 171–179. 2. Бурлан С. А. Методологічні аспекти оцінки кредитоспроможності підприємств аграрного виробництва / С. А. Бурлан, О. Б. Філімонова // Наукові праці. – 2007. – Т. 64, вип. 51. – С. 71–76. 3. Гуторов А. О. Методологічні засади оцінювання розмірів інтегрованих агропромислових формувань / А. О. Гуторов // Економіка розвитку. – 2015. – № 2 (74). – С. 61–70. 4. Дзюблик О. В. Організація грошово-кредитних відносин суспільства в умовах ринкового реформування економіки : монографія / О. В. Дзюблик. – К. : Поліграфкнига, 2000. – 512 с. 5. Домаскіна М. А. Визначення вхідних параметрів економіко-математичних моделей сільського господарства / М. А. Домаскіна // Економіка та держава. – 2014. – № 2. – С. 24–26. 6. Іващенко А. І. Аналіз методик оцінки інвестиційної привабливості аграрних підприємств України / А. І. Іващенко // Управління розвитком. – 2015. – № 2 (180). – С. 86–96. 7. Іващенко П. О. Багатомірний статистичний аналіз / П. О. Іващенко, І. В. Семеняк, В. В. Іванов. – Х. : Вид-во «Основа», 1992. – 144 с. 8. Карапетян Т. Оцінка кредитоспроможності позичальника / Т. Карапетян // Економіка України. – 1999. – № 7. – С. 82–84. 9. Кредитний ризик комерційного банку : навчальний посібник / В. В. Вітлінський, О. В. Пернарівський, Я. С. Наконечний, Г. І. Великоіваненко; [за ред. В. В. Вітлінського]. – К. : Знання; КОО, 2000. – 251 с. 10. Кушнір Л. П. Нетрадиційні форми кредитування як механізм матеріально-технічного забезпечення сільськогосподарського виробництва / Л. П. Кушнір // Науковий вісник ЛНУВМтаБТ імені С. З. Гжицького. – 2007. – Т. 9, № 3 (34). – С. 270–273. 11. Малій О. Г. Кредитоспроможність позичальника: особливості аграрної сфери / О. Г. Малій // Економіка АПК. – 2004. – № 5. – С. 89–98. 12. Поляруш І. М. Страхування кредитів фізичних осіб / І. М. Поляруш // Збірник наукових праць : за ред. М. І. Бахмата. – Кам'янець-Подільський, 2004. – Т. 2, вип. 12. – С. 279–281. 13. Про затвердження Положення про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями : Постанова Правління Національного банку України № 23 від 25.01.2012 р. (зі змінами, внесеними згідно з Постановами Національного банку № 499 від 30.11.2012 р., № 237 від 19.06.2013 р., № 727 від 19.11.2014 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0231-12/print1383659386505514>. 14. Терещенко О. Дискримінантний аналіз в оцінці кредитоспроможності підприємства / О. Терещенко // Вісник НБУ. – 2003. – № 6. – С. 24–27. 15. Чайка Т. О. Застосування економіко-математичних моделей у кредитуванні сільськогосподарських підприємств / Т. О. Чайка, І. Ю. Борисова // Вісник Житомирського національного агроєкологічного університету. – 2013. – № 1–2 (2). – С. 94–100. 16. Чайковський Я. Удосконалення методики комплексної оцінки кредитоспроможності позичальника / Я. Чайковський // Вісник НБУ. – 2003. – № 11. – С. 30–34. 17. Харківська область у 2013 році : статистичний щорічник / Державна служба статистики України, Головне управління статистики у Харківській області. – Х., 2014. – 492 с. 18. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA / А. Г. Янковой. – Одесса, 2001. – 216 с. 19. Якубів В. М. Управлінська модель забезпечення розвитку сільськогосподарських підприємств шляхом впровадження диверсифікаційних процесів / В. М. Якубів, Н. І. Горогоцька, Р. Д. Якубів // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 8 (170). – С. 58–69.

References: 1. Berezoviy V. M. *Formuvannia ta rozvytok kredytnykh vidnosyn bankiv z silskohospodarskymy pidpryemstvamy* [Formation and Development of Credit Relations with Banks Farms] / V. M. Berezoviy // *Ekonomika: problemy teorii ta praktyky* : zb. nauk. prats. – Dnipropetrovsk : DNU, 2005. – Vol. 1, Issue 209. – P. 171–179. 2. Burlan S. A. *Metodolohichni aspekty otsinky kredytopromozhnosti pidpryemstv ahrarnoho vyrobnytstva* [Methodological Aspects of Assessing the Creditworthiness of Agricultural Production] / S. A. Burlan, O. B. Filimonova // *Naukovi pratsi*. – 2007. – Vol. 64, Issue 51. – P. 71–76. 3. Hutorov A. O. *Metodolohichni zasady otsiniuvannia rozmiriv intehrovanykh ahropromyslovykh formuvan* [Methodological Bases Evaluation Sizes Integrated Agroindustrial Formations] / A. O. Hutorov // *Ekonomika rozvytku*. – 2015. – No. 2 (74). – P. 61–70. 4. Dziublyk O. V. *Orhanizatsiia hroshovo-kredytnykh vidnosyn suspilstva v umovakh rynkovoho reformuvannia ekonomiky : monohrafiia* [Organization Monetary Relations of Society in a Market Economic Reform : monograph] / O. V. Dziublyk. – Kyiv : Polihrafknyha, 2000. – 512 p. 5. Domaskina M. A. *Vyznachennia vkhidnykh parametriv ekonomiko-matematychnykh modelei silskoho gospodarstva* [Determination of Input Parameters of Mathematical Economic Models of Agriculture] / M. A. Domaskina // *Ekonomika ta derzhava*. – 2014. – No. 2. – P. 24–26. 6. Ivashchenko A. I. *Analiz metodyk otsinky investytsiinoi pryvabylosti ahrarnykh pidpryemstv Ukrainy* [The Analysis Methods for Assessing the Investment Attractiveness of the Agricultural Enterprises of Ukraine] / A. I. Ivashchenko // *Upravlinnia rozvytkom*. – 2015. – No. 2 (180). – P. 86–96. 7. Ivashchenko P. O. *Bahatovymirnyi statystychnyi analiz* / P. O. Ivashchenko, I. V. Semeniak, V. V. Ivanov. – Kharkiv : Vyd-vo «Osnova», 1992. – 144 p. 8. Karapetian T. *Otsinka kredytopromozhnosti pozychalnyka* [Assessment of Creditworthiness of the Borrower] / T. Karapetian // *Ekonomika Ukrainy*. – 1999. – No. 7. – P. 82–84. 9. *Kredytnyi ryzik komertsiihnoho banku : navchalnyi posibnyk* / V. V. Vitlinskyi, O. V. Pernarivskyi, Ya. S. Nakonechnyi, H. I. Velykoivanenko; [za red. V. V. Vitlinskoho]. – Kyiv : Znannia; KOO, 2000. – 251 p. 10. Kushnir L. P. *Netradytsiini formy kredytuvannia yak mekhanizm materialno-tekhnichnoho zabezpechennia silskohospodarskoho vyrobnytstva* [Alternative Forms of Credit as a Mechanism Logistical Support Agricultural Production] / L. P. Kushnir // *Naukovyi visnyk LNUVMtaBT imeni S. Z. Hzytskoho*. – 2007. – Vol. 9, No. 3 (34). – P. 270–273. 11. Malii O. H. *Kredytopromozhnist pozychalnyka: osoblyvosti ahrarnoi sfery* [Credibility Borrower: Features Agrarian Sphere] / O. H. Malii // *Ekonomika APK*. – 2004. – No. 5. – P. 89–98. 12. Poliarush I. M. *Strakhuvannia kredytiv fizychnykh osib* / I. M. Poliarush // *Zbirnyk naukovykh prats : za red. M. I. Bakhmata*. – Kamianets-Podilskyi, 2004. – Vol. 2,

Issue 12. – P. 279–281. **13.** Pro zatverdzhennia Polozhennia pro poriadok formuvannia ta vykorystannia bankamy Ukrainy rezerv dlia vidshkoduvannia mozhlivykh vtrat za aktyvnymy bankivskymy operatsiiamy : Postanova Pravlinnia Natsionalnoho banku Ukrainy No. 23 vid 25.01.2012 (Zi zminamy, vnesenyymy zhidno z Postanovamy Natsionalnoho banku No. 499 vid 30.11.2012, No. 237 vid 19.06.2013, No. 727 vid 19.11.2014) [Electronic resource]. – Access mode : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0231-12/print1383659386505514>. **14.** Tereshchenko O. *Dyskryminantnyi analiz v otsintsi kredytopromozhnosti pidpriemstva* [Discriminant Analysis to Assess the Creditworthiness of Companies] / O. Tereshchenko // Visnyk NBU. – 2003. – No. 6. – P. 24–27. **15.** Chaika T. O. *Zastosuvannia ekonomiko-matematychnykh modelei u kredytuvanni silskohospodarskykh pidpriemstv* [The Use of Economic and Mathematical Models in Lending to Agricultural Enterprises] / T. O. Chaika, I. Yu. Borysova // Visnyk Zhytomyrskoho natsionalnoho ahroekologichnoho universytetu. – 2013. – No. 1–2 (2). – P. 94–100. **16.** Chaikovskiy Ya. *Udoskonalennia metody kompleksnoi otsinky kredytopromozhnosti pozychalnyka* [Improved Methods of Complex Evaluation of the Creditworthiness of the Borrower] / Ya. Chaikovskiy // Visnyk NBU. – 2003. – No. 11. – P. 30–34. **17.** Kharkivska oblast u 2013 rotsi : statystychnyi shchorichnyk / Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, Holovne upravlinnia statystyky u Kharkivskii oblasti. – Kharkiv, 2014. – 492 p. **18.** Yankovoi A. N. *Mnohomernyi analiz v systeme STATISTICA* / A. N. Yankovoi. – Odessa, 2001. – 216 p. **19.** Yakubiv V. M. *Upravlinska model zabezpechennia rozvytku silskohospodarskykh pidpriemstv shliakhom vprovadzhennia dyversyfikatsiynykh protsesiv* [The Management Model to Ensure the Development of Agricultural Enterprises by Implementing Diversification Processes] / V. M. Yakubiv, N. I. Horohotska, R. D. Yakubiv // Aktualni problemy ekonomiky. – 2015. – No. 8 (170). – P. 58–69.

Інформація про автора

Гула Алла Сергіївна – аспірант кафедри економіки і фінансів Харківського національного університету внутрішніх справ (пр. Льва Ландау, 27, м. Харків, 61080, Україна, e-mail: gulaya_alla@ukr.net).

Информация об авторе

Гулая Алла Сергеевна – аспірант кафедри економіки і фінансов Харьковского национального университета внутренних дел (пр. Льва Ландау, 27, г. Харьков, 61080, Украина, e-mail: gulaya_alla@ukr.net).

Information about the author

A. Gulaya – Postgraduate Student of the Department of Economics and Finance of Kharkiv National University of Internal Affairs (Lva Landau pr., 27, Kharkiv, 61080, Ukraine, e-mail: gulaya_alla@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
12.11.2015 р.*

JEL Classification: E 69; F 17; O 19

УДК 339.05.055; 338.27

ПРОГНОЗНА МОДЕЛЬ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Фролов С. М., Савицька О. І., Шестопапов В. Г.

Анотація. Проаналізовано структуру зовнішньоторговельного обороту та ВВП України, встановлено імпортоорієнтованість вітчизняної економіки та залежність від міжнародної діяльності. Досліджено географічну структуру зовнішньоекономічної діяльності України, метою якої є нарощення фінансового потенціалу та конкурентних переваг у міжнародній торгівлі. Економічна, соціальна та політична ситуації у країні мають безпосередній вплив на втілення цієї мети в реальність. Авторами було проаналізовано експортно-імпортні зв'язки України з різними державами. Відібрано 11 країн, що мають найбільші показники обороту експортно-імпортних операцій за останні 10 років. На основі статистичної інформації було побудовано прогностичні моделі. Використано звичайну та альтернативну гравітаційні моделі Я. Тінбергена та Х. Ліннемана для прогнозування зовнішньоторговельного обороту країни. Отримані моделі перевірено на вагомість факторів та встановлено щільність зв'язку між ними. Прораховано прогностичні значення зовнішньоторговельного обороту України з країнами-партнерами за поданими моделями на майбутні 3 роки. Авторами охарактеризовані можливі напрямки розвитку зовнішньоторговельного обороту, що передбачають його можливе

© Фролов С. М., Савицька О. І., Шестопапов В. Г., 2015



збільшення, зменшення чи збереження прогнозованих тенденцій. Розглянуто вплив досліджуваного показника на фінансовий потенціал країни. Запропоновані моделі дають можливість прогнозувати майбутні значення та проводити політику диверсифікації експортно-імпортних відносин, що, у свою чергу, обумовить пришвидшення адаптації вітчизняних товаровиробників на зовнішньому ринку.

Ключові слова: експорт, імпорт, зовнішньоторговельний оборот, прогнозування, модель.

ПРОГНОЗНАЯ МОДЕЛЬ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Фролов С. М., Савицкая О. И., Шестопалов В. Г.

Аннотация. Проанализирована структура внешнеторгового оборота и ВВП Украины, установлена импортоориентированность отечественной экономики и зависимость от международной деятельности. Исследована географическая структура внешнеэкономической деятельности Украины, целью которой является наращивание финансового потенциала и конкурентных преимуществ в международной торговле. Экономическая, социальная и политическая ситуации в стране имеют непосредственное влияние на воплощение данной цели в реальность. Авторами были проанализированы экспортно-импортные связи Украины с разными государствами. Отобраны 11 стран, которые имеют наибольшие показатели оборота экспортно-импортных операций за последние 10 лет. На основе статистической информации были построены прогнозные модели. Использованы обычная и альтернативная гравитационные модели Я. Тинбергена и Х. Линнемана для прогнозирования внешнеторгового оборота страны. Полученные модели проверены на значимость факторов и установлена плотность связи между ними. Просчитаны прогнозные значения внешнеторгового оборота Украины со странами-партнерами по представленным моделям на следующие 3 года. Авторами охарактеризованы возможные направления развития внешнеторгового оборота, предусматривающие его возможное увеличение, уменьшение или сохранение прогнозируемых тенденций. Рассмотрено влияние исследуемого показателя на финансовый потенциал страны. Предложенные модели позволяют прогнозировать будущие значения и проводить политику диверсификации экспортно-импортных отношений, что, в свою очередь, обусловит ускорение адаптации отечественных товаропроизводителей на внешнем рынке.

Ключевые слова: экспорт, импорт, внешнеторговый оборот, прогнозирование, модель.

FORECAST MODELS OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AS A COMPONENT OF THE FINANCIAL POTENTIAL

S. Frolov, O. Savytska, V. Shestopalov

Abstract. The structure of the foreign trade turnover and GDP of Ukraine has been analyzed, import orientation of the domestic economy and its dependence on the international activities has been determined. The geographical structure of foreign trade activities in Ukraine, which aims at building up the financial potential and competitive advantage in international trade, has been studied. The economic, social and political situations in the country have a direct impact on the realization of this goal. The authors have analyzed the export-import relations of Ukraine with different states. Eleven countries having the largest turnover of export-import operations for the past 10 years have been selected. The forecast models have been built on the basis of statistical data. The conventional and alternative gravity models by J. Tinbergen and H. Linneman to forecast the country's foreign trade turnover were used. The models were tested for significance of the factors, and the density of connections between them was determined as well. The forecast values of the foreign trade turnover of Ukraine with partner countries for the next 3 years have been calculated on the basis of the presented models. Possible directions of the foreign trade turnover development, providing for its possible increase, decrease or preservation of the projected trends, have been characterized by the authors. The effect of the studied indicator on the financial potential of the country has been considered. The proposed models allow forecasting future values and pursuing a policy of diversification of export-import relations, which, in turn, will determine acceleration of the adaptation of domestic producers in the foreign market.

Keywords: exports, imports, foreign trade turnover, forecasting, model.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується високим ступенем інтернаціоналізації виробництва та глобалізації світових відносин. Зараз можна сміливо сказати, що всі країни залежать одна від одної. Очевидно, що сила взаємозалежності різна, однак не можна вважати, що будь-які економічні чи політичні зміни в одній країні не здатні призвести до помітних зрушень в іншій країні. Одним

із основних напрямків світової економіки є вивчення та аналіз зовнішньоекономічної діяльності країни, що є одним із головних напрямків розвитку багатьох сучасних держав, джерелом товарів, виробництво яких неможливе в середині країни, а також доходів від експортно-імпорتنих операцій. Для багатьох держав, де з тих чи інших причин відсутні виробничі процеси, зовнішньоекономічна діяльність – єдиний спосіб забезпечити себе необхідними товарами.

Сучасна географічна структура експорту України відображає невиразність і слабкість реальної інтеграційної стратегії країни як щодо Європейського Союзу, так і країн СНД. Існує певна невідповідність між спрямованістю на європейську співпрацю та реальним розвитком зовнішньої торгівлі України [1, с. 23]. У зв'язку з прагненням України стати повноправним членом міжнародного співробітництва та товарообміну, налагодити економічне співробітництво з іноземними партнерами, обсяги здійснення зовнішньоекономічних операцій досить помітно збільшувалися за окремі роки. Крім того, багатонаціональні підприємства розширили масштаби своєї діяльності, вийшли на нові рівні, в тому числі зайняли окремі ніші на іноземних ринках. Звичайно, все це позитивно позначається на економіці країни, оскільки сприяє зростанню національного доходу, підвищує імідж України на міжнародному ринку.

Актуальність проблеми входу України у світове господарство, формування державної політики зовнішньоекономічної діяльності в умовах кризи, а також недостатня теоретична та практична розробка цих питань визначили тему публікації.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Питаннями прогнозування зовнішньоекономічної діяльності займалися такі закордонні науковці, як: Zhang J., Kristensen G., Hamilton C., Winters L., Linder S. та ін. Проблема розвитку зовнішньоекономічної діяльності України була предметом дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: А. І. Амоші, А. І. Бугенко, Б. І. Валуєва, І. О. Дергачова, М. І. Долішнього, О. П. Зайцевої, І. І. Іщенко, Т. П. Коропової, Г. Г. Козоріз, Н. О. Кухарської, І. П. Продіус, Д. Ліндсея та ін., Наукових установ і організацій НАН України. Незважаючи на те, що Україна знаходиться у процесі реструктуризації економіки і за показниками зовнішньоекономічної діяльності займає далеко не лідируючі позиції у світі, вона має великий експортний потенціал, і масу нових конкурентоспроможних розробок у різних галузях економіки. Тому дослідження та аналіз зовнішньоекономічної діяльності є особливо актуальними зараз у період її становлення і розвитку.

Формування цілей статті. Метою статті є прогнозування зовнішньоторговельного обороту та визначення його впливу на фінансовий потенціал країни.

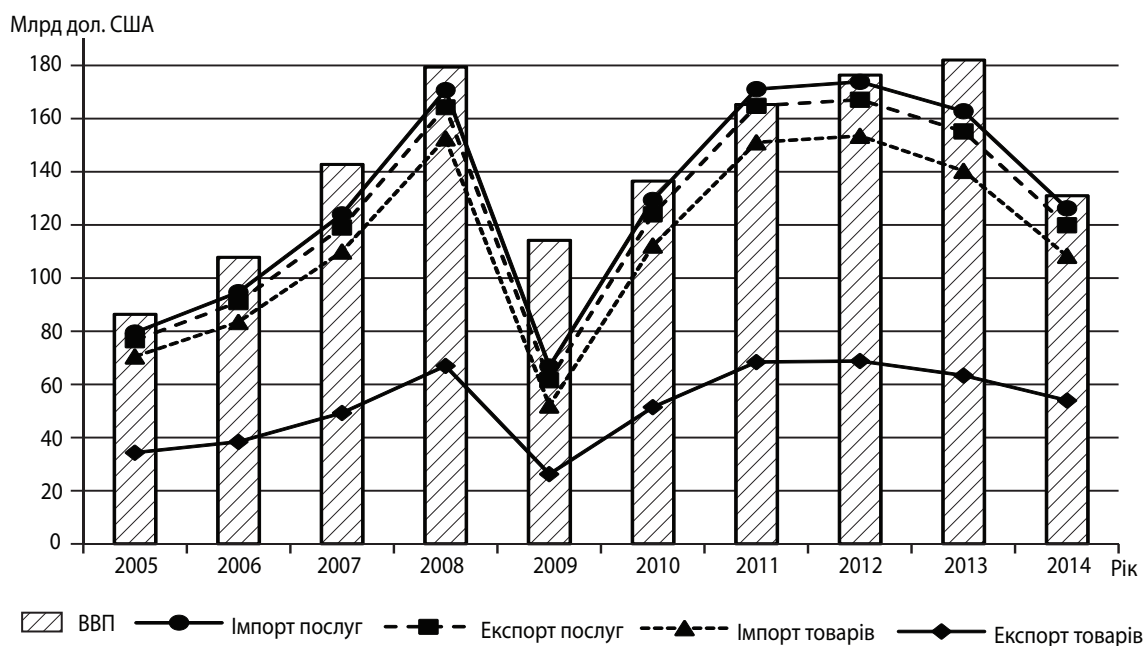
Виклад основного матеріалу. У контексті розвитку світової економіки, що характеризується інтеграцією і зростаючою глобалізацією виробництва та ринків, міжнародна співпраця може допомогти національній економіці пристосовуватися до нових економічних реалій. Тому одним із рушійних чинників, що впливають на рівень світового прогресу і розвиток економіки будь-якої країни, є міжнародна економічна співпраця. Активізація розвитку міжнародних економічних зв'язків сприяє економічному зростанню країн світової співдружності, підтримці та зміцненню мирних взаємовідносин, зниженню міжнародної напруги та утворенню системи міжнародної безпеки.

На сьогодні склалася ситуація, коли активізація зовнішньої торгівлі стала необхідною умовою оздоровлення національної економіки, тому зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) має бути спрямована на вирішення конкретних завдань: зменшення зовнішньої заборгованості, забезпечення імпорتنих потреб, оптимальної реалізації експортних можливостей, структурної перебудови господарства. Активізація зовнішньоекономічної діяльності дозволить вивести державу на якісно новий рівень розвитку, сприятиме інтеграції у міжнародний економічний простір, що набуває особливої актуальності в умовах інтеграції України до Європейського Союзу, розв'язанню нагальних соціально-економічних проблем.

Експортно-імпортна діяльність країни може слугувати значним поштовхом для розвитку економіки України. Водночас зазначені зміни можуть мати і негативний вплив, що призведе до значної чутливості вітчизняної економіки від змін у світовій кон'юктурі. На сьогодні вітчизняним товаровиробникам складно конкурувати зі світовими, на що впливає застаріле обладнання та технології, нестача необхідних потужностей тощо. Зазначені фактори підштовхують національні компанії до надання посередницьких послуг, постачання сировини або робочої сили, що лише посилює відставання у розвитку економіки. Для чіткого розуміння проаналізуємо структуру зовнішньоторговельного обороту (рис. 1).

Аналізуючи дані рис. 1, можна зазначити синхронність змін у поданих показниках. Збільшення експортно-імпорتنих операцій має вплив на показник ВВП країни. Так, зниження показника ВВП у 2009 році на 3,66 % мало вплив на зменшення національного експорту на 4,79 %. Зазначена тенденція має пояснення, адже при збільшенні ВВП відповідно збільшується кількість виготовлених товарів та послуг у країні, які можуть брати участь у ЗЕД.

Враховуючи той факт, що Україна володіє високим потенціалом, але не використовує його повною мірою, спостерігаємо зменшення вартісних обсягів експорту, що є свідченням кризового стану виробництва,



* без урахування території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя

Рис. 1. Структура зовнішньоторговельного обороту та показників ВВП України за 2005–2014 рр., млрд дол. США [2]

яке здебільшого орієнтоване на експорт. Проблема надвисокої енергоємності головних експортоорієнтованих галузей призводить до критичної залежності від імпортних енергоносіїв та обмеження можливостей нарощування експорту за рахунок девальвації національної валюти. Значна частина продукції, що виробляється в Україні, повністю чи частково не відповідає євростандартам, що призводить до низької конкурентоздатності національної продукції. Підтвердженням цьому є невисокий відсоток обладнання, машин, об'єктів інтелектуальної власності (патентів та ноу-хау) в експорті України (до 10 %). Не менш вагомим негативним фактором зовнішньоекономічної діяльності нашої країни є те, що Україна протягом тривалого періоду так і залишається експортером переважно сировини та напівфабрикатів та не змогла наростити частку товарів із високою доданою вартістю у загальній структурі експорту. Але в той же час порівняно з країнами-партнерами імпортна квота та індекс чистої торгівлі України нижче за середній рівень, що є результатом великої частки імпорту у зовнішньоторговельних відносинах [3, с. 45]. Усі перелічені чинники мають безпосередній вплив на фінансовий потенціал України. В контексті названих проблем є необхідність у здійсненні кроків для покращення ситуації, що склалася. В цьому аспекті необхідно мати на увазі такі теоретично можливі кроки до впровадження:

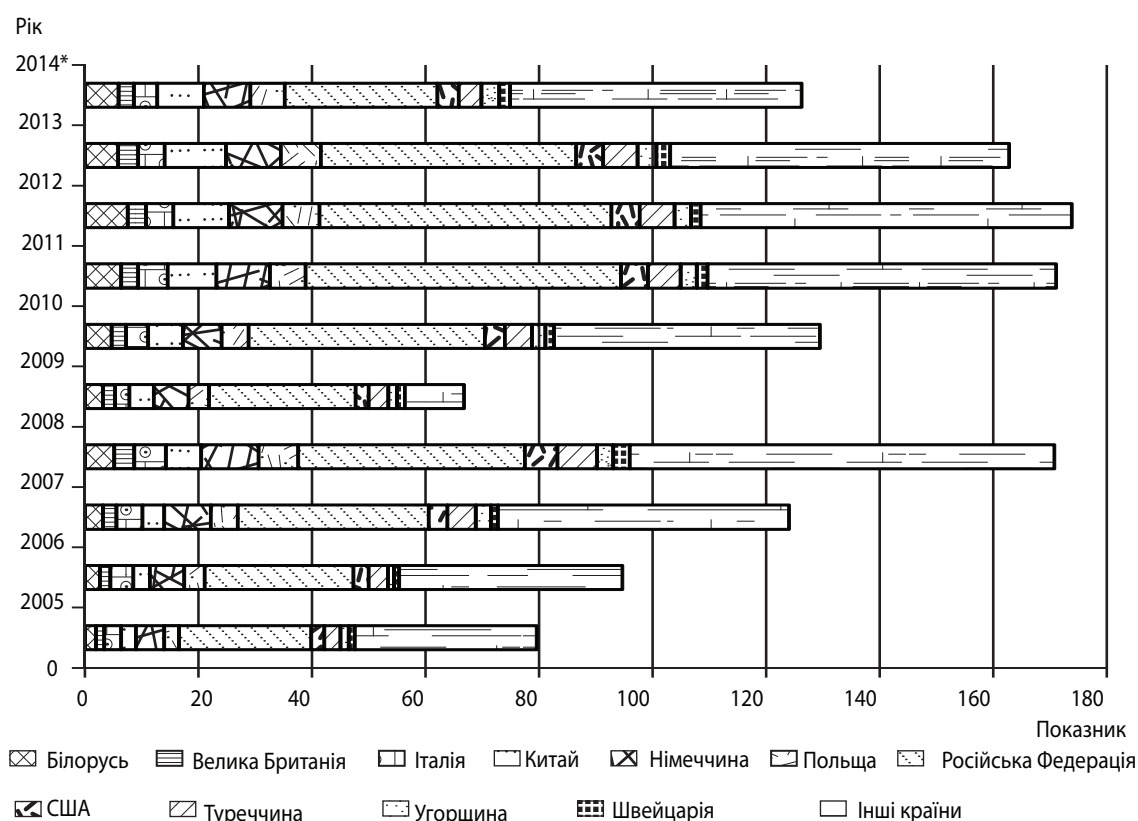
- посилення конкурентних позицій на світовому ринку українських виробників-експортерів шляхом впровадження новітніх технологій, які забезпечать відповідність продукції вимогам міжнародних стандартів;
- створення нових експортоорієнтованих виробництв із використанням уже існуючих вітчизняних науково-технічних розробок;
- активне застосування нових форм торгівлі (створити торгові компанії за кордоном, фінансово-промислові групи з іноземними партнерами, відкрити складальні виробництва з одночасним формуванням мереж технічних центрів);
- вдосконалення механізму управління і регулювання зовнішньоекономічною діяльністю.

Ефективна зовнішньоекономічна політика дає шанс зміцнити позиції регіонів та країни у цілому на міжнародному рівні, а також підвищити конкурентоздатність її фінансового потенціалу. Беручи до уваги, що реальна участь держави в експортній діяльності – це багаторівневий системний процес, то однією із характерних ознак сучасного стану розвитку експортної діяльності України є докорінні зміни у співвідношенні динаміки можливостей загальнодержавного і регіонального рівнів експортної діяльності відповідно до посилення їх експортної активності [4, с. 11].

А тому очевидно, що якісно новий рівень взаємовідносин України зі світовим співтовариством має формуватися на глибокому вивченні об'єктивних основ та обґрунтуванні практичних шляхів стимулювання ще більш активної участі регіонів країни в експортній діяльності, розширити їх повноваження в організації та розвитку цього процесу.

Для реалізації вищеприписаної зовнішньоекономічної політики повинна ґрунтуватися на певних теоретичних дослідженнях, оскільки без цього неможливо забезпечити повноцінну та рівноправну інтеграцію України у світове господарство, а також ефективно реалізувати її потенціал. На нашу думку, наявність експортно-імпоротної стратегії, що повинна забезпечити фінансовий, соціально-економічний розвиток, а також економічну безпеку країни, – запорука успішного функціонування економіки.

На основі загальнодоступної інформації та із застосуванням математичного апарату маємо можливість отримати прогностичні значення товарообороту для країни та визначити стратегічних партнерів у контексті її зовнішньоекономічної діяльності. Зауважимо, що реалізація поставленої мети вимагає дослідження попереднього досвіду країни, його аналізу та можливості подальшого прогнозування. Зазначимо, що роль та місце країни в міжнародній спільноті характеризується активністю її експортно-імпортних операцій. А тому для проведення аналізу міжнародної співпраці України розглянемо географічну структуру зовнішньоторговельного обороту за період з 2005 по 2014 роки (рис. 2).



* без урахування території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя

Рис. 2. Географічна структура зовнішньоторговельного обороту України, млрд дол. США [2]

Отже, бачимо, що протягом 2005–2008 років відбувалось нарощення зовнішньоторговельного обороту, особливо з такими країнами: Білорусь, Велика Британія, Італія, Китай, Німеччина, Польща, Російська Федерація, США, Туреччина, Угорщина, Швейцарія та ін. На фоні світової фінансової кризи 2007 року, яка розпочалася з краху ринку іпотечних кредитів у США, в Україні спостерігається спад експортно-імпортних операцій у 2009 році. Також помітний спад у показниках зовнішньоекономічного обороту і протягом 2013–2014 років, на що вплинуло порушення цілісності країни, політична та економічна нестабільність.

Розглядаючи структуру експортно-імпортних операцій товарів і послуг, було виявлено, що в середньому за аналізований період близько 65 % всього зовнішньоторговельного обороту займає 11 країн, а саме: Білорусь (3,5 %), Велика Британія (2,1 %), Італія (3,4 %), Китай (4,8 %), Німеччина (6,3 %), Польща (4,1 %), Російська Федерація (28,9 %), Туреччина (3,0 %), Угорщина (1,9 %) та Швейцарія (1,3 %). Решту 35 % зовнішньоторговельного обороту становлять взаємовідносини з-понад 100 країн партнерів.

Зовнішньоекономічна діяльність має вплив майже на всі галузі економіки. Саме тому важливо приділити увагу прогнозам зовнішньоторговельного обороту та їх можливим наслідкам з метою прийняття ефективних управлінських рішень та вживання економічних заходів.

Пропонуємо спрогнозувати показники зовнішньоторговельного обороту за допомогою гравітаційної моделі, яку широко використовують зарубіжні науковці. Зазвичай стандартна гравітаційна модель застосовується для опису та прогнозування різних соціальних та економічних взаємодій між районами, ґрунтується на припущенні, що величина (сила) взаємодії пропорційна добутку показників чисельності населення районів та обернено пропорційна відстані між ними [5; 6]. М. В. Склярів визначає гравітаційну модель як модель, що описує соціальні та економічні взаємодії між просторовими об'єктами (містами, регіонами, країнами) [7].

Першим «гравітаційну модель міжнародної торгівлі» запропонував у використанні голландський економіст Я. Тінберген у 1962 році. Він прирівняв її до закону тяжіння Ньютона та модифікував масу Землі на ВВП [8]. У своїй моделі автор припустив, що існує залежність між обсягами товарообігу з однієї країни до іншої від розміру її економіки та віддаленості між ними [9]. Модель Я. Тінбергена має такий вигляд:

$$X_{ij} = \alpha_0(Y_i)^{\alpha_1}(Y_j)^{\alpha_2}(D_{ij})^{\alpha_5} + \varepsilon, \quad (1)$$

де X_{ij} – вартість товарообігу із країни i у країну j ;
 Y_i, Y_j – показники, що характеризують номінальний ВВП відповідних країн;
 D_{ij} – фізична віддаленість економічних центрів країн i та j , км;
 α_0 – вільний член;
 ε – випадкова помилка.

З плином часу зазначена модель була удосконалена голландським економістом Х. Ліннеманом у 1966 році [10]. Саме цю альтернативну модель використаємо для порівняння прогнозних значень зовнішньоторговельного обороту. Вчений доповнив виведену раніше модель додатковими змінними та зобразив її таким чином:

$$X_{ij} = \alpha_0(Y_i)^{\alpha_1}(Y_j)^{\alpha_2}(N_i)^{\alpha_3}(N_j)^{\alpha_4}(D_{ij})^{\alpha_5}(A_{ij})^{\alpha_6}(P_{ij})^{\alpha_7} + \varepsilon, \quad (2)$$

де N_i, N_j – чисельність населення країн i та j ;
 A_{ij} – будь-який інший фактор, що перешкоджає чи сприяє торгівлі, торгові бар'єри (наприклад, наявність кордонів або антидемпінгових режимів в одній із країн);
 P_{ij} – торгові преференції, що існують між державами (якщо такі відсутні, $P_{ij} = 1$; в іншому випадку $P_{ij} = 2$);
 $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \alpha_4, \alpha_5, \alpha_6, \alpha_7$ – коефіцієнт еластичності експорту відповідно від ВВП країни-експортера, від ВВП країни-імпортера, від чисельності населення країни i , від чисельності населення країни j , від відстані між країнами, від будь-якого іншого фактора та від торгових преференцій;
 α_0 – вільний член;
 ε – випадкова помилка.

Використовуючи офіційні статистичні дані експортно-імпортної діяльності України та найвагоміших країн-партнерів, було проведено розрахунок звичайної та альтернативної гравітаційної моделі для кожної із запропонованих країн [11; 12; 13]. Для порівняння отриманих результатів зобразимо їх у табл. 1.

Таблиця 1

Розраховані гравітаційні моделі зовнішньоторговельного обороту для України та країн-партнерів за теорією Я. Тінбергена та Х. Ліннемана

Країна	Модель за Я. Тінбергеном	Модель за Х. Ліннеманом
1	2	3
Білорусь	$X_{ij} = 0,021 \cdot (Y_i)^{0,551} \cdot (Y_j)^{1,109}$ $R^2 = 0,825; F_{факт} (16,48) > F_{табл} (4,74)$	$X_{ij} = 1,22181E+60 \cdot (Y_i)^{0,242} \cdot (Y_j)^{1,095} \cdot (N_i)^{-34,251} \cdot (N_j)^{-41,6545}$ $R^2 = 0,952; F_{факт} (24,77) > F_{табл} (5,19)$
Велика Британія	$X_{ij} = 3,256 \cdot (Y_i)^{0,010} \cdot (Y_j)^{1,133}$ $R^2 = 0,949; F_{факт} (17,07) > F_{табл} (4,74)$	$X_{ij} = 1,9235E+91 \cdot (Y_i)^{0,133} \cdot (Y_j)^{0,925} \cdot (N_i)^{-5,640} \cdot (N_j)^{-13,601}$ $R^2 = 0,969; F_{факт} (25,53) > F_{табл} (5,19)$
Італія	$X_{ij} = 428824,025 \cdot (Y_i)^{-0,587} \cdot (Y_j)^{0,915}$ $R^2 = 0,661; F_{факт} (6,83) > F_{табл} (4,74)$	$X_{ij} = 7,81886E+27 \cdot (Y_i)^{-0,588} \cdot (Y_j)^{1,178} \cdot (N_i)^{-0,342} \cdot (N_j)^{6,866}$ $R^2 = 0,741; F_{факт} (3,57) < F_{табл} (5,19)$

1	2	3
Китай	$X_{ij} = 0,023 \cdot (Y_i)^{0,687} \cdot (Y_j)^{0,733}$ $R^2 = 0,974; F_{\text{факт}}(134,01) > F_{\text{табл}}(4,74)$	$X_{ij} = 3,21274E-73 \cdot (Y_i)^{2,248} \cdot (Y_j)^{0,653} \cdot (N_i)^{-8,028} \cdot (N_j)^{51,587}$ $R^2 = 0,988; F_{\text{факт}}(109,80) > F_{\text{табл}}(5,19)$
Німеччина	$X_{ij} = 0,2702 \cdot (Y_i)^{0,544} \cdot (Y_j)^{0,757}$ $R^2 = 0,952; F_{\text{факт}}(70,28) > F_{\text{табл}}(4,74)$	$X_{ij} = 1,35175E-19 \cdot (Y_i)^{1,198} \cdot (Y_j)^{0,747} \cdot (N_i)^{-5,648} \cdot (N_j)^{8,966}$ $R^2 = 0,978; F_{\text{факт}}(55,80) > F_{\text{табл}}(5,19)$
Польща	$X_{ij} = 0,029 \cdot (Y_i)^{0,702} \cdot (Y_j)^{0,827}$ $R^2 = 0,957; F_{\text{факт}}(79,33) > F_{\text{табл}}(4,74)$	$X_{ij} = 3,3877E-108 \cdot (Y_i)^{1,119} \cdot (Y_j)^{0,681} \cdot (N_i)^{14,715} \cdot (N_j)^{7,910}$ $R^2 = 0,969; F_{\text{факт}}(39,17) > F_{\text{табл}}(5,19)$
Російська Федерація	$X_{ij} = 87,2192 \cdot (Y_i)^{-0,168} \cdot (Y_j)^{1,293}$ $R^2 = 0,765; F_{\text{факт}}(11,42) > F_{\text{табл}}(4,74)$	$X_{ij} = 1,00195E+56 \cdot (Y_i)^{-1,682} \cdot (Y_j)^{2,212} \cdot (N_i)^{13,501} \cdot (N_j)^{-25,525}$ $R^2 = 0,818; F_{\text{факт}}(5,64) > F_{\text{табл}}(5,19)$
США	$X_{ij} = 0,253 \cdot (Y_i)^{0,120} \cdot (Y_j)^{1,225}$ $R^2 = 0,883; F_{\text{факт}}(26,57) > F_{\text{табл}}(4,74)$	$X_{ij} = 1,3906E-294 \cdot (Y_i)^{-1,263} \cdot (Y_j)^{1,572} \cdot (N_i)^{21,814} \cdot (N_j)^{38,951}$ $R^2 = 0,910; F_{\text{факт}}(12,72) > F_{\text{табл}}(5,19)$
Туреччина	$X_{ij} = 43,635 \cdot (Y_i)^{-0,436} \cdot (Y_j)^{1,472}$ $R^2 = 0,976; F_{\text{факт}}(139,97) > F_{\text{табл}}(4,74)$	$X_{ij} = 2,33202E-30 \cdot (Y_i)^{0,777} \cdot (Y_j)^{1,095} \cdot (N_i)^{-1,488} \cdot (N_j)^{7,151}$ $R^2 = 0,991; F_{\text{факт}}(147,08) > F_{\text{табл}}(5,19)$
Угорщина	$X_{ij} = 5,28386E-05 \cdot (Y_i)^{1,184} \cdot (Y_j)^{0,889}$ $R^2 = 0,704; F_{\text{факт}}(8,33) > F_{\text{табл}}(4,74)$	$X_{ij} = 3,8121E+121 \cdot (Y_i)^{2,226} \cdot (Y_j)^{0,391} \cdot (N_i)^{-56,719} \cdot (N_j)^{21,061}$ $R^2 = 0,859; F_{\text{факт}}(7,42) > F_{\text{табл}}(5,19)$
Швейцарія	$X_{ij} = 0,0405 \cdot (Y_i)^{0,573} \cdot (Y_j)^{0,837}$ $R^2 = 0,713; F_{\text{факт}}(8,67) > F_{\text{табл}}(4,74)$	$X_{ij} = 3,22866E-2118 \cdot (Y_i)^{1,948} \cdot (Y_j)^{0,341} \cdot (N_i)^{-5,093} \cdot (N_j)^{6,862}$ $R^2 = 0,728; F_{\text{факт}}(3,35) < F_{\text{табл}}(5,19)$

Під час проведення розрахунків було встановлено, що показники ВВП України є вагомими та мають значний вплив на результативне значення. Точність наведених моделей у табл. 1 є високою, що підтверджується підсумковим значенням коефіцієнта детермінації, який знаходиться у діапазоні від 0,7 до 0,9 [13, с. 59], та лише розрахована модель Я Тінбергена для Італії має значення $R^2 = 0,66$, це свідчить про помітну щільність зв'язку між обраними факторами.

Запропоновані моделі характеризують вплив кожного з обраних факторів на зовнішньоторговельний оборот. При цьому ступінь, до якого підноситься зазначений показник, характеризує вплив на кінцевий результат. Так, наприклад, при збільшенні ВВП Білорусії на 1 % за моделлю Я. Тінбергена відбудеться збільшення зовнішньоторговельного обороту з Україною на 0,55 %. За моделлю Х. Ліннемана показник ВВП Білорусії при зростанні на 1 % буде мати негативний вплив та зменшувати результат розрахунку на 0,24 %. Така різниця впливу обраних значень пояснюється різним набором факторів, що використані для розрахунку.

Також для кожної із розрахованих моделей здійснено перевірку на адекватність за допомогою критерію Фішера. З даних табл. 1 бачимо, що виконується рівність $F_{\text{факт}} > F_{\text{табл}}$, що вказує на суттєвий рівень пояснення причинно-наслідкових зв'язків запропонованої моделі. Під час перевірки запропонованих моделей було встановлено, що для Італії та Швейцарії розрахунки за теорією Х. Ліннемана не перевищують табличне значення, що свідчить про незначущість моделі та відсутність зв'язку між обраними факторами.

Після проведення необхідних розрахунків побудуємо графічний прогноз зовнішньоторговельного обороту для кожної із запропонованих країн на майбутні 3 роки (рис. 3, 4). Для цього використаємо екстраполяцію трендів необхідних для розрахунку факторів.

Спираючись на отримані розрахункові дані, було виявлено, що наведені моделі зберігають основні тенденції зовнішньоторговельного обороту з досліджуваними країнами. Розраховані значення за моделлю Я. Тінбергена мають розходження з фактичними даними за 2005–2014 роки в середньому по всіх країнах близько 8,5 %. Найбільші розходження припадають на 2008–2009 роки, що пов'язано зі світовою кризою. Також розходження близько 10 % спостерігаються у 2014 році, який був украй важким в економічному плані для України. За розрахований період прогноз у середньому з відхиленням, що не перевищує 5 %, відповідає таким країнам, як: Велика Британія, Німеччина, Польща та Туреччина.

Прогнозна модель, розрахована за Х. Ліннеманом, в середньому по всіх країнах має відхилення від фактичних показників не більше 7 %. При цьому найбільші відхилення спостерігаються у 2007 та 2013 роках, адже саме у цей період виникли економічно нестабільні ситуації у світі та в Україні. Ця модель є більш точною порівняно з попередньою. Так, прогнози, що мають відхилення не більше 5 %, у розрахунку та порівнянні з фактичним значенням відповідають таким країнам, як: Велика Британія, Китай, Німеччина, Польща та Туреччина. Всі інші країни не перевищують відхилення у 8,7 %.

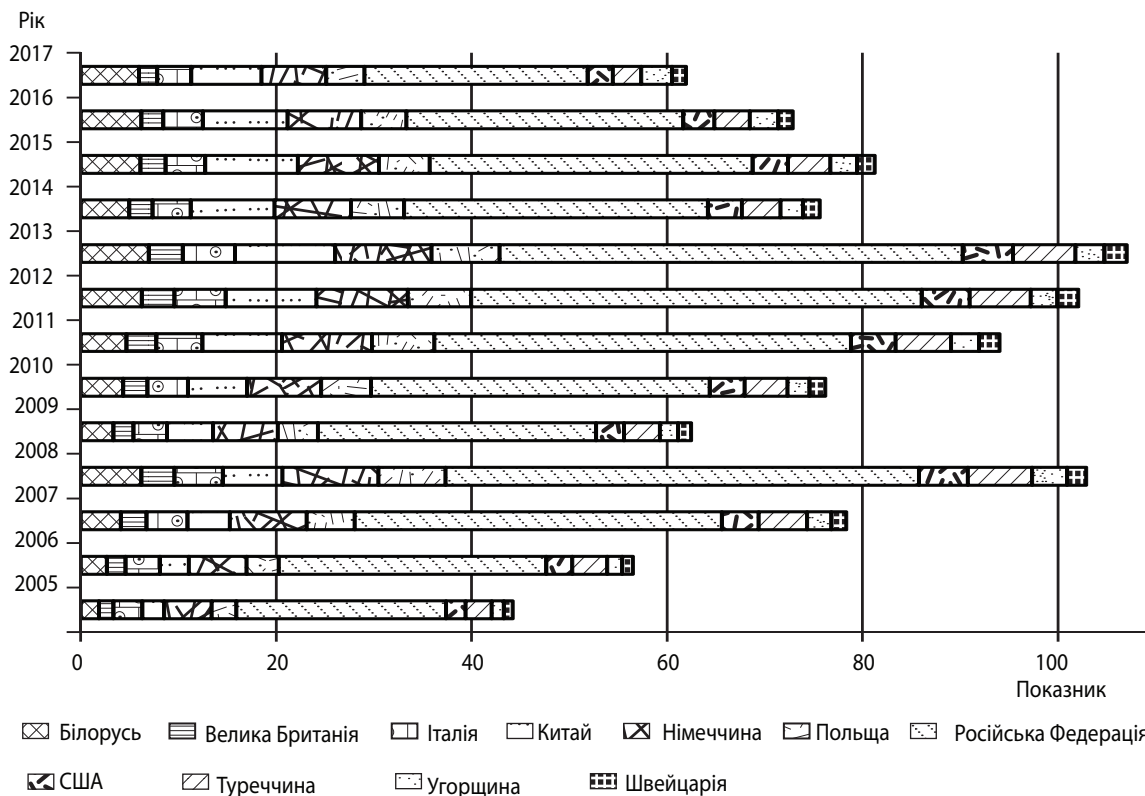


Рис. 3. Динаміка та прогноз зовнішньоторговельного обороту України з основними країнами-партнерами за моделлю Я. Тінбергена, млрд дол. США

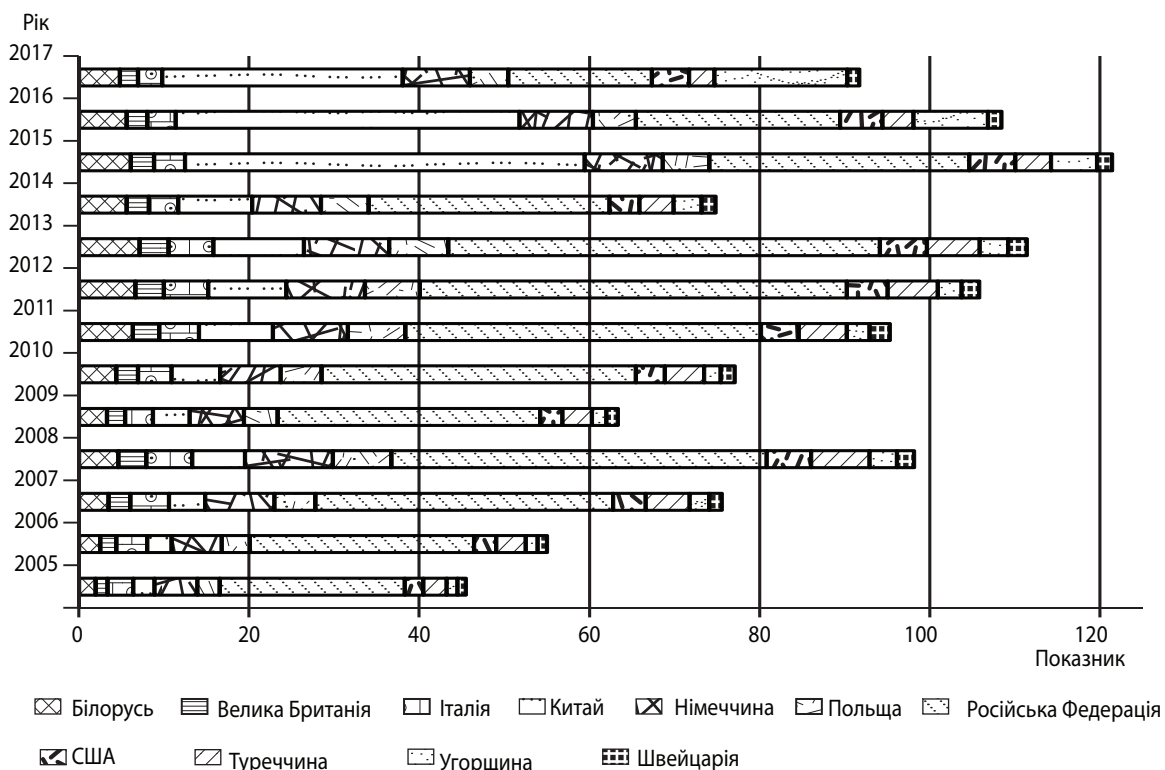


Рис. 4. Динаміка та прогноз зовнішньоторговельного обороту України з основними країнами-партнерами за моделлю Х. Ліннемана, млрд дол. США

Можемо побачити, що прогнози значення для обраних країн за розрахованими моделями різняться, це пояснюється набором різних факторів, які використовуються для їх побудови. Використання прогнозних гравітаційних моделей має велике значення для розвитку експортно-імпоротної діяльності країни. Адже, розраховуючи майбутні значення, з'являється можливість передбачити розвиток економічних подій та провести політику диверсифікації зовнішньоекономічної діяльності. Активна зовнішньоторговельна політика може стати дієвим інструментом структурної перебудови економіки, підвищуючи ефективність і конкурентну спроможність національного виробництва. На всіх історичних етапах розвитку держави зовнішньоекономічна діяльність впливала на вирішення економічних проблем на різних рівнях: народного господарства в цілому, окремих регіонів, об'єднань, підприємств [15, с. 51; 16, с. 3]. Водночас необхідно враховувати вплив зовнішньоекономічної діяльності на фінансовий потенціал країни в цілому. Пропонуємо розглянути взаємозв'язок між зовнішньоекономічною діяльністю (елементом якої є зовнішньоторговельний оборот) та фінансовим потенціалом. В цьому контексті вважаємо, що розвиток зовнішньоторговельного обороту в подальшому може бути охарактеризований за одним із таких напрямків:

- прогнозований;
- інтенсивної торгівлі;
- екстенсивної торгівлі.

І залежно від того, як будуть розвиватися події та який напрямок реалізується (за інших рівних умов), вектор зміни фінансового потенціалу країни буде відрізнятися. Беручи до уваги той факт, що прогнозований напрямок передбачає збереження тенденцій і структури експортно-імпорتنних відносин між Україною та країною-партнером, то рівень нарощення фінансового потенціалу та успішна зовнішньоекономічна діяльність знаходяться у прямій залежності, адже в цьому контексті є можливість активізувати раніше не задіяні резерви для інтенсивного розвитку. Пояснюється це тим, що фінансовий потенціал – поняття комплексне, а зростання його рівня в цілому буде зумовлене нарощенням обсягів окремих його структурних елементів, в першу чергу фінансового потенціалу суб'єктів господарювання (фінансового потенціалу реального сектора економіки та фінансового потенціалу фінансово-кредитних установ).

Якщо ситуація розвивається за напрямком інтенсивної торгівлі, що характеризується поглибленням товарообороту між зазначеними суб'єктами через підвищення конкурентоспроможності продукції та об'ємів її продажу і модернізацію експортоорієнтованих галузей економіки, то в цьому випадку зростання загального рівня фінансового потенціалу пояснюється за рахунок уже анонсованого фінансового забезпечення суб'єктів господарювання та інвестиційного потенціалу, адже за такого розвитку подій потенційно зростає можливість залучення іноземного капіталу.

Найбільш неприйнятним є напрямок екстенсивної торгівлі, що передбачає зміну орієнтації торгово-економічних відносин та реалізується через пошук нових ринків збуту. У такому разі не може йтися про нарощення фінансового потенціалу держави, оскільки в кращому разі він буде знаходитися на попередньому рівні. Але більш вірогідною може реалізуватися негативна тенденція до скорочення фінансового потенціалу за кожним зі структурних елементів.

Висновки. Отже, було проаналізовано структуру зовнішньоторговельного обороту та ВВП України. Розглянуто зовнішньоекономічні зв'язки держави з країнами партнерами. На основі статистичних даних побудовано прогнозні моделі та на їх основі розраховано прогнозні значення на майбутні 3 роки. Визначено напрямки розвитку країни для управління зовнішньоторговельним оборотом на основі зазначених моделей, що має безпосередній вплив на фінансовий потенціал країни.

На основі використання гравітаційної моделі для розрахунку зовнішньоторговельного обороту є можливість не лише здійснити прогноз майбутніх його показників, а й самим знайти варіанти для диверсифікації експортно-імпорتنних відносин та розвитку країни в цілому. А це безпосередньо прямо чи опосередковано впливає на рівень фінансового потенціалу країни.

У подальших дослідженнях слід з'ясувати характер та щільність взаємозв'язку між окремими структурними елементами фінансового потенціалу території та зовнішньоторговельним оборотом. Крім того, використання гравітаційної моделі як засобу прогнозування ЗЕД є актуальним та перспективним напрямком подальших досліджень.

Література: 1. Грущинська Н. М. Розвиток експортного потенціалу України в сучасних світогосподарських процесах / Н. М. Грущинська, М. П. Музиченко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 7 (109). – С. 19–26. 2. Зовнішньоекономічна діяльність // Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 3. Зовнішньоторговельні аспекти конкурентної політики України в умовах СОТ : монографія / А. А. Мазаракі, В. В. Юхименко, О. П. Гребельник [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : КНТЕУ, 2008. – 309 с. 4. Дюмулен И. И. Международная торговля 2007–2010 гг.: некоторые уроки глобального кризиса / И. И. Дюмулен // Российский внешнеэкономический вестник. –



2010. – № 7 (июль). – С. 6. **5.** Chaney T. The Gravity Equation in International Trade : An Explanation / T. Chaney [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tse-fr.eu/sites/default/files/medias/doc/by/chaney/distance.pdf>. **6.** Скляр М. Ф. Значення та роль гравітаційної моделі при розширенні міжнародних транспортних коридорів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/15_APSN_2011/Economics/2_87764.doc.htm. **7.** Корнилюк Р. Нобелівська історія: батько економічних моделей / Р. Корнилюк // *Forbes Україна* : інтернет-журнал. – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://forbes.ua/ua/opinions/1396724-nobelivska-istoriya-batko-ekonomichnih-modelej>. **8.** Гравітаційна модель // *Словopedia* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovedia.org.ua/53/53395/362996.html>. **9.** Полякова О. Ю. Моделювання змін зовнішньоторговельних зв'язків у контексті розширення Європейського Союзу / О. Ю. Полякова, В. О. Шликова / *Проблеми економіки*. – 2014. – № 1. – С. 330–336. **10.** Zhang J. A Gravity Model with Variable Coefficients: The EEC Trade with Third Countries / J. Zhang, G. Kristensen // *Geographical Analysis*. – 2010. – Vol. 27, Issue 4. – P. 307–320. **11.** Размер номинального ВВП // *Ereport.ru* мировая экономика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ereport.ru/stat.php?razdel=country>. **12.** Чисельність населення Землі // *Contryometers* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://countrymeters.info/ru>. **13.** GDP (current US \$) // *The World Bank* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?page=1>. **14.** Андреева Г. І. Організація і методика економічного аналізу : навчальний посібник / Г. І. Андреева, В. А. Андреева. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. – 294 с. **15.** Грущинська Н. М. Зовнішньоекономічні пріоритети України у кризових процесах сучасності / Н. М. Грущинська // *Економіка розвитку*. – 2011. – № 1 (57). – С. 49–52.

References: **1.** Hrushchynska N. M. *Rozvytok eksportnoho potentsialu Ukrainy v suchasnykh svitohospodarskykh protsesakh* [Development of Export Potential of Ukraine in the Current Global Economic Processes] / N. M. Hrushchynska, M. P. Muzychenko // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2010. – No. 7 (109). – P. 19–26. **2.** Zovnishnoekonomichna diialnist // *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy* [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ukrstat.gov.ua>. **3.** *Zovnishnotorhovelni aspekty konkurentnoi polityky Ukrainy v umovakh SOT : monohrafiia* [Foreign Trade Aspects of Competition Policy in the WTO Ukraine : monograph] / A. A. Mazaraki, V. V. Yukhymenko, O. P. Hrebelyk et al. ; za zah. red. A. A. Mazaraki. – K. : KNTEU, 2008. – 309 p. **4.** Dyumulen I. I. *Mezhdunarodnaya trgovlya 2007–2010: nekotorye uroki globalnogo krizisa* [International Trade in 2007–2010: Some Lessons of the Global Crisis] / I. I. Dyumulen // *Rossiyskiy vneshneekonomicheskiy vestnik*. – 2010. – No. 7. – P. 6. **5.** Chaney T. The Gravity Equation in International Trade : An Explanation / T. Chaney [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.tse-fr.eu/sites/default/files/medias/doc/by/chaney/distance.pdf>. **6.** Skliarov M. F. Znachennia ta rol hravitatsiinoi modeli pry rozmishchenni mizhnarodnykh transportnykh korydoriv [Electronic resource]. – Access mode : http://www.rusnauka.com/15_APSN_2011/Economics/2_87764.doc.htm. **7.** Kornyluk R. Nobelivska istoriia: batkoekonomichnykh modelei / R. Kornyluk // *Forbes Ukraina: internet-zhurnal*. – 2015 [Electronic resource]. – Access mode : <http://forbes.ua/ua/opinions/1396724-nobelivska-istoriya-batko-ekonomichnih-modelej>. **8.** Hravitatsiina model // *Slovedia* [Electronic resource]. – Access mode : <http://slovedia.org.ua/53/53395/362996.html>. **9.** Poliakova O. Yu. Modeliuвання zmin zovnishnotorhovelnnykh zviyazkiv u konteksti rozshyrennia Yevropeyskoho Soiuzu / O. Yu. Poliakova, V. O. Shlykova / *Problemy ekonomiky*. – 2014. – No. 1. – P. 330–336. **10.** Zhang J. A Gravity Model with Variable Coefficients: The EEC Trade with Third Countries / J. Zhang, G. Kristensen // *Geographical Analysis*. – 2010. – Vol. 27, Issue 4. – P. 307–320. **11.** Razmer nominalnogo VVP // *Ereport.ru* mirovaya ekonomika [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.ereport.ru/stat.php?razdel=country>. **12.** Chyselnist naselennia Zemli // *Contryometers* [Electronic resource]. – Access mode : <http://countrymeters.info/ru>. **13.** GDP (current US \$) // *The World Bank* [Electronic resource]. – Access mode : <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?page=1>. **14.** Andrieieva H. I. Orhanizatsiia i metodyka ekonomichnoho analizu : navchalnyi posibnyk / H. I. Andrieieva, V. A. Andrieieva. – Sumy : DVNZ «UABS NBU», 2010. – 294 p. **15.** Hrushchynska N. M. *Zovnishnoekonomichni priorytety Ukrainy u kryzovykh protsesakh suchasnosti* [Foreign Economic Priorities of Ukraine in the Process of the Present Crisis] / N. M. Hrushchynska // *Ekonomika rozvytku*. – 2011. – No. 1 (57). – P. 49–52.

Інформація про авторів

Фролов Сергій Михайлович – докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансів Української академії банківської справи (вул. Петропавлівська, 57, м. Суми, 40030, Україна, e-mail: s.m.frolov@uabs.edu.ua).

Савицька Оксана Іванівна – аспірант кафедри фінансів Української академії банківської справи (вул. Петропавлівська, 57, м. Суми, 40030, Україна, e-mail: Chobotar_Oksana@i.ua).

Шестопалов Валерій Геннадійович – аспірант кафедри фінансів Української академії банківської справи (вул. Петропавлівська, 57, м. Суми, 40030, Україна, e-mail: zakkir007@gmail.com).

Інформація об авторах

Фролов Сергей Михайлович – докт. екон. наук, профессор, заведующий кафедрой финансов Украинской академии банковского дела (ул. Петропавловская, 57, г. Сумы, 40030, Украина, e-mail: s.m.frolov@uabs.edu.ua).

Савицкая Оксана Ивановна – аспирант кафедры финансов Украинской академии банковского дела (ул. Петропавловская, 57, г. Сумы, 40030, Украина, e-mail: Chobotar_Oksana@i.ua).

Шестопалов Валерий Геннадьевич – аспирант кафедры финансов Украинской академии банковского дела (ул. Петропавловская, 57, г. Сумы, 40030, Украина, e-mail: zakkir007@gmail.com).



Information about the authors

S. Frolov — Professor, Doctor of Sciences in Economics, Head of Department of Finance of Ukrainian Academy of Banking (Petropavlivska vul., 57, Sumy, 40030, Ukraine, e-mail: s.m.frolov@uabs.edu.ua).

O. Savytska — Postgraduate Student of Department of Finance of Ukrainian Academy of Banking (Petropavlivska vul., 57, Sumy, 40030, Ukraine, e-mail: Chobotar_Oksana@i.ua).

V. Shestopalov — Postgraduate Student of Department of Finance of Ukrainian Academy of Banking (Petropavlivska vul., 57, Sumy, 40030, Ukraine, e-mail: zakkir007@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р.*

JEL Classification: L 190; M310

УДК 339.137.2:339.138

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Пасічник І. Ю.

Анотація. В роботі розглядається проблема оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства в процесі управління конкурентоспроможністю продукції. Метою роботи є дослідження різних аспектів ефективності та факторів, які на неї впливають. Запропоновано методичний підхід до оцінки ефективності маркетингової стратегії управління конкурентоспроможністю продукції, особливістю якого є формування матриці, утвореної співвідношенням рівня конкурентоспроможності продукції та частки ринку, яку вона займає, що дозволяє обґрунтувати критерій успішності стратегії, за який може бути обрано частку ринку чи сегмента, що зможе завоювати виробник, дотримуючись обраної стратегії просування.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, маркетингова стратегія, ефективність маркетингової стратегії.

МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ В ПРОЦЕССЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРОДУКЦИИ

Пасичник И. Ю.

Аннотация. В работе рассматривается проблема оценки эффективности маркетинговой стратегии предприятия в процессе управления конкурентоспособностью продукции. Целью работы является исследование различных аспектов эффективности и факторов, которые на нее влияют. Предложен методический подход к оценке эффективности маркетинговой стратегии управления конкурентоспособностью продукции, особенностью которого является формирование матрицы, образованной соотношением уровня конкурентоспособности продукции и доли рынка, которую она занимает, что позволяет обосновать критерий успешности стратегии, в качестве которого может быть избрана доля рынка или сегмента, которую сможет завоевать производитель, следуя выбранной стратегии продвижения.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, маркетинговая стратегия, эффективность маркетинговой стратегии.

THE METHODOLOGICAL APPROACH TO EVALUATING THE MARKETING STRATEGY IN THE PRODUCT COMPETITIVENESS MANAGEMENT

I. Pasichnyk

Abstract. *The article considers the problem of evaluating the enterprise marketing strategy in management of the product competitiveness. The aim of the work is to study different aspects of effectiveness and the factors affecting it. There has been proposed a methodical approach to evaluating the effectiveness of the marketing strategy for managing the product competitiveness, which feature is creation of the matrix formed by the ratio of the level of competitiveness of the product and the market share occupied by it. This allows justifying the criterion of the strategy success, which can be chosen as the market share or segment that can be conquered by the manufacturer following the chosen promotion strategy.*

Keywords: *competitiveness of products, marketing strategy, effective marketing strategies.*

Маркетингова стратегія у сфері конкурентоспроможності продукції включає в себе плановані та систематичні заходи, необхідні для впевненості в тому, що продукція або послуга задовольняє певним вимогам, а також відіграє важливу роль у виробничо-збутовій діяльності та сприяє виходу підприємств на певні конкурентні позиції.

Проблемі вибору маркетингової стратегії та визначення її ефективності присвячено роботи багатьох учених [1–9].

Проблема визначення економічної ефективності маркетингової стратегії в процесі управління конкурентоспроможністю продукції полягає в обґрунтуванні ефективності маркетингової стратегії на різних стадіях її життєвого циклу, виходячи з фактично досягнутих результатів.

Також визначення економічної ефективності маркетингової стратегії необхідне для виявлення факторів, що впливають на показник ефективності маркетингової стратегії, їхній взаємозв'язок, якщо він є, характер їхнього впливу на показник ефективності та виявлення резервів підвищення ефективності.

Отже, метою дослідження є вибір методичного підходу до обґрунтування оцінки ефективності маркетингової стратегії в процесі управління конкурентоспроможністю продукції.

В сучасних дослідженнях існують два підходи до поняття ефективності. Згідно з одним із них, під ефективністю розуміється продуктивність, яка виражає кількісний аспект даного поняття.

Згідно з другим підходом, під ефективністю розуміється отримання бажаного результату внаслідок здійснення будь-якого процесу. У цьому випадку ефективність розглядається як успішність. Тому можна стверджувати, що різниця між поняттями ефективності як продуктивності та ефективності як успішності полягає в тому, що перше орієнтує виробника на досягнення максимального результату за рахунок заходів по зниженню собівартості одиниці продукції, тоді як друге орієнтує на вивчення та якнайкраще задоволення потреб споживача.

Для отримання правильної оцінки ефективності маркетингової стратегії, з погляду автора, необхідно враховувати обидва ці аспекти поняття ефективності.

Отже, поняття «продуктивність» передбачає «необхідність робити речі правильно», а в основі поняття успішності – «необхідність робити правильні речі» [10].

Оскільки ефективність як продуктивність передбачає кількісну оцінку і спрямована на оцінку насамперед самої продукції, то доцільно, з погляду автора, обрати за критерій ефективності рівень конкурентоспроможності продукції. Причому, важливо визначити рівень конкурентоспроможності відносно не тільки до аналогічної продукції конкурентів, але й відносно до ідеального товару, оскільки часто сила виробника полягає в слабкості його конкурентів.

При виборі ідеального товару необхідно, на думку автора, враховувати вимоги основних споживачів товару. Так, при виборі «ідеального лічильника» при аналізі рівня конкурентоспроможності лічильника електричної енергії електронного однофазного, що випускається ДНВП «Об'єднання Комунар» (надалі – однофазного електролічильника), споживачам було запропоновано анкету для визначення найважливіших для них технічних характеристик виробу і їхніх бажаних значень. Паралельно реєструвалася кількість придбаних однофазних електролічильників, і споживачі розподілялися по групах відповідно до обсягу замовлення. До групи основних споживачів було віднесено покупців з максимальним обсягом замовлення. Саме вимоги цієї групи споживачів надали найбільш істотний вплив на формування характеристик «ідеального лічильника» (табл. 1).

Аналізуючи отримані дані, можна сказати, що серед усього спектру характеристик однофазних лічильників споживачі віддають перевагу виробам з характеристиками, що знаходяться в інтервалах, які характеризують мінімальне і максимальне бажані значення кожної характеристики (табл. 1). Отже, для визначення

«ідеального лічильника», що відповідає вимогам основних споживачів, в більшості випадків доцільно, на наш погляд, вибрати середину інтервалу.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика лічильників різних виробників

Лічильник Найменування показника	Бажані значення	«Ідеальний лічильник»	СО-ЕАО9М2, ДНВП «Комунар»	СЕ101-Р5, Харківський електротехнічний завод «Енергоміра»	НІК 2102-02 М2, ТОВ ВКФ «Електромотор»	СТК1-10. К5210St, ТОВ «Телекарт- Прилад»
Клас точності	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Номінальна напруга, В	220–230	220-230	220	230	220	220
Номінальний (макс.) ток, А	5 (50)–5 (60)	5 (55)	5 (50)	5 (60)	5 (60)	5 (60)
Стартовий ток не більше, мА	10–15	12,5	12,5	10	20	20
Передаточне число, імп/ кВтчас	6400–6800	6600	6400	6400	6800	3200
Діапазон робочих температур, оС	-40... +55	-40... +55	-40... +55	-40...+70	-40...+55	-40...+55
Маса, не більше, кг	0,5-1,0	0,75	0,8	0,5	1,0	1,0
Інтервал перевірок, років	16	16	16	16	16	16
Гарантія виробника, років	3–5	4	3	5	3	1
Термін служби, років	20–30	25	24	30	30	18
Ціна, грн	180–200	190	180	206	195	156

Як видно з табл. 1, модель лічильника СО–ЕАО9М2 в цілому задовольняє вимоги основної групи споживачів, але поступається «ідеальному лічильнику» за такими характеристиками, як передаточне число, термін служби, маса та гарантійний термін. Крім того, в сучасних умовах споживачі надають перевагу моделям з рідкокристалічним пристроєм відображення.

За цими ж характеристиками аналізований пристрій може гідно конкурувати з аналогами основних виробників-конкурентів.

Загальний показник конкурентоспроможності продукції розраховується відношенням індексу технічних параметрів продукції до індексу нормативних параметрів продукції.

Порівняно з «ідеальним лічильником» він буде дорівнювати 0,94, а з основними конкурентами – 1,04. Тому, на думку автора, однофазний лічильник СО–ЕАО9М2 виробництва ДНВП «Об'єднання Комунар» можна віднести до категорії ефективних в сенсі продуктивності товарів.

Крім того, конкурентоспроможність продукції, що випускається підприємством, можна представити у вигляді функціональної залежності від кон'юнктури ринку, конкурентного становища підприємства і конкурентних переваг.

В якості функції для оцінки рівня конкурентоспроможності продукції можна обрати середньоарифметичне бальних оцінок кон'юнктури ринку, конкурентних позицій підприємства-виробника та рівня конкурентних можливостей підприємства.

Розрахований таким чином рівень конкурентоспроможності однофазного лічильника СО–ЕАО9М2 виробництва ДНВП «Об'єднання Комунар» становитиме 3,4774 бали.

Але, оскільки продукт може бути високопродуктивним і водночас неуспішним, одним із основних завдань маркетингових служб на підприємстві є оцінка ефективності маркетингової стратегії просування продукції на ринку в сенсі успішності.

Критерієм успішності стратегії може служити частка ринку або сегмента, яку виробник зможе завоювати, дотримуючись обраної стратегії просування.

На сегменті ринку лічильників електричної енергії однофазних конкурують чотири виробника. Тому автор вважає, що для оцінки успішності маркетингової стратегії в даному випадку слід прийняти показник долі ринку на рівні 50 %, який свідчить про повну перевагу над конкурентами.

Відтак, успішною можна назвати маркетингову стратегію, при реалізації якої товар займе максимальну частку ринку (сегмента).

Рекомендується для оцінки ефективності маркетингової стратегії розглядати результати розрахунків на тлі матриці «Ефективності товару / стратегії просування», представленої у вигляді рис. 1.

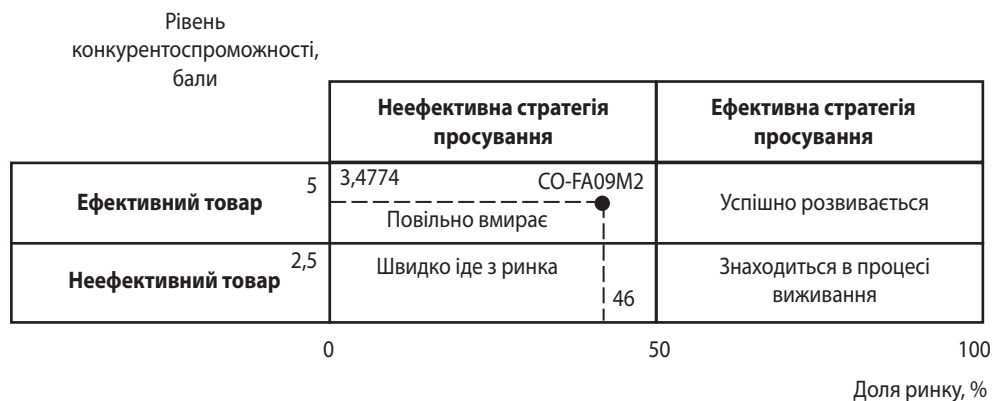


Рис. 1. Матриця оцінки ефективності продукції / маркетингової стратегії

На основі розгляду рис. 1 можна зробити висновок, що успішно розвивається лише продукція підприємства, яка ефективна в обох аналізованих аспектах, якщо ж вона неефективна в обох аспектах, то швидко витісняється конкурентами з ринку.

Як свідчать результати, наведені на рис. 1, лічильник однофазний СО-ЕАО9М2 виробництва ДНВП «Об'єднання Комунар» належить до категорії «ефективний товар / неефективна стратегія просування». Така продукція зазвичай знаходиться на стадії виживання, а відтак, можна рекомендувати виробнику змінити маркетингову стратегію.

Отже, запропонований методичний підхід дозволить вітчизняним виробникам більш обґрунтовано оцінювати ефективність маркетингової стратегії в процесі управління конкурентоспроможністю продукції.

В подальшому планується продовжити дослідження в напрямку вдосконалення запропонованого методичного підходу з метою розробки рекомендацій щодо вибору маркетингової стратегії в процесі управління конкурентоспроможністю продукції.

Література: 1. Пилипенко Д. Р. Аналітичне обґрунтування вибору маркетингової стратегії корпоративної логістичної системи / Д. Р. Пилипенко // Управління розвитком. – 2015. – № 1. – С. 71–75. 2. Власова В. М. Основы маркетинга : учебное пособие / В. М. Власова, Э. И. Крылов, К. В. Лосев, Л. С. Воробьева. – СПб. : СПбГУАП, 2008. – 244 с. 3. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність у новій системі координат / Л. І. Піддубна, А. І. Піддубна // Економіка розвитку. – 2005. – № 2 (30). – С. 24–29. 4. Капітанець Ю. О. Розробка конкурентної стратегії підприємства як суб'єкта ринкової економіки / Ю. О. Капітанець // Науковий збірник Буковинської державної фінансової академії. – 2007. – Вип. 9 : Економічні науки. – С. 306–315. 5. Куденко Н. В. Маркетингові стратегії фірми : монографія / Н. В. Куденко. – К. : КНЕУ, 2002. – 245 с. 6. Паршина О. А. Обґрунтування вибору управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності продукції / О. А. Паршина // Держава та регіони. – 2011. – № 2. – С. 81–85. 7. Современный маркетинг / Под ред. В. Е. Хруцкого. – М. : Финансы и статистика, 1991. – 256 с. 8. Смоленюк П. С. Формування і оцінка конкурентоспроможності товарної продукції / П. С. Смоленюк // Інноваційна економіка. – 2012. – № 4 (30) – С. 99–107. 9. Пономаренко В. С. Обобщенное многомерное шкалирование при анализе объектов в экономике, описанных в пространстве разнородных признаков / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярец, О. В. Дорохов // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 9. – С. 280–288. 10. Хаустова В. Е. Моделирование маркетинговой стратегии предприятия на рынках продукции производственно-технического назначения / В. Е. Хаустова, Ю. А. Лидовский. – Х. : ИД «ИНЖЭК», 2004. – 176 с.

References: 1. Pylypenko D. R. *Analitychne obgruntuvannya vyboru marketynhovoї stratehii korporatyvnoї lohistrychnoi systemy* [Analytical Justification of Choice of Marketing Strategy Corporate Logistics System] / D. R. Pylypenko // *Upravlinnia rozvytkom*. – 2015. – No. 1. – P. 71–75. 2. Vlasova V. M. *Osnovy marketinga : uchebnoe posobie* / V. M. Vlasova, E. I. Krylov, K. V. Losev, L. S. Vorobyeva. – SPb. : SPbGUAP, 2008. – 244 p. 3. Pidubna L. I. *Konkurentospromozhnist u novii systemi koordynat* [Competitiveness in the New Coordinate System] / L. I. Pidubna, A. I. Pidubna // *Ekonomika rozvytku*. – 2005. – No. 2 (30). – P. 24–29. 4. Kapitanets Yu. O. *Rozrobka konkurentnoi stratehii pidpriemstva yak subiekta rynkovoї ekonomiky* [Development of Competitive Business Strategy as the Subject of a Market Economy] / Yu. O. Kapitanets // *Naukovyi zbirnyk Bukovynskoi derzhavnoi finansovoi akademii*. – 2007. – Issue 9 : *Ekonomichni nauky*. – P. 306–315. 5. Kudenko N. V. *Marketynhovi stratehii firmy : monohrafiia* [Marketing Company Strategy: monograph] / N. V. Kudenko. – K. : KNEU, 2002. – 245 p. 6. Parshyna O. A. *Obgruntuvannya vyboru upravlinskykh rishen shchodo zabezpechennia konkurentospromozhnosti produktsii* [Justification of the Choice-making to Ensure the Competitiveness of Products] / O. A. Parshyna // *Derzhava ta rehiony*. – 2011. – No. 2. – P. 81–85.

7. *Sovremenny marketing* / Pod red. V. E. Hrutskogo. – M. : Finansy i statistika, 1991. – 256 p. 8. Smoleniuk P. S. *Formuvannia i otsinka konkurentospromozhnosti tovarnoi produktsii* [Formation and Evaluation of Competitive Commercial Products] / P. S. Smoleniuk // *Innovatsiina ekonomika*. – 2012. – No. 4 (30) – P. 99–107. 9. Ponomarenko V. S. *Obobshchennoe mnogomernoe shkalirovanie pri analize obyektov v ekonomike, opisannyh v prostranstve raznorodnyh priznakov* [Generalized Multidimensional Scaling Objects in the Analysis of the Economy Described in the Space of Diverse Features] / V. S. Ponomarenko, L. M. Malyarets, O. V. Dorohov // *Aktualni problemy ekonomiky*. – 2011. – No. 9. – P. 280–288. 10. Khaustova V. E. *Modelirovaniye marketingovoy strategii predpriyatiya na rynkakh produktsii proizvodstvenno-tekhnicheskogo naznacheniya* / V. E. Khaustova, Yu. A. Lidovskiy. – Kharkiv : ID «INZhEK», 2004. – 176 p.

Інформація про автора

Пасічник Інна Юрївна – старший викладач кафедри бухгалтерського обліку Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, м. Харків, 61001, Україна, e-mail: indise@ukr.net)..

Информация об авторе

Пасичник Инна Юрьевна – старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, г. Харьков, 61166, Украина, e-mail: indise@ukr.net).

Information about the author

I. Pasichnik – Senior Instructor, Department of Accounting, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Nauky pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: indise@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р.*

JEL Classification: L29, M11, M54

УДК 330.65

КОНТРОЛІНГ ВИРОБНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Матвієнко-Біляєва Г. Л.

Анотація. Розглянуто сутність поняття «контролінг», його розвиток та становлення в сучасних умовах господарювання. Визначено, що однією з основних та визначальних функцій управління будь-якого сучасного підприємства є контролінг за його виробничо-господарською діяльністю. Контролінг розглянуто як особливу функцію управління, що синтезує, інтегрує і координує основні функції управління діяльністю підприємства з метою досягнення стратегічних і тактичних цілей в умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища. Визначено, що виробнича діяльність являє собою сукупність трудових і природних процесів, спрямованих на виготовлення готової продукції, заданої якості, асортименту та в установленний термін.

Ключові слова: контролінг, виробнича діяльність, сучасне підприємство, контролінг виробничої діяльності.

КОНТРОЛИНГ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Матвиенко-Беляева Г. Л.

Аннотация. Рассмотрена сущность понятия «контроллинг», его развитие и становление в современных условиях хозяйствования. Определено, что одной из основных и определяющих функций управления любого современного предприятия является контроллинг с учетом его производственно-хозяйственной деятельности. Контроллинг рассмотрен как особая функция управления, которая синтезирует, интегрирует и координирует основные функции управления деятельностью предприятия с целью достижения стратегических и тактических целей в условиях неопределенности и из-

менчивости внешней среды. Определено, что контроллинг производственной деятельности представляет собой совокупность трудовых и естественных процессов, направленных на изготовление готовой продукции, заданного качества, ассортимента и в установленный срок.

Ключевые слова: контроллинг, производственная деятельность, современное предприятие, контроллинг производственной деятельности.

THE CONTROLLING OF PRODUCTION ACTIVITIES AT MODERN ENTERPRISES

G. Matviienko-Biliaieva

Abstract. The essence of the concept of "controlling", its formation and development in the contemporary economy has been considered. It has been determined that one of the basic and defining management functions of any modern enterprise is controlling with regard to its production and economic activity. Controlling is viewed as a special control function, which synthesizes, integrates and coordinates the basic functions of managing the enterprise activity to achieve strategic and tactical goals under conditions of uncertainty and variability of the environment. It has been determined that the controlling of production activity is a set of human and natural processes directed to manufacturing finished products of a specified quality, assortment and within a prescribed period.

Keywords: controlling, production activities, modern enterprise, controlling of production activities.

Функціонування українських підприємств в умовах трансформації економіки вимагає формування дієвої системи управління, адекватної сучасним реаліям міжнародного та вітчизняного бізнесу. Однією з основних та визначальних функцій управління будь-якого підприємства є контролінг за його виробничо-господарською діяльністю, від повноти та достовірності якого залежить подальший розвиток та орієнтація підприємства на ринку.

Формування системи контролінгу на підприємстві передбачає аналіз теоретичних підходів щодо визначення його сутності як функції управління з аналізом особливостей становлення та розвитку [1].

Метою дослідження є контролінг виробничої діяльності сучасних підприємств.

У зарубіжній літературі зазначається, що ідеї контролінгу прийшли з практики його застосування на американських підприємствах. Спочатку до ідей контролінгу відносились скептично – це пов'язано було з його неточним розумінням, а саме контролінг найчастіше ототожнювався з контролем, а повноваження фахівця-контролера перебільшувались і розцінювались як загроза для інших менеджерів. З розвитком практичного досвіду впровадження ідей контролінгу стали сприймати позитивно і стали впроваджувати їх у господарську діяльність не тільки американських підприємств, а і в діяльність німецьких концернів і корпорацій.

Ідеї контролінгу в Україні почали поширюватися після набуття нею статусу незалежної держави. За цих умов управління підприємствами на старій методологічній базі неможливе, а нові підходи до планування діяльності, обліку й аналізу ще не сформувалися повною мірою. Опанування нових підходів до планування та впровадження економічного механізму ринкового типу вимагало вивчення досвіду розвинених держав, які у своєму розвитку пройшли етапи, характерні на сьогодні для української економіки. Все це обумовило необхідність впровадження надбання передових країн у галузі економічних наук, у тому числі й такого сучасного інструменту, як контролінг. Зарубіжний досвід підтверджує, що контролінг є сучасним інструментом для обґрунтування управлінських рішень в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Необхідність впровадження нових підходів і інструментів до управління в Україні обумовлюється кризовими ситуаціями, низьким рівнем конкурентоздатності підприємств, порушенням економічних взаємовідносин із партнерами, нерентабельністю підприємств та іншими негативними явищами, що склалися в суспільстві. Отже, впровадження та розвиток сучасного інструменту управління «контролінг» пояснюється умовами функціонування вітчизняних підприємств у мінливому середовищі.

Як вже зазначалось, контролінг часто зводять до поняття «контроль», але помилковість такого погляду очевидна й підтверджується сутністю функцій контролю та контролінгу. Контроль орієнтований у минуле, на виявлення відхилень і проблем у діяльності підприємства. Контролінг – це сучасний інструмент управління майбутнім для забезпечення тривалого функціонування підприємства в цілому.

Науковці зазначають, що контролінг слід розглядати як процес, який передбачає проведення аналізу фінансово-виробничої діяльності підприємства з метою її узгодження зі стратегічними цілями [2]. Деякі автори розглядають контролінг як функцію управління, яка має економічне спрямування з метою виявлення резервів підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Отже, контролінг – це особлива функція управління, що синтезує і координує усі загальні функції управління діяльністю підприємства з метою досягнення стратегічних цілей в умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища [3].

Головною метою контролінгу є забезпечення методичної, інформаційної підтримки управлінського персоналу для досягнення запланованого рівня прибутку, рентабельності та ліквідності сучасного підприємства.

До основних цілей контролінгу слід віднести такі [4]:

- 1) прогнозування показників виробничої діяльності;
- 2) аналіз виявлення відхилень фактичних показників від планових на основі порівнянь;
- 3) оцінка оптимальності та узгодженості зв'язків між елементами виробничої діяльності на підприємстві;
- 4) формування та обробка інформації для ухвалення управлінських рішень.

Так, Фольмут Х. Й. [5], Циглик І. І. [6] зазначають що в сучасних умовах господарювання підприємства розрізняють контролінг за сферами його діяльності, а саме:

1) контролінг маркетингової діяльності, метою якого є аналіз та оцінка маркетингової інформації, а саме дослідження ринків збуту продукції підприємства; виявлення потенційних покупців; аналіз конкурентів і виявлення їх сильних і слабких сторін; розробка ринкової стратегії підприємства;

2) контролінг виробничої діяльності передбачає оцінку збалансованості планових та фактичних показників організації виробничого процесу (фондовіддачі, фондоозброєності, продуктивності); формування умов ефективності виробничого процесу та виробничої програми; складання та надання необхідної інформації іншим підрозділам про виробничі витрати, виробничі потужності підприємства в цілому;

3) контролінг кадрової діяльності, метою якого є оцінка рівня забезпеченості підприємства трудовими ресурсами, кваліфікації та рівня освіти, а також діючої системи матеріального та нематеріального стимулювання праці; планування і контроль ефективності використання трудового персоналу за певний проміжок часу; оцінка плинності кадрів і виявлення їх наслідків; планування продуктивності праці на підприємстві;

4) контролінг інвестиційної діяльності передбачає оцінку ефективності інвестиційних вкладень (термінів окупності, прибутку від інвестування) з метою забезпечення відтворювального виробничого процесу; оптимізація інвестиційних потреб підприємства в поточному та плановому періодах; максимізація доходності інвестиційної діяльності;

5) контролінг фінансової діяльності оцінює фінансовий стан підприємства та контролює використання фінансових ресурсів для забезпечення високого рівня ліквідності підприємства; інформаційне забезпечення фінансового менеджменту; аналіз та оцінка відхилень фактичних показників підприємства від планових; коригування фінансової діяльності підприємства з урахуванням змін нестабільного зовнішнього середовища [7];

6) контролінг логістичної діяльності, ціль якого – оперативне та стратегічне управління логістичною діяльністю з метою її оптимізації, а саме збалансування закупівельної, виробничої, транспортної, складської діяльності підприємства.

Отже, виробнича діяльність сучасного підприємства – це певний вид його господарської діяльності, спрямований на організацію та здійснення у просторі та часі процесу створення економічних благ.

Сучасне підприємство не може існувати без ефективної виробничої діяльності. Виробництво в умовах ринкової економіки може бути конкурентоздатним лише якщо воно спроможне адаптуватися до зовнішнього середовища та швидко змінювати свій асортимент (послуги). За такої ситуації традиційна організація виробничого процесу не дає необхідного ефекту, тому необхідно використовувати нові економічні інструменти управління виробничою діяльністю, а саме контролінг. Як вже зазначалось, застосування контролінгу у виробничій діяльності підприємства дозволить оптимізувати виробничий процес, а також зменшити виробничі витрати, що підвищить ефективність функціонування підприємства в цілому [8].

Ціль сучасної виробничої діяльності із застосуванням контролінгу виражається у забезпеченні таких основних правил (правил «6R»):

- 1) потрібний товар (послуга);
- 2) необхідної якості;
- 3) потрібна кількість;
- 4) у потрібний термін часу;
- 5) у потрібне місце;
- 6) конкретному споживачу.

Дотримання цих основних правил дозволить сучасному підприємству виробляти тільки ту продукцію і в тій кількості, яка необхідна ринку, що, у свою чергу, дозволить підприємству оптимізувати витрати на зберігання готової продукції у складських приміщеннях.

Дослідження досвіду впровадження контролінгу в діяльність сучасних українських та зарубіжних підприємств виявило, що ці впровадження відрізняються один від одного як масштабами, так і типом виробництва, а також застосуванням певних логістичних систем, а саме системи «KANBAN».



Система «KANBAN» – це інформаційна система, що забезпечує оперативне управління на всіх стадіях виробничого процесу і заснована на дотриманні правил руху спеціальних карток особливого виду, тобто є системою, що дозволяє контролювати та відслідковувати переміщення необхідної сировини та матеріалів для виготовлення готової продукції.

Інформація використовується на всіх напрямках виробничої діяльності підприємства. Потреба в інформації виникає вже на стадії планування основних виробничих процесів. Для цього використовують дані про основні результати діяльності підприємства в попередніх періодах і основні напрямки розвитку податкових і правових відносин у суспільстві як стримуючі або стимулюючі чинники. Ці дані дають можливість намітити основні напрями розвитку підприємства в цілому.

На етапі закупівлі використовується інформація про постачальників, що поступає ззовні, допомагає вибрати кращого постачальника.

Велике значення має інформація і під час транспортування продукції. На основі наявних даних підприємство має можливість визначити тип і вид транспортного засобу, а також вибрати оптимальне експедиційне підприємство для перевезення готової продукції.

При організації систем складування використовують дані економічних розрахунків про розвиток складської мережі; нормативні, санітарно-гігієнічні вимоги, що висувуються до організації складських процесів. Крім того, своєчасно отримана інформація про фактичний стан запасів сприяє розрахунку оптимальної кількості запасів, а також створенню умов для забезпечення їх збереження, запобігання розкраданню і псуванню товару.

Система «KANBAN» забезпечує організацію безперервного матеріально-технічного забезпечення за відсутності запасів, тобто виробничі запаси поступають невеликими партіями безпосередньо у потрібні виробничі процеси, минаючи склад, а готова продукція відразу відвантажується покупцям.

Отже, підприємство не проводить зайву закупку сировини та матеріалів та, як наслідок, не має запасів на складах.

Зарубіжна статистика стверджує, що впровадження контролінгу та системи «KANBAN» дозволить сучасним підприємствам:

- 1) знизити виробничі запаси на 50 %;
- 2) знизити запаси готової продукції на 90 %;
- 3) знизити витрати на утримання складських приміщень до 80 %;
- 4) скоротити витрати на оплату праці виробничо-промислового персоналу на 50 %.

Узагальнюючи вищевикладене, можна зазначити, що впровадження контролінгу у виробничу діяльність дозволить сучасним вітчизняним підприємствам:

- 1) швидко і точно забезпечити виробничу діяльність необхідними матеріалами для виготовлення конкретного замовлення;
- 2) створити збалансований інформаційний документообіг для оперативного фіксування поточного стану виконання тих або інших замовлень;
- 3) спланувати поточну виробничу діяльність та передбачити її результати, побудувати модель майбутньої виробничої програми підприємства;
- 4) забезпечити поточний контроль та аналіз результатів фінансово-виробничої діяльності підприємства;
- 5) оперативно визначити причини появи тих або інших явищ, які призводять до дисбалансу у виробничій діяльності підприємства;
- 6) планувати фінансові показники підприємства з урахуванням мінливого зовнішнього середовища.

Отже, контролінг – це сучасний і ефективний інструмент управління як виробничою діяльністю, так і діяльністю підприємства в цілому, що має складний багатокomпонентний характер і пронизує всю систему управління підприємством. У процесі управління контролінг спрямований на збалансування діяльності сучасного підприємства, а однією зі складових господарської діяльності підприємства є виробнича діяльність, яка охоплює весь цикл функціонування підприємства: від забезпечення ресурсами до випуску готової продукції. Тому саме ця сфера є об'єктом постійного контролінгу для забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Викладений матеріал є основою для ефективного контролінгу виробничої діяльності сучасних підприємств, проте впровадження певних логістичних систем є недостатньо проаналізованим та потребує подальших досліджень.

Література: 1. Малярец Л. М. Статистический анализ видов логистической деятельности в их контроллинге на предприятии / Л. М. Малярец, Г. Л. Матвиенко-Беляева // Бизнес Информ. – 2009. – № 1. – С. 85–93. 2. Бондаренко А. В.



Построение оценки эффективности деятельности предприятия на основе системы сбалансированных показателей, ориентированной на стоимость компании / А. В. Бондаренко // Нефть, газ и бизнес. – 2006. – № 11. – С. 45–58. **3.** Матвиенко-Біляєва Г. Л. Методичні рекомендації проведення контролінгу логістичної діяльності на машинобудівних підприємствах / Г. Л. Матвиенко-Біляєва // Бізнес Інформ – 2015. – № 8. – С. 112–115. **4.** Валув Б. Контролінг: некоторые спорные положения концепции / Б. Валув // Економіст. – 2009. – № 7. – С. 56–60. **5.** Фольмут Х. Й. Инструменты контроллинга от А до Я / Х. Й. Фольмут. – М. : Финансы и статистика, 2003 – 287 с. **6.** Циглик І. І. Стратегія і контролінг у системі внутрішнього економічного механізму підприємства / І. І. Циглик // Економіка, фінанси і право. – 2004. – № 11. – С. 11–14. **7.** Вістяка Т. Фінансовий контролінг у системі управління підприємством / Т. Вістяка // Вісник. – 2005. – № 1. – С. 68–70. **8.** Полтініна О. П. Концептуальні основи використання контролінгу в управлінні фінансовою безпекою підприємства / О. П. Полтініна // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 7. – С. 139–146.

References: **1.** Malyarets L. M. *Statisticheskyy analiz vidov logisticheskoy deyatel'nosti v ikh kontrolyngi na predpriyatii* [Statistical Analysis of the Types of Logistics Activities in Their Controlling of the Enterprise] / L. M. Malyarets, H. L. Matvienko-Belyaeva // *Biznes Inform.* – 2009. – No. 1. – P. 85–93. **2.** Bondarenko A. V. *Postroyeniye otsenki effektivnosti deyatel'nosti predpriyatiya na osnove sistemy sbalansirovannykh pokazateley, orientirovannoy na stoimost kompanii* [Construction of Evaluating the Performance of the Company on the Basis of a Balanced Scorecard Focused on the Value of the Company] / A. V. Bondarenko // *Neft, gaz i biznes.* – 2006. – No. 11. – P. 45–58. **3.** Matviienko-Biliaieva H. L. *Metodychni rekomendatsii provedennia kontrolinhu lohistychnoi diialnosti na mashynobudivnykh pidpriemstvakh* [Guidelines Holding Controlling Logistics Activities in Engineering Enterprises] / H. L. Matviienko-Biliaieva // *Biznes Inform.* – 2015. – No. 8. – P. 112–115. **4.** Valuev B. *Kontrolyng: nekotorye spornyie polozeniya kontseptsii* [Controlling: Some Controversial Provisions of the Concept] / B. Valuev // *Ekonomist.* – 2009. – No. 7. – P. 56–60. **5.** Folmut Kh. Y. *Instrumenty kontrolynga ot A do Ya* / Kh. Y. Folmut. – M. : *Finansy i statistika*, 2003 – 287 p. **6.** Tsyhlyk I. I. *Stratehiia i kontrolin u systemi vnurishnoho ekonomichnoho mekhanizmu pidpriemstva* [Strategy and Controlling System of Internal Economic Mechanism of Enterprise] / I. I. Tsyhlyk // *Ekonomika, finansy i pravo.* – 2004. – No. 11. – P. 11–14. **7.** Vistiaka T. *Finansovy kontrolin v systemi upravlinnia pidpriemstvom* [Financial Controlling in the System of Management] / T. Vistiaka // *Visnyk.* – 2005. – No. 1. – P. 68–70. **8.** Poltinina O. P. *Kontseptualni osnovy vykorystannia kontrolinhu v upravlinni finansovoiu bezpekoiu pidpriemstva* [Conceptual Bases of Use in Controlling the Management of Financial Security] / O. P. Poltinina // *Aktualni problemy ekonomiky.* – 2011. – No. 7. – P. 139–146.

Інформація про автора

Матвиенко-Біляєва Галина Леонідівна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна, e-mail: galya2005m@mail.ru).

Інформація об авторе

Матвиенко-Біляєва Галина Леонидовна – канд. екон. наук, доцент кафедри економіки підприємства і менеджменту Харківського національного економічного університету ім. Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, г. Харків, 61116, Україна, e-mail: galya2005m@mail.ru).

Information about the author

G. Matviienko-Biliaieva – Candidate of Sciences in Economic, Associate Professor of Department of Economics of Enterprise and Management of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Nauki pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: galya2005m@mail.ru).

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р.*

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Клімов А. В.

Анотація. Розглянуто завдання та етапи формування обліково-аналітичного забезпечення управління підприємством. Підприємство розглянуто з позиції логістичного підходу, а саме – як система бізнес-процесів. На основі узагальнення підходів до оцінки ефективності визначено показники ефективності роботи підприємства як логістичної системи. Зазначено, що основним джерелом отримання відомостей про стан та перебіг бізнес-процесів є система бухгалтерського обліку підприємства. Визначено склад та структурування обліково-аналітичного забезпечення управління бізнес-процесами підприємства. Принципова відмінність запропонованого підходу до організації обліково-аналітичного забезпечення полягатиме в тому, що облік уже розглядається не як система фіксації місцезнаходження компонента виробу в кожний момент часу в конкретному місці, а як система, що відстежуватиме входи й виходи процесів та їхніх окремих елементів з одночасним установленням правил реагування на відхилення.

Ключові слова: бізнес-процес, підприємство, облік, аналіз, інформаційне забезпечення.

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Климов А. В.

Аннотация. Рассмотрены задачи и этапы формирования учетно-аналитического обеспечения управления предприятием. Предприятие рассмотрено с позиции логистического подхода, а именно – как система бизнес-процессов. На основе обобщения подходов к оценке эффективности определены показатели эффективности работы предприятия как логистической системы. Отмечено, что основным источником получения сведений о состоянии и ходе бизнес-процессов является система бухгалтерского учета предприятия. Определены состав и структурирование учетно-аналитического обеспечения управления бизнес-процессами предприятия. Принципиальное отличие предлагаемого подхода к организации учетно-аналитического обеспечения заключается в том, что учет рассматривается не как система фиксации местоположения компонента в каждый момент времени в конкретном месте, а как система, которая отслеживает входы и выходы процессов и их отдельных элементов с одновременным установлением правил реагирования на отклонения.

Ключевые слова: бизнес-процесс, предприятие, учет, анализ, информационное обеспечение.

ACCOUNTING AND ANALYTICAL SUPPORT FOR MANAGING THE ENTERPRISE BUSINESS PROCESSES

A. Klimov

Abstract. The tasks and stages of accounting and analytical support for the enterprise management have been considered. The enterprise is viewed from the perspective of the logistics approach, namely, as a system of business processes. On the basis of generalizing approaches to the performance evaluation, the performance indicators of the enterprise operation as a logistics system have been identified. It is noted that the main source of information about the status and progress of business processes is the enterprise accounting system. The composition and structuring of accounting and analytical support for business process management of the enterprise have been determined. The principal difference between the proposed approach to the organization of accounting and analytical support is that accounting is considered not as a system of fixing the location of a component at any given time moment in a particular place but as a system that monitors inputs and outputs of the processes and their individual elements with a simultaneous establishment of rules to respond deviations.

Keywords: business process, enterprise, accounting, analysis, information support.

За сучасних умов актуалізуються питання вдосконалення менеджменту підприємств та залучення до практики господарювання більш ефективних підходів до випереджаючого задоволення попиту споживача

при мінімізації інтегральних витрат виведення на ринок споживчої цінності. Це можливо лише у разі підпорядкування всіх процесів підприємства вимозі розкриття власного потенціалу та задоволення платоспроможного попиту з відповідною переорієнтацією менеджменту на логістичний підхід.

Значне поширення логістичного підходу обумовило наявність цілої низки досліджень, в яких висвітлюється методологія логістики (Б. Анікін, А. Гаджинський, В. Сергєєв, А. Семененко, М. Окландер), особливості логістичного менеджменту (М. Дороніна, Р. Ларіна, Л. Фролова, Дж. Хескет, Н. Чухрай) та розкриваються питання виокремлення потокових процесів підприємств (Д. Бауерсокс, А. Бутрин, О. Зборовська, Є. Крикавський, І. Поповиченко, В. Репін).

В умовах зростання динамічності середовища господарювання відповідних змін мають зазнати як інструменти та процедури управління бізнес-процесами промислових підприємств, так і обліково-аналітичне їх забезпечення.

Актуальність і практична значущість питань управління бізнес-процесами для вітчизняних промислових підприємств та потреба розвитку наявного обліково-аналітичного забезпечення такого управління обумовили вибір теми, постановку мети та задач дослідження.

Метою дослідження є формування обліково-аналітичного забезпечення управління бізнес-процесами підприємства.

В рамках логістичної концепції [1, 2] на підприємстві об'єктом управління виступає система потоків, тобто однорідних за природою походження сукупностей об'єктів, що впродовж певного періоду в ході повторюваних технологічних операцій динамічно змінюються та переміщуються у просторі й часі відповідно до існуючих закономірностей перебігу процесів утворення нової вартості, а також під впливом змін умов середовища господарювання.

Стрижневим елементом системи потоків, рух яких складає продуктивну господарську діяльність підприємства, є сукупність матеріальних (речовинних) потоків, трансформація параметрів яких власне відбиває динаміку здійснення загального процесу утворення нової вартості у вигляді корисних товарів і послуг, вироблених для задоволення платоспроможного попиту споживачів. Економічний аспект плину матеріальних ресурсів у свою чергу відображають фінансові потоки як рух належних певному господарюючому суб'єкту коштів, переміщення яких відбувається внаслідок здійснення різного роду грошових відносин між даним суб'єктом та рештою економічних агентів, що у будь-якій спосіб виступають учасниками ланцюжка утворення нової вартості або споживання благ (логістичного циклу). Інформаційні потоки являють собою сукупність упорядкованих даних про стан та динаміку матеріальних і фінансових потоків, а також повідомлень і розпоряджень, що відображають зміни зв'язків учасників логістичного циклу в ході його управлінського регулювання.

Ключовою перевагою логістичного підходу, що визначає надзвичайну плідність його використання для підвищення ефективності господарювання, є забезпечення комплексного та системного характеру побудови механізму управління підприємством як упорядкованої ієрархічної системи інтересів, правил і норм, інструментів впливу, а також організаційно-економічного забезпечення регулювання бізнес-процесів, що враховує індивідуальні та спільні параметри цілісної сукупності матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, а також взаємозв'язки між засобами та інструментарієм досягнення цілей учасників логістичного циклу.

Формування механізму управління бізнес-процесами [3] перш за все орієнтовано на підвищення ефективності руху потокових процесів та віддачі від них. Узагальнення підходів до оцінки ефективності логістичної системи підприємства, яке представлено у табл. 1, дозволяє відзначити багатоаспектний характер вирішення даного завдання.

Таблиця 1

Показники ефективності логістичної системи підприємства

Показники, що характеризують ефективність логістичної системи	Витрати	Якість обслуговування споживачів	Продуктивність	Якість управління активами	Якість продукції
1	2	3	4	5	6
Базові показники	Загальна сума витрат підприємства; витрати на вхідні і вихідні постачання; складські й адміністративні витрати; витрати на оплату праці тощо	Кількість заявок, що надійшли і виконані; кількість замовлень, виконаних з необхідними тимчасовими характеристиками, комплектацією тощо	Фактичні обсяги виробництва; максимально можливі обсяги виробництва; чисельність персоналу; рівень підготовки кадрів тощо	Фактичні обсяги реалізації; сума всіх зобов'язань; оборотні кошти; сума коштів першого ступеня ліквідності тощо	Коефіцієнт корисної дії; вартість пошкоджених товарів; число претензій; число повернень товару; строк служби, ремонтпридатність тощо

1	2	3	4	5	6
Довідкові показники		Час постачань; частота постачань; метод оформлення замовлення	Знос, норма амортизації і термін служби устаткування	Рівень запасів, час поповнення запасу	Частка на зовнішньому і внутрішньому ринках
Відносні показники	Питомі витрати; частка витрат у загальній сумі витрат; динаміка витрат	Готовність постачань; безвідмовність постачань; якість постачань; готовність забезпечення комплектності тощо	Трудомісткість, коефіцієнт використання потужності підприємства	Рентабельність активів, оборотних коштів, інвестицій; оборотність запасів	Коефіцієнт порівняння якості з провідними конкурентами; частота ушкодження товару

В цілому слід зазначити, що ефективність логістичної діяльності підприємства звичайно характеризується системою економічних показників, що відбивають порівняння результату з витратами і дозволяють судити про досягнення стратегічних цілей підприємства в цілому [1, 2]. Так, О. Лактіонова [4, с. 77] зазначає, що до складу оціночних показників ефективності логістичного управління слід віднести такі: прибуток, максимум створеної нової вартості, обсяги витрат, а з погляду В. Будішевського й А. Суліми [5, с. 4], оцінка ефективності логістичного управління передбачає аналіз таких показників: необхідна кількість і номенклатура переміщуваного вантажопотоку, точність і мінімум часу доставки в потрібне місце, мінімум витрат на переміщення.

З іншого боку, Є. Мішенін та інші [6, с. 55] насамперед звертають увагу на необхідність розгляду інтегральних витрат як основного параметру раціональності логістичного процесу. З такою позицією значною мірою погоджується О. Ведіна та інші [7, с. 35], які наполягають на доцільності оцінки витрат на організацію відповідності матеріальних і фінансових потоків (оптимального запізнювання потоків в системі «промислове підприємство – середовище»). Достатнього поширення набула також точка зору, якої зокрема дотримуються Д. Джонсон та інші [8, с. 74], що пропонують використання для оцінки ефективності регулювання матеріальних, фінансових та інформаційних потоків інтегрального показника адекватності потокових процесів «віртуальному потоку відповідності».

Механізм управління підприємством на основі логістичного підходу являє собою упорядковану ієрархічну систему інтересів, правил і норм, інструментів впливу [9], а також організаційно-економічного забезпечення регулювання потокових процесів [10], що враховує індивідуальні та спільні параметри цілісної сукупності матеріальних, фінансових та інформаційних потоків, а також взаємозв'язки між засобами та інструментарієм досягнення цілей учасників логістичного циклу. Логіка створення й функціонування такого механізму полягає у виокремленні системи показників, через які буде здійснюватися логістичне управління; надання у відповідність кожному показнику певного інструментального та методичного забезпечення впливу на бізнес-процес та відповідної мети (певного рівня). Отже, саме сукупність показників (як важелів впливу) та методів впливу й являтиме собою механізм управління потоковими процесами підприємства.

Забезпечення узгодженості бізнес-процесів позитивно впливає на результати діяльності підприємства та покращує характеристики стану управління такими процесами. Разом із тим необхідним є формування обліково-аналітичного забезпечення механізму управління бізнес-процесами підприємства.

Існує доволі значний перелік досліджень, які розкривають параметри обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства та особливості формування систем моніторингу. На жаль, більшість таких розробок орієнтується на функціональний підхід до розгляду діяльності підприємства, а отже, потребує певної адаптації у напрямку врахування параметрів руху бізнес-процесів. Подібні завдання постають перед системою інформаційної логістики, яка організовує та відстежує характеристики інформаційного потоку. Разом із тим, більшість дослідників завдання інформаційної логістики зводять до формування логістичних інформаційних систем (ЛІС) як засобів збирання та обробки інформації для вирішення завдань з контролю руху матеріального потоку. Нами ж робиться акцент на розподілі характеристик інформаційного потоку вздовж руху матеріального з формуванням складу індикаторів для дослідження таких характеристик. Окрім того, сформована система обліково-аналітичного забезпечення має враховувати сценарії стратегічної поведінки підприємства в функціональних сферах логістики та орієнтуватися в своїй роботі на стан управління бізнес-процесами підприємства. З оглядом на це, пропонуємо орієнтуватися на наведений на рис. 1 склад завдань формованого обліково-аналітичного забезпечення.

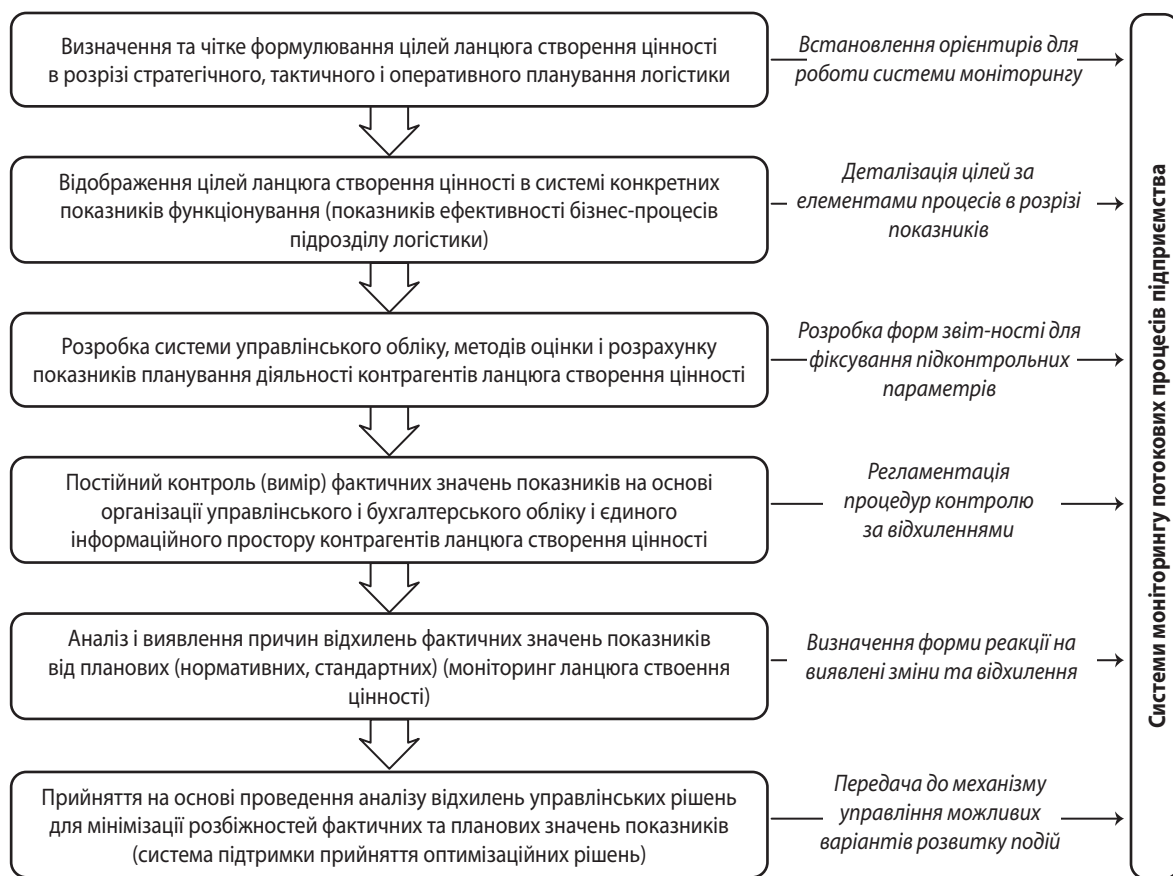


Рис. 1. Завдання та етапи формування обліково-аналітичного забезпечення управління бізнес-процесами підприємства

Безпосередня робота системи моніторингу відповідає традиційному підходу до відстеження стану контрольованих параметрів, але склад індикаторів для моніторингу та їхні цільові значення встановлюються залежно від обраного сценарію поведінки підприємства в функціональних сферах логістики. Тут зазначимо, що основним джерелом отримання відомостей про стан та перебіг бізнес-процесів є система бухгалтерського обліку підприємства [11]. Саме за її допомогою можна організувати збирання та реєстрацію інформації щодо витрат допоміжних та обслуговуючих бізнес-процесів (логістичних витрат) та аналізувати їхню ефективність. Причому принципова відмінність такого підходу до організації обліково-аналітичного забезпечення полягатиме в тому, що облік уже розглядається не як система фіксації місцезнаходження компонента виробу в кожний момент часу в конкретному місці, а як система, що відстежуватиме входи й виходи процесів та їхніх окремих елементів з одночасним встановленням правил реагування на відхилення. Основний акцент робиться на структуруванні інформації відповідно до бізнес-процесів підприємства, а не відповідно до його організаційно-штатної структури (рис. 2).

Отже, саме означене на рис. 2 структурування обліково-аналітичного забезпечення створює підґрунтя для здійснення оптимізації бізнес-процесів і досягнення їх узгодженості. При цьому досягатися буде не лише узгодженість фінансового й матеріального потоків.

Викладений матеріал є основою для формування інформаційного забезпечення управління бізнес-процесами підприємства та дозволяє регламентувати основні параметри організаційної структури підприємства як логістичної системи. Проте склад показників і критеріїв оцінки ефективності управління на кожному етапі ланцюжка створення цінності залишається недостатньо розробленим та потребує подальших досліджень.



Рис. 2. Визначення складу та структурування обліково-аналітичного забезпечення управління бізнес-процесами підприємства

Література: 1. Зборовська О. М. Системне управління потоковими процесами промислового підприємства на основі логістичного підходу : монографія / О. М. Зборовська. – Дніпропетровськ : Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля, 2011. – 312 с. 2. Поповиченко І. В. Підвищення ефективності діяльності будівельного підприємства на основі вдосконалення логістичного менеджменту : монографія / І. В. Поповиченко. – Дніпропетровськ : ПДАБА, Видавництво ПП Федорченко О.О. «Литограф», 2012. – 302 с. 3. Елиферов В. Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление : учебник / В. Г. Елиферов, В. В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 320 с. 4. Лактионова О. Е. Методы исследования операций для целей логистического управления процессами воспроизводства и обращения / О. Е. Лактионова // Экономика промышленности. – 2004. – № 5. – С. 75–80. 5. Транспортно-технологічна логістика енергоємних виробництв / Під ред. В. О. Будішевського, А. О. Суліми. – Донецьк : РВА ДонНТУ, 2003. – 302 с. 6. Мішенін Є. В. Екологоорієнтоване логістичне управління виробництвом : монографія / Є. В. Мішенін, І. І. Коблянська, Т. В. Устік та ін. ; за наук. ред. докт. екон. наук, проф. Мішеніна Є. В. – Суми : ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2013. – 248 с. 7. Математика. Математический анализ для экономистов / О. И. Веди́на, В. Н. Десни́цкая, Г. Б. Варфоломе́ева, А. Ф. Тарасюк.; [под ред. проф. Гриба А. А., доц. Тарасюка А. Ф.]. – М. : Филинь; Рилант, 2000. – 360 с. 8. Джонсон Дж. Современная логистика / Дж. Джонсон, Д. Вуд, Д. Вордлоу, П. Мерфи-мл. ; [пер. с англ.]. – 7-е изд. – М. : Вильямс, 2004. – 624 с. 9. Формування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємств та їх об'єднань : монографія / А. А. Пилипенко, І. П. Дзьобко, О. В. Писарчук ; [за заг. ред. докт. екон. наук, доцента Пилипенка А. А.]. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2011. – 344 с. 10. Ястремська О. М. Методичний підхід до стратегічного планування якості функціонування підприємства / О. М. Ястремська, Г. В. Строкович // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 4. – С. 470–483. 11. Пушкар М. С. Креативний облік (створення інформації для менеджерів) : монографія / М. С. Пушкар. – Тернопіль : Карт-Бланш, 2006. – 334 с.

References: 1. Zborovska O. M. *Systemne upravlinnia potokovymy protcesamy promysloвого pidpriemstva na osnovi lohistychnoho pidkhdou* : monohrafiia [System Management Flow Processes of Industrial Enterprise on the Basis of Logistic Approach : monograph] / O. M. Zborovska. – Dnipropetrovsk : Dnipropetrovskiy universitet imeni Alfreda Nobelii, 2011. – 312 p. 2. Popovychenko I. V. *Pidvyshchennia efektyvnosti diialnosti budivelnoho pidpriemstva na osnovi vdoskonalennia lohistychnoho menedzhmentu* : monohrafiia [The Increase of Efficiency of Activity of Construction Companies on the Basis of Improvement of Logistic Management : monograph] / I. V. Popovychenko. – Dnipropetrovsk : PDABA; Vyd-vo Fedorchenko O. O. "Lytohrاف", 2012. – 302 p. 3. Eliferov V. G. *Biznes-protsessy: Reglamentatsiya i upravlenie* :uchebnik / V. G. Eliferov, V. V. Repin. – M. : INFRA-M, 2004. – 320 p. 4. Laktionova O. E. *Metody issledovaniya operatsiy dlya tseyey logisticheskogo upravleniya protsessami vosproizvodstva I obrashcheniya* [Methods of Operations Research for Logistics Management Processes of Reproduction and Circulation] / O. E. Laktionova // Ekonomika

promyslovosti. – 2004. – No. 5. – P. 75–80. **5.** Transportno-tehnolohichna lohistyka enerhoiemnykh vyrobnytstv / Pid red. V. O. Budi-shevskoho, A. O. Sulimy. – Donetsk : RVA DonNTU, 2003. – 302 p. **6.** Mishenin Ye. V. Ekolohoorientovane lohistrychne upravlinnia vyrobnytstvom : monohrafiia / Ye. V. Mishenin, I. I. Koblianska, T. V. Ustik et al. ; za nauk. red. dokt. ekon. nauk, prof. Mishenina Ye. V. – Sumy : Drukarskyi dim «Papyrus», 2013. – 248 p. **7.** Matematika. Matematicheskiy analiz dlya ekonomistov / O. I. Vedina, V. N. Desnitskaya, G. B. Varfolomeeva et al. ; [pod red. prof. Griba A. A., dotsenta Tarasyuka A. F.]. – M. : Filin; Rilant, 2000. – 360 p. **8.** Johnson J. Sovremennaya lohistyka / J. C. Johnson, D. F. Wood, D. L. Wardlow et al. ; [per. s angl.]. – 7-e izd. – M. : Vilyams, 2004. – 624 p. **9.** *Formuvannia oblikovo-analitychnoho zabezpechennia upravlinnia vytratamy pidpriemstv ta yikh obiednan : monohrafiia* [Formation of Accounting and Analytical Support Cost Management of Enterprises and Their Associations : monograph] / A. A. Pylypenko, I. P. Dzubko, O. V. Pysarchuk ; [za zah. red. dokt. ekon. nauk, dotsenta Pylypenka A. A.]. – Kharkiv : Vyd-vo KhNEU, 2011. – 344 p. **10.** Yastremska O. M. *Metodychnyi pidkhid do stratehichnoho planuvannia yakosti funktsionuvannia pidpriemstva* [The Methodical Approach to Strategic Planning Quality of the Enterprise] / O. M. Yastremska, H. V. Strokovych // Aktualni problem ekonomiky. – 2015. – No. 4. – P. 470–483. **11.** Pushkar M. S. *Kreatyvnyi oblik (stvorenna informatsii dlia menedzheriv) : monohrafiia* [Creative Accounting (Creating Information for Managers) : monograph] / M. S. Pushkar. – Ternopil : Kart-Blansh, 2006. – 334 p.

Інформація про автора

Клімов Андрій Віталійович – канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна, e-mail: klimov2005@gmail.com).

Информация об авторе

Климов Андрей Витальевич – канд. екон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, г. Харьков, 61166, Украина, e-mail: klimov2005@gmail.com).

Information about the author

A. Klimov – Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor of the Department of Accounting, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Nauky pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: klimov2005@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р*

JEL Classification: M 15

УДК 338.512

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Лепейко Т. І.

Анотація. Досліджено підходи до управління інформаційними витратами в сучасному бізнес-середовищі. Під час дослідження було проаналізовано категорійний апарат предметної області, сформульовано визначення управління інформаційними витратами та визначено складові таких витрат. Обґрунтовано перелік підходів та технологічних інструментів, застосування яких під час управління інформаційними витратами підсилює конкурентні переваги підприємства. Встановлено особливості побудови системи управління інформаційними витратами, її складові та механізми їх взаємодії у сучасних умовах. Доведено, що така система управління має бути модифікована на різних етапах життєвого циклу продукту та підприємства.

Ключові слова: управління інформаційними витратами, інформаційна система, інформаційні ресурси.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ИЗДЕРЖКАМИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Лепейко Т. И.

Аннотация. Исследованы подходы к управлению информационными затратами в современной бизнес-среде. В ходе исследования был проведен анализ категориального аппарата предметной области, сформулировано определе-

© Лепейко Т. І., 2015



ние управления информационными расходами и определены составляющие таких расходов. Обоснован перечень подходов и технологических инструментов, применение которых при управлении информационными затратами усиливает конкурентные преимущества предприятия. Установлены особенности построения системы управления информационными затратами, ее составляющие и механизмы их взаимодействия в современных условиях. Доказано, что такая система управления должна быть модифицирована на различных этапах жизненного цикла продукта и предприятия.

Ключевые слова: управление информационными затратами, информационная система, информационные ресурсы.

PECULIARITIES OF MANAGING INFORMATION COSTS IN MODERN ECONOMY

T. Lepeyko

Abstract. Approaches to managing information costs in modern business environment have been studied. In the course of the study an analysis of categorical apparatus of the subject area has been conducted, the definition of management of information costs has been formulated and constituents of the costs have been identified. The list of approaches and technological tools, which application in managing information costs enhances the enterprise's competitive advantages, has been substantiated. The peculiarities of building a system for managing information costs, its constituents and mechanisms of interaction under modern conditions have been determined. It has been proved that such management system should be modified at different stages of the life cycle of the product and the enterprise.

Keywords: management of information costs, information system, information resources.

Сучасний етап розвитку суспільства заснований на докорінній зміні ролі інформації в його житті. Загальновідомо, що перше з початку нашої ери подвоєння знань людства відбулося в 1750 р., друге – на початку ХХ сторіччя, третє – в 1950 р. далі подвоєння знань відбувалося кожні 10 років, після 1970 р. – кожні 5 років, а після 1991 р. – щорічно. Таким чином, обсяг інформації у світі до початку ХХІ сторіччя збільшився більш ніж у 250 тис. разів. Тепер інформація перетворилася на стрижневий принцип, від якого залежать інші сучасні соціально-економічні процеси. Це пов'язано з трьома причинами: по-перше, виробництво інформації стає однією з найважливіших сфер людської діяльності (у розвинених країнах світу понад 80 % витрат у сфері виробництва у вартісному та часовому вираженні припадає на роботу з інформацією); по-друге, інформація є основою інформаційних технологій, які багато в чому визначають зміст, масштаби і темпи розвитку інших технологій, впливаючи на всі сторони життя суспільства; по-третє, виробництво інформації ініціювало інформаційний вибух.

З поширенням Інтернету почався бурхливий розвиток галузей, пов'язаних із продукуванням інформаційних продуктів як для підприємств (окремі програмні продукти та програмне забезпечення великих інформаційних систем), так і для індивідуального споживача (продукти мультимедійних електронних видань). Таким чином, прямий прояв впливу інформаційної економіки на бізнес полягає у зміні характеру взаємодій суб'єктів економіки в напрямку підвищення ефективності взаємодії, а непрямий – у підвищенні інноваційного потенціалу підприємств. За рахунок електронної прозорості світового ринку споживач отримує миттєвий доступ до інформації про будь-які товари, що веде до зростання конкуренції між виробниками і, як наслідок, – до зростання продуктивності та якості продуктів і послуг.

Посилення конкурентної боротьби у «капіталізмі без тертя», як зазначив Білл Гейтс у [1], призводить до актуалізації проблеми управління витратами на продукування, поширення та споживання інформації.

Питанням проблематики інформаційної економіки та управління інформацією присвячено багато робіт зарубіжних і вітчизняних учених, наприклад, роботи Б. Гейтса, М. Портера, Р. Коуза, Д. Тепскотта, Е. МакЕфі, О. Пушкаря, Л. Мельника, Д. Єрьоміна, А. Мартиновича, О. Замули, Б. Розенберга, В. Цветкова та ін.

Але поза зоною уваги залишаються багато дискусійних питань, що пов'язані з визначенням сутності, складових та побудовою механізму управління інформаційними затратами.

Тому метою статті є обґрунтування підходу щодо управління інформаційними витратами на рівні підприємства.

Аналіз існуючих поглядів на цю проблему дозволив визначити три групи дискусійних моментів, які потребують однозначного трактування: погляд на сутність інформаційних витрат; нова парадигма розуміння сучасного підприємства та бізнесу; підхід до управління інформаційними витратами з урахуванням сучасних реалій бізнес-середовища.

По-перше, розглянемо сучасні основи визначення сутності інформаційних витрат. В цілому можна погодитись із доробками, які викладені в роботі О. Замули [2], де вона робить висновок про ототожнення інформаційних витрат із трансакційними. Аналогічна точка зору наведена в роботі М. Шигун, в якій серед трансакційних витрат виділено інформаційні, «які включають процеси надання та отримання інформації господарюючим суб'єктом» [3, с. 1].

Але, на наш погляд, більш ґрунтовна точка зору заснована на використанні терміна «сукупна вартість володіння» (Total Cost of Ownership). Витрати в такому разі будуть складатися з таких елементів: обладнання, системне та прикладне програмне забезпечення, зовнішній консалтинг, зарплата працівників, зайнятих упровадженням і підтримкою системи, загальновиробничі витрати, асоційовані з інформаційною системою забезпечення, зовнішній консалтинг, зарплата працівників, зайнятих упровадженням і підтримкою системи, загальновиробничі витрати, асоційовані з інформаційною системою. В роботі А. Мартиновича [4] подано дещо спрощене визначення таких витрат, під якими розуміють витрати на «придбання, впровадження та використання інформаційної системи». При цьому поза увагою автора зостається сама інформація, яка може існувати в інформаційній системі, але іноді вона сама є важливим ресурсом і створює додану вартість та конкурентні переваги.

Така постановка питання допомагає перейти до обґрунтування підходу до управління. Важливим критерієм при цьому є оптимальність розміру витрат, що призводить до необхідності використання всіх управлінських функцій: планування, обліку і контролю. Необхідно вирішити питання, пов'язані з проблемою зниження сукупної вартості володіння інформаційною системою та інформацією, які заходи необхідно запровадити для отримання максимальної вигоди від використання інформаційних технологій, яким чином спланувати і знизити інформаційні витрати.

Слід зазначити досить цікавий погляд на структуру інформаційних витрат, який наведено в роботі Д. Єрьоміна [5], що для зростання ІТ-галузі необхідні такі складові: створення внутрішнього попиту на електронні послуги та товари та інтернет-інфраструктури; пошук капіталу для фінансування та запровадження сприятливих умов ведення бізнесу в ІТ-індустрії. В роботі [5] наведено цікаве порівняння різних країн за цими показниками на основі рейтингу 142 країн.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз рейтингу умов розвитку ІТ-галузі

Складові розвитку	Заходи щодо їх реалізації	Місце в рейтингу				
		Україна	США	Індія	Німеччина	Єгипет
Створення попиту	Доступність новітніх технологій	96	18	47	20	110
	Державні закупки ІТ	112	9	78	29	104
	Кількість міжнародних патентів	71	3	63	3	73
Умови ведення бізнесу	Захист інтелектуальної власності	117	28	68	13	80
	Час для початку бізнесу	91	16	99	71	24
	Державне регулювання	130	58	48	21	83
Людський капітал	Якість системи освіти	62	28	38	17	135
Фінансовий капітал	Доступність венчурного капіталу	114	12	27	37	41
Інфраструктура	Чисельність абонентів Інтернету	59	17	101	10	91

За поданими даними можна засвідчити, що Україна має показники вище середнього лише в тій частині, яка характеризує потенційні умови розвитку інформатизації: кількість міжнародних патентів, якість системи освіти та інфраструктура. Отже, якщо мається на увазі необхідність розвитку ІТ-сфери, слід зосередитись на тих витратах, які безпосередньо мають не суто економічний, а технологічний характер.

Ця точка зору опосередковано підкреслюється в роботах І. Розенберга та В. Цветкова [6]. Вони вважають, що сутність проблеми інформаційних трансакційних витрат полягає у наявності «тертя», або гальмування цілеспрямованих дій інформаційних та інтелектуальних систем, та зазначають, що проблема поширюється на всі види передачі інформації і керуючих впливів. У роботі виділяються внутрішні інформаційні трансакційні витрати, обумовлені різними факторами, серед яких відзначають: асиметрію знань, якими володіє кожен елемент системи управління; порушення синхронності в роботі компонентів і елементів; функціональну невідповідність елементів і компонент систем; структурну неузгодженість складових системи; неоднорідність пізнавальних областей елементів системи, некоректну декомпозицію системи у процесі її проектування; невідповідність функціональної та організаційної структури. Важливим висновком є те, що інформаційна або інтелектуальна система здатна за рахунок властивостей самоорганізації, адаптивності й активності мінімізувати внутрішні трансакційні витрати [6].

Зовнішні інформаційні трансакційні витрати обумовлені опором зовнішнього середовища цілеспрямованій поведінці системи, на них впливають такі фактори: неадекватний опис інформаційної ситуації, у якій знаходиться об'єкт управління; асиметрію знань, якими володіє система щодо реальної ситуації; неадекват-

ною інтерпретацією стану і динаміки об'єкта управління; необхідністю забезпечення інформаційної безпеки системи або даних.

В роботі [6, с. 161] автори зазначають свою думку щодо складових інформаційних трансакційних витрат, наводячи такий перелік додаткових витрат: усунення інформаційної асиметрії, нечіткості і невизначеності інформації; на уточнення керуючих впливів; на нейтралізацію дій зовнішнього середовища, що суперечать меті управління; на поліпшення інтерпретованості інформації та інформаційної ситуації; на синхронізацію дій; на захист інформації і даних; на поновлення втраченої інформації або її резервне копіювання.

Слід зазначити, що така точка зору деякою мірою збігається зі змістом дискусії, яка на протязі останніх років ведеться в американських дослідженнях, присвячених інформаційній економіці.

У своїй книзі «Дорога в майбутнє» Білл Гейтс назвав Інтернет фундаментом «капіталізму без тертя» (friction-free capitalism), вважаючи його новою інфраструктурою, яка має наблизити ринки до досконалої, або вільної, конкуренції Адама Сміта. Він вважав, що, Інтернет повинен стати «сполучною ланкою, універсальним посередником», що дозволяє споживачам легко порівнювати ціни, споживчі особливості і якість різних товарів, а отже, самим сприяти загостренню конкурентної боротьби між потенційними постачальниками. Все це повинно привести до «споживчої утопії», де можна вивчати, порівнювати і навіть змінювати відповідно до своїх вимог усі товари світу. За визначенням автора, це буде «рай для покупця» [1], однак цей рай для покупця обертається посиленням конкуренції, оскільки саме «тертя» в більшості випадків є синонімом прибутку.

М. Портер показав зворотну сторону «капіталізму без тертя і протиріч» у своїй полемічній статті «Стратегія та Інтернет» [7]. Він дійшов висновку, що більшість тенденцій носять негативний характер: оскільки Інтернет-технологія полегшує споживачам доступ до інформації про продукти і постачальників, зміцнюючи, з одного боку, ринкову владу покупців, а з іншого – знижуючи бар'єри для виходу на ринок. Таким чином, компанії стикаються з серйозними труднощами, намагаючись зберегти індивідуальні пропозиції у відкритій Інтернет-системі, що посилює конкуренцію та збільшує кількість конкуруючих компаній. Головний парадокс Інтернету полягає в тому, що саме його переваги (широкий доступ до інформації; полегшення здійснення покупок, маркетингу та розподілу; додаткові можливості для споживачів і продавців у галузі пошуку партнерів, здійснення угод) ускладнюють компаніям їх використання для отримання прибутку [7].

З цього випливає ще одна проблема функціонування компаній епохи Інтернету, яка безпосередньо впливає на інформаційні витрати: захист конкурентних переваг в умовах вільного обміну інформацією.

Д. Тепскотт стверджує, що в майбутньому не розглядатимуть цілісну корпорацію як стартовий майданчик для створення вартості, розподілу функцій та визначення основних напрямків діяльності на внутрішньо- і міжфірмовому рівнях. Скоріше за все таким майданчиком будуть вважати повну свободу виробництва і розподілу, орієнтовану на створення додаткової цінності для клієнта. Автор підкреслює, що такий підхід далеко виходить за рамки сучасних концепцій аутсорсингу, у компанії не буде нічого свого [8]. Л. Дауне і Ч. Муї вважають, що економіці, повністю звільненої від «тертя», не потрібні «жорсткі» компанії [9].

Слід зазначити, що в роботі [9] з посиланням на представників посткорпоративної школи стверджується, що Інтернет низив деякі трансакційні витрати, передусім пов'язані з обміном інформацією, і на цій підставі прогнозують зменшення розмірів існуючих компаній та використання «голівудської моделі» виробництва. Це веде до справдження передбачення Білла Гейтса про те, що Інтернет стане «універсальним посередником», а отже, менеджери і керовані ними компанії, як стверджує Р. Коуз в [10], повністю зникнуть.

Однак, з цим не можна цілком погодитись, оскільки Інтернет знижує трансакційні витрати на ринках, але в той же час він зменшує і витрати на координацію діяльності всередині компаній, а отже, сприяє підвищенню ефективності менеджменту, завдяки чому організація зможе виконувати ще більше операцій без додаткових витрат. Справедливим є твердження Р. Коуза про комплексні наслідки інновацій, що впливають на трансакційні витрати. Він зазначає в [10], що більшість нововведень буде міняти як організаційні витрати (всередині компанії), так і витрати на використання механізму ціноутворення, тоді вплив нововведення на розмір компанії буде залежати від його впливу на ці два види витрат.

Ендрю МакЕфі в роботі [11] вважає, що інформаційні технології можуть збільшити відносні витрати використання ринку для координації діяльності при інтеграції складних інформаційних систем. В цьому випадку ієрархія може бути ефективнішою за ринки, що веде до виникнення вертикально інтегрованих компаній.

Досить цікава точка зору на інформаційні витрати наведена також у роботі І. Скворцова та Н. Георгіаді, чій основні погляди подано на рис. 1, який запозичений в [12].

Перевагою цієї моделі є можливість математичного опису інформаційних витрат на різних етапах життєвого циклу інформаційної системи та інформаційних ресурсів.

Другою проблемою, яка вимагає узагальнення, є розуміння сучасної парадигми підприємства. Можна подати таке її трактування. По-перше, розмір підприємства в сучасних реаліях залежить від можливості

оптимізації інформаційних витрат на функціонування й управління компанією. Т. Девенпорт зазначає, що з появою інтегрованих систем управління підприємствами бізнес-процеси змінюють, підганяючи їх під існуючу систему управління [9], організовуючи так звані «компанії в коробці» [13].

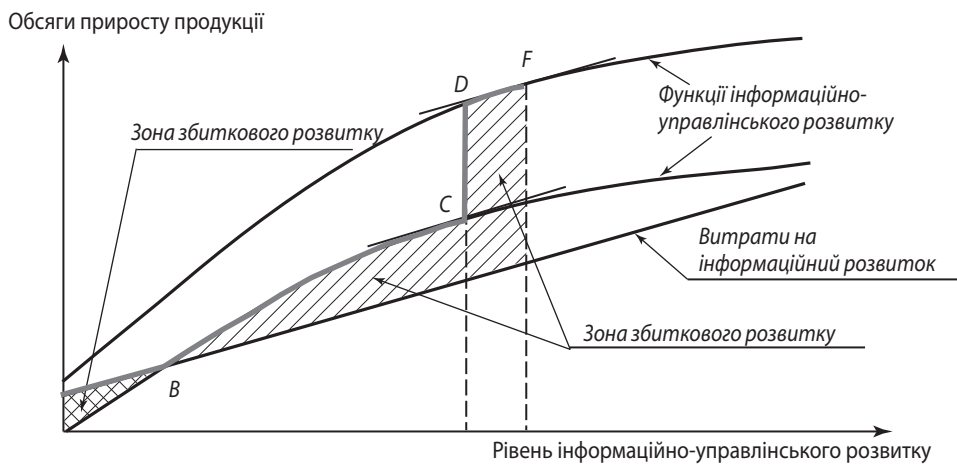


Рис. 1. **Модель організаційно-технологічного та інформаційно-управлінського розвитку підприємства**

OA – інформаційні витрати, які впливають на обсяги виготовлення продукції; B – точка переходу від збиткового до прибуткового інформаційного розвитку; C – точка максимального розвитку для визначеного організаційно-технологічного рівня; CD – перехід на новий організаційно-технологічний рівень; F – точка максимального розвитку для нового організаційно-технологічного рівня

По-друге, обмін знаннями у вільному Інтернет-просторі проходить вільно та інтенсивно. Як зазначено в [9], інновації в галузі комп'ютеризації не завжди захищені як інтелектуальна власність та широко і свідомо копіюються, часто за допомогою консалтингових компаній або бенчмаркінгових досліджень, цьому ж сприяє мобільність персоналу, який при переході з компанії до компанії переносить нові знання (інформаційні ресурси), не вимагаючи додаткових інформаційних витрат.

По-третє, слід зазначити наявність виразної тенденції до створення так званих «пустотілих компаній», які засновані на використанні механізму аутсорсингу інформаційних систем та обслуговуваних ними процесів.

По-четверте, існують також деякі парадокси, пов'язані з витратами на розвиток та функціонування інформаційних систем: дослідження компанії Форрестер Ресерч не виявило кореляції між обсягом витрат на інформаційні системи та показниками ефективності діяльності компанії. Було проаналізовано дані 291 компанії за три роки, на основі порівняння частки витрат на інформаційну систему (як відсоток від виручки) та фінансові показники діяльності (зростання доходу, прибуток на загальну вартість активів і зростання грошових потоків), і виявилось, що найгірші результати демонстрували ті компанії, у яких частка витрат на ІТ в загальному обсязі доходів була найнижчою (2,6 %), а найбільш успішні компанії мали середній показник витрат (3,3 %), ефективність компаній із найвищою часткою витрат (4,4 %) виявилася середньою [9].

Зазначимо, що такі особливості сучасної парадигми вимагають побудови системи управління, яка б мала блоки управління, спрямовані на усунення асиметрії інформації, саму інформацію та технічні засоби її обробки, технічний стан засобів інформатизації, а також стандарти та регламенти. З урахуванням вищевикладеного можна запропонувати систему управління інформаційними витратами, яку узагальнено зображено на рис. 2.

Таким чином, проведене дослідження дало змогу дійти таких висновків: по-перше, природа інформаційних витрат здебільшого носить технологічний характер; по-друге, вони обумовлені тими процесами, які протікають в Інтернет-економіці та сприяють загостренню конкуренції і зміні природи компаній; по-третє, інформаційні витрати на інновації призводять до можливості досягнення стратегічних конкурентних переваг; по-четверте, важливою складовою інформаційних витрат стають витрати на інформаційні ресурси та персонал, які повинні бути враховані в системі управління. Напрямок подальшого дослідження в цій галузі мають стати технології та інструменти управління інформаційними витратами.

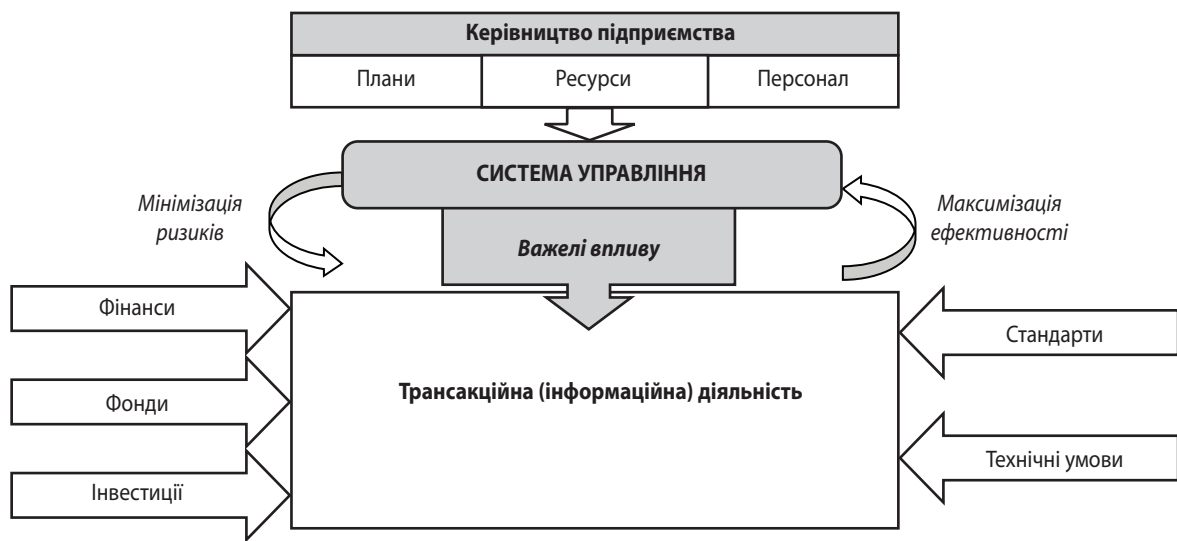


Рис. 2. Узагальнююче подання системи управління інформаційними витратами

Література: 1. Gates B. The Road Ahead, 2nd edition. New York : Penguin, 1996. – 181 p. 2. Замула О. В. Формування системи управління інформаційними витратами підприємств переробної галузі / О. В. Замула // Бізнес Інформ. – 2015. – № 4. – С. 303–310 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.business-inform.net. 3. Шигун М. М. Бухгалтерський облік трансакційних витрат: проблеми визначення поняття і класифікації / М. М. Шигун // Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу. Міжнародний збірник наукових праць. Серія «Бухгалтерський облік, контроль і аналіз». – 2009. – С. 224–234 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eztuir.ztu.edu.ua/1641/1/26.pdf>. 4. Мартынович А. ТСО, или как управлять IT-затратами / А. Мартынович // Компьютерное обозрение [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/ims/ims023.html#top>. 5. Еремін Д. Информационные технологии в Украине: Колосс на глиняных ногах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dou.ua/lenta/articles/it-in-ukraine/>. 6. Розенберг И. Н. Информационные транзакционные затраты / И. Н. Розенберг, В. Я. Цветков // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2010. – № 12 – С. 160–161 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.rae.ru/upfs/?section=content&op=show_article&article_id=1043. 7. Porter M. E. Strategy and the Internet // Harvard Business Review, 2001, March, p. 6616. 8. Hobbes R. Internet Timeline [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.org/>. 9. Карр Н. Дж. Блеск и нищета информационных технологий [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lib.rus.ec/b/>. 10. Coase R. H. The Firm, the Market and the Law / R. H. Coase // University of Chicago Press Ltd. – 1990. – 215 p. 11. McAfee A. New Technologies, Old Organizational Forms? Reassessing the Impact of IT on Markets and Hierarchies / A. McAfee // Harvard Business School Working Paper 03-078, April 2003. 12. Скворцов І. Б. Моделювання системи управління економічним розвитком підприємства / І. Б. Скворцов, Н. Г. Георгіаді // Ефективна економіка : електронне наукове фахове видання Дніпровського державного аграрного університету. – 2012. – № 1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?n=1&y=2012>. 13. Lynch K. Network Software: Finding the Perfect Fit. Inbound Logistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.inboundlogistics.com/articles/>.

References: 1. Gates B. The Road Ahead, 2nd edition. New York : Penguin, 1996, 181 p. 2. Zamula O. V. Formuvannia systemy upravlinnia informatsiynymy vytratamy pidpriemstv pererobnoi haluzi / O. V. Zamula // Biznes Inform. – 2015. – No. 4. – P. 303–310 [Electronic resource]. – Access mode : www.business-inform.net. 3. Shyhun M. M. Bukhhalterskyi oblik transaktsiinykh vytrat: problemy vyznachennia poniattia i klasyfikatsii / M. M. Shyhun // Problemy teorii ta metodologii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu. Mizhnarodnyi zbirnyk naukovykh prats. Seriya «Bukhhalterskyi oblik, kontrol i analiz». – 2009. – P. 224–234 [Electronic resource]. – Access mode : <http://eztuir.ztu.edu.ua/1641/1/26.pdf>. 4. Martynovich A. TCO, ili kak upravlyat IT-zatratami / A. Martynovich // Kompyuternoe obozrenie [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.management.com.ua/ims/ims023.html#top>. 5. Eremın D. Informatsionnye tekhnologii v Ukraine: Koloss na gliynyanykh nogakh [Electronic resource]. – Access mode : <http://dou.ua/lenta/articles/it-in-ukraine/>. 6. Rozenberg I. N. Informatsionnye tranzaktsionnye zatraty / I. N. Rozenberg, V. Ya. Tsvetkov // Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnykh i fundamentalnykh issledovaniy. – 2010. – No. 12 – P. 160–161 [Electronic resource]. – Access mode : www.rae.ru/upfs/?section=content&op=show_article&article_id=1043. 7. Porter M. E. Strategy and the Internet // Harvard Business Review, 2001, March, p. 6616. 8. Hobbes R. Internet Timeline [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.zakon.org/>. 9. Karr N. Dzh. Blesk i nishcheta informatsionnykh tekhnologiy [Electronic resource]. – Access mode : <http://lib.rus.ec/b/>. 10. Coase R. H. The Firm, the Market and the Law / R. H. Coase. – University of Chicago Press Ltd, – 1990. –



215 p. **11.** McAfee A. New Technologies, Old Organizational Forms? Reassessing the Impact of IT on Markets and Hierarchies / A. McAfee // Harvard Business School Working Paper 03-078, April 2003. **12.** Skvortsov I. B. Modeliuvannia systemy upravlinnia ekonomichnym rozvytkom pidpriemstva / I. B. Skvortsov, N. H. Heorhiadi // Efektyvna ekonomika : elektronne naukove fakhove vydannia Dniprovskoho derzhavnoho ahrarneho universytetu. – 2012. – № 1 [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=1&y=2012>. **13.** Lynch K. Network Software: Finding the Perfect Fit. Inbound Logistics [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.inboundlogistics.com/articles/>.

Інформація про автора

Лепейко Тетяна Іванівна – докт. екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та бізнесу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, м. Харків, 61116, Україна, e-mail: lepeyko.tetyana@gmail.com).

Информация об авторе

Лепейко Татьяна Ивановна – докт. экон. наук, профессор, заведующая кафедрой менеджмента и бизнеса Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, г. Харьков, 61116, Украина, e-mail: lepeyko.tetyana@gmail.com).

Information about the author

T. Lepeyko – Doctor of Sciences in Economics, Professor, Head of Management and Business Department of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Nauki pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: lepeyko.tetyana@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р*

Ефективність управління персоналом на підприємстві

JEL Classification: I 20; J 24

УДК 330.3:316.33

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ

Янковська Л. А.

Анотація. Вибір українським суспільством євроінтеграційного вектора розвитку вимагає пошуку нових підходів до організації діяльності у різних галузях народного господарства. Професійна освіта є провідним соціальним інститутом, який впливає на конкурентоспроможність різних галузей економіки та країни в цілому. Становлення в Україні економіки знань неможливе без реформування та удосконалення інституту професійної освіти. В роботі розглянуто особливості розвитку цього інституту, що, по-перше, сприятимуть формуванню у країні характерних ознак економіки знань; по-друге, враховуватимуть основні цілі стратегії «Європа-2020»; по-третє, дозволять дотримуватися пріоритетів, задекларованих у Меморандумі безперервної освіти, який було прийнято Європейським Союзом.

Ключові слова: професійна освіта, економіка знань, євроінтеграція.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Янковская Л. А.

Аннотация. Выбор украинским обществом евроинтеграционного вектора развития обуславливает необходимость поиска новых подходов к организации деятельности в различных сферах народного хозяйства. Профессиональное образование является ключевым социальным институтом, влияющим на конкурентоспособность различных отраслей экономики и страны в целом. Становление в Украине экономики знаний невозможно без реформирования и усовершенствования института профессионального образования. В работе рассмотрены особенности развития данного института, которые, во-первых, будут способствовать формированию в стране характерных признаков экономики знаний; во-вторых, согласуются с основными целями стратегии «Европа-2020»; в-третьих, позволят придерживаться приоритетов, задекларированных в Меморандуме непрерывного образования, принятом Европейским Союзом.

Ключевые слова: профессиональное образование, экономика знаний, евроинтеграция.

PECULIARITIES OF THE DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL EDUCATION IN THE KNOWLEDGE ECONOMY

L. Yankovska

Abstract. The choice of European integration vector of development made by Ukrainian society stipulates the necessity of searching for new approaches to the organization of activities in different areas of the national economy. Professional education is a key social institution affecting the competitiveness of various economic sectors and the country as a whole. Formation of the knowledge economy in Ukraine is impossible without reforming and improving the institution of professional education. The article considers peculiarities of the development of this institution, which, firstly, will contribute to forming specific features

of the knowledge economy in the country; secondly, will be consistent with the main objectives of the strategy "Europe 2020"; thirdly, will allow following the priorities declared in the Memorandum on Lifelong Learning, adopted by the European Union.

Keywords: professional education, knowledge economy, European integration.

Постановка проблеми. Українське суспільство обрало напрям майбутнього розвитку, спрямований на євроінтеграцію. Логічним підтвердженням такого вибору є підписана 27 червня 2014 року Угода про асоціацію між Європейським Союзом та Україною. Імплементация цієї Угоди передбачає необхідність переходу до європейських стандартів у багатьох галузях діяльності, звільнення від традиційних та часто неефективних підходів до вирішення проблем. Дуже важливим при цьому є визначення тенденцій розвитку економік провідних європейських країн, їх позитивного і негативного досвіду з метою його врахування на всіх економічних рівнях. Сучасним імперативом глобального розвитку у країнах Європи є економіка знань. Спрямування європейських країн до моделі економіки, орієнтованої на знання, має бути враховано і Україною в процесі її соціально-економічного розвитку.

Результати міжнародних рейтингів демонструють, що найбільш вигідні позиції Україна займає за показниками, які відображують стан розвитку освітньої системи. Так, за Індексом економіки знань (ІЕЗ), розрахованим Світовим банком, у 2012 році Україна займала 56 місце серед 145 країн світу, в той час як за Індексом освіти (який включений як складова у структуру Індeksu економіки знань) – 22 місце, що наведено на рис. 1 та рис. 2.

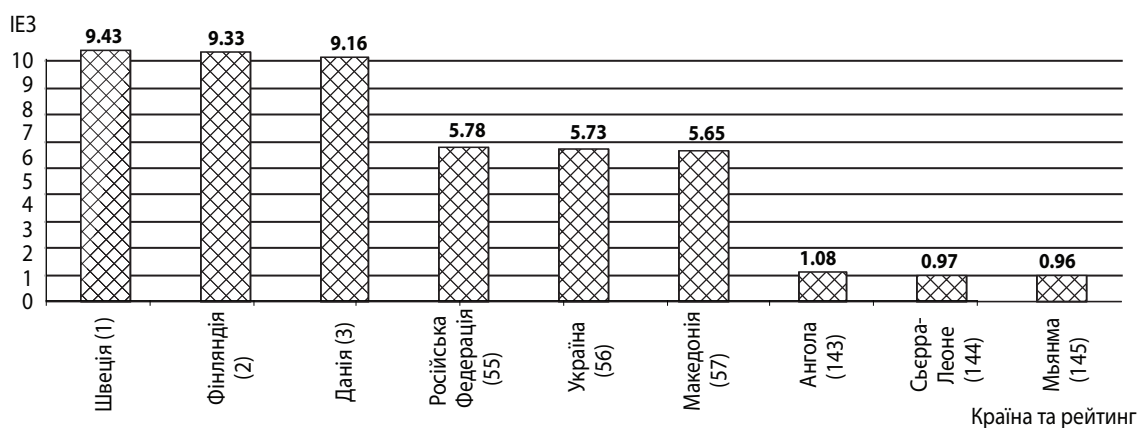


Рис. 1. Рейтинг країн світу за ІЕЗ [1]

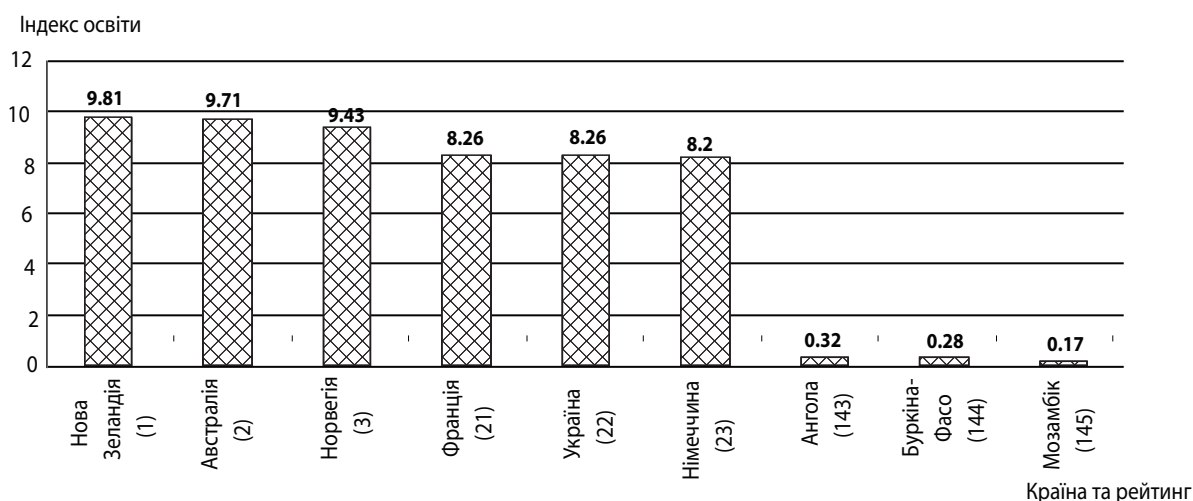


Рис. 2. Рейтинг країн світу за Індексом освіти [1]

За Індексом освіти Україна знаходиться у рейтингу поряд із такими розвиненими європейськими країнами, як Франція та Німеччина. Слід зазначити, що при розрахунку Індeksu освіти згідно з методологією Світового банку використовуються такі показники, як:

- рівень грамотності дорослого населення (розраховується як відсоток населення у віці 15 років і доросліші, які можуть усвідомлено читати і писати у процесі їх повсякденної діяльності);
- рівень середньої освіти (відсоток населення, що вступили до середніх навчальних закладів, серед усього населення відповідної вікової групи);
- рівень вищої освіти (відсоток населення, що вступили до вищих навчальних закладів, серед усього населення відповідної вікової групи) [2].

Таким чином, освітня система України може виступити джерелом конкурентних переваг, проте за умови підготовки кваліфікованих фахівців, які здатні втілити на практиці інноваційні способи роботи. Ключовим соціальним інститутом, який забезпечує суспільство кваліфікованою робочою силою, є інститут професійної освіти. Від ефективності функціонування цього соціального інституту залежить конкурентоспроможність усіх галузей економіки, рівень зайнятості населення, його доходи та багато інших соціально-економічних аспектів розвитку країни. Враховуючи те, що в Угоді про асоціацію між Європейським Союзом та Україною зазначається, що «Рада асоціації зобов'язується розглянути можливість надання інших більш сприятливих положень у додаткових сферах, зокрема можливість доступу до професійного навчання, згідно із законами, умовами та процедурами, чинними у державах-членах та в ЄС...» [3], доцільно особливу увагу приділити національній системі професійної освіти з метою утримання молодих та перспективних фахівців у країні, а не стимулювання відтоку робочої сили за кордон. Це вимагає пошуку нових підходів до професійної освіти і навчання працівників відповідно до вимог часу та особливостей того типу економіки, до побудови якого прагне Україна, тобто економіки знань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам удосконалення освіти, в тому числі професійної освіти, присвячено праці таких сучасних українських учених, як О. А. Гришнова, І. М. Грищенко, Н. Г. Ничкало, В. М. Новікова, Л. К. Семів, Е. М. Лібанова, Л. С. Лісогор, В. А. Савченко, Л. В. Шаульська. Питання розвитку економіки знань в Україні неодноразово порушувалися у дослідженнях В. М. Гейця, Б. Є. Кваснюка, В. П. Семіноженко, Л. І. Яковенко та інших дослідників. Проте і досі залишається актуальним розроблення теоретичних та практичних аспектів удосконалення професійної освіти в умовах економіки знань.

Мета статті полягає в обґрунтуванні ключових особливостей, згідно з якими повинна розвиватися професійна освіта в умовах економіки знань.

Для досягнення поставленої мети вирішено такі завдання:

- по-перше*, досліджено точки зору різних авторів щодо визначення характерних ознак економіки знань;
- по-друге*, розглянуто характеристики професійної освіти та функції, які вона виконує в умовах індустріальної економіки;
- по-третьє*, обґрунтовано особливості розвитку професійної освіти, які сприятимуть становленню економіки знань в Україні.

Виклад основного матеріалу. Як зазначає В. М. Геєць, «економіка знань як багатовимірна категорія пов'язана в сучасному вимірі, перш за все, з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, що охопили більшість сфер людської діяльності, з включенням більшості людей у процес діяльності з формуванням і використанням нових знань на відміну від домінуючого раніше буденного знання, з масовим використанням можливостей культурного та духовного збагачення глобалізованого світу, що несе в собі можливості нагромадження та обміну новими знаннями як науково-технічного, так і гуманітарного змісту» [4, с. 33]. Висвітлюючи основні риси економіки знань, Б. Мільнер робить акцент на прискореному використанні нематеріальних активів, а також ролі інформаційних мереж у виробництві, розподілі та застосуванні знань [5, с. 37]. Л. І. Яковенко пропонує розглядати економіку знань як таку, що поєднує в собі риси постіндустріальної, глобальної, мережевої, інформаційної та інноваційної [6, с. 141]. На думку Т. М. Корнеєвої, основою економіки знань виступає національна інноваційна система, яка сприяє тому, що «у складі виробленої продукції (послуги) зростає частка доданої вартості за рахунок інтелектуальної складової та змінюється характер людської праці на користь творчої та інтелектуальної діяльності» [7, с. 7]. Таким чином, серед характерних ознак економіки знань як різновиду типів постіндустріальних економік вчені виокремлюють такі:

- інтеграція освіти, науки та інновацій, які формують «трикутник знань», що являє собою рушійну силу економічного розвитку;
- наявність розвиненої інформаційно-технологічної інфраструктури, яка забезпечує зберігання, розповсюдження, обмін знаннями, процеси трансферу знань;
- активний розвиток сфери послуг, яка вже не є другорядною, а відіграє провідну роль у підвищенні конкурентоспроможності країни;
- інтелектуалізація праці, яка обумовлена розвитком науково-технічного прогресу та ускладненням технологій виробництва усіх видів продукції, що, у свою чергу, значно впливає на зміни у структурі зайнятості населення;
- широке застосування нематеріальних активів як ключових факторів виробництва;

– переважання п'ятого та шостого технологічних укладів у структурі галузей економіки, підвищення наукоємності продукції [4–6; 8; 9].

Формування наведених характерних ознак в українській економіці неможливе без перебудови підходів до професійної освіти.

На провідній ролі професійної освіти в економічному розвитку країни наголошують різні автори. Так, О. С. Падалка, І. С. Каленюк зазначають, що «чим вищим буде рівень освіченості всіх зайнятих, тим більш високими є потенційні можливості для зростання продуктивності праці в національній економіці і тим більшим буде сукупний дохід суспільства» [10, с. 6].

Для професійної освіти в умовах індустріальної економіки характерним є централізований механізм прийняття рішень. Внаслідок цього професійна освіта позбавлена гнучкості та можливості вчасного реагування на швидкі зміни вимог часу. До традиційних функцій професійної освіти відносяться: функція соціалізації, пізнавальна, виховна, впливу на соціальну структуру суспільства [10]; педагогічна, економічна, соціальна [11]; функція історичного наслідування [12]. Проте соціально-економічні трансформації, що відбуваються у суспільстві, вимагають радикальної зміни підходів до розвитку сучасної професійної освіти в Україні, що автоматично призведе і до зміни її функцій.

Історичні та економічні аспекти розвитку освіти в цілому та професійної освіти як її складової розглядаються у працях сучасних учених. Так, М. Кім та І. Давидова наголошують на тому, що освіта, незалежно від етапу економічного розвитку суспільства, виконує такі основні функції, як забезпечення розвитку людини як особистості та задоволення потреб господарського розвитку [13]. При цьому, на думку вказаних авторів, основні відмінності полягають у різному співвідношенні ролі та пріоритетності цих функцій. Так, на індустріальному етапі розвитку переважає функція задоволення потреб господарського комплексу, в той час як для постіндустріального етапу характерно акцентування на всебічному розвитку особистості. Оскільки економіка знань є одним із типів постіндустріальних економік, то для неї також буде характерною пріоритетність першої функції освіти.

Розглядаючи особливості розвитку професійної освіти в умовах економіки знань, доцільно прийняти до уваги схвалений Європейською Комісією Меморандум навчання протягом усього життя, а також задекларовані у стратегії соціально-економічного розвитку «Європа 2020» пріоритети розвитку. Так, у першому документі зазначено основні європейські орієнтири в галузі освіти на найближче майбутнє, а саме:

- нові базові знання та навички для всіх;
- зростання інвестицій у людські ресурси;
- розвиток інноваційних методик викладання та навчання;
- нова система проведення оцінки отриманої освіти;
- розвиток таких методів навчання, як наставництво та консультування;
- наближення освіти до місця розташування того, хто навчається [14].

Основними пріоритетами європейського розвитку згідно зі стратегією «Європа 2020» є розумне, стале та всеохоплююче зростання [15].

Таким чином, особливості розвитку професійної освіти у перспективі мають бути орієнтовані на формування та підтримку характерних ознак економіки знань, а також враховувати наведені вище документи, що зображено на рис. 3.

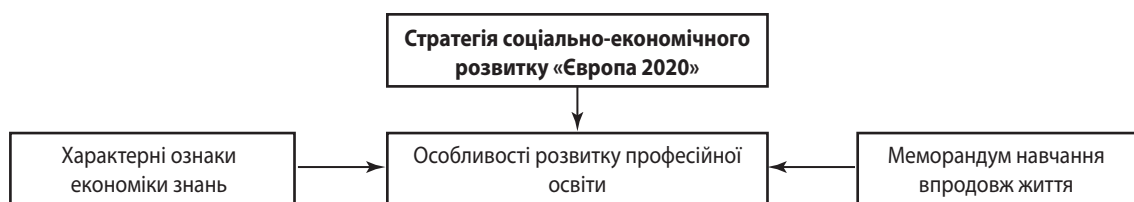


Рис. 3. Підґрунтя визначення особливостей розвитку професійної освіти в умовах економіки знань

Враховуючи наведене вище, можна сформулювати такі особливості розвитку професійної освіти в умовах економіки знань:

– безперервність – забезпечує відповідність кваліфікації працівників новим технологічним укладам, що розвиваються; сприяє підвищенню рівня зайнятості населення як невід’ємної складової досягнення всеохоплюючого зростання; сприяє та базується на активному застосуванні таких технологій навчання, як наставництво та коучинг, оскільки вони є індивідуально спрямованими та, як правило, застосовуються стосовно вже працюючих фахівців;

– орієнтація на компетентнісний підхід – сприяє більш ефективному використанню людських ресурсів за рахунок наявності у них практично-значущих професійних компетентностей, що є невід’ємною умовою сталого соціально-економічного зростання; обумовлює примноження людського інтелектуального капіталу та нематеріальних активів суб’єктів господарювання; потребує перебудови процедур оцінювання результатів професійної освіти і навчання з урахуванням інтелектуалізації праці;

– інноваційність – передбачає широке застосування нових методів викладання; обумовлює реалізацію зв’язків між освітою, наукою та інноваціями за моделлю так званого «трикутника знань»; забезпечує передумови для розумного зростання;

– охоплення всіх вікових груп працівників – визначає зростання інвестицій у людські ресурси; стимулює розвиток ринку освітніх послуг за рахунок розширення недержавного сектора, різних видів неформального навчання; підвищує рівень зайнятості населення, що є важливим для досягнення цілі всеохоплюючого зростання;

– активне застосування інформаційно-комунікаційних технологій – надає можливості реалізації переваг дистанційного електронного навчання (e-learning) та наближення освіти до місця розташування тих, хто навчається; забезпечує інфраструктурну підтримку для розумного та сталого соціально-економічного зростання.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Нові тенденції соціально-економічного розвитку країни вимагають інституційних змін на всіх рівнях. Одним із провідних соціальних інститутів, який впливає на соціальні та економічні процеси у суспільстві, є інститут професійної освіти. Відповідно до трансформацій типів економік та переходу від індустріального до постіндустріального суспільства відбуваються і трансформації підходів до професійної освіти. В умовах становлення економіки знань та євроінтеграції України розвиток професійної освіти повинен мати певні особливості, обумовлені не тільки характерними ознаками цього типу економіки, але й основними європейськими тенденціями в цій галузі. Врахування цих особливостей при визначенні напрямів удосконалення професійної освіти може бути застосовано у подальших дослідженнях з метою розроблення конкретних практичних рекомендацій щодо управління системою професійної освіти на макро-, мезо- та мікроекономічному рівнях.

Література: 1. KEI and KI Indexes 2012. Knowledge for Development (K4D) / World Bank Group, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://info.worldbank.org>. 2. Knowledge Assessment Methodology 2012. Knowledge for Development (K4D) // World Bank Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/WBI/WBIPROGRAMS/KFDLP/EXTUNIKAM/0,,menuPK:1414738~pagePK:64168427~piPK:64168435~theSitePK:1414721,00.html>. 3. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011. 4. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України : В 3 т. Т.1 : Економіка знань – модернізаційний проект України / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б. Є. Кваснюка. – К. : Фенікс, 2007. – 544 с. 5. Мильнер Б. З. Управление знаниями в инновационной экономике : учебник / Под ред. Б. З. Мильнера. – М. : Изд-во «Экономика», 2009. – 599 с. 6. Яковенко Л. І. Інноваційний характер економіки знань / Л. І. Яковенко // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2010. – № 2. – С. 141–145. 7. Корнеева Т. М. Державна політика у сфері економіки знань : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 / Т. М. Корнеева. – К., 2010. – 28 с. 8. Пальчук О. І. Роль інтелектуальної власності в реалізації стратегії економічного розвитку в економіці знань / О. І. Пальчук // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 9 (171). – С. 42–49. 9. Пономаренко В. С. Підготовка фахівців з вищою освітою для економіки знань / В. С. Пономаренко // Управління розвитком. – 2006. – № 2. – С. 3–6. 10. Падалка О. С. Економіка освіти та управління / О. С. Падалка, І. С. Каленюк. – К. : Педагогічна думка, 2013. – 184 с. 11. Смирнов И. П. Экономическая функция профессионального образования / И. П. Смирнов. – М. : Социальный проект, 2007. – 298 с. 12. Гарибова Л. В. Социальная ценность высшего профессионального образования / Л. В. Гарибова // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2007. – № 1 (10). – С. 84–85. 13. Кім М. Взаємозв’язок між ступенем економічного розвитку і професійною освітою в Україні / М. Кім, І. Давидова // Україна: аспекти праці. – 2014. – № 4. – С. 19–26. 14. A Memorandum on lifelong learning. – Brussels: Commission of the European Communities, 2000. – 36 p. 15. Europe 2020. A European Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth / Europa.eu: the official website of the European Union [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>.

References: 1. KEI and KI Indexes 2012. Knowledge for Development (K4D) / World Bank Group, 2012 [Electronic resource]. – Access mode : <http://info.worldbank.org>. 2. Knowledge Assessment Methodology 2012. Knowledge for Development (K4D) // World Bank Group [Electronic resource]. – Access mode : <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/WBI/WBIPROGRAMS/KFDLP/EXTUNIKAM/0,,menuPK:1414738~pagePK:64168427~piPK:64168435~theSitePK:1414721,00.html>. 3. Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiie storony, ta Yevropeiskym Soiuzom, Yevropeiskym spivtovarystvom z atomnoi enerhii i yikhnimy derzhavamy-



chlenamy, z inshoi storony [Electronic resource]. – Access mode : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011. **4.** Stratehichni vykylyky XXI stolittia suspilstvu ta ekonomitsi Ukrainy : V 3 t. T. 1 : Ekonomika znan – modernizatsiyni proekt Ukrainy / Za red. akad. NAN Ukrainy V. M. Heitsia, akad. NAN Ukrainy V. P. Semynozhenka, chl.-kor. NAN Ukrainy B. Ye. Kvasniuka. – K. : Feniks, 2007. – 544 p. **5.** Milner B. Z. Upravlenie znaniyami v innovatsionnoy ekonomike : uchebnik / Pod red. B. Z. Milnera. – M. : Izd-vo «Ekonomika», 2009. – 599 p. **6.** Yakovenko L. I. *Innovatsiyni kharakter ekonomiky znan* [The Innovative Nature of the Knowledge Economy] / L. I. Yakovenko // Visnyk Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii. – 2010. – No. 2. – P. 141–145. **7.** Kornieieva T. M. Derzhavna polityka u sferi ekonomiky znan : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spets. 08.00.03 / T. M. Kornieieva. – K., 2010. – 28 p. **8.** Palchuk O. I. *Rol intelektualnoi vlasnosti v realizatsii stratehii ekonomichnoho rozvytku v ekonomitsi znan* [The Role of Intellectual Property in the Implementation of Economic Development Strategies in the Knowledge Economy] / O. I. Palchuk // Aktualni problemy ekonomiky. – 2015. – No. 9 (171). – P. 42–49. **9.** Ponomarenko V. S. *Pidhotovka fakhivtsiv z vyshchoiu osvitoiu dlia ekonomiky znan* [Training of Specialists with Higher Education for the Knowledge Economy] / V. S. Ponomarenko // Upravlinnia rozvytkom. – 2006. – № 2. – P. 3–6. **10.** Padalka O. S. Ekonomika osvity ta upravlinnia / O. S. Padalka, I. S. Kaleniuk. – K. : Pedagogichna dumka, 2013. – 184 p. **11.** Smirnov I. P. Ekonomicheskaya funktsiya professionalnogo obrazovaniya / I. P. Smirnov. – M. : Socialnyy proekt, 2007. – 298 p. **12.** Garibova L. V. *Socialnaya tsennost vysshego professionalnogo obrazovaniya* [The Social Value of Higher Education] / L. V. Garibova // Vestnik Severo-Kavkazskogo gosudarstvennogo tehnikeskogo universiteta. – 2007. – No. 1 (10). – P. 84–85. **13.** Kim M. *Vzaimozv'язok mizh stupenem ekonomichnoho rozvytku i profesiinoiu osvitoiu v Ukraini* [The Relationship between the Degree of Economic Development and Vocational Education in Ukraine] / M. Kim, I. Davydova // Ukraina: aspekty pratsi. – 2014. – No. 4. – P. 19–26. **14.** A Memorandum on lifelong learning. – Brussels: Commission of the European Communities, 2000. – 36 p. **15.** Europe 2020. A European Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth / Europa.eu: the official website of the European Union [Electronic resource]. – Access mode : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>.

Інформація про автора

Янковська Лариса Анатоліївна – докт. екон. наук, професор, ректор ПВНЗ «Львівський університет бізнесу та права» (вул. Кульпарківська, 99, м. Львів, 79021, Україна).

Інформация об авторе

Янковская Лариса Анатольевна – докт. экон. наук, профессор, ректор ЧВУЗ «Львовский университет бизнеса и права» (ул. Кульпарковская, 99, г. Львов, 79021, Украина).

Information about the author

L. Yankovska — Doctor of Sciences in Economics, Professor, Rector of Lviv University of Business and Law (Kulparkivska vul., 99, Lviv, 79021, Ukraine)

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р*

JEL Classification: D83; I25

УДК 658.336:377.44

ОЦІНЮВАННЯ ОЗНАК РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗНАТЬ У СТРУКТУРІ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ

Мартиненко М. В.

Анотація. Висвітлено основні етапи розробленого автором методичного підходу до оцінювання розвитку системи організаційних знань у структурі професійної освіти. Обґрунтовано перелік ознак розвитку системи організаційних знань. Запропоновано сукупність показників, які відображають ступінь прояву ознак розвитку системи організаційних знань на досліджуваних суб'єктах господарювання. Побудовано індекс розвитку системи організаційних знань за ознаками та розраховано його значення для досліджуваних суб'єктів господарювання м. Харкова. Висвітлено перспективи застосування отриманих значень індексів розвитку системи організаційних знань за ознаками для порівняльного аналізу суб'єктів господарювання.

Ключові слова: система організаційних знань, професійна освіта, оцінювання, розвиток.

© Мартиненко М. В., 2015

ОЦЕНИВАНИЕ ПРИЗНАКОВ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ЗНАНИЙ В СТРУКТУРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Мартыненко М. В.

Аннотация. Представлены основные этапы разработанного автором методического подхода к оцениванию развития системы организационных знаний в структуре профессионального образования. Обоснован перечень признаков развития системы организационных знаний. Предложены показатели, которые отражают степень проявления признаков развития системы организационных знаний на исследуемых субъектах хозяйствования. Построен индекс развития системы организационных знаний в соответствии с признаками развития и рассчитаны его значения для субъектов хозяйствования г. Харькова. Освещены перспективы использования полученных значений индексов развития системы организационных знаний в соответствии с признаками развития для сравнительного анализа субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: система организационных знаний, профессиональное образование, оценивание, развитие.

EVALUATING THE DEVELOPMENT SIGNS OF THE ORGANIZATIONAL KNOWLEDGE SYSTEM IN THE STRUCTURE OF PROFESSIONAL EDUCATION

M. Martynenko

Abstract. The main stages of the elaborated by the author methodical approach to evaluating the development of organizational knowledge system in the structure of professional education have been presented. The list of development signs of organizational knowledge system has been substantiated. The indicators reflecting the degree of manifestation of development signs of the organizational knowledge system at the studied entities have been proposed. The development index of the organizational knowledge system in accordance with the development signs has been built, and its values for economic entities of Kharkiv have been calculated. The prospects for using the obtained values of the development indices of the organizational knowledge system in accordance with the development signs for the comparative analysis of economic entities have been highlighted.

Keywords: organizational knowledge system, professional education, evaluation, development.

Постановка проблеми. Сучасні суб'єкти господарювання функціонують в умовах невизначеності, швидкозмінного зовнішнього середовища, стрімкого розвитку науково-технічного прогресу, що супроводжується явищем інтелектуалізації праці у всіх галузях економіки. За таких умов традиційні шляхи забезпечення конкурентоспроможності на основі володіння значними матеріальними ресурсами втрачають свою дієвість. Виникає необхідність пошуку нових підходів до створення конкурентних переваг, які базуються на формуванні інтелектуального капіталу, нематеріальних активів, організаційних знань. Провідну роль у цьому процесі відіграє об'єднання науки, освіти та інновацій, яке широко обговорюється у науковій літературі та отримало назву так званого «трикутника знань». Таке об'єднання потребує нових способів взаємодії між науковими установами, вищими та професійно-технічними навчальними закладами і суб'єктами господарювання. Розвиток соціально-економічних систем, які би сприяли інтеграції складових трикутника знань, може забезпечити цю взаємодію. Однією із таких систем є система організаційних знань (СОЗ), в межах якої акумулюються інтелектуальні активи та створюються ключові організаційні компетентності суб'єкта господарювання. Підґрунтям для розроблення теоретичних та практичних рекомендацій із розвитку СОЗ є оцінювання її поточного стану. Незважаючи на значну кількість наукових праць, присвячених дослідженню особливостей розвитку інтелектуальних активів, інтелектуального капіталу, організаційних знань, пошук обґрунтованих підходів до оцінювання їх розвитку і досі залишається актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підходи до оцінювання інтелектуального капіталу розглядалися у працях таких учених, як Дж. Гелбрейт, Е. Брукінг, Л. Едвінсон, О. Кендюхов, О. Ястремська, Н. Гавкалова, Н. Маркова, О. Бутнік-Сіверський, В. Петренко, С. Хомич та ін. Певну увагу визначенню вартості інтелектуальних активів суб'єктів господарювання приділили К. Свейбі, Л. Едвінсон, І. Жураковська, С. Легенчук, Г. Швиданенко, Т. Бойко, В. Платонов, А. Козирев, В. Макаров. Методи оцінки організаційних знань висвітлюються у працях І. Нонаки, Х. Такеучі, Дж. Спендера та інших учених. У той же час не існує чіткого бачення щодо оцінювання ступеня прояву ознак розвитку СОЗ як єдиного цілого. Потребують дослідження і шляхи удосконалення професійної освіти на основі організаційних знань.

Мета статті полягає у розробленні методичного підходу до оцінювання ознак розвитку системи організаційних знань у структурі професійної освіти працівників.

Виклад основного матеріалу. Оцінювання є першим та обов'язковим етапом формування будь-яких рекомендацій, оскільки надає можливість дослідникові створити уяву про поточний стан речей. Для оцінювання розвитку СОЗ суб'єктів господарювання дуже важливим є виявлення ознак такого розвитку.

У дослідженнях, присвячених питанням розвитку систем, існують різні точки зору щодо виділення його критеріїв, або ознак. І. В. Прангішвілі називає такі критерії розвитку системи: збільшення порядку, зростання організованості, збільшення інформації, зменшення ентропії системи [1]. Проте цей перелік критеріїв може бути зведений до одного з названих, оскільки всі чотири критерії взаємопов'язані. Так, збільшення інформації у системі однозначно означає зменшення у ній ентропії та зростання організованості, що призводить до встановлення порядку.

В. М. Казієв виокремлює такі основні ознаки систем, що розвиваються:

- довільна зміна стану системи;
- протидія (реакція) впливу оточуючого середовища (інших систем), що призводить до зміни первинного стану середовища;
- постійний потік ресурсів (постійна робота по їх перетіканню «середовище-система»), спрямований проти врівноважування їх потоку з оточуючим середовищем [2].

Погоджуючись в цілому з тим, що системи, які розвиваються, мають наведені ознаки, слід зазначити сумнівність зворотного твердження. Тобто не можна за наведеними ознаками робити висновок про те, що якщо вони притаманні системі, то вона розвивається. Такі ознаки можуть спостерігатися у відкритих динамічних системах навіть тоді, коли в них не відбувається якісних змін та вирішення протиріч, що є обов'язковими умовами розвитку систем. Отже, перелік ознак, запропонований В. М. Казієвим, не може бути використаний у цьому дослідженні для діагностики наявності розвитку СОЗ.

Л. Г. Мельник наголошує на тому, що під розвитком системи можливо розуміти тільки такі зміни, котрі одночасно характеризуються незворотністю, спрямованістю та закономірністю; цей автор також згадує класичну інтерпретацію сутності розвитку, яка ґрунтується на тріаді, запропонованій Ч. Дарвініним, а саме: мінливість, спадковість, відбір [3]. У процесі ретельного дослідження О. В. Раєвнева запропонувала розглядати тріаду впливи–протиріччя–розвиток, обґрунтувавши значну роль протиріч як джерел розвитку систем [4]. Таким чином, загальними ознаками розвитку для всіх систем є їх якісні зміни та вирішення протиріч, які стимулюють такі зміни.

Враховуючи наведені вище міркування, в цьому дослідженні за основу пропонується прийняти точки зору Л. Г. Мельника, О. В. Раєвневої та певні пропозиції І. В. Прангішвілі про те, що зміни у системі мають характер розвитку на основі таких ознак (критеріїв): незворотність, спрямованість, закономірність, мінливість, спадковість, відбір, наявність якісних змін та вирішення протиріч.

Оскільки однією із ключових ознак розвитку систем є їх якісні зміни, доцільно приділити увагу особливостям якісних змін та їх проявам у процесі розвитку СОЗ. Якісні зміни часто ототожнюють зі структурними змінами. Така точка зору висловлювалась і в роботах сучасних учених. Наприклад, Т. Бакіна вважає структурні зміни різновидом якісних, зазначаючи при цьому, що «основою розвитку є структурна зміна елементів економічної системи» [5, с. 40]. З іншого боку, «розвиток передбачає зміни, спрямовані на ускладнення структури системи, виникнення нових взаємодій та функцій елементів і всієї системи» [6, с. 206]. Поняття інтеграції трактується як об'єднання економічних суб'єктів, поглиблення їх взаємодії, розвиток зв'язків між ними [7]. М. Ю. Прокоф'єва також розглядає інтеграцію з комплексних позицій, зазначаючи, що вона, з одного боку, відображує стан цілісності з такими характеристиками, як взаємозв'язок, взаємодія та взаємопроникнення, а з іншого боку – процес, що полягає у злитті в єдине ціле раніше диференційованих елементів, що обумовлює виникнення нових якісних можливостей цієї цілісності та зміни властивостей її елементів, а також складає основу механізму розвитку системи [8]. Отже, інтеграція та структурні якісні зміни у системі нерозривно пов'язані між собою і, в свою чергу, є ознаками її розвитку. В цьому дослідженні основну увагу приділено інтеграції СОЗ у структуру професійної освіти працівників промисловості. Враховуючи наведені вище трактування сутності інтеграції, інтеграція СОЗ і професійної освіти передбачає зміцнення їх взаємних зв'язків, оснований на безперервній взаємодії. Така інтеграція здатна призвести до суттєвих структурних змін як в самій СОЗ, так і в професійній освіті. Враховуючи вищезазначене, доцільно визначити, що специфічною ознакою розвитку СОЗ є її якісні зміни на основі інтеграції у структуру професійної освіти. У табл. 1 наведено основні ознаки розвитку СОЗ у структурі професійної освіти працівників промисловості та розкрито особливості прояву цих ознак.

Для оцінювання перелічених ознак розвитку СОЗ у структурі професійної освіти необхідно обґрунтувати перелік показників, які б характеризували ступінь прояву цих ознак.

Основні ознаки розвитку СОЗ у структурі професійної освіти

Ознака	Особливості прояву ознаки розвитку СОЗ
Незворотність	Будь-яка інформація, яка поступає у систему ззовні, зв'язується з носіями інформації і знань в організації і включається в бізнес-процеси, перетворюється на організаційні знання та безповоротно змінює систему
Спрямованість	Розвиток СОЗ може бути як прогресивним, так і регресивним, отже, залежно від вектора такого розвитку визначається його спрямованість
Закономірність	У процесі розвитку системи зберігаються певні стійкі зв'язки між її елементами, які можуть бути виражені у збереженні взаємозалежностей та співвідношень між показниками, які ці елементи характеризують
Мінливість	Зміни у СОЗ можуть відбуватися з різною швидкістю, залежно від якої мінливість виражена більшою або меншою мірою
Спадковість	Ця ознака залежить від пам'яті СОЗ, втіленням якої є усі види сховищ даних та інформації, а також канали обміну ними. Ефективність використання пам'яті СОЗ, а отже, і ступінь прояву спадковості можуть бути охарактеризовані доступністю інформації і знань, що зберігаються на різних носіях, для працівників, а також тим, наскільки часто працівники використовують такі знання
Відбір	Ця ознака проявляється за наявності у суб'єктів господарювання механізмів відбору найбільш значущих для підвищення конкурентоспроможності інноваційних знань
Якісні зміни на основі інтеграції СОЗ у структуру професійної освіти	Інтеграція СОЗ у структуру професійної освіти відбувається на трьох економічних рівнях: 1) на макроекономічному рівні вона характеризується ступенем урахування організаційних знань при розробці професійних стандартів; 2) на мезоекономічному рівні – ступенем участі суб'єктів господарювання у соціальному партнерстві в галузі професійної освіти; 3) на мікроекономічному рівні – ступенем урахування виробничих потреб та ключових організаційних компетенцій, які визначають конкурентоспроможність суб'єктів господарювання, в процесі професійного навчання на виробництві. Така інтеграція обумовлює якісні зміни у професійній освіті і в СОЗ та приводить до розвитку останньої
Вирішення протиріч	Внаслідок реалізації якісних змін, наведених вище, вирішуються протиріччя на трьох економічних рівнях: на макроекономічному рівні – протиріччя між швидкими змінами та оновленням професійних знань внаслідок науково-технічного прогресу та повільними змінами державних стандартів вищої і професійно-технічної освіти; – на мезоекономічному рівні – між незадоволеною потребою роботодавців у кваліфікованій робочій силі на ринку праці в галузі промисловості та пасивною участю представників суб'єктів господарювання промисловості у різних формах соціального партнерства у професійній освіті; – на мікроекономічному рівні – між необхідністю підвищувати рівень конкурентоспроможності суб'єктів господарювання за рахунок безперервного професійного навчання працівників та орієнтацією суб'єктів господарювання на економію коштів за рахунок скорочення витрат на професійне навчання власних працівників

Так, незворотність передбачає неможливість СОЗ повернутися до її попереднього стану. Ця ознака розвитку СОЗ може бути визначена на основі такого показника, як період напіврозпаду організаційних знань (PH_{oz}), який відображує часовий проміжок, упродовж котрого професійно важливі знання втрачають актуальність на 50 %, отже, вони не можуть бути використані так, як раніше. Цим обґрунтовано і неможливість повернення СОЗ до попереднього стану. Визначення періоду напіврозпаду організаційних знань проводиться шляхом опитування керівників та працівників суб'єктів господарювання та розрахунку значення відповідного показника PH_{oz} як середнього значення серед тих часових періодів, які були названі респондентами. Інший показник, який непрямим чином обумовлює незворотність розвитку СОЗ, – це коефіцієнт загального обороту кадрів (K_3). Оскільки частина організаційних знань невід'ємно пов'язана із персоніфікованими носіями, тобто працівниками, то звільнення працівників обумовлює і незворотну втрату цієї частини організаційних знань. У той же час прихід нових працівників сприяє привнесенню нових знань. Коефіцієнт загального обороту кадрів розраховується як відношення загальної кількості прийнятих та звільнених працівників за певний період до середньооблікової кількості працівників за відповідний період. Чим вище K_3 і чим менший PH_{oz} , тим швидше будуть відбуватися незворотні трансформаційні процеси у СОЗ.

Основу спадковості в процесі розвитку СОЗ складає пам'ять цієї системи. Визначення інтенсивності використання пам'яті СОЗ можливо шляхом опитування працівників щодо існування в межах суб'єкта господарювання баз даних та знань, до яких вони можуть звертатися у разі виробничої необхідності, обізнаності працівників про можливості отримання необхідної їм професійної інформації, наявності механізмів передавання професійних знань від більш досвідчених працівників новачкам.

Спрямованість розвитку СОЗ визначається одночасним впливом ключових параметрів порядку, до яких відносяться освіта і професійне навчання, наука та інновації, інформаційно-комунікаційні технології та корпоративна культура, що обґрунтовано у праці [9]. Вплив параметрів порядку обумовлює розвиток СОЗ за напрямками, з метою оцінювання якого автором запропоновано розраховувати Індекс розвитку організаційних знань (ІРОЗ) та Індекс розвитку СОЗ за напрямками ($IPCOZ_n$), методика розрахунку, склад субіндексів та значення якого для низки суб'єктів господарювання Харкова та Харківської області ретельно викладено у праці [10]. Такий вплив обумовлює формування сумарного вектора розвитку СОЗ. Знак цього вектора характеризує спрямованість, тобто прогресивний чи регресивний розвиток. Разом зі спрямованістю доцільно визначити мінливість розвитку СОЗ, яка може бути охарактеризована таким показником, як швидкість змін. Для визначення спрямованості і швидкості змін у процесі розвитку СОЗ може бути використаний метод регресійного аналізу. Коефіцієнт лінійної регресії, отриманий під час аналізу значень $IPCOZ_n$ у динаміці по роках, показує одночасно і напрям змін, і їх швидкість.

Наступна ознака розвитку СОЗ – це закономірність змін. Для визначення закономірності доцільно проаналізувати, чи існує взаємозалежність між співвідношенням субіндексів $IPCOZ_n$ у динаміці по роках. З цією метою у роботі застосовано метод кореляційного аналізу. Чим вищим буде коефіцієнт кореляції при виявленні взаємозалежностей субіндексів цього індексу, тим більше виражена закономірність змін. Для кількісної характеристики закономірності розвитку СОЗ пропонується використати середні значення коефіцієнтів кореляції, які відображують закономірності співвідношення субіндексів у межах $IPCOZ_n$, за 2007–2014 роки.

Для дослідження ознаки відбору у процесі розвитку СОЗ доцільно визначити, чи втілюються в межах суб'єкта господарювання процеси відбору тих видів знань, які здатні забезпечити йому прогресивний розвиток. Першочергову роль при цьому відіграють усі види інновацій. Отже, оцінюючи процеси відбору знань, доцільно основну увагу приділити саме інноваційним організаційним знанням. Результати такого оцінювання пропонується представити як показник відбору організаційних знань (B_{oz}), значення якого може бути отримано під час експертного опитування. Середній бал, отриманий за кожним суб'єктом господарювання в результаті аналізу відповідей експертів, представляє собою значення B_{oz} . Чим більшою мірою приділяється увага відбору інноваційних організаційних знань, тим вищим балом оцінюється цей процес, тобто значення B_{oz} буде вищим.

Найважливішою ознакою розвитку СОЗ є її якісні зміни. Основою якісних змін виступають структурні трансформації СОЗ у процесі її інтеграції із професійною освітою. У табл. 1 наведено, яким чином проявляється інтеграція СОЗ у структуру професійної освіти на трьох економічних рівнях. Отже, доцільно розглянути, які кількісні показники можуть бути використані для характеристики ступеня такої інтеграції на кожному із зазначених рівнів. На макроекономічному рівні таким показником може бути показник готовності суб'єктів господарювання до участі у розробці професійних стандартів на основі організаційних знань ($ГРПС_{oz}$); на мезоекономічному рівні – показник готовності суб'єктів господарювання до участі у соціальному партнерстві в галузі професійної освіти ($ГУСП_{no}$); а на мікроекономічному рівні – показник відповідності професійного навчання працівників виробничим потребам та ключовим організаційним компетентностям ($ВОК_{nn}$). Значення цих трьох показників у балах для кожного суб'єкта господарювання може бути отримано шляхом експертного опитування його керівників та інших категорій працівників. У табл. 2 наведено перелік запропонованих вихідних показників, які характеризують ознаки розвитку СОЗ у структурі професійної освіти працівників промисловості, їх умовні позначення та назви методів, з використанням яких можуть бути отримані значення цих показників для кожного окремого суб'єкта господарювання.

На основі наведеної сукупності показників доцільно побудувати комплексний індекс розвитку СОЗ за ознаками ($IPCOZ_o$).

Для побудови цього індексу пропонується використати метод суми балів. Отже, формула (1) для розрахунку комплексного індексу розвитку системи організаційних знань за ознаками ($IPCOZ_o$) виглядає таким чином:

$$IPCOZ_o = \sum_{j=1}^n p_{ij} \times a_{ij}, \quad (1)$$

де p – нове значення n -го показника після проведеного ранжування та нормалізації;

i – кількість досліджуваних суб'єктів господарювання;

n – кількість показників, які включені до складу $IPCOZ_o$;

a – вагові коефіцієнти при показниках.

У цьому випадку вагові коефіцієнти при показниках, що формують $IPCOZ_o$, пропонується прийняти однаковими та такими, що дорівнюють $\frac{1}{9}$, оскільки всього 9 показників включено у структуру цього індексу. Критерієм оцінювання найкращого СГП за вираженістю ознак розвитку СОЗ у структурі професійної освіти є $\max IPCOZ_{oi} (1 \leq i \leq 7)$.

Ознаки розвитку СОЗ у структурі професійної освіти працівників, основні показники, які характеризують ці ознаки, а також методи розрахунку цих показників

Ознаки розвитку СОЗ у структурі професійної освіти працівників про-мисловості	Незворотність		Закономір-ність	Спрямова-ність	Мінли-вість	Спадко-вість	Відбір	Якісні зміни у СОЗ, обумовлені її інтеграцією з професійною освітою на:			
	Період напівроз-паду орга-нізаційних знань	Коефіцієнт загального обороту кадрів						Макроекономічному рівні	Мезоекономічному рівні	мікроекономічному рівні	
Назви показників, що характеризують сту-піль прояву кожної з ознак			Показник закономір-ності змін СОЗ	Показник спрямованос-ті змін та мінливості СОЗ	Показник використання пам'яті СОЗ	Показник відбору органі-заційних знань	Показник готовності ССП до участі у роз-робці професійних стандартів на основі організаційних знань	Показник готовності ССП до участі у соці-альному партнерстві в галузі професійної освіти	Показник відповідності професійного навчання працівників виробни-чим потребам та клю-човим організаційним компетентностям		
Умовні позначення показників, що ха-рактеризують ступінь прояву кожної з ознак	$ПН_{СОЗ}$	K_3	$Z_{СОЗ}$	$СМ_{СОЗ}$	$ВП_{СОЗ}$	$V_{СОЗ}$	$ГРПС_{СОЗ}$	$ГУСП_{ПО}$			$ВВOK_{ЛН}$
Методи, які доцільно використовувати для обчислення значень показників	Експертне опитуван-ня	Розрахунок за даними статистич-ної звітності ССП	Кореляцій-ний аналіз	Регресійний аналіз		Експертне опитування					

У табл. 3 наведено розраховані значення $IPCO3_0$ для досліджуваних суб'єктів господарювання.

Таблиця 3

Значення $IPCO3_0$ для досліджуваних суб'єктів господарювання

Назва суб'єкта господарювання	Значення $IPCO3_0$
ПАТ «Електромашина»	3.74
ПАТ «НВП Теплоавтомат»	4.16
ПАТ «Харківхолодмаш»	2.56
ДНВП «Об'єднання Комунар»	6.65
Харківське державне авіаційне виробниче підприємство	4.97
ДП «Харківський машинобудівний завод «ФЕД»	6.30
ДП «Завод ім. В. О. Малишева»	6.41

Як видно із наведеної табл. 3, найвище значення $IPCO3_0$ має ДНВП «Об'єднання Комунар», а найнижче – ПАТ «Харківхолодмаш». Отримані результати можуть бути в подальшому використані для їх порівняння зі значеннями Індексів розвитку систем організаційних знань досліджуваних суб'єктів господарювання за напрямками ($IPCO3_n$), а також для проведення позиціонування суб'єктів господарювання у системі координат, що відображають значення обох індексів. Етапи методичного підходу до оцінювання розвитку СОЗ за ознаками наведено на рис. 1.

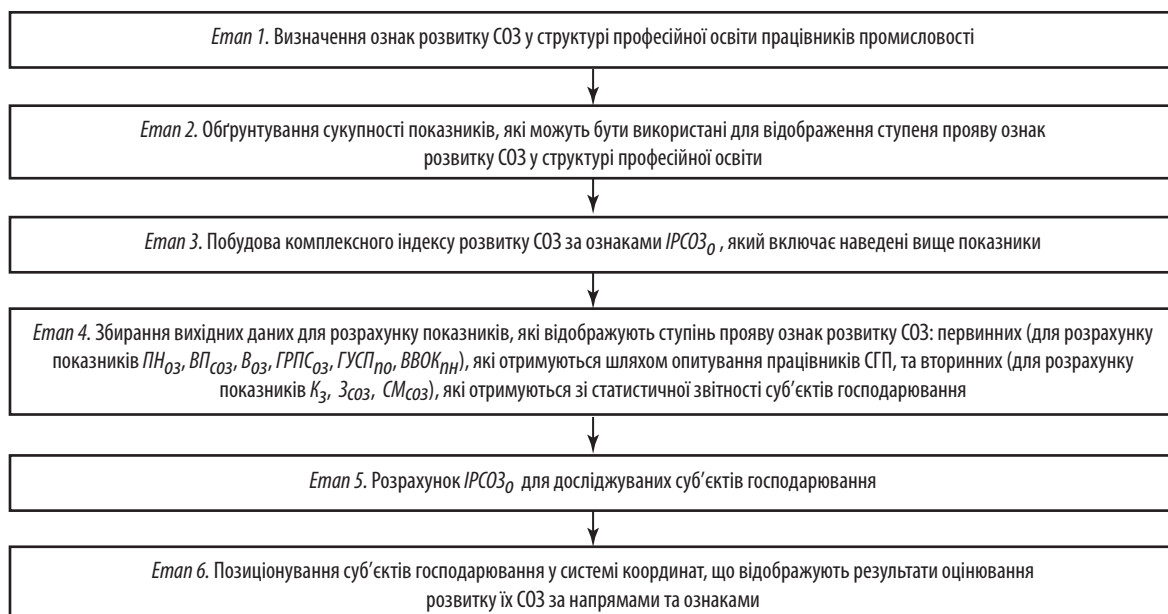


Рис. 1. Етапи методичного підходу до оцінювання розвитку системи організаційних знань у структурі професійної освіти за ознаками

Висновки і перспективи подальших досліджень. Запропонований методичний підхід надасть змогу підвищити якість оцінювання результатів діяльності сучасних суб'єктів господарювання, а також створить додаткові можливості для пошуку механізмів розвитку СОЗ у структурі професійної освіти працівників промисловості.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що вперше запропонована послідовність етапів оцінювання розвитку системи організаційних знань у структурі професійної освіти, яка базується на обґрунтованій сукупності ознак такого розвитку та показників, що відображають ступінь прояву наведених ознак у конкретних суб'єктів господарювання.

Розраховані значення Індексів розвитку системи організаційних знань за ознаками для досліджуваних суб'єктів господарювання можуть слугувати інформаційною базою для прийняття управлінських рішень у галузі менеджменту знань.

Перспективи подальших досліджень на основі отриманих результатів полягають у розробленні підходів до порівняльного аналізу суб'єктів господарювання промисловості, формування їх конкурентних переваг на основі організаційних знань.



Література: 1. Прангишвили И. В. Системный подход и общесистемные закономерности / И. В. Прангишвили. – М. : СИНТЕГ, 2000. – 528 с. (Серия «Системы и проблемы управления»). 2. Казиев В. М. Введение в анализ, синтез и моделирование систем : учеб. пособие / В. М. Казиев. – М. : Интернет-университет информационных технологий, 2006. – 244 с. 3. Мельник Л. Г. Методология развития : монография / Л. Г. Мельник. – Сумы : Университ. книга, 2005. – 602 с. 4. Раевнева О. В. Управління розвитком підприємства : методологія, механізми, моделі : монографія / О. В. Раевнева. – Х. : ІНЖЕК, 2006. – 496 с. 5. Бакіна Т. В. Економічний розвиток як зміна якісних параметрів економічної системи / Т. В. Бакіна // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (Економічні науки). – 2014. – № 1 (25). – С. 37–41. 6. Завьялов В. Т. Модели развития политической системы России / В. Т. Завьялов // Политическая и партийная система современной России : материалы Всероссийской научной конференции (02 октября 2009 г., Москва). – М. : Научный эксперт, 2009. – С. 199–213. 7. Борисов А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с. 8. Прокофьева М. Ю. Интеграция педагогической подготовки будущих воспитателей дошкольных учреждений и учителей начальных классов : дисс. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / М. Ю. Прокофьева. – Ялта, 2008. – 268 с. 9. Martynenko M. V. Determination of Order Parameters of the System of Organizational Knowledge by Expert Survey Method / M. V. Martynenko // Promising Problems of Economics and Management: Collection of Scientific Articles. – Montreal : Publishing House «BREEZE», 2015. – P. 459–463. 10. Iastremska O. M. Priority Directions of Investments into Development of the Systems of Organizational Knowledge of Industrial Business Entities / O. M. Iastremska, M. V. Martynenko // Investment Management and Financial Innovations. – 2015. – Vol. 12, Issue 3. – P. 80–92.

References: 1. Prangishvili I. V. Sistemnyy podkhod i obshchesistemnye zakonomernosti / I. V. Prangishvili. – M.: SINTEG, 2000. – 528 p. (Serii «Sistemy i problemy upravleniya»). 2. Kaziev V. M. Vvedenie v analiz, sintez i modelirovanie system : uchebnoye posobiye / V. M. Kaziev. – M. : Internet-universitet informatsionnykh tekhnologiy, 2006. – 244 p. 3. Melnik L. G. *Metodologiya razvitiya : monografiya* [Methodology of development : monograph] / L. G. Melnik. – Sumy: Universitetskaya kniga», 2005. – 602 p. 4. Raievnieva O. V. *Upravlinnia rozvytkom pidpriemstva: metodolohiia, mekhanizmy, modeli : monohrafiia* [Management of the Enterprise Development: Methodology, Mechanisms, Models : monograph] / O. V. Raievnieva. – Kharkiv : INZhEK, 2006. – 496 p. 5. Bakina T. V. *Ekonomichnyi rozvytok yak zmina yakisnykh parametriv ekonomichnoi systemy* [Economic Development as Change of Quality Parameters of Economic System] / T. V. Bakina // Zbirnyk naukovykh prats Tavriiskoho derzhavnoho ahrotekhnolohichnoho universitetu (Ekonomichni nauky). – 2014. – No. 1 (25). – P. 37–41. 6. Zavyalov V. T. *Modeli razvitiya politicheskoy sistemy Rossii* / V. T. Zavyalov // Politicheskaya i partiynaya sistema sovremennoy Rossii : materialy Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii (02 oktiabria 2009 h., Moskva). – M. : Nauchnyy ekspert, 2009. – P. 199–213. 7. Borisov A. B. *Bolshoy ekonomicheskiy slovar* / A. B. Borisov. – M. : Knizhnyy mir, 2003. – 895 p. 8. Prokophieva M. Yu. *Integratsiya pedagogicheskoy podgotovki budushchikh vospitateley doshkolnykh uchrezhdeniy i uchiteley nachalnykh klassov : dis. ... kand. ped. Nauk : spets. 13.00.04* / M. Yu. Prokophieva. – Yalta, 2008. – 268 p. 9. Martynenko M. V. *Determination of Order Parameters of the System of Organizational Knowledge by Expert Survey Method* / M. V. Martynenko // *Promising Problems of Economics and Management: Collection of Scientific Articles*. – Montreal : Publishing House «BREEZE», 2015. – P. 459–463. 10. Iastremska O. M. *Priority Directions of Investments into Development of the Systems of Organizational Knowledge of Industrial Business Entities* / O. M. Iastremska, M. V. Martynenko // *Investment Management and Financial Innovations*. – 2015. – Vol. 12, Issue 3. – P. 80–92.

Інформація про автора

Мартиненко Марина Вікторівна – канд. екон. наук, доцент, докторант кафедри економіки, організації та планування діяльності підприємства Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна, e-mail: mrmartynenko@gmail.com).

Информация об авторе

Мартыненко Марина Викторовна – канд. экон. наук, доцент, докторант кафедры экономики, организации и планирования деятельности предприятия Харьковского национального экономического университета им. Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, г. Харьков, 61166, Украина, e-mail: mrmartynenko@gmail.com).

Information about the author

M. Martynenko — Candidate of Sciences in Economics, Doctoral Student of Department of Economics, Organization and Planning of the Enterprise Activity, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, (Nauki pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: mrmartynenko@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р.*

ШЛЯХИ ОПТИМАЛЬНОЇ АДАПТАЦІЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ВОДНОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА ДО ЗМІН У ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Леонтьєва І. О.

Анотація. Вибір теми даного дослідження зумовлений зростанням важливості постійної адаптації системи управління персоналом воднотранспортного підприємства до постійних змін у підприємницькому середовищі для набуття конкурентної переваги на ринку та актуальністю безперервних змін в управлінні персоналом відповідно до вимог і викликів даного середовища. До найкращих результатів ефективності роботи воднотранспортного підприємства, в першу чергу, для оволодіння сучасною технікою і технологіями, а також використання механізмів, що поєднують інтереси підприємства та співробітників для виконання виробничих завдань.

Ключові слова: адаптація системи управління персоналом, підприємницьке середовище, розвиток персоналу, вдосконалення, елементний підхід.

ПУТИ ОПТИМАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ВОДНОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ К ИЗМЕНЕНИЯМ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

Леонтьева И. А.

Аннотация. Выбор темы данного исследования обусловлен ростом важности постоянной адаптации системы управления персоналом воднотранспортного предприятия к постоянным изменениям в предпринимательской среде для приобретения конкурентного преимущества на рынке, а также актуальностью непрерывных изменений в управлении персоналом в соответствии с требованиями и вызовами данной среды. К лучшим результатам эффективности работы воднотранспортного предприятия приводит направление индивидуальных компетенций сотрудников на выполнение стратегических заданий предприятия, в первую очередь, для овладения современной техникой и технологиями, а также использование механизмов, объединяющих интересы предприятий и сотрудников для выполнения производственных заданий.

Ключевые слова: адаптация системы управления персоналом, предпринимательская среда, развитие персонала, усовершенствование, элементный подход.

THE WAYS FOR OPTIMAL ADAPTATION OF THE PERSONNEL MANAGEMENT SYSTEM AT WATER TRANSPORT ENTERPRISES TO CHANGES IN THE ENTREPRENEURIAL ENVIRONMENT

I. Leontieva

Abstract. Choosing the theme of this study is stipulated by an increasing importance of continuous adaptation of the personnel management system at water transport enterprises to constant changes in the entrepreneurial environment for the acquisition of competitive advantages in the market, as well as the urgency of continuous changes in the personnel management in accordance with the requirements and challenges of the given environment. The best efficiency of the water transport enterprise operation can be achieved by directing the employees' individual competencies at implementing the enterprise strategic tasks, first of all, for mastering the modern equipment and technologies, as well as the use of mechanisms that integrate the interests of enterprises and employees to fulfill the production targets.

Keywords: adaptation of the personnel management system, entrepreneurial environment, personnel development, improvement, elemental approach.



В умовах сучасної ринкової економіки в Україні управління персоналом будь-яких підприємств і зокрема управління персоналом воднотранспортного підприємства, стає чи не найважливішим чинником ефективного функціонування підприємства. Актуальності набуває таке управління персоналом підприємства, при якому всі аспекти його діяльності підпорядковуються загальному стратегічному плану розвитку та іншим нормативним документам, що регламентують управлінську діяльність в різні періоди життєвого циклу підприємства.

Важливість такого ставлення до управління персоналом зумовлена тим, що в різні періоди життєвості підприємства керівники відчувають необхідність змін, пристосування до викликів нових реалій часу, нового ритму, випробувань, до складнощів, що завжди приводитиме до набуття конкурентної переваги такого підприємства. Навіть у найефективніші часи розвитку підприємства хаотичне або інтуїтивне управління може призвести до ускладнень. Під час змін, зростання або спаду діяльності підприємства потрібна особливо детальна оперативна та стратегічна адаптація системи роботи з персоналом, що стимулює досягнення найкращих результатів.

Перед сучасним воднотранспортним підприємством постійно постає питання: як в умовах, що повсякденно змінюються, керівництву підприємства працювати з колективом, основною метою якого повинна бути плідна праця, та результатами якої стануть нові конкурентні переваги підприємства, його інноваційність, сучасність, уміння завжди відповідати актуальності сьогодення та розвиватись. При цьому керівники всіх рівнів повинні мати відповідні компетенції в глибоких знаннях теорії та практики управління, достатню підготовленість у галузі технології виробництва, специфічного для керівного об'єкту, а також у необхідному обсязі володіти економічними, правовими, психологічними знаннями, об'єм і характер яких різняться залежно від конкретного виду та рівня управлінської діяльності [1, с. 168].

Адаптація сформованої системи управління персоналом воднотранспортного підприємства до нових умов, пошук оптимальних змін до існуючих методів менеджменту відбувається за допомогою безперервного наукового пошуку оптимальних умов вирішення економічних і соціальних завдань, оновлення всіх рівнів та етапів менеджменту, а також ефективного генерального стилю менеджменту та відношення до персоналу як найліпшої стратегічної інвестиції.

При цьому «рівень якості сучасного менеджменту визначається станом та рівнем розвитку суспільства, економіки, науки та освіти, тобто якість управлінської діяльності є прямим результатом стану та позитивного соціально-економічного та культурно-історичного розвитку суспільства» [2, с. 138].

Зростання важливості постійної адаптації системи управління персоналом воднотранспортного підприємства до змін у середовищі для набуття конкурентної переваги на ринку та актуальність безперервних змін в управлінні персоналом відповідно до вимог та викликів зумовило вибір теми даного дослідження.

Аналіз постійної адаптації управління персоналом до змін в підприємницькому середовищі є однією з центральних проблем сучасного етапу прикладної економіки та економіки праці.

Перші положення теорії персоналу як інвестиційного капіталу підприємства в її сучасному баченні були започатковані в середині минулого сторіччя в наукових та практичних джерелах Г. Беккера, Л. Едвінсона, М. Мелоуна, Дж. Мінцера, Т. Шульца, І. Фішера. Подальший внесок в розробку проблем оцінювання результативності діяльності внесли вчені М. Армстронг, Л. Байерс, Л. Босіді, Ф. Герцберг, П. Друкер, К. Камерон, Д. Лафта, Я. Кибанов [3] та інші.

Загальним та окремим кадровим питанням присвячено праці багатьох українських учених, серед яких – Л. Балабанова [4], О. Сардак, О. Іванілов [5], М. Чумаченко [6], П. Попович [7], Г. Б. Тітаренко. Зокрема, Г. Б. Тітаренко наголошує на оцінюванні людського капіталу як складової національної інноваційної системи [8, с. 20].

Проблемами формування та оцінювання людського потенціалу та людського капіталу опікувались такі вітчизняні науковці, як В. Бурега [9], Н. Гавкалова, Л. Гальків, В. Гриньова, О. Грішнова, М. Долішній, Є. Кузнецов, Г. Назарова, які адаптували закордонні методики побудови та оцінювання ефективних методик управління персоналом. Так, Н. Гавкалова наголошує на взаємозв'язку між витратами на персонал і їхнім трудовим потенціалом та ефективністю діяльності [10, с. 79].

Особливості ефективності управління персоналом підприємства як наслідок правильного підбору працівників на ринку праці досліджували такі вчені, як Є. Бельтюков, Б. Буркинський, О. Гурченков, О. Турецький, С. Філіпова.

Розробкою методів оцінки ефективності управлінської діяльності в кадровій сфері займалися вітчизняні науковці: В. Білошапка, Д. Богиня, Н. Гавкалова, О. Ястремська.

Формування критеріїв та алгоритму оцінки ефективності управління підприємством досліджують В. Захарченко, В. Борщ [11], К. Ковальчук та інші.

Аналіз вищезазначених досліджень указує на важливість розкриття різних аспектів управління персоналом. Однак недостатньо обґрунтованим є аспект безперервності адаптації системи управління персо-

налом воднотранспортного підприємства до змін у середовищі на різних етапах розвитку підприємства, вміння постійно адаптуватись до зовнішніх і внутрішніх стратегічних та оперативних змін середовища підприємства.

Вищезазначене зумовило вибір мети та завдання даної статті, що полягають у дослідженні постійного вдосконалення умов роботи з працівниками воднотранспортного підприємства та формуванні найбільш ефективних форм і методів мотивації праці на всіх етапах діяльності підприємства.

Адаптація методів і форм управління в воднотранспортному підприємстві, орієнтована на розвиток творчості та ефективності праці персоналу, стане ефективною, якщо буде здійснюватися управлінськими кадрами, що спрямовують усі професійні компетенції на вирішення виробничих завдань підприємства, орієнтацію трудового потенціалу співробітників на досягнення стратегічної мети організації та постійну роботу над виконанням оперативних виробничих завдань. Керівники всіх лінійних та функціональних рівнів, що виконують функції з організації та контролю виконання виробничих завдань, повинні вміти розбиратися в основах кадрового менеджменту, професійно оцінювати відносини на виробництві, щоб це йшло на користь інтересам як організації в цілому, так і кожного її співробітника, та робити це протягом тривалого часу, постійно адаптуючи завдання з управління виробничими завданнями відповідно до змін середовища.

На жаль, програми оптимізації, що є дуже поширеними в сучасному підприємницькому середовищі, перш за все оптимізують і скорочують витрати саме на керівництво персоналом, що неодмінно відбиватиметься на якості роботи працівників. З самого початку роботи підприємства кадрові служби підприємства часто організують роботу на невисокому організаційному рівні, не виявляючи ініціативи в адаптації існуючих або потенційних здібностей співробітників до виконання виробничих завдань. Результатом стає наявність ситуацій, коли вони не можуть виконати навіть оперативні завдання з управління працею персоналу і забезпечення умов такої праці, серед найважливіших з яких є наступні:

- маркетинг персоналу;
- підбір кандидатів на вакантні посади, оцінка їхніх професійних компетенцій та особистісних якостей;
- соціально-психологічна і професійна адаптації нових співробітників;
- постійна діагностика працівників відповідно до змін в середовищі воднотранспортного підприємства;
- регулювання відносин у керівництві підприємства;
- управління різними видами конфліктів і стресів у колективі;
- інформаційне забезпечення безперебійної роботи системи кадрового менеджменту;
- управління зайнятістю працівників;
- постійний аналіз потреби в персоналі та змін в компетенціях персоналу;
- управління професійною та діловою кар'єрою;
- управління мотивацією працівників;
- нормативно- правові та законодавчі питання трудових відносин;
- створення на постійній основі кадрового резерву;
- забезпечення ергономіки і естетики робочих місць та інші.

Залишившись без постійного нагляду та контролю, персонал буде автоматично виконувати лише оперативні виробничі завдання, без огляду на стратегічні зміни в середовищі підприємства. Рано чи пізно (прямо залежно від формування первинної системи управління трудом працівників та від зрілості колективу) персонал втратить ініціативність, вмотивованість та, як наслідок, ефективність праці.

Іншою проблемою сучасного управління підприємством є відсутність постійного внесення змін до сформованої системи кадрового управління. Кадрові служби рутинно підходять до керування оперативною діяльністю підприємства, не кажучи вже про стратегічне керування та внесення постійних змін відповідно до викликів часу та нових завдань підприємства. Частково це можна пов'язати з великим обсягом роботи, який доводиться виконувати невеликими кадровими ресурсами. Але, на жаль, у дуже великій кількості випадків невміння або небажання внесення вчасних змін до системи кадрового менеджменту є результатом небажання кадрових служб вийти зі своєї «зони комфорту» або з елементарним невмінням відокремлювати рутинні питання від стратегічних та, відповідно, керувати змінами в кадровому середовищі воднотранспортного підприємства.

Перефразовуючи загальновідомий закон взаємозв'язку кількості та якості, можна зазначити, що кількість зусиль керівників кадрових служб воднотранспортного підприємства, спрямованих на постійне вдосконалення роботи персоналу, неодмінно відбиватиметься на якості робіт, що виконується працівниками підприємства.

Враховуючи те, що виробнича діяльність воднотранспортних підприємств пов'язана з постійними змінами в технологіях, з умінням мобілізувати всі зусилля для відповідності виробничого рівня вимогам ринку для набуття конкурентної переваги в умовах високого рівня конкуренції в сучасних складних економічних умовах



ринку, не можна перебільшити значущість постійного безперервного управління роботою персоналом.

Кадровий менеджмент – це сформована система основних методів та алгоритмів оптимального використання компетенцій персоналу для виконання виробничих завдань. Кадровий менеджмент повинен відповідати стратегічним цілям і завданням розвитку підприємства та забезпечувати дотримання законодавчих і нормативно-правових актів про працю на всіх етапах роботи з персоналом. При цьому чітка постановка завдання (спрямування) та достовірний зв'язок (підтвердження правильності дій) – дві міцні та необхідні складові інформаційної ефективності [12, с. 35–36].

Управління персоналом водотранспортного підприємства як функціонуюча система включає два аспекти: соціально-організаційний та виробничий. До соціально-організаційного можна віднести формування персоналу, стратегічне планування загальної структури підприємства, визначення потреби в працівниках для виконання оперативних завдань, створення кадрового резерву для стабільності діяльності підприємства, пошук, підбір, оцінку, розміщення персоналу, а також стабілізацію персоналу, тобто створення на постійній основі бази даних компетенцій персоналу з метою визначення точного рівня кваліфікації, індивідуальних умінь, очікувань, результатів оцінки праці з метою визначення потенціалу кожного окремого працівника на різних етапах його роботи на підприємстві, для залучення працівників до виконання роботи, при якій вони можуть показати найліпший результат, а також підвищення кваліфікації, звільнення та вивільнення персоналу [13, с. 68]. Виробничий аспект пов'язаний з професійно-кваліфікаційним і посадовим переміщеннями персоналу (управління кар'єрою), створенням кадрової основи та постійною адаптацією, формуванням та покращенням морально-психологічного клімату в колективі.

Управління роботою персоналу буде ефективним, якщо орієнтуватиметься на тенденції у галузі, плани розвитку організації та досягнення її цілей. Постійна адаптація управління персоналом до змін у підприємницькому середовищі є найбільш вагомим компонентом загальної системи управління водотранспортними підприємствами, оскільки саме персонал забезпечує виконання наступних цілей:

- стратегічний розвиток підприємства;
- отримання запланованого економічного або нематеріального результату;
- забезпечення фінансової незалежності підприємства;
- забезпечення фінансової рівноваги та стабільності;
- постійне закріплення досягнутого.

Базуючись на цих цілях, основним завданням безперервного управління персоналом водотранспортного підприємства є вдосконалення наступних питань:

- розробка та постійне оновлення стратегічної та оперативної політики в роботі з персоналом;
- розміщення, використання і постійний розвиток персоналу;
- вибір загального та індивідуального стилю управління персоналом для виконання традиційних і нових завдань;
- організація горизонтальної та вертикальної координації виконання виробничих завдань;
- постійна робота з ергономіки робочих місць;
- формування та адаптація системи оплати та стимулювання.

Важливим чинником при цьому буде вибір оптимальної стратегії кадрового менеджменту, що визначатиметься умовами роботи підприємства, з урахуванням яких можна обирати наступні стратегії:

- стратегію розумної економії та оптимізації кадрових затрат;
- стратегію постійної адаптації очікувань персоналу зі стратегічними планами підприємства;
- стратегію постійного забезпечення підприємства кваліфікованим персоналом;
- стратегію додаткових інвестицій у підготовку та розвиток персоналу, створення відповідних умов для раціонального використання компетенцій персоналу (що є особливо важливим та актуальним при роботі з високотехнологічним обладнанням).

При цьому головним у системній роботі з персоналом водотранспортного підприємства, що приведе до найкращих результатів, є наступне:

- ефективне використання професійних та особистісних компетенцій працівників відповідно до довгострокових цілей підприємства, насамперед для оволодіння сучасним високотехнологічним обладнанням та іншими технологіями;
- поєднання очікувань і мотивів працівників з інтересами та цілями підприємства.

Результатом такої кадрової роботи буде відповідність рівня компетенції працівників рівню та етапу розвитку підприємства та як результат – досягнення його стратегічних цілей.

Система кадрового менеджменту на великих водотранспортних підприємствах зі складною ієрархічною структурою формується та розвивається на двох рівнях:

- 1) рівень лінійного управління персоналом від виробничої ділянки до керівного складу підприємства;
- 2) рівень оперативного управління, завдяки якому проводиться виконання відповідних виробничих

видів робіт.

Для досягнення найбільших результатів у кадровому менеджменті воднотранспортного підприємства необхідно постійно вдосконалювати роботу на вищезазначених рівнях з виконанням наступних елементних завдань:

1. Розвиток організаційної структури підприємства за наступними складовими:
 - аналіз кадрової структури підприємства, її вертикальних та функціональних ланок;
 - вдосконалення організації праці;
 - вдосконалення організації інформаційного забезпечення;
 - вдосконалення організації використання методів управління;
 - аналіз функціонального розподілу праці між окремими ділянками підрозділів підприємства;
 - аналіз та перегляд перебігу процесу підготовки, прийняття та контролю виконання управлінських рішень;
 - виявлення існуючих кадрових резервів та формування нових;
 - оцінювання загальної та індивідуальної організації менеджменту;
 - удосконалення напрямів організаційної структури управління;
 - постійне прогнозування та формування альтернатив розвитку організаційної структури управління;
 - аналіз та вдосконалення основних параметрів організаційної структури управління: довжина структури, ступінь централізації або децентралізації лінійного і функціонального керування, чисельність підлеглих в різних відділах тощо.
2. Розвиток забезпечення відповідних умов праці за наступними складовими:
 - дотримання відповідних ергономічних та психофізичних умов і вимог до робочих місць працівників;
 - проведення традиційних та оновлених заходів з охорони праці, дотримання усіх вимог з дотримання техніки безпеки та охорони підприємства.
3. Розвиток нормативно-правового забезпечення системи кадрового менеджменту за наступними складовими:
 - постійне оновлення нормативно-правової бази з кадрових питань на підприємстві;
 - ознайомлення персоналу зі змінами в законодавстві щодо кадрових питань;
 - вирішення трудових і правових спорів у колективі;
 - правовий захист працівників в органах державної влади і в суді;
 - надання консультацій працівникам з питань кадрового та трудового законодавства.
4. Розвиток інформаційного забезпечення кадрового менеджменту за наступними складовими:
 - постійне ведення обліку і складання звітності про оперативний стан і рух персоналу;
 - забезпечення всіх підрозділів кадрової служби та виробничих підрозділів інформаційно-технічними ресурсами;
 - при необхідності забезпечення представництва підприємства в засобах масової інформації;
 - робота з ліцензуванням, патентуванням, захистом інтелектуальної власності, тощо.
5. Соціальний розвиток управління персоналом за наступними складовими:
 - постійне прогнозування та планування соціальних характеристик наявного та необхідного персоналу;
 - аналіз, оновлення й упровадження соціальних норм відносин у колективі;
 - регулювання соціальних питань у колективі;
 - планування соціального захисту підприємства та працівників підприємства;
 - керування конфліктами;
 - розвиток культури, етики та естетики в колективі.
6. Розвиток управління трудовими відносинами за наступними складовими:
 - постійний аналіз та управління груповими й особистісними взаємовідносинами;
 - аналіз, формування та оновлення підпорядкування та виконання субординаційних норм на підприємстві;
 - організація та адаптація взаємодії з профспілками на підприємстві;
 - постійне проведення діагностики соціально-психологічного клімату в трудових групах різних рівнів підпорядкування.
7. Розвиток проведення маркетингу персоналу за наступними складовими:
 - організація й управління процесом розробки та постійного оновлення загальних концепцій і проектів політики підприємства з різних кадрових питань;
 - аналіз змін у кадровому потенціалі колективу та виявлення перспективних напрямків в удосконаленні кадрового потенціалу колективу та окремих працівників;
 - кадрове оперативне та перспективне планування;



- аналіз стану ринку праці;
 - планування залучення персоналу з високим рівнем компетенцій тощо;
 - аналіз стану ринку трудових ресурсів у країні і в регіонах;
 - планування заходів з підготовки та залучення висококваліфікованих кадрів до системи.
8. Розвиток організації найму та обліку кадрів за наступними складовими:
- планування та організація проведення найму персоналу;
 - ведення облікової звітності зі складу;
 - організацію найму персоналу, проведення співбесід, оцінювання, відбору і прийому персоналу на роботу;
 - облік наявного складу, прийому, переміщення, стимулювання, покарання та звільнення працівників підприємства;
 - проведення професійної орієнтації та адаптації нових працівників.
9. Професійний розвиток та управління компетенціями персоналу за наступними складовими:
- проведення необхідних заходів для підвищення кваліфікації, повної перекваліфікації та ротації кадрів підприємства;
 - проведення оцінки кандидатів на вакантні посади;
 - постійна (регулярна та періодична) атестація кадрів;
 - організація науково-дослідної роботи працівників;
 - управління кар'єрою працівників тощо.
10. Розвиток управління стимуляцією та мотивацією працівників за наступними складовими:
- установлення норм і тарифів робіт на підприємстві;
 - управління мотивацією трудової поведінки;
 - розробка та постійне оновлення систем оплати, преміювання та стягнень на підприємстві;
 - забезпечення оплати праці працівників;
 - постійний аналіз та впровадження нематеріальних форм стимулювання працівників підприємства.

На підставі вищезазначеного можна зробити висновок, що постійне вдосконалення системи ефективного кадрового менеджменту воднотранспортного підприємства має спрямований елементний характер для вирішення оперативних і стратегічних завдань і цілей всього підприємства.

Відповідність рівня компетенції працівників рівню та етапу розвитку підприємства та як результат – досягнення економічних цілей підприємства, відбувається за умови формування та розвитку складної ієрархічної організації воднотранспортного підприємства на лінійному та функціональному рівнях.

Елементами постійного розвитку персоналу воднотранспортного підприємства є наступні: розвиток організаційної структури підприємства, розвиток забезпечення відповідних умов праці, розвиток нормативно- правового забезпечення системи кадрового менеджменту, розвиток інформаційного забезпечення кадрового менеджменту, соціальний розвиток управління персоналом, розвиток управління трудовими відносинами, розвиток проведення маркетингу персоналу, розвиток організації найму та обліку кадрів, професійний розвиток та управління компетенціями персоналу, розвиток управління стимуляцією та мотивацією кадрів.

До найкращих результатів ефективності роботи воднотранспортного підприємства приводить ефективне спрямування індивідуальних компетенцій співробітників на виконання стратегічних завдань підприємства, насамперед, для оволодіння сучасною технікою й технологіями, а також використання механізмів, що поєднують інтереси підприємства та співробітників для виконання виробничих завдань.

У подальших дослідженнях пропонується дослідити взаємозв'язок постійного розвитку персоналу воднотранспортного підприємства за наступними елементами з економічними результатами, досягнутими в результаті такої діяльності кадрових служб.

Література: 1. Салига К. С. Удосконалення методів оцінки економічної ефективності господарської діяльності промислових підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / К. С. Салига. – Запоріжжя, 2005. – 186 с. 2. Кузнецов Э. А. Некоторые методологические и междисциплинарные проблемы формирования конкурентоспособной системы менеджмента / Э. А. Кузнецов // Историк-экономист С. Я. Боровой и проблемы современной истории экономики: к 100-летию со дня рождения С. Я. Борового : монография / Под ред. М. И. Зверькова, Н. А. Уперенко. – Одесса: Бахва, 2013. – 276 с. 3. Управление персоналом организации : учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 638 с. 4. Балабанова Л. В. Управление персоналом : учебник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Центр учебной литературы, 2011. – 468 с. 5. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов. – К. : Центр учебной литературы, 2009. – 728 с. 6. Економічний аналіз : навчальний посібник / М. А. Болух, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; [за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка]. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 556 с. 7. Попо-



вич П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник / П. Я. Попович. – Тернопіль : Економічна думка, 2001. – 365 с. **8.** Тітаренко Г. Б. Формування інноваційної моделі розвитку економіки як передумови виникнення людського капіталу / Г. Б.Тітаренко // Актуальні питання економіки. – 2014. – № 2 (152). – С. 20–25. **9.** Бурега В. В. Соціально адекватне управління: концептуалізація моделі : монографія / В. В. Бурега. – Донецьк : Норд-Пресс, 2005. – 171 с. **10.** Гавкалова Н. Л. Витрати на персонал: сутність та класифікація / Н. Л. Гавкалова, А. С. Криворучко // Економіка розвитку. – 2010. – № 4 (56). – С. 79–82. **11.** Борщ В. И. Анализ эффективности деятельности управленческого персонала / В. И. Борщ // Актуальные проблемы экономики и менеджмента: теория, инновации и современная практика : монография / Под. ред. Э. А. Кузнецова. – Херсон : Гринь Д. С., 2014. – 584 с. **12.** Белошапка В. Управленческая результативность: системный взгляд на работу и развитие менеджеров. Учебник для практикующих менеджеров / В. Белошапка, И. Нудьга; [под ред. В. А. Белошапки]. – К. : Изд-во «Агентство стандарт», 2007. – 270 с. **13.** Толстікова О. В. Оцінка та мотивація трудової поведінки працівників промислових підприємств / О. В. Толстікова // Управління розвитком. – 2006. – № 7. – С. 66–69.

References: **1.** Салига К. С. Удосконалення методів оцінки економічної ефективності господарської діяльності промислових підприємств : дис. ... канд. екон. наук : 08.06.01 / К. С. Салига. – Запоріжжя, 2005. – 186 с. **2.** Кузнецов Э. А. Некоторые методологические и междисциплинарные проблемы формирования конкурентоспособной системы менеджмента / Э. А. Кузнецов // Историк-экономист С. Я. Боровой и проблемы современной истории экономики: к 100-летию со дня рождения С. Я. Борового : монография / Под ред. М. И. Зверякова, Н. А. Уперенко. – Одесса: Бахва, 2013. – 276 с. **3.** Управление персоналом организации : учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 638 с. **4.** Балабанова Л. В. Управління персоналом : підручник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с. **5.** Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 728 с. **6.** Економічний аналіз : навчальний посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбаток та ін.; [за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка]. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 556 с. **7.** Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання : підручник / П. Я. Попович. – Тернопіль : Економічна думка, 2001. – 365 с. **8.** Тітаренко Г. Б. Формування інноваційної моделі розвитку економіки як передумови виникнення людського капіталу / Г. Б.Тітаренко // Актуальні питання економіки. – 2014. – № 2 (152). – С. 20–25. **9.** Бурега В. В. Соціально адекватне управління: концептуалізація моделі : монографія / В. В. Бурега. – Донецьк : Норд-Пресс, 2005. – 171 с. **10.** Гавкалова Н. Л. Витрати на персонал: сутність та класифікація / Н. Л. Гавкалова, А. С. Криворучко // Економіка розвитку. – 2010. – № 4 (56). – С. 79–82. **11.** Борщ В. И. Анализ эффективности деятельности управленческого персонала / В. И. Борщ // Актуальные проблемы экономики и менеджмента: теория, инновации и современная практика : монография / Под. ред. Э. А. Кузнецова. – Херсон : Гринь Д. С., 2014. – 584 с. **12.** Белошапка В. Управленческая результативность: системный взгляд на работу и развитие менеджеров. Учебник для практикующих менеджеров / В. Белошапка, И. Нудьга; [под ред. В. А. Белошапки]. – К. : Изд-во «Агентство стандарт», 2007. – 270 с. **13.** Толстікова О. В. Оцінка та мотивація трудової поведінки працівників промислових підприємств / О. В. Толстікова // Управління розвитком. – 2006. – № 7. – С. 66–69.

Інформація про автора

Леонтьєва Ірина Олексіївна – аспірант кафедри економіки і менеджменту Київської державної академії водного транспорту імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного (вул. Фрунзе, 9, м. Київ, 04071, Україна, e-mail: Iryna.Leontyeva@gmail.com).

Інформація об авторе

Леонтьєва Ірина Алексеевна – аспірант кафедри економіки і менеджменту Киевской государственной академии водного транспорта имени гетмана Петра Конашевича-Сагайдачного (ул. Фрунзе, 9, г. Киев, 04071, Украина, e-mail: Iryna.Leontyeva@gmail.com).

Information about the author

I. Leontyeva – Postgraduate Student, Department of Economics and Management, Kyiv State Maritime Academy named after hetman Petro Konashevych-Sahaidachnyi (Frunze vul., 9, Kyiv, 04071, Ukraine, e-mail: Iryna.Leontyeva@gmail.com).

*Стаття надійшла до ред.
12.11.2015 р.*

МОЖЛИВОСТІ СТАЛОГО ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ

Маркова Н. С.

Анотація. Статтю присвячено актуальному питанню сталого професійного розвитку працівників на основі визначення можливостей, які воно може надати на мікро-, мезо- та макроекономічному рівнях. Можливості мікро-рівня характеризуються розвитком неформального професійного навчання працівника протягом життя. Мезорівень презентований використанням потенціалу регіонального ринку праці та запровадженням програм співробітництва. Можливості макрорівня акумульовані в державній підтримці та поширенні важливості освіти у суспільстві. Визначено, що сталий професійний розвиток працівників – процес встановлення балансу між потребами підприємства й окремого працівника у професійному розвитку з урахуванням стратегічних інтересів кожного.

Ключові слова: сталий професійний розвиток, можливості, працівник, мікрорівень, мезорівень, макрорівень.

ВОЗМОЖНОСТИ УСТОЙЧИВОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РАБОТНИКОВ

Маркова Н. С.

Аннотация. Статья посвящена актуальному вопросу устойчивого профессионального развития работников на основе определения возможностей, которые оно может оказать на микро-, мезо- и макроэкономическом уровнях. Возможности микроуровня характеризуются развитием неформального профессионального обучения работника в течение жизни. Мезоуровень представлен использованием потенциала регионального рынка труда и внедрением программ сотрудничества. Возможности макроуровня аккумулированы в государственной поддержке и распространении важности образования в обществе. Определено, что устойчивое профессиональное развитие работников – процесс установления баланса между потребностями предприятия и отдельного работника в профессиональном развитии с учетом стратегических интересов каждого.

Ключевые слова: устойчивое профессиональное развитие, возможности, работник, микроуровень, мезоуровень, макроуровень.

POSSIBILITIES FOR SUSTAINABLE PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF EMPLOYEES

N. Markova

Abstract. The article is devoted to an urgent issue of sustainable professional development of employees based on determination of possibilities it can provide at micro-, meso- and macroeconomic levels. Possibilities of micro-level are characterized by development of non-formal life-long professional training of employees. Meso-level is presented by using the regional labor market potential and implementation of cooperation programs. Possibilities of macro-level are accumulated in state support and dissemination of information about importance of education in society. It has been determined that sustainable professional development of employees is a process of establishing a balance between the needs of the enterprise and the individual employee in professional development taking into account the strategic interests of each of them.

Keywords: sustainable professional development, possibilities, employee, micro-level, meso-level, macro-level.

Швидкі темпи розвитку техніки та технології, використання комп'ютерних та інформаційних розробок у всіх сферах життєдіяльності людини вимагають від залучених у цей процес працівників володіти відповідними компетентностями, зміст і характер яких має тенденцію до постійної трансформації й оновлення відповідно до вимог зовнішнього середовища. В цьому контексті актуалізується значення професійного навчання, причому здебільшого неформального, результативність якого залежить від особистісно-психологічних

якостей людини, здатності до самоорганізації, саморозвитку, самоконтролю тощо. Означені тенденції стають підґрунтям для розгляду професійного навчання у руслі безперервного процесу, який корелює не тільки з вимогами виробництва, але і з реаліями ринку, його вимогами до рівня конкурентоспроможності окремого працівника, мобільності працівників, інтеграції до європейського співтовариства. За цих обставин не можна обмежуватися тільки поняттям професійного навчання, адже воно звужує роль і значення людини у процесі виробництва, її можливості та потенціал досягнення поставлених цілей. З огляду на це, доречно говорити про професійний розвиток персоналу, що з позиції системного підходу, окрім професійного навчання, включає такі елементи, як професійна адаптація і профорієнтація, оцінка, кар'єрне зростання, стимулювання, соціальний розвиток, командування тощо.

В умовах постійних викликів зовнішнього середовища – економічних, політичних, глобалізаційних, соціально-демографічних – питання професійного розвитку актуалізується з позиції його сталості, що пояснюється необхідністю кореляції з вимогами зовнішнього та внутрішнього середовища в багатовекторному вимірюванні соціально-економічної стабільності. Ці питання лежать у площині актуальних та нагальних проблем для розв'язання в науковому та прикладному вимірах.

Підґрунтям системних уявлень про сталий професійний розвиток виступають праці класиків концепції сталого економічного розвитку: Г. Брутдгланд, Р. Кейтс, Т. Перріс, Дж. Хулс. Аспект професійного розвитку персоналу є предметом дослідження як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників, серед яких поважне місце у плеяді українських науковців посідають такі: Гавкалова Н. Л., Грішнова О. А. [1], Колот А. М. [2], Назарова Г. В. [3], Никифоренко В. Г. [4], Савченко В. А. [5], Петрова Т. П., Семикіна М. В. [6], Шаульська Л. В. [7], Ястремська О. М. [8]. Фундаментальне підґрунтя, що створено вітчизняною наукою у площині професійного розвитку персоналу, є вкрай корисним для сучасної теорії та господарської практики України. В той же час вимагає теоретичного осмислення і практичного вирішення проблема, що поєднує два предметних кола дослідження – сталий економічний та професійний розвиток у єдиний термінологічний апарат – сталий професійний розвиток працівників. Із теоретичної точки зору цікавим виступає вивчення того, яким чином відбувається досягнення сталості професійного розвитку, з практичної – можливості, що воно надає для окремих працівників, господарюючих суб'єктів і макросистеми в цілому.

Виходячи з цього, метою статті виступає дослідження можливостей сталого професійного розвитку працівників на мікро-, мезо- та макрорівнях управління.

Економічною наукою поки обмежено розглядалася проблема сталого професійного розвитку працівників, тому виникає об'єктивна необхідність у вивченні концептуальних положень означеного питання. Так, автором пропонується сталий професійний розвиток розглядати як процес встановлення балансу між потребами підприємства й окремого працівника у професійному розвитку з урахуванням стратегічних інтересів кожного. В традиційному розумінні сталий розвиток включає такі складові, як суспільство, економіка та навколишнє середовище. В межах дослідження сталого професійного розвитку його складові акумульовані в: зовнішньому середовищі (навколишнє середовище); колективі працівників підприємства (суспільство); економіці підприємства (економіка). Означений теоретичний базис виступає підґрунтям для виявлення та вивчення можливостей, що надає сталий професійний розвиток працівників на трьох рівнях управління.

Можливості від запровадження сталого професійного розвитку працівників, що формуються на мікро-рівні (рівні окремого господарюючого суб'єкта), акумульовані у такому:

- реалізації концепції професійного навчання працівників протягом життя або концепції «non-stop», сутність якої полягає в набутті тих компетентностей, які є необхідними для виконання посадових обов'язків протягом всього трудового життя працівника, а не час від часу. Такий підхід передбачає акцентуалізацію уваги в основному на неформальному самостійному навчанні, яке підтримується підприємством через запровадження мотиваційних, організаційних, маркетингових, освітнянських програм, що враховують виклики зовнішнього середовища. Сучасні тенденції професійного розвитку тісно пов'язані з розвитком інформаційних та комп'ютерних технологій, які, за твердженням відомого HR-консультанта Дж. Берзіна [9], в 2016 р. повністю переходять на мобільну платформу, базуються на результатах Big Data (великі дані), орієнтуються на відкрите навчання, в т. ч. МВОН (масове відкрите онлайн-навчання) тощо. Означені тенденції обумовлені високим рівнем турбулентності зовнішнього середовища, яке постійно висуває нові підвищені вимоги до професійно-компетентнісного рівня, психофізіологічних якостей особистості не тільки в межах посади, але й організаційного рівня управління. Освітня, професійна та інтерактивна мобільність займають все більший простір у діловому житті сучасної людини, забезпечуючи тим самим вимогливість до компетентнісного рівня з позиції його цікавості та корисності при міжнародній співпраці;

- використанні інструментарію стратегічного менеджменту підприємства, який дозволяє врахувати вплив чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, взаємозв'язок особливостей роботи колективу та економіки підприємства. Триєдність цих компонентів сталого професійного розвитку визначає ті дії, які в акумульованому вигляді формують його сутнісне наповнення. При цьому відомий американський учений та бізнес-консультант Д. Торрінгтон [10] зазначає, що останнім часом в інтелектуаломістких сферах вироб-



ництва превалює такий підхід у виборі стратегії, як HR-стратегія (як двигун загальнокорпоративної стратегії підприємства). Її сутність полягає у тому, що первинною ланкою у виборі стратегічних орієнтирів господарюючого суб'єкта на ринку виступають компетентності та варіативність їх розвитку ключових співробітників. Цей слушний розворот у класичному сприйнятті ключових компонент стратегічного аналізу викликаний перш за все орієнтованістю менеджменту на людину, її здібності та можливість поєднувати технології та людський розум;

- забезпеченні професіоналізації роботи колективу, що лежить у площині особливостей виробничої бази підприємства, маркетингової стратегії, вимог ринку, випереджальних дій стосовно конкурентів, міжнародних стандартів якості тощо. Під професіоналізацією в означеному аспекті розуміємо відповідність вимог роботодавця до рівня кваліфікації особового складу підприємства, що має відбиття в кадровій документації (посадових інструкціях, професіограмі, карті компетенцій, кваліфікаційній карті, моделі робочого місця тощо), та стимулювання професійного розвитку кожного працівника. Підвищення професійного рівня персоналу спрямовано на створення умов для сприяння творчій ініціативі, інноваційній активності персоналу, збільшення віддачі від його роботи;

- формуванні високого рівня довіри, мотиваційної культури та лояльності до підприємства, створенні соціально-психологічного клімату залученості до справ організації, дотриманні принципу «взаємозв'язок особистісних та корпоративних цілей». Означена особливість досягається шляхом кропіткої праці над розробкою і впровадженням дієвої організаційної культури, формуванням іміджу, активним використанням засобів PR-менеджменту;

- забезпеченні адаптивності організаційної структури у вигляді створення гнучких ієрархічних рівнів управління, швидкого пристосування до змін внутрішнього та зовнішнього середовища, вимог ринку тощо, сприяння змінам, поведінки. Саме адаптивні організаційні структури здатні ефективно функціонувати в умовах постійної зміни умов зовнішнього середовища, акумулюючи переваги лінійної та функціональної структур. Останнім часом найбільш затребуваними виступають так звані проектні (тимчасові), віртуальні та командні структури із залученням невеликої кількості професіоналів за різними спеціальностями, що здатні в найкоротші строки з використанням найменших ресурсів створити продукт, який задовольняє вимогам замовника. В цьому руслі активується робота фрілансерів, які є високомобільними та адаптивними під умови праці (віддаленість від офісу, здатність вдома).

Можливості, що можуть бути отримані на мезоекономічному рівні, тобто на рівні регіону, полягають у такому:

- досягненні збалансованості ринку праці, що полягає у заповненні наявних вакансій існуючими резервами регіонального ринку праці. Надлишок робочої сили перерозподіляється або в інші регіони, які характеризуються превалюванням попиту над пропозицією, або поповнює категорію безробітних;

- збільшенні валового регіонального продукту за рахунок: підвищення віддачі економіки окремого підприємства, що реалізує принципи сталого професійного розвитку працівників, на основі запровадження стратегії синтезу та досягнення паритету «зовнішнє середовище – колектив підприємства – економіка підприємства»; того, що інтеграція зусиль окремого господарюючого суб'єкта формує синергетичний ефект, який виступає у вигляді підвищення ефективності діяльності й відображається у згенерованому вигляді через випуск реалізованої продукції, валовий та чистий прибуток;

- кооперації регіонів у частині обміну досвідом, регіонального співробітництва, перехресного споживання продукції підприємств тощо. Така співпраця особливо активна у регіонах, які межують один із одним, у трансграничному співробітництві окремих держав.

Можливості макроекономічного рівня сталого професійного розвитку презентовані в таких аспектах:

- формування збалансованості ринку праці у вигляді паритету між попитом та пропозицією за професійно-кваліфікаційними групами;

- створення конкурентоспроможного ринку праці та ринку освітніх послуг, сутність чого полягає у тісній взаємодії між освітніми установами та підприємствами. З одного боку, це формування фахівців, чий рівень компетентності відповідає запитам ринку, з іншого – впровадження академічних розробок у діяльність підприємств;

- державна підтримка необхідних економіці, але неprestижних професій, розвиток професійної орієнтації молоді в контексті реалізації державної програми актуалізації та підвищення престижності окремих професій та спеціальностей. Для цього додатково необхідно задіяти ресурси для розробки цієї програми, визначення механізму та інструментарію її впровадження на загальнодержавному рівні;

- зменшення (призупинення) трудової еміграції працівників високої кваліфікації для потреб інтелектуаломістких галузей інших країн, що визначається феноменом «відпливу умів», за якого втрачається інтелектуально-виробнича велич країни-донора, скорочуються можливості інноваційної активності працівників, що зрештою призводить до ресурсоорієнтованої економіки з найменшою величиною доданої вартості. Так, з 1996 по 2011 рр. для проживання та роботи за кордоном з України виїхало 1290 кандидатів та 332 док-

тори наук [11]. Статистичні дані не враховують інформацію щодо виїзду кадрів високої кваліфікації, представників середнього класу, молоді, яка, виїжджаючи на навчання, залишається в іншій країні. Найбільшою популярністю користувалися в цей час такі країни, як Росія, Польща, Німеччина, до яких виїхала найбільша кількість мігрантів-науковців.

Вивчення трирівневої структури сталого професійного розвитку працівників дозволяє комплексно й системно проводити дослідження взаємозв'язку зовнішнього середовища, економіки та колективу підприємства. Важливим елементом дослідження виступає виявлення можливостей, що надаватиме сталий професійний розвиток суб'єктам, які працюють у площині створення ефективного менеджменту персоналу, що охоплює питання професійного навчання, оцінювання, адаптації та профорієнтації, кар'єрного зростання, соціального розвитку, командоутворення тощо. Ці підприємства є важливими трансляторами гармонізації інтересів як на регіональному, так і на державному рівнях. Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні витрат та зисків, які несе підприємство від практичного запровадження концепції сталого професійного розвитку працівників, їх кількісного вимірювання та розробки заходів щодо консолідації зусиль держави та регіональних представництв роботодавців в означеному напрямі.

Література: 1. Грішнова О. А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О. А. Грішнова. – К. : Знання; КОО, 2001. – 254 с. 2. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот, С. О. Цимбалюк. – К. : КНЕУ, 2011. – 397 с. 3. Nazarova G. V. Top Managers' Monetary Reward: an Approach Based on Integration of Competence and Performance Management / G. V. Nazarova, O. V. Achkasova, E. R. Stepanova // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – Vol. 11. – P. 255–259. 4. Никифоренко В. Г. Сучасні підходи до оновлення понять щодо розвитку людських ресурсів / В. Г. Никифоренко // Економіка розвитку. – 2013. – № 2 (66). – С. 60–65. 5. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу : навчальний посібник / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с. 6. Семикіна М. В. Інноваційна праця в конкурентному середовищі: загальна методологія, мотиваційні основи регулювання : монографія / М. В. Семикіна, Л. А. Коваль. – Кіровоград : Степ, 2002. – 212 с. 7. Шаульська Л. В. Стратегія розвитку трудового потенціалу України : монографія / Л. В. Шаульська. – Донецьк : НАН України, Ін-т економіки пром-ті, 2005. – 502 с. 8. Ястремська О. М. Оцінювання результатів діяльності управлінського персоналу: теоретичні та практичні аспекти : монографія / О. М. Ястремська. – Х. : Вид-во ХНЕУ, 2012. – 194 с. 9. Bersin J. The Top 10 Disruptions In HR Technology: Ignore Them At Your Peril // Forbes. – 2015. – October. 10. Торрінгтон Д. Управління людськими ресурсами : учебник / Д. Торрінгтон, Л. Холл, С. Тейлор. – М. : Дело и Сервис, 2004. – 752 с. 11. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua/.

References: 1. Hrishnova O. A. Liudskiy kapital: formuvannya v systemi osvity i profesiinoi pidhotovky / O. A. Hrishnova. – Kyiv: Znannia; KOO, 2001. – 254 p. 2. Kolot A. M. Motyvatsiia personalu : pidruchnyk / A. M. Kolot, S. O. Tsybaliuk. – Kyiv: KNEU, 2011. – 397 p. 3. Nazarova G. V. Top Managers' Monetary Reward: an Approach Based on Integration of Competence and Performance Management / G. V. Nazarova, O. V. Achkasova, E. R. Stepanova // Aktualni problemy ekonomiky. – 2014. – Vol. 11. – P. 255–259. 4. Nykyforenko V. H. Suchasni pidhody do onovlennya ponyat shchodo rozvytku liudskyykh resursiv [Modern Approaches to Upgrading the Concepts Concerning the Ddevelopment of Human Resources] / V. H. Nykyforenko // Ekonomika rozvytku. – 2013. – No. 2 (66). – P. 60–65. 5. Savchenko V. A. Upravlinnia rozvytkom personalu : navchalnyi posibnik / V. A. Savchenko. – Kyiv: KNEU, 2002. – 351 p. 6. Semykina M. V. Innovatsiina pratsia v konkurentnomu seredovyshchi : zahalna metodolohiia, motyvatsiini osnovy rehuliuвання : monohrafiia [Innovative Labor in a Competitive Environment : the General Methodology, Motivational Bases of Regulation : monograph] / M. V. Semykina, L. A. Koval. – Kirovohrad : Step, 2002. – 212 p. 7. Shaulska L. V. Stratehiia rozvytku trudovoho potentsialu Ukraini : monohrafiia [The Strategy of Labor Potential of Ukraine : monograph] / L. V. Shaulska. – Donetsk : NAN Ukraini, In-t ekonomiky prom-ti, 2005. – 502 p. 8. Yastremska O. M. Otsiniuvannia rezultativ diialnosti upravlinskoho personalu : teoretychni ta praktychni aspekty : monohrafiia [Assessment of the Results of Management's : Theoretical and Practical Aspects : monograph] / O. M. Yastremska – Kharkiv : Vyd-vo KhNEU, 2012. – 194 p. 9. Bersin J. The Top 10 Disruptions In HR Technology: Ignore Them At Your Peril // Forbes. – 2015. – October. 10. Torrington D. Upravlenie chelovecheskimi resursami : uchebnyk / D. Torrington, L. Hall, S. Taylor. – M. : Delo i Servis, 2004. – 752 p. 11. Ofitsiinyi sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Electronic resource]. – Access mode : www.ukrstat.gov.ua/.

Інформація про автора

Маркова Наталя Сергіївна – канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, м. Харків, 61166, Україна, e-mail: natalymarkova@ukr.net).

Информация об авторе

Маркова Наталья Сергеевна – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (пр. Науки, 9а, г. Харьков, 61166, Украина, e-mail: natalymarkova@ukr.net).



Information about the author

N. Markova – Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor of Department of Personnel Management and Labour Economics of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Nauki pr., 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine, e-mail: natalymarkova@ukr.net).

*Стаття надійшла до ред.
18.12.2015 р.*