



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 4/2'2016

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 21 грудня 2015 р. №1328. Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Академією муніципального управління та Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії внутрішніх справ України (Протокол №13 від 19 квітня 2016 року) та Вченою Радою Академії Муніципального Управління (Протокол №35 від 19 квітня 2016 року). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції. Відповідальність

за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 20.04.2016

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua



Суб'єкт
видавничої
справи

© "Аналітик", 2016

© "Економіка. Фінанси. Право", 2016

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес
центр"

Шеф-редактор:

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління Аудиторської фірми "Аналітик", Заслужений юрист України

Керівник редакційної колегії з економічних наук:

Даций Олександр Іванович, д.е.н., професор, в.о. ректора Академії муніципального управління, Заслужений працівник освіти України

Заступник керівника редакційної колегії з економічних наук:

Невелєв Олександр Михайлович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та адміністративного менеджменту Академії муніципального управління

Члени редакційної колегії з економічних наук:

Вініченко Ігор Іванович, д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та економіки сільського господарства Дніпропетровського державного аграрно-економічного університету

Іванюта Василь Фалімонович, д.е.н., доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування та зовнішньоекономічної діяльності Полтавського університету економіки і торгівлі

Клименюк Микола Миколайович, д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту Академії муніципального управління

Кондрашихін Андрій Борисович, д.е.н., доцент, завідувач кафедри державних та місцевих фінансів Академії муніципального управління

Корецька Світлана Олександрівна, д.е.н., доцент
Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, завідувач секретаріату Комітету Верховної Ради України з питань будівництва, містобудування і житлово-комунального господарства

Присяжнюк Володимир Костянтинович, д.т.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Сук Петро Леонідович, д.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту Національного університету біоресурсів і природо-користування України

Царенко Оксана В'ячеславівна, д.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту Академії муніципального управління

Керівник редакційної колегії з правових наук:

Константінов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, учений секретар Вченої ради Національної академії внутрішніх справ

Заступник редакційної колегії з правових наук:

Лоцихін Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, декан юридичного факультету Академії муніципального управління, Заслужений економіст України

Випусковий редактор:

Куцяк Олександр Анатолійович

Члени редакційної колегії з правових наук:

Баймуратов Михайло Олександрович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного та міжнародного права Маріупольського державного університету, заслужений діяч науки і техніки України

Бичкова Світлана Сергіївна, д.ю.н., професор, заступник начальника кафедри цивільного права і процесу Національної академії внутрішніх справ

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри спеціальної техніки та оперативно-розшукового документування Національної академії внутрішніх справ

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., професор, завідувач спеціальною кафедрою № 1 Національної академії Служби безпеки України, заслужений юрист України

Джужжа Олександр Миколайович, д.ю.н., професор, головний науковий співробітник відділу організації науково-дослідної роботи Національної академії внутрішніх справ

Кампо Володимир Михайлович, к.ю.н., доцент, громадський діяч, заслужений юрист України

Клименко Олена Вікторівна, к.ю.н., доцент, доцент кафедри теорії, історії держави і права та конституційного права Академії муніципального управління

Кононенко Леонід Минович, к.ю.н., професор, професор кафедри муніципального, цивільного та адміністративного права Академії муніципального управління

Копан Олексій Володимирович, д.ю.н., професор, перший заступник Керівника Міжвідомчого науково-дослідного центру з проблем боротьби з організованою злочинністю при Раді національної безпеки і оборони України

Литвин Олександр Петрович, к.ю.н., професор, професор кафедри публічно-правових дисциплін Університету сучасних знань

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, завідувач відділу проблем приватного права Науково-дослідного інституту приватного права і підприємництва імені академіка Ф.Г. Бурчака НАПрН України, заслужений діяч науки і техніки України

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., доцент, професор кафедри кримінального права та правосуддя Запорізького національного університету, академік міжнародної кадрової академії, відмінник освіти України, радник юстиції

Приходько Христина Вікторівна, к.ю.н., професор, доцент кафедри муніципального, цивільного та адміністративного права Академії муніципального управління

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор, професор кафедри теорії, історії держави і права та конституційного права Академії муніципального управління

ЗМІСТ

М.В. АГАПОВА. Біржовий ринок сільськогосподарської продукції в Україні	4
Х.А. АЛЬ-АБАБНЕХ. Реклама та статистика. проблеми та перспективи	10
А.А. БРОЯКА. Адаптація зовнішньоторговельної діяльності аграрних підприємств до сучасних економічних умов	14
К.І. КОЗАЧУН, Л.М. МАРШУК. Аналіз напрямів розвитку медичного страхування в Україні на основі світового досвіду	21
Л.Л. ЛИТВИНЕНКО, Т.О. ЯРОШЕНКО. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності та розвитку лідерського потенціалу вітчизняних підприємств	25
Є.І. МАСЛЕННИКОВ, О.В. КРИВЕНКО. Дослідження системи факторів впливу на інноваційну діяльність підприємств на макроекономічному рівні	29
М.О. ПАНЧЕНКО, О.О. ОЛЕЙНИКОВА, О.І. ДОБРОВОЛЬСЬКИЙ. Система управління стратегічним потенціалом підприємства	34
В.В. ПАВЛОВ. Фактори та порядок створення креативного продукту в системі управління підприємствами легкої промисловості	37
О.В. ПОБЕРЕЖЕЦЬ. Концептуальні аспекти планування результатів діяльності промислового підприємства	43
Б.В. ГРИНЮК, Д.П. МАЗОХА, О.І. ПУРСЬКИЙ. Інформаційно-логічна модель web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі	48
С.А. ТКАЧЕНКО. Визначення факторів підвищення економічної ефективності функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єктів сфери країни	52
В.В. ЗАДОРЖНА, Т.Ф. ГРИГОРАШ. Інтелектуальний капітал: його сутність та вплив на розвиток підприємства	57
О.В. ЯКУШЕВА. Стратегічні засади формування системи підтримки малого й середнього бізнесу в регіонах України	60

АГАПОВА

УДК 339.172:338.439.5(477)

Марина Василівна
Agapissm@gmail.com

БІРЖОВИЙ РИНОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

STOCK MARKET AGRICULTURAL PRODUCTS IN UKRAINE

аспірант, Вінницький
національний аграрний
університет

У статті досліджено суть товарної біржі в системі економічних відносин. Проведено аналіз біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні. Обґрунтовано перспективи розвитку українського біржового аграрного ринку.

В статье исследованы суть товарной бирже в системе экономических отношений. Проведен анализ биржевой торговли сельскохозяйственной продукцией в Украине. Обосновано перспективы развития украинского биржевого аграрного рынка.

In the article the essence of commodity exchanges in the economic relations. The analysis of exchange trade in agricultural products in Ukraine. Studies prospects of Ukrainian agricultural market exchange.

Ключові слова: біржова діяльність, біржова торгівля, аграрний ринок, товарна біржа, Аграрна біржа, ф'ючерс, опціон, форвардні угода, деривативи

Ключевые слова: биржевая деятельность, биржевая торговля, аграрный рынок, товарная биржа, Аграрная биржа, фьючерс, опцион, форвардные соглашения, деривативы

Keywords: exchange activities, exchange trade, the agricultural market, commodity exchange, Agricultural exchange, futures, options, forwards, derivatives

ВСТУП

Біржова торгівля є необхідною умовою розвитку цивілізованого, «прозорого» ринку сільськогосподарської продукції – ринку, на якому практично були б відсутні прояви цінової дискримінації, монопольного тиску, асиметричності інформації, тіньові схеми ринкових транзакцій, забезпечувалося вільний рух товарів і послуг, існувала можливість державного впливу на процеси обміну економічними важелями. Біржі повинні виконувати не тільки пасивну функцію товароруху, а й генерувати цінові сигнали як результат взаємодії попиту і пропозиції на певний вид сільськогосподарської продукції. Чим точніше ціни відображають реальну взаємодію попиту і пропозиції, тим оптимальніше будуть і управлінські рішення суб'єктів аграрного ринку.

Вагомий внесок у дослідження проблем теорії і практики організації та перспектив біржової торгівлі на аграрних біржах України віднесено праці таких дослідників як: Л. М. Алексеєнко, І. В. Булгакова, О. В. Вінниченко, Г. Б. Машлій, Н. М. Міщенко, Г. В. Осовська, Л. О. Панькова, М. Ю. Покальчук, Т. А. Саприкіна, О. М. Сохацька, В. С. Ясенецький та інші. Разом з тим, у сучасних реаліях становлення та розвитку вітчизняного біржового ринку товарних деривативів на сільськогосподарську продукцію, багато питань щодо його організації і регулювання залишаються недостатньо висвітленими і потребують подальшого дослідження.

Актуальність обраної теми в науковому, методичному і практичному аспектах підсилюється ще й тим, що до сьогодні ще не повною мірою використовуються системні дослідження проблем

організації та перспектив біржової торгівлі на аграрних біржах України в ринкових умовах ведення господарства в Україні. Необхідність вирішення названих проблем і обумовила вибір теми, мети, завдань наукової статті.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є розробка теоретичних положень, методичних підходів і науково-практичних рекомендацій щодо формування та розвитку системи вдосконалення організації та перспектив біржової торгівлі на аграрних біржах України на засадах удосконалення складових елементів цієї системи.

Реалізація мети дослідження обумовила постановку та вирішення наступних завдань:

- дослідити суть товарної біржі в системі економічних відносин;
- провести аналіз біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні;
- обґрунтувати перспективи розвитку українського біржового аграрного ринку.

Предметом дослідження є соціально-економічні процеси забезпечення організації та перспектив біржової торгівлі на аграрних біржах України.

Об'єктом дослідження є процес формування та розвитку системи організації та перспектив біржової торгівлі на аграрних біржах України.

Методи дослідження. Дослідження ґрунтується на застосуванні діалектичного методу пізнання для вивчення закономірностей організації та перспектив біржової торгівлі на аграрних біржах України. Основні методи дослідження: теоретичного узагальнення і порівняння; системний аналіз; синтез;

інформаційне моделювання; абстрагування; конкретизація; загальні наукові методи дослідження.

РЕЗУЛЬТАТИ

У сучасних умовах функціонування аграрного сектору України важливим напрямком державної аграрної політики є розвиток аграрного ринку, формування його дієвої інфраструктури. Однією з причин поліпшення умов для реалізації сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів і зростання доходів виробників цієї продукції є участь у біржових торгах. Товарна біржа має забезпечити прозору і стабільну взаємодію операторів ринку, ефективне просування товарів,

формування ринкових цін та страхування учасників ринку від цінових коливань. Саме тому учасники ринку сільськогосподарської продукції зацікавлені в тому, щоб був створений належний механізм функціонування біржового ринку.

За своєю природою, біржа є тим економічним інструментом, що забезпечує відкритість товарного ринку та прозорість операцій на ньому за рахунок створення конкурентного середовища. Дослідження сутності поняття «товарна біржа» є досить актуальним, тому проведемо аналіз підходів до визначення даного поняття різними авторами (рис. 1).



Рис. 1. Підходи авторів до визначення поняття «товарна біржа»

Таким чином, на сучасному етапі розвитку біржа виступає самостійним суб'єктом господарювання, що виконує певні функції в економіці. Економічну природу товарної біржі можна виразити через наступне визначення: сучасна товарна біржа – це фінансовий ринок, на якому різні групи його учасників торгують контрактами, прив'язаними до цін на сировину або на так звані «нетоварні цінності», з метою зняття із себе цінового ризику й передачі його іншим учасникам ринку, або, навпаки, з метою

прийняття цього ризику на себе в розрахунок одержати прибуток [10, с. 8].

Залежно від ризику невиконання зобов'язань розрізняють угоди із заставою на купівлю (платником застави є покупець) і угоди із заставою на продаж (платником застави є продавець; у цьому разі забезпечується страхова гарантія постачання товарів в означений строк). Біржові угоди з реальним товаром (форвардні угоди) мають таку класифікацію (рис. 2).

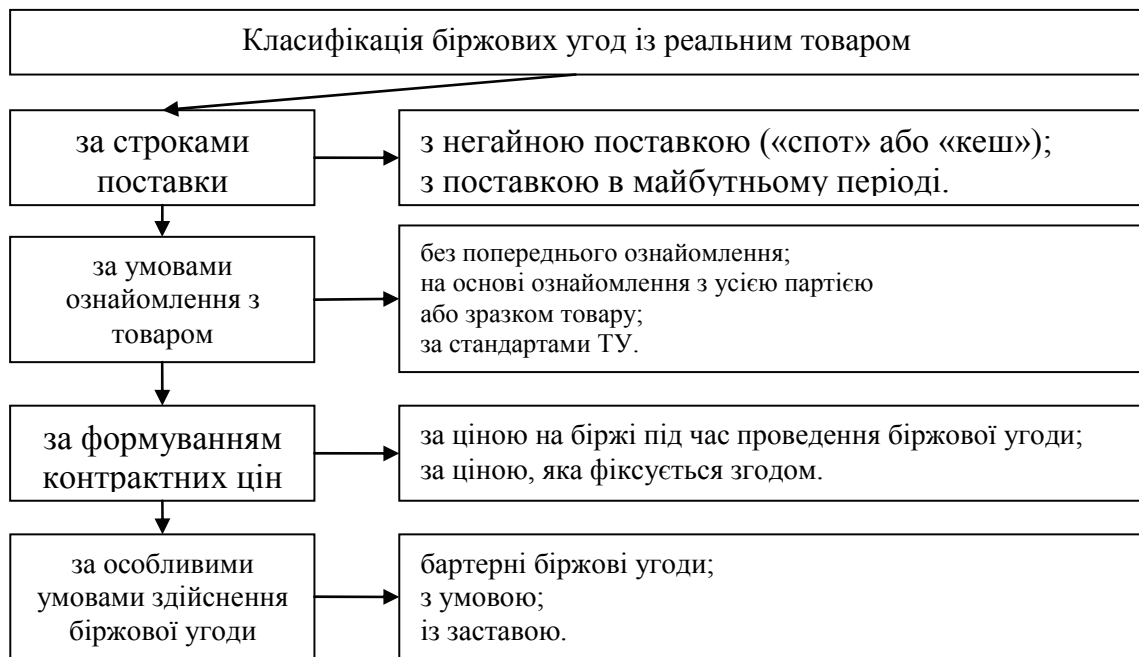


Рис. 2. Класифікація біржових угод із реальним товаром [13, с. 333]

Означені особливості укладання біржових угод характерні лише для української біржової практики та спричинені нестабільністю ринку в умовах спаду виробництва й інфляції. У світовій практиці ці види біржових угод не використовуються. Серед регулюючих біржових документів виокремимо доручення на здійснення біржової угоди, що є угодою з брокером на проведення торгової операції і мають

такі реквізити: кількість товару, термін доставки, цінові умови [7, с. 119].

Діяльність товарних бірж в Україні має свої відмінні риси в порівнянні з товарними біржами економічно розвинених країн, що пов'язано з низьким рівнем розвитку біржових технологій (табл. 1).

Таблиця 1

Характерні особливості функціонування вітчизняних і зарубіжних товарних бірж [12, с. 247]

Характерні особливості	Вітчизняні товарні біржі	Зарубіжні товарні біржі
Вид організації	Приватні	Приватні, публічно-правові
Організаційно-правова форма	Неприбуткова організація, найчастіше у формі акціонерного товариства або товариства з обмеженою відповідальністю	Існують як неприбуткові організації
Основні види контрактів, які укладаються на біржі	Спотові, форвардні	Строкові операції (ф'ючерсні контракти, опціони)
Основні види товарів, які продаються на біржі	Сільськогосподарська продукція, чорні та кольорові метали, транспорт, нерухомість	Сільськогосподарська продукція, заморожений апельсиновий сік, жива худоба, какао, кава, бавовна, деревина, золото, нікель, платина, алюміній, олово, цинк, свинець, нафта, природний газ і т. ін.
Територіальне розташування	В основному регіональні	Регіональні, міжнародні
Функції, які виконують товарні біржі в економіці країни	Безпосередня реалізація товару	Ціноутворення і страхування ризиків
Регулярність проведення торгів	Торги проводяться на більшості бірж в основному один раз на тиждень	Система торгів побудовано таким чином, що із закриттям торгів в одній країні відкриваються торги в іншій, тобто виходить безперервна торгівля
Вплив бірж на товарний ринок	Не мають істотного впливу на процеси ціноутворення	Відіграють істотну роль не лише в економіці тієї держави, де вони географічно розташовані, але і за її межами

Викладений матеріал вказує на те, що основне завдання, яке стоїть перед товарними біржами в Україні, пов'язане з подальшим розвитком біржових технологій, з виходом на ринок строкових контрактів, що підтверджено оглядом думок вчених та економістів.

За офіційною інформацією, на початок 2015 року в Україні було зареєстровано 574 біржі, серед яких універсальних – 108, товарних і товарно-сировинних – 400, агропромислових – 24, інших, у тому числі фондових бірж та їх філій, – 42 (рис. 3).

Так, упродовж 2012-2014 рр. відбулося скорочення кількості в Україні на 63 біржі або на 9,89%. Також спостерігаємо зменшення кількості агропромислових бірж в Україні на 1 біржу або на 4%. Натомість, у 2014 р., по відношенню до 2012 р., кількість товарних та товарно-сировинних бірж зросла на 32 біржі або на 8,69%.

Показники діяльності найбільших бірж України в 2014 р. відображено на рис. 4.



Рис. 3. Динаміка кількості бірж в Україні, одиниць [14]

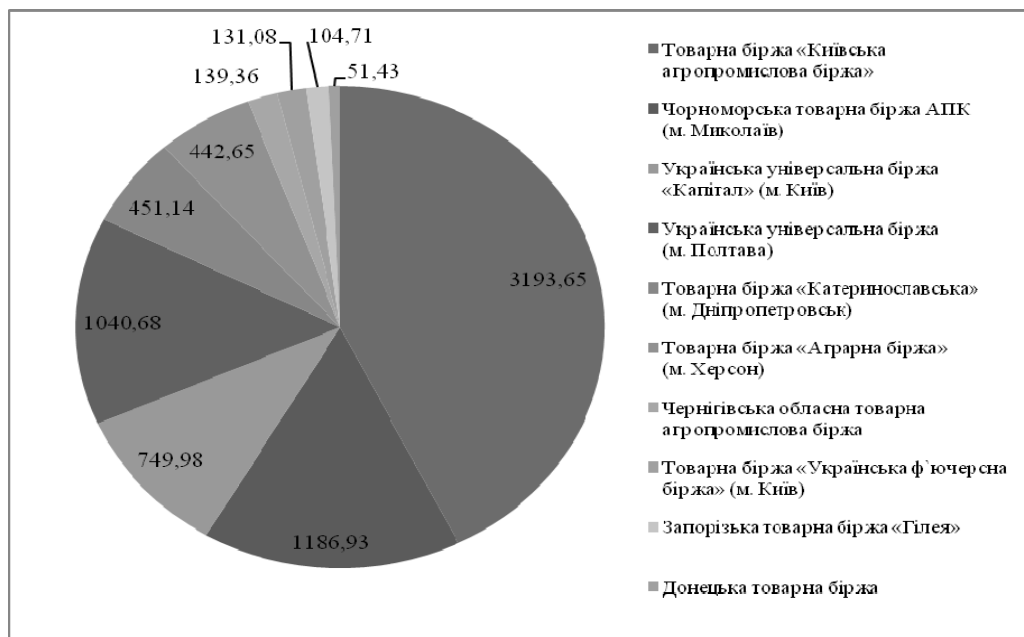


Рис. 4. Результати діяльності провідних бірж України у 2014 р., млн. грн. [14]

Так, частка десяти зазначених бірж становить 98,08 % в загальному обсязі укладених угод на акредитованих товарних біржах України. При цьому спостерігається концентрація капіталу на п'яти високоліквідних біржах, частка яких становила 86,70 % від загальної вартості укладених у 2014 р. угод. Біржова діяльність поширена в усіх регіонах України. За період 2010–2014 рр. на біржах, що діють у 5 регіонах України, було укладено майже 90 % усіх

біржових угод. Це свідчить про локалізовану концентрацію біржового товарообігу [14].

Процеси реформування аграрного сектора України зумовлюють прискорення формування дієвої інфраструктури для надійного ресурсного забезпечення виробництва, зберігання і збуту сільськогосподарської продукції, продуктів її переробки та продовольства. Визначимо напрямки вдосконалення діяльності товарних бірж в аграрному секторі України (рис. 5).

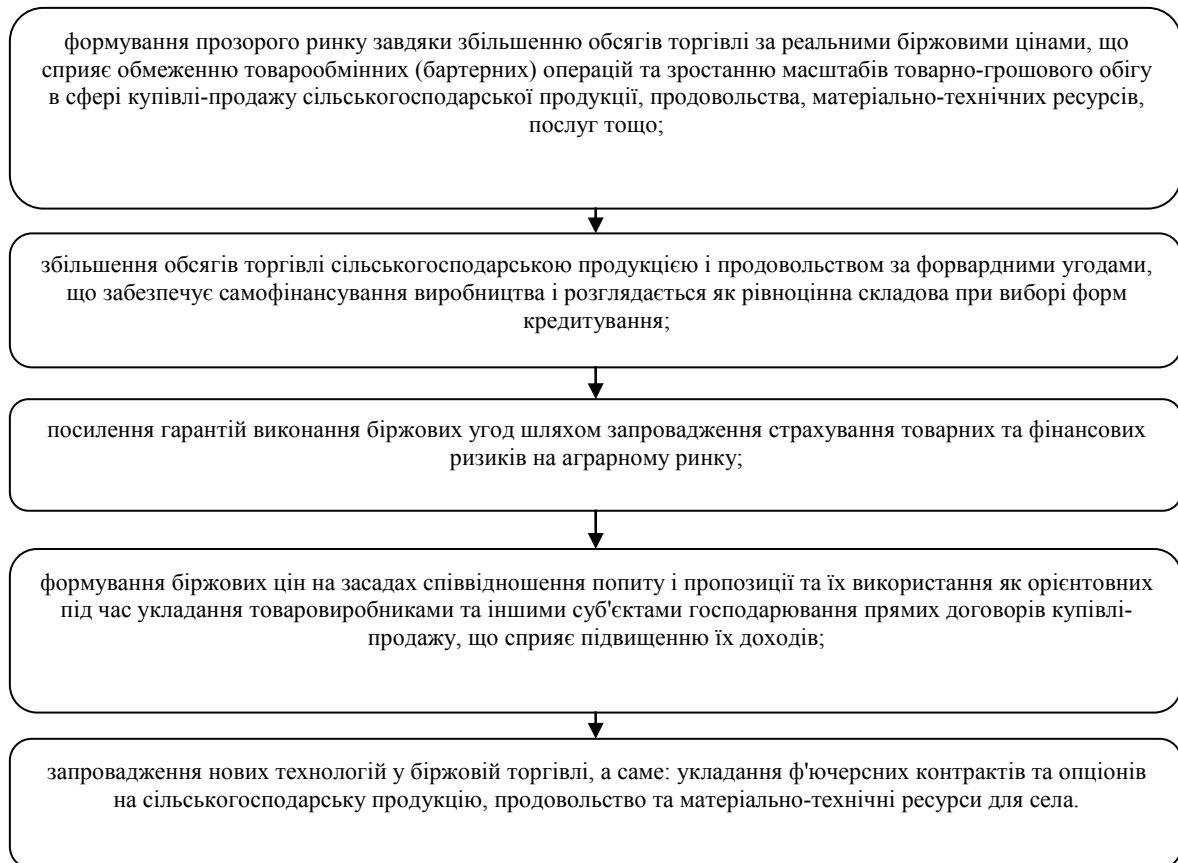


Рис. 5. Напрямки вдосконалення діяльності товарних бірж в аграрному секторі України
[згруповано автором]

Отже, укладення та реєстрація угод купівлі-продажу сільськогосподарської продукції і продовольства для державних потреб, погашення податкової заборгованості, а також укладення та реєстрація зовнішньоекономічних контрактів є обов'язковими для господарюючих суб'єктів України, слугуючи основною підтримкою біржового ринку. Варто відзначити, що біржовий ринок потребує підтримки з боку як держави, так і комерційних структур. Зокрема, біржова система розподілу агропромислової продукції має згладжувати об'єктивні регіональні відмінності в обсягах виробництва окремих видів продовольчих товарів на душу населення.

ВИСНОВКИ

Отже, у сучасних умовах функціонування аграрного сектору України важливим напрямком державної аграрної політики є розвиток аграрного ринку. Участь у біржових торгах для аграріїв – це один із дієвих факторів поліпшення умов для реалізації сільськогосподарської продукції і продовольчих товарів та зростання їх доходів. Об'єктивні умови розвитку аграрного ринку України вимагають вдосконалення системи біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією, яка ще й досі знаходиться на стадії утвердження і не може забезпечити повноцінне виконання своїх функцій. Оцінка сучасного стану біржового ринку сільськогосподарської продукції свідчить про необхідність запровадження заходів, спрямованих на

докорінні зміни механізмів функціонування та перехід на нові відносини між його учасниками, зокрема створення ф'ючерсного ринку сільськогосподарської продукції.

Список використаних джерел

1. Про товарну біржу : Закон України від 10.12.1991 р. № 1956-XII // Відом. Верхов. Ради України. – 1992. – № 10. – Ст. 139.
2. Алексеєнко Л. М. Економічний тлумачний словник: власність, приватизація, ринок цінних паперів (українсько-англійсько-російський) / Л.М. Алексеєнко, В. М. Олексієнко. – Тернопіль: Астон, 2003. – 672 с.
3. Булгакова І.В. Господарське право України: навчальний посібник / І.В. Булгакова. – К.: Прецедент, 2006. – 346 с.
4. Вінниченко О. В. Організаційно-економічні основи діяльності товарних бірж з реалізації сільськогосподарської продукції / О.В. Вінниченко // Бізнес Інформ. – 2015. – № 9. – С. 245–251.
5. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. – 714 с.
6. Машлій Г.Б. Організація та регулювання діяльності товарних бірж : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.02.03 «Організація управління, планування і регулювання економікою» / Г.Б. Машлій. – Л., 2001. – 20 с.

7. Міщенко Н.М. Формування інфраструктури ринку сільськогосподарської продукції / Н.М. Міщенко // Економіка АПК. – 2004. – № 5. – С. 115–121.
8. Осовська Г.В. Економічний словник / Г.В. Осовська, О.О. Юшкевич. – К.: Кондор, 2007. – 358 с.
9. Панькова Л.О. Правове регулювання діяльності аграрних бірж в Україні : автореф. дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.06 / Л. О. Панькова. – К., 2005. – 19 с.
10. Покальчук М. Ю. Реалії аграрного ринку / М.Ю. Покальчук // Теорія і практика правознавства. – Вип. 2 (6) / 2014. – С. 1-11.
11. Саприкіна Т.А. Біржова торгівля як інструмент забезпечення лібералізації ринку електроенергії / Т.А. Саприкіна // «Молодий вчений». – № 2 (17). – лютий, 2015 р. – С. 41-45.
12. Сохацька О.М. Біржова справа : Підручник / О.М. Сохацька. – Тернопіль : Карт-бланш, 2003. – 602 с.
13. Ясенєцький В.С. Особливості функціонування бірж як складової ринкової інфраструктури / В.С. Ясенєцький // Науковий журнал: «Бізнес Інформ». – 2014. – № 1. – С. 333–337.
14. Офіційний сайт Аграрного Союзу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.auu.org.ua/rynky-ta-ciny/novini-rinkiv-1>

АЛЬ-АБАБНЕХ

Хасан Алі

phd.eng.hasan@gmail.com

УДК 339.138

РЕКЛАМА ТА СТАТИСТИКА. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

ADVERTISING AND STATISTICS. PROBLEMS AND PROSPECTS

к.т.н., аспірант кафедри
міжнародної економіки,
Національний авіаційний
університет

У статті розглянута можливість і перспективи застосування методів статистики для вивчення рекламного процесу. Розглянуто багатокритеріальність поняття реклами і широта трактувань її значення. Вивчено вимоги статистичного аналізу до наявності чіткого визначення предмета дослідження. У статті представлений аналіз існуючих базових класифікацій реклами і їх вплив на можливість застосування статистичного підходу до вивчення самого явища реклами. Зроблено висновки про переваги та недоліки застосування статистичних методів при дослідженні рекламного процесу.

В статье рассмотрена возможность и перспектива применения методов статистики для изучения рекламного процесса. Рассмотрена многокритериальность понятия рекламы и широта трактовок ее значения. Изучены требования статистического анализа к наличию четкого определения предмета исследования. В статье представлен анализ существующих базовых классификаций рекламы и их влияние на возможность применения статистического подхода к изучению самого явления рекламы. Сделаны выводы о преимуществах и недостатках применения статистических методов при исследовании рекламного процесса.

The article deals with the possibility and prospects of application of statistical methods for the study of the advertising process. Multicriteriality of the advertising concept and breadth of interpretations of its meaning are considered. We studied the requirements of statistical analysis to the presence of a clear definition of the research subject. The article presents an analysis of the existing basic classifications of advertising and their impact on the possibility of using a statistical approach to the study of the phenomenon of advertising. The conclusions about the advantages and disadvantages of the use of statistical methods in the study of the advertising process are done.

Ключові слова: рекламний процес, статистичний аналіз, визначення реклами, види реклами, критерії статистики

Ключевые слова: рекламный процесс, статистический анализ, определение рекламы, виды рекламы, критерии статистики

Keywords: advertising process, statistical analysis, definition, of advertising, advertising, statistical criteria

ВСТУП

Актуальний характер досліджень, присвячених статистичному аналізу теорії і практики зарубіжної і вітчизняної рекламної діяльності, визначається особливим значенням реклами в сучасній економіці, культурі, вихованні та політиці. Реклама в дослідженнях деяких сучасних авторів іноді порівнюється з такими громадськими і державними інститутами, як церква і школа (Девід Поттер), і навіть називається "п'ятою владою". Раймонд Бауер і Стеффен Грейзер в своїй роботі "Advertising in America" відзначали, що "реклама - це не просто рекламне оголошення саме по собі, це частина нашого суспільства, соціальне явище, яке впливає на

стиль нашого життя і, в свою чергу, залежить від нього "[1].

МЕТА РОБОТИ

Метою даної роботи є спроба визначити можливість застосування статистичних методів для дослідження рекламного процесу.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

При написанні статті були використані класичні статистичні методики – для визначення асортименту трактувань рекламного процесу, метод аналізу – для з'ясування доцільності використання широкого асортименту трактувань поняття реклами, метод синтезу – для виділення основоположних критеріїв визначення реклами, які можливо було б використати

при статистичному дослідженні в якості об'єктів, що мають чітке незмінне тлумачення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Реклама є невід'ємною складовою життя сучасної людини. Численні за формою і найрізноманітніші за змістом види реклами об'єктивно зумовлюються неоднозначним тлумаченням самої реклами, як історично сформованого, цілком самостійного і конкретного об'єкта пізнання. З іншого боку постає специфіка статистики, яка зводиться до чіткого тлумачення об'єкта спостереження, без якого неможливо вибудувати кількісний облік.

У широко відомому і досить популярному великому енциклопедичному словнику говориться, що: «Реклама (від латинського *gesclamo*- викрикую), інформація про споживчі властивості товарів і види послуг з метою створення попиту на них; популяризація творів літератури, мистецтва та ін. »[2]. Дана класична формулювання відразу ж породжує логічні питання про те, чому популяризація творів літератури, мистецтва виділені із загальної маси товарів, що рекламуються? Адже в умовах ринку будь-які предмети, товари та послуги є «товаром», як узагальнююче поняття об'єкта реклами. Але якщо для рекламної галузі така багатокритеріальність не є проблемою, то, з точки зору статистичного обліку, популяризація творів літератури, мистецтва та ін. повинні іти окремою позицією спостереження. У статистичному аспекті це абсолютно різні підходи, так як підвищена увага до того чи іншого об'єкту рекламування може не знаходити практичного втілення у вигляді покупки.

Дуже цікавою видається трактування, представлена в Оксфордській ілюстрованій енциклопедії, де стверджується, що: «Реклама (*advertising*) - це використання засобів масової інформації для передачі платних повідомлень у комерційних цілях або для забезпечення успіху будь-якого заходу, установи або політичного діяча (головним чином під час виборів) »[6].

Однак і це трактування не універсальне і кілька вузькоспеціалізоване, так як реклама не завжди поширюється за допомогою засобів масової інформації (наприклад, рекламні повідомлення на сувенірах, на транзитних носіях, на товарах народного споживання та ін.). При використанні такого визначення з точки зору статистичного обліку доведеться брати до уваги ту обставину, що існують форми рекламної діяльності, що знаходяться за межами засобів масової інформації, які крім того потребуватимуть додаткових уточнень параметрів.

У відомому довіднику Вікіпедія можна наштовхнутися на наступне формулювання: «Реклама - це частина маркетингових комунікацій, в рамках якої проводиться оплачене відомим спонсором поширення неперсоналізованої інформації з метою залучення уваги до об'єкта рекламування, формування або підтримка інтересу до нього, його просування на ринку». Настільки узагальнене визначення реклами, є досить прийнятним для статистичних методів, так як акцентує увагу на об'єкті рекламування в його абсолютному

різноманітті на різних етапах його існування, включаючи і просування на ринку, без виділення в окрему групу будь-яких видів рекламованого товару.

Огляд спеціальної літератури лише ускладнює ситуацію з точки зору статистичної практики. Точок зору з приводу визначення реклами існує така безліч, що привести їх до єдиного знаменника, націлений на наступний однаковий кількісний облік просто неможливо. Існуюча на даний момент ситуація складається таким чином, що кожен автор дає більш-менш унікальне власне формулювання реклами.

Всі згадувані критерії реклами, які зустрічаються у визначеннях (неперсоніфікована передача інформації, неособове звернення, непряма форма переконання, оплачена комунікація і т.д.), не дозволяють зафіксувати сам момент передачі рекламного повідомлення або суті реклами, який можна представити в кількісному вигляді.

Розглядаючи рекламу як об'єкт статистичного спостереження, з об'єктивних причин виникає необхідність робити акцент лише на підсумках практичної діяльності, які можна представити у цифровому вигляді. У той же час без уваги залишаються такі критерії як комунікаційна складова, психологічний вплив та ін.

Зі статистичної точки зору ринок реклами цілком закономірно пов'язаний з рекламними продуктами і послугами, що підлягають обліку або в натуральному, або у вартісному вираженні. Причому використання натуральних і вартісних одиниць вимірювання в процесі оцінки параметрів ринку реклами зумовлюється необхідністю комплексної характеристики об'єкта дослідження (важливо знати не тільки вартість, але і кількість і т.д. рекламних продуктів і послуг).

Наступною складністю у застосуванні статистичних методів є велика кількість класифікацій реклами, оскільки статистика повинна не тільки встановлювати розмір ринку реклами, а й оцінювати його структуру в усіх найважливіших секторах і напрямках. Тільки з найрозповсюджених ознак реклами можна виділити більше десятка різновидів:

1. За особливостями впливу на почуття людини;
2. За ступенем використання образу рекламованого об'єкта;
3. За характером подачі рекламного матеріалу;
4. За характером стратегічного напрямку реклами;
5. За вибором підходу до вирішення рекламної завдання;
6. За характером планування рекламних акцій;
7. За типом рекламополучателів;
8. По цільовій групі;
9. По сектору економіки;
10. За періодом життєвого циклу товару;
11. За характером об'єкта реклами;
12. За типом рекламоносіїв і т.д.

У статистичних публікаціях частіше застосовуються укрупнені види рекламної діяльності. Вони зводяться до виділення найбільш відомих форм або різновидів, які зазвичай характеризуються каналами поширення реклами або типами рекламоносіїв:

- друкована реклама;
- реклама в пресі;

- аудіовізуальна реклама;
- радіореклама;
- телевізійна реклама;
- зовнішня реклама;
- рекламні сувеніри;
- поштова реклама;
- рекламні ярмарки і виставки;
- реклама зі зв'язків з громадськістю;
- усна реклама;
- інтернет реклама.

У статистичному аспекті навіть відносно невелике число видів рекламної діяльності породжує широкий спектр питань, які не мають однозначних відповідей. Наприклад, як співвідносити між собою друковану рекламу (каталоги, проспекти, листівки і т.д.) і рекламу в пресі (газети, журнали)? Розглядати їх як одну групу? Обидві форми тяжіють до паперових носіїв і помітно прив'язані до поліграфічної бази. Однак преса є засобом масової інформації і помітно перевершує друковану рекламу за популярністю серед населення.

Але, не дивлячись на вищесказане, на сьогоднішній момент можна виділити основні напрямки застосування статистики, які динамічно розвиваються і набувають масовість застосування:

- Характеристика практичного використання і розвитку різних форм, видів, типів і галузей реклами. Статистичне вивчення використання різних форм, видів, каналів поширення і типів реклами має на меті отримати найважливіші характеристики рекламної інфраструктури на основі збору та узагальнення даних про їх рейтинг. Для побудови таких рейтингів необхідно чітко уявляти класифікацію всіх існуючих форм, видів і засобів розповсюдження реклами. До основних форм традиційно відносять усну, друковану, пряму поштову, аудіовізуальну рекламу, рекламні сувеніри, рекламу, яка супроводжує проведення виставкових та ярмаркових заходів, PR-заходів і заходів щодо стимулювання продажів. Найбільшого поширення знаходить реклама в ЗМІ (пресова, радіо-, телевізійна реклама і реклама в інтернеті), а також зовнішня реклама. Самостійне значення і розвиток набувають окремі галузі комерційної та некомерційної реклами - банки, страхові, соціальна, політична, екологічна, туристська, спортивна реклама та ін. До завдань статистики входить аналіз поширеності цих форм, видів, каналів і типів, а також можливості застосування різноманітних статистичних методів для вивчення рівня ефективного проведення рекламного заходу;

- Характеристика споживачів реклами. Проводячи статистичне дослідження споживачів реклами, слід мати на увазі, що це дуже специфічна категорія населення в силу того, що споживач товарів і послуг з тих чи інших причин не завжди є споживачем рекламної інформації, і навпаки. Для такого дослідження можуть широко використовуватися дані державної статистики, переписів населення та інші спеціально організовані обстеження, перш за все опитування споживачів. Незважаючи на багатий арсенал методів організації та статистичного узагальнення результатів опитувань і тестування, тут

є значна специфіка, перш за все пов'язана з необхідністю виявлення різних психологічних аспектів впливу реклами на споживача. Видається актуальним побудова системи показників споживачів реклами, в структурі якої найбільш важливими є її соціально-економічний, соціально-демографічний, соціально-територіальний та соціально-етнічний розрізи;

- Обґрунтування рекламного бюджету різних типів виробників (торговельних організацій). Цей напрямок дослідницької діяльності має особливий інтерес для представників малого та середнього бізнесу, які часом ще дуже смутно уявляють собі, який метод формування бюджету взяти за основу і, крім того, мають досить обмежені можливості для істотних вкладень в рекламу. Для розробки рекомендацій за обсягом і структурі рекламного бюджету необхідно провести дуже скрупульозний аналіз досить великого обсягу статистичної інформації по структурі і динаміці збуту як власної продукції, так і продукції конкурентів, що передбачає зіставлення цих даних з витратами на ті чи інші форми і види реклами, оцінити вплив структури рекламних витрат на показники збуту, зіставити ефективність тієї чи іншої комбінації форм і видів рекламування на конкретних ринках;

- Різноманітні аспекти ефективності реклами. При проведенні такого аналізу є важливим облік різних аспектів у вивченні ефективності реклами. Економічний аспект полягає в оцінці фінансових, комерційних результатів, отриманих від вкладення коштів в рекламну діяльність. У цій області є певні напрацювання, пов'язані зі статистичними розрахунками ряду аналітичних показників: коефіцієнт обігу реклами, показник "чистого охоплення", показники вартості рекламного контакту і ін. [10] Знаходять використання статистичні методики освіти пробних і контрольних ринків, різних моделей витрат на рекламу;

- Психологічна (проміжна) ефективність реклами. Даний показник є поняття, яке відображає ступінь психологічного впливу на споживача, для самої нескладної оцінки якої використовуються різноманітні показники, що характеризують співвідношення чисельності і частки осіб, що запам'ятали і не запам'ятали рекламу і споживачів рекламованих товарів [10]. Хороші результати для оцінки психологічної ефективності реклами дає також використання відомих методик обробки психологічних тестів, а також непараметричних критеріїв оцінки статистичних гіпотез.

ВИСНОВКИ

Таким чином, незважаючи на всю значимість реклами в житті сучасного суспільства, доводиться констатувати, що рекламний процес, як об'єкт статистичного дослідження, знаходиться в стадії формування. До цих пір немає єдиного більш-менш однозначного тлумачення самої реклами. Вона, постійно розвиваючись, безперервно ускладнює статистичну ідентифікацію рекламного ринку, яка в даний час найчастіше зводиться до рекламної діяльності, що має певні результати, в кінцевому

рахунку, і підлягають кількісному обліку. Одночасно до сих пір не сформувалося загального підходу до класифікації форм реклами, що значно ускладнює порівняння прикладних статистичних досліджень рекламної діяльності, змушуючи вдаватися не до однакових і стійких градацій, сегментів, секторів ринку реклами, а до аспектів аналізу, орієнтованих виключно на вирішення конкретних завдань. Такий стан, безумовно, негативно позначається на розвитку статистики реклами, чие подальше просування вперед неможливе без консолідації зусиль вчених різних наукових шкіл (економістів, соціологів, маркетологів, статистиків і ін.) в напрямку уніфікації ключових категорій рекламного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Батра Р., Майерс Д.Д., Аакер Д.А. Рекламний менеджмент. Пер. з англ. - 5-е изд. М.: СПб., Видавничий дім "Вільямс". С. 696.
2. Великий енциклопедичний словник. Під редакцією Прохорова А.М. Видання 2-е, перероблене і доповнене. - М.: Велика російська енциклопедія, 1998, - С. 1008.
3. Мудров А.Н. Основи реклами. Підручник / 2-е видання, перероблене і доповнене. - М.: Магістр, 2008.
4. Морозова І. Складаючи слогани. - М.: РВП-холдинг, 2001. - 172 с.
5. Назайкин А. Н. Ефективна реклама в пресі: Практик. посібник за спеціальністю «Реклама. - М.: Изд-во Міжнар. ін-ту реклами, 2001. - 202 с.
6. Оксфордська ілюстрована енциклопедія. За редакцією Р. Хоггарда, 2002.
7. Песоцький Є. Сучасна реклама: Теорія і практика. - Ростов н / Д: Фенікс, 2001. - 315
8. Реклама: палітра жанрів / В.В. Учнів, С.А. Шомов, Т.Е. Грінберг, К.В. Конанихін. - М.: РВП-холдинг, 2000. - 95 с.
9. Рекламний текст: Смук і лінгвістика / Ю.К. Пирогова, А.Н. Баранов, П.Б. Паршин. - М.: Видавничий дім Гребенникова, 2000. - 270 с.
10. Романов А.А. Рекламне справа. Навчальний посібник. М.: МЕСІ. 2001. С. 201-202.
11. Романов А.А. Статистика в рекламній справі. Підручник "Статистика ринку товарів і послуг" / Под ред. І.К. Біляївського. Вид. 2-е. перераб. і доп. М.: Фінанси і статистика, 2002. - С. 248-258.

БРОЯКА

Антоніна Анатоліївна
broyaka@yandex.ru



к.е.н., доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, готельно-ресторанної справи та туризму, Вінницький національний аграрний університет

УДК 339.5:631.11

АДАПТАЦІЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ

ADAPTATION OF AGRICULTURAL ENTERPRISES FOREIGN TRADE ACTIVITY TO THE CURRENT ECONOMIC CONDITIONS

У статті розглянуто особливості здійснення зовнішньоторговельної діяльності підприємств аграрного сектору України в сучасних економіко-політичних умовах, проведено аналіз показників експортно-імпортних операцій, проаналізовано в динаміці географічну структуру вітчизняного аграрного експорту, в тому числі до Російської Федерації. Досліджено позитивний та негативний вплив на українських товаровиробників та споживачів аграрної продукції застосування Угоди про асоціацію Україна-ЄС, розглянуто питання тарифних квот на постачання української продукції до країн Європейського Союзу та проаналізовано їх використання. Окреслено основні причини недостатньої ефективності зовнішньої торгівлі аграрною продукцією та шляхи їх усунення. Визначено напрями подальшого розвитку зовнішньоторговельної діяльності аграрних підприємств.

В статье рассмотрены особенности осуществления внешнеторговой деятельности предприятий аграрного сектора Украины в современных экономико-политических условиях, проведен анализ показателей экспортно-импортных операций, проанализирована в динамике географическая структура отечественного аграрного экспорта, в том числе в Российскую Федерацию. Исследовано позитивное и негативное влияние на украинских товаропроизводителей и потребителей аграрной продукции применения Соглашения об ассоциации Украина-ЕС, рассмотрены вопросы тарифных квот на поставку украинской продукции в страны Европейского Союза и проанализировано их заполнение. Выделены основные причины недостаточной эффективности внешней торговли аграрной продукцией и пути их устранения. Определены направления дальнейшего развития внешнеторговой деятельности аграрных предприятий.

The article deals with the peculiarities of foreign trade activity of the Ukrainian agrarian sector enterprises in the current economic and political conditions. The performance of export-import operations and the dynamics of the geographic structure of national agricultural exports, including trade with the Russian Federation are analyzed. The positive and negative impact of the Association Agreement Ukraine-EU implementation on the Ukrainian producers and consumers of agricultural products, the issues of tariff quotas for the Ukrainian products supply to the European Union countries are investigated and their utilization is analyzed. The basic reasons for the lack of efficiency of foreign trade in agricultural production and tools of their elimination are outlined. The further development trends of foreign-trade activity of agricultural enterprises are determined.

Ключові слова: зовнішньоторговельна діяльність, експорт, імпорт, аграрний сектор, аграрні підприємства, тарифні квоти, ембарго, сертифікація, державна регуляторна політика

Ключевые слова: внешнеторговая деятельность, экспорт, импорт, аграрный сектор, аграрные предприятия, тарифные квоты, эмбарго, сертификация, государственная регуляторная политика

Keywords: foreign trade activity, export, import, agricultural sector, agricultural enterprises, tariff quotas, embargoes, certification, state regulatory policy

ВСТУП

Розвиток та ефективність зовнішньоторговельної діяльності аграрних підприємств залежить від багатьох факторів, серед яких експортний потенціал, ємність внутрішнього та зовнішнього ринків, конкурентоспроможність вітчизняної продукції, тощо. Проте, ключову роль щодо поглиблення інтеграції аграрного сектору України у світове

господарство нині відіграє політико-економічна ситуація в країні. Підприємства – суб'єкти аграрного сектору, змушені функціонувати в нестабільних та невизначених умовах сучасного ринку. Тому постійно виникає потреба у вирішенні нових організаційних, економічних та управлінських завдань з метою пристосування до мінливої зовнішньоекономічної кон'юнктури.

У науковій літературі питання ефективного

розвитку зовнішньоторговельної діяльності підприємств аграрного сектору знайшло відображення у працях Л.М. Березіної, О.М. Бородіної, О.С. Головачової, В.І. Губенко, О.Л. Зборовської, С.М. Кваші, А.В. Ключник, Г.В. Марків, Н.В. Назарової, О.В. Черниш, С.В. Щербини та інших вітчизняних науковців. Проте, окремі аспекти цієї проблематики потребують додаткового вивчення, особливо в контексті географічної переорієнтації та диверсифікації українського агроекспорту.

МЕТА РОБОТИ

Основною метою дослідження є аналіз сучасного стану та умов здійснення зовнішньоторговельної діяльності аграрних підприємств, вивчення основних проблем та окреслення напрямів її подальшого розвитку на тлі останніх економіко-політичних змін.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У процесі дослідження було використано сукупність загальних та специфічних методів наукового пізнання, зокрема: абстрактно-логічний, аналізу і синтезу, статистико-економічний, розрахунково-конструктивний, монографічний та ін..

РЕЗУЛЬТАТИ

Зовнішньоторговельна діяльність є невід'ємною та важливою частиною інтегрування України у світове господарство. Ключовою галуззю вітчизняної економіки, що має найбільше позитивне сальдо по зовнішній торгівлі товарами (11085,3 млн. дол. США у 2015 році), є сільське господарство. Тому стимулювання розвитку та забезпечення ефективності зовнішньоторговельної діяльності аграрних підприємств є стратегічним завданням держави, що є повністю обґрунтованим як з огляду на наявний потенціал, так і на можливості його реалізації.

Аналіз взаємодії національного аграрного ринку із світовим господарством дозволяє визначити пріоритетні напрями розвитку зовнішньоторговельної діяльності підприємств, удосконалити процес її планування, сприяє покращенню імплементації розроблених стратегій виходу на міжнародні ринки.

Важливою складовою світового агропродовольчого ринку є експортно-імпортні операції з сільськогосподарською продукцією, сировиною та готовим до споживання продовольством [1]. За даними Державної служби статистики України у 2015 році було експортовано сільськогосподарської продукції та продуктів харчування на суму 14564,2 млн. дол. США [7], що майже на 13% менше порівняно із 2014 роком. При цьому варто відмітити сировинну спрямованість вітчизняного агроекспорту, яка свідчить про технологічну відсталість та обмежені можливості українських виробників щодо закупівлі сучасного обладнання й устаткування. Як наслідок, у структурі експорту зменшується частка готової продукції, яка може забезпечити значно вищий ступінь доданої вартості. До того ж, нерідко сировина, направлена до індустріально розвинутих країн, повертається до України у вигляді готової до споживання продукції, витісняючи вітчизняних виробників. Таким чином, зростає імпорт товарів, які можуть бути вироблені в Україні, посилюється проблема безробіття, збільшується диспропорція у товарній структурі експортно-імпортних операцій. Досвід розвинутих країн світу підтверджує, що саме переробна галузь сприяє ефективному функціонуванню сільського господарства та підвищує конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на зовнішніх ринках [5]. Тому державна регуляторна політика має бути спрямована на підтримку розвитку переробних підприємств та стимулювання експорту виробленої ними продукції, що дозволить отримати більшу фінансову вигоду, а також створити додаткові робочі місця.

Географічна структура експортної діяльності аграрного сектору України є доволі широка. Україна експортує свою продукцію до майже 190 країн світу. Близько половини всього вітчизняного аграрного експорту, за підсумками 2015 року, вирушило до країн Азії (47%), серед яких 8,4% припадає на Китай (рис. 1).

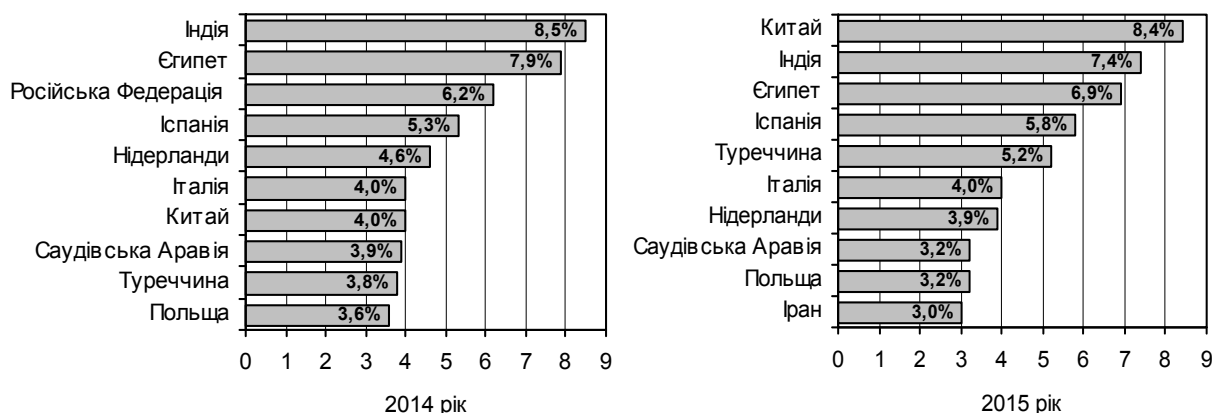


Рис. 1. Топ-10 країн за часткою українського експорту агропродукції у 2014 та 2015 роках
[сформовано за даними Міністерства аграрної політики України [8]]

У 2015 році Україна стала головним постачальником кукурудзи до Китаю, забезпечивши за перше півріччя 90% всього імпорту цієї культури на ринок КНР [8]. Країни Азії – це найбільш динамічно зростаючий ринок, на який варто орієнтуватись українським експортерам.

Нині відбувається переформування структури взаємного товарообміну між країнами обумовлене підписанням Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, а також військово-політичним конфліктом на Сході України. Зокрема, з 1 січня 2016 року почалося тимчасове застосування Угоди про асоціацію Україна-ЄС у частині поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі, згідно якої введено нульові ставки на імпорт з ЄС сільськогосподарської продукції та товарів переробної і харчової промисловості. Крім того, по товарах кондитерської галузі, на насіннєву продукцію, окремі зернові культури, фрукти, сухофрукти, приправи та спеції, іншу продукцію рослинного походження відбувається поступове симетричне скасування увізних мит обома сторонами.

З одного боку, така тарифна лібералізація може призвести до значного припливу на український

ринок товарів з Європи. Це повинно стимулювати вітчизняних виробників удосконалювати свою продукцію, покращувати якість, приділяти більше уваги маркетинговій складовій просування товару на міжнародний ринок аби закріпити свої позиції. Девальвація гривні, незважаючи на свою негативну сутність, є одним із стримуючих факторів притоку європейських товарів, що робить національну продукцію відносно дешевшою, а отже конкурентоспроможною.

З іншого боку, зона вільної торгівлі Україна-ЄС відкриває нові ринки збуту для національного виробника, що особливо важливо в умовах порушення економічних зв'язків в Росію. При цьому девальвація гривні може стимулювати експорт, оскільки експортер при обміні вирученої іноземної валюти на свою знецінену валюту отримає девальваційний дохід.

До нещодавно вагому частку у експорті українських товарів аграрного сектору займав російський ринок. Ще у 2013 році вона становила 11,4% від загального експорту продукції сільського господарства та харчової промисловості (рис. 2).

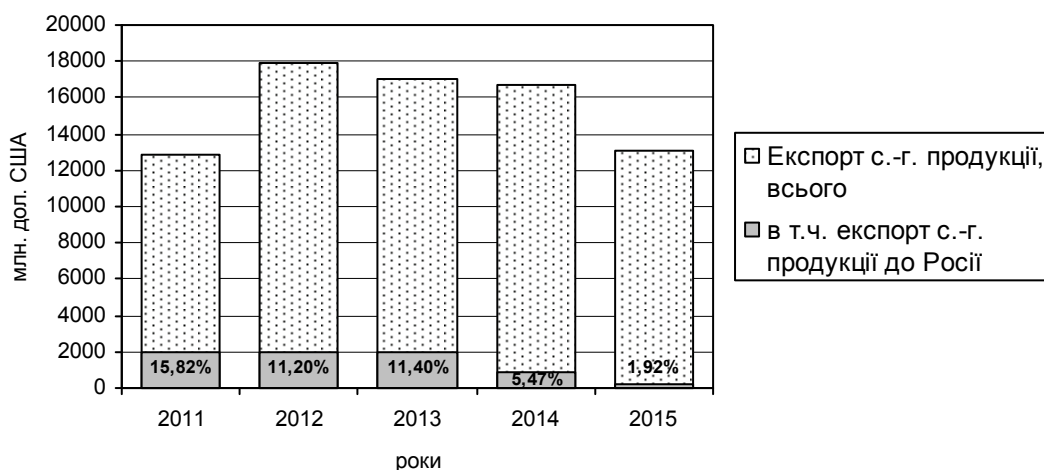


Рис. 2. Частка експорту аграрної продукції України до Росії у сукупному аграрному експорті

України [сформовано за даними Державної служби статистики України [7]]

Однак, починаючи з 2014 року Росія поступово наклала ембарго на більшість видів сільськогосподарської продукції та продуктів харчування з України, зокрема: свинину, молочну продукцію і молоко, сирні продукти, сояшник, соєві боби, кукурудзяну крупу і шрот, картоплю, овочеві, фруктові та риби консерви, фруктові соки, в тому числі для дитячого харчування, кондитерські вироби виробництва компанії «АВК», АТ «ВО «КОНТИ», та концерну «Рошен», спиртні напої, пиво і пивні напої виробництва ПАТ «Оболонь», ПАТ «Сан ІнбевУкраїна», ТОВ «Українська дистриб'юторська компанія» та інші [9]. В результаті експорт продукції вітчизняного аграрного сектору до Росії у 2014 році скоротився на 1029292,7 тис. дол. США і становив 5,47%, а у 2015 році частка Росії у агроекспорті

України не перевищила і 2% [7].

Крім того, через початок дії економічної частини Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, з 1 січня 2016 року набрав чинності російський закон, який передбачає зупинку дії договору про зону вільної торгівлі з Україною, підписаний в рамках СНД.

У відповідь на такі дії та з метою захисту національних економічних інтересів і безпеки України, постановою Кабміну №1147 від 30 грудня 2015 року з 10 січня 2016 року до 5 серпня 2016 року запроваджено заборону ввезення низки товарів, що походять з Російської Федерації. Під ембарго потрапило постачання харчових продуктів: м'яса, риби, ряду молочних продуктів, плавлених сирів, кави, чаю, харчових сумішей, кондитерських та хлібобулочних виробів, продуктів дитячого

харчування, макаронних виробів, соусів; смакових добавок і приправ, пива, спирту, горілки, корму для собак, сигарет з фільтром. Крім цього, в запропонованому переліку, на відміну від російського – хлористий калій з вмістом калію, інсектициди, фунгіциди, гербіциди, засоби, що запобігають проростанню паростків та регулятори росту рослин, родентициди, оболонки штучні для ковбасних виробів [9]. При імпорті інших товарів російського походження з 2 січня 2016 року діє режим найбільшого сприяння – справлятимуться ввізні мита згідно ставок Єдиного митного тарифу Євразійського економічного союзу.

На тлі майже повного закриття російського ринку важливим кроком для розвитку зовнішньоторгівельної діяльності аграрних підприємств є географічна диверсифікація агроекспорту. Вже у 2015 році вдалося дещо переорієнтувати «російський» агроекспорт до інших країн. Зокрема, відкрито ринок Єгипту для виробників курятини, Китаю – для виробників молочних продуктів, Ізраїлю – для вітчизняних підприємств-виробників столових яєць. Також відновлено експорт м'яса та м'ясної продукції до Молдови, Вірменії, Узбекистану, Киргизії, молочної продукції – до Казахстану [8]. Україна втриє збільшила експорт курятини до країн Європейського Союзу, а найближчим часом розраховує відкрити для себе європейський ринок молока, що дозволить, завдяки обов'язковій сертифікації, отримати молоко належної якості і на внутрішньому ринку. Невдовзі після завершення сертифікаційних процедур для виробників курятини буде відкрито Саудівську Аравію, а також країни ЄС для української продукції насінництва.

Створення Зони вільної торгівлі з Європейським Союзом відкриває перспективи поступового освоєння нових ринків вітчизняними компаніями. Передумовою для розширення експортної номенклатури є невикористані тарифні квоти, в рамках яких забезпечується безмитний доступ товарів на ринок країн ЄС.

Нагадаємо, що, згідно Угоди про асоціацію, тарифні квоти є основним інструментом обмежень у торгівлі сільськогосподарськими товарами між Україною та країнами ЄС. Однак, багато вітчизняних виробників продукції аграрного сектору часто хибно трактують їхню економічну сутність, вважаючи, що таким чином Європа намагається скоротити їх виробництво. Особливо це стосується тих галузей, де Україна може виробити більше, ніж здатен поглинути європейський ринок. Проте, запровадження квотування у двосторонній торгівлі між Україною та ЄС не означає повного обмеження обсягів українського імпорту Європою. Українські виробники отримують можливість завозити встановлені обсяги певних товарів без справляння увізних мит, а будь-яка додаткова кількість даних товарів може бути імпортована та

оподатковуватиметься на загальних умовах, рівних з іншими постачальниками [3, С. 48]. Крім того, по окремих товарах, щодо яких у двосторонній торгівлі домовлено про тарифні квоти, є можливість експорту також і в рамках глобальних квот СОТ, якими Україна як член СОТ також може скористатися на загальних підставах, конкуруючи з іншими членами СОТ.

При плануванні розширення агроекспорту важливо враховувати невичерпані квоти попередніх років. Фактично у 2014 та 2015 роках повністю було використано квоти лише на пшеницю (950 тис. т), кукурудзу (400 тис. т), мед (5 тис. т), ячмінну крупу та борошно, оброблене зерно, зернові злаки (6,3 тис. т), оброблені томати (10 тис. т), виноградний та яблучний соки (10 тис. т). Суттєво за цей період збільшилось використання квот на ячмінь – з 1% до 77,68%, овес – з 1,6% до 100%. Майже на три четверти вичерпано у 2015 році квоти на м'ясо птиці та солод (рис. 3 та 4).

У той же час, по ряду позицій квоти навіть не використовувалися. У переліку незаповнених квот – баранина, цукрові сиропи, крохмаль, висівки, гриби, цукрова кукурудза, часник, продукція з обробленого молока та масла. Фактично це такі категорії товарів, які виробляються в Україні не в достатній кількості чи неналежної якості. Тому вітчизняним аграрним виробникам варто обмірковувати перспективи виробництва вказаної продукції, що в певній мірі дозволить покращити її якість, створити нові робочі місця, збільшити ВВП країни.

Головними факторами, що сприяли швидкому заповненню зазначених вище квот, є їх незначний обсяг та відсутність жорстких санітарних та фітосанітарних вимог, як наприклад до м'ясної продукції. Проте подальше освоєння ринку країн ЄС вимагає від національного виробника підвищення якості, безпечності, екологічних характеристик української агропродукції, покращення умов виробництва, зміни підходів до функціонування ринку. Для багатьох виробників подолати ці нетарифні бар'єри виявилось доволі складно, адже щоб отримати підтверджуючий сертифікат якості та безпечності своєї продукції європейського зразка, потрібно дійсно відповідати усім вимогам. Також незалежно від законодавства ЄС діють певні приватні стандарти, що впливають на ефективність діяльності вітчизняних експортерів і мають бути ними враховані. Серед них дотримання певних соціально-економічних, екологічних та моральних принципів при виробництві продукції, зокрема трудових стандартів, прав тварин, нанесення мінімальної шкоди навколишньому середовищу. Отже, вітчизняні виробники повинні навчитись брати на себе відповідальність та виконувати взяті зобов'язання без контролю з боку держави.

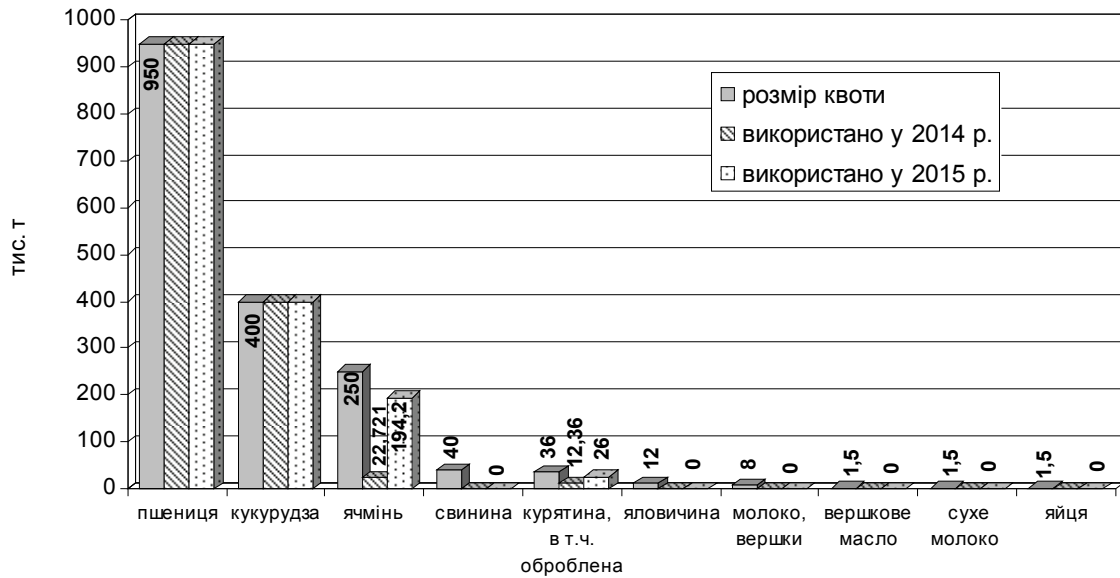


Рис. 3. Використання Україною тарифних квот на імпорт до ЄС за принципом «ліцензування» у 2014-2015 роках [сформовано за даними Міністерства аграрної політики України [8]]

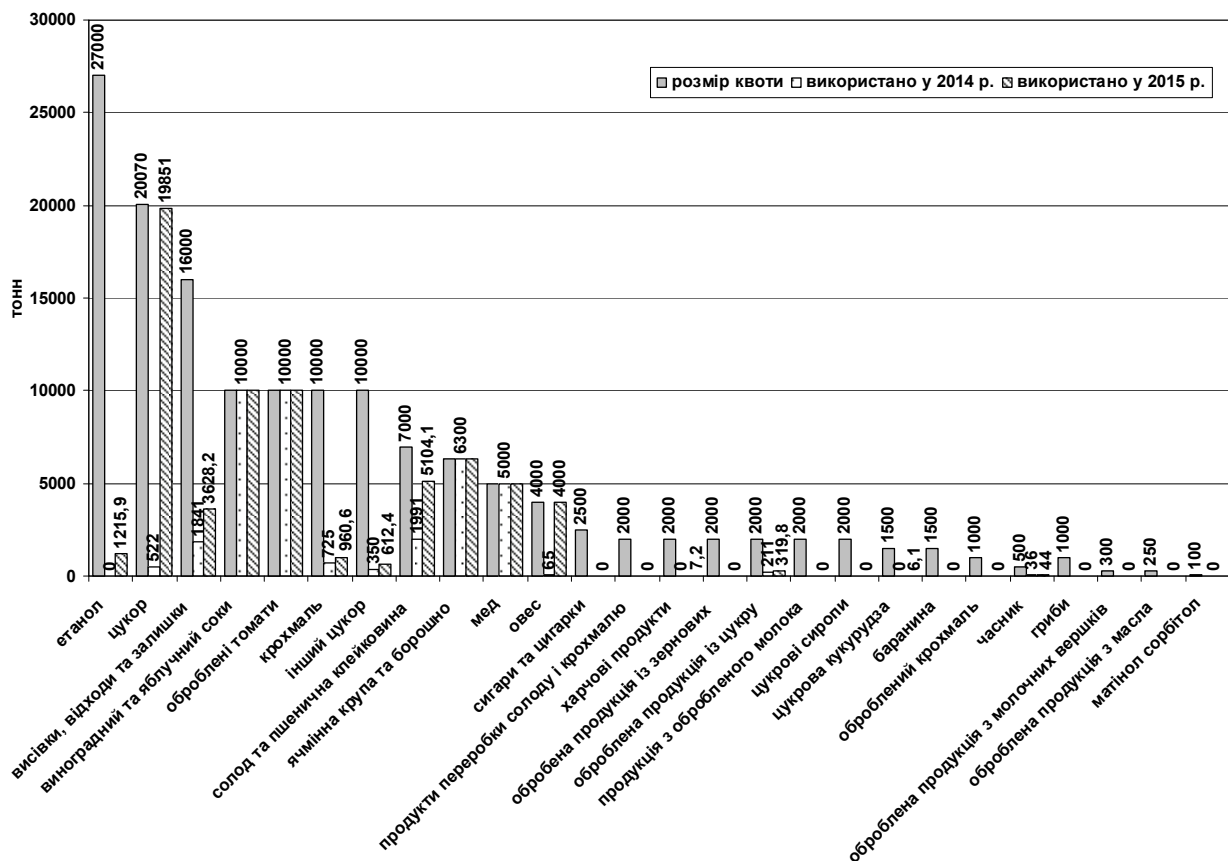


Рис. 4. Використання Україною тарифних квот на імпорт до ЄС за принципом "перший прийшов – перший отримав" у 2014-2015 рр. [сформовано за даними Міністерства аграрної політики України [8]]

Яскравим прикладом того, що український аграрний сектор нарощує свій експортний потенціал та підвищує конкурентоспроможність на світовому ринку є стрімке заповнення європейських квот на початку 2016 року. Так, до 1 лютого 2016 року Україною повністю були вибрані квоти на безмитні поставки м'яса птиці до ЄС у розмірі 18 тис. т та кукурудзи у розмірі 400 тис. т, більше ніж на 30% використано квоту на пшеницю [6]. Інтенсивне використання квот по ряду позицій з одного боку та дотримання стандартів і принципів європейського ринку з іншого сприятимуть розширенню переліку квот та збільшенню їх розміру, що є нормальною практикою для Європейського Союзу.

Як уже зазначалось, аграрний сектор України має значний експортний потенціал, який, на жаль, не використовується повною мірою. Однак, підприємства не в змозі самотужки вирішити цю проблему. З метою подальшого нарощування обсягів експорту сільськогосподарської продукції український уряд має втілювати цілеспрямовану державну регуляторну політику щодо ціноутворення, залучення інвестицій у розвиток інфраструктури аграрного сектору, підтримки малих та середніх товаровиробників, у тому числі надання пільгових умов господарювання для новостворених підприємств. Держава має здійснювати політику протекціонізму щодо національних аграрних підприємств і сприяти підвищенню їхніх конкурентних переваг на внутрішньому та зовнішньому ринках. Стимулювання державою українського експорту також може бути реалізовано через низку таких урядових заходів, як: приведення українського законодавства щодо якості продукції у відповідність з міжнародними вимогами, проведення сертифікації аграрних підприємств та їхньої продукції, створення державної системи ринкової інформації щодо ситуації на світовому та внутрішньому ринках продовольства, підтримка створення об'єднань експортерів, поширення досвіду та сприяння впровадженню новітніх технологій, розроблення державної програми щодо зменшення цінових, погодних та інших ризиків в сільському господарстві, виокремлення політичної складової у зовнішньоторговельній політиці та інше. Узгодження інтересів суб'єктів аграрного сектору та державних органів управління при удосконаленні механізму регулювання зовнішньоторговельної діяльності, використання можливостей ефективних інтеграційних форм дозволить Україні зайняти достойне місце на світовому агроринку.

Ефективність ведення зовнішньоторговельної діяльності аграрних підприємств також залежить від їх обізнаності та інформаційного забезпечення. На даний час функціонує ряд державних і недержавних структур та інформаційних баз, що сприяють здійсненню зовнішньої торгівлі, серед яких: офіційні портали Державної фіскальної служби України, Міністерства економічного розвитку та торгівлі України, Міністерства аграрної політики України, об'єднання експортерів та імпортерів, об'єднання підприємств, асоціації, торгово-промислові палати, Служба підтримки експорту до ЄС, тощо [4]. Проте

доволі часто товаровиробники, що здійснюють зовнішньоторговельні операції, стикаються з необхідністю цільової допомоги у вирішенні конкретних проблем та роз'ясненні певних питань. Цю нішу могли б зайняти вищі навчальні заклади аграрної освіти, на базі яких доречно створювати інформаційно-консультаційні центри, які б серед ряду своїх послуг формували базу даних та надавали інформаційну допомогу з питань зовнішньоекономічної діяльності, допомагали б у розробці стратегій її здійснення, сприяли б налагодженню нових зв'язків із зарубіжними партнерами та консалтинговими структурами, здійснювали експертизу міжнародних комерційних угод та інвестиційних проєктів тощо.

Пристаювання до світових стандартів і правил міжнародної торгівлі, що неодмінно пов'язано із поглибленням зовнішньоторговельних відносин України, потребуватиме від виробників аграрного сектору та держави додаткових зусиль та збільшення витрат. Однак, у довгостроковій перспективі це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності національної агропродукції і, як наслідок, закріпленню своїх позицій на внутрішньому ринку та збільшенню експорту на світові ринки [11], зростатиме довіра до української економіки, що стимулюватиме приплив іноземних інвестицій для забезпечення впровадження сучасних технологій у виробництво, а українські споживачі отримають більше якісних і дешевих продовольчих товарів.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволяє із впевненістю стверджувати, що аграрний сектор – це локомотив економіки України, це найприбутковіша експортна галузь, що має позитивне сальдо та забезпечує 14% загального обсягу ВВП. Україна входить до десятки лідерів світових експортерів по поставках соняшникової олії, кукурудзи, ячменю, пшениці, сої, курятини. Як свідчать показники, аграрний сектор залишається найбільш динамічною та перспективною галуззю української економіки. Тому сталий розвиток зовнішньоторговельної діяльності аграрних підприємств буде підвищувати їхню ефективність та покращувати ситуацію в економіці країни загалом. Однак, цьому перешкоджають ряд як ендегенних, так і екзогенних факторів, що потребують негайного усунення, серед яких: застарілі технології виробництва та відсутність вільних коштів для їх оновлення; недостатня якість, невідповідність міжнародним стандартам та нормам виробництва вітчизняної агропродукції, відсутність сертифікації по певних її видах; сировинна спрямованість агроекспорту, недостатні обсяги виробництва або взагалі його відсутність по деяким категоріям товарів, на які є світовий попит; недосконалість або навіть повне ухилення від стратегічного планування та маркетингового управління зовнішньоторговельною діяльністю аграрних підприємств; відсутність висококваліфікованих кадрів, недостатнє інформаційне забезпечення, нехватка практичного досвіду у сфері експортно-імпорتنих операцій; недосконалість українського законодавства та

державного регулювання у сфері зовнішньоекономічної діяльності, незахищеність з боку держави від ризиків (погодних, політичних, цінових); нестабільність національної валюти, недовіра з боку інвесторів, у тому числі іноземних, та інше. Усунення цих проблем сприятиме підвищенню рівня зовнішньоторговельної активності вітчизняних суб'єктів господарювання аграрного сектору. При цьому головними напрямками розвитку їхньої зовнішньоторговельної діяльності мають бути: розширення експортної номенклатури аграрної продукції, що забезпечить заповнення невичерпних раніше квот, наданих Європейським Союзом Україні; збільшення у загальному обсязі українського агроекспорту частки продукції з високим ступенем переробки, що зменшить реекспорт та підвищить ВВП; географічна диверсифікація міжнародних ринків збуту, що мінімізує політичний вплив на зовнішньоторговельні відносини; досягнення міжнародних стандартів та санітарних норм, прискорення процесу сертифікації, застосування прогресивних технологій, використання інноваційних методів управління зовнішньоторговельною діяльністю, що дозволить вітчизняним аграрним підприємствам закріпити свої позиції на світовому ринку та підвищить їхні конкурентні переваги. У цьому контексті подальші дослідження повинні стосуватись удосконалення методів стимулювання агроекспорту та розвитку експортного потенціалу аграрного сектору.

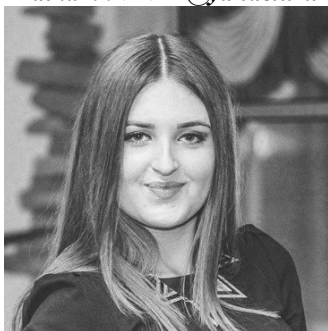
Список використаних джерел

1. Березіна Л.М. Зовнішньоекономічні аспекти в удосконаленні відносин підприємств АПК [Текст] / Л.М. Березіна // Економічні інновації : зб. наук. праць. – Одеса: Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2011. – Вип. 43. – С. 27 – 33.
2. Головачова О. С. Особливості застосування нетарифних інструментів регулювання зовнішньої торгівлі [Текст] / О. С. Головачова // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 10. – С. 75 – 79.
3. Еберхард Хаунхорст. Експорт української агропродовольчої продукції до Європейського Союзу в умовах глибокої та всеосяжної зони вільної торгівлі [Текст] / Е. Хаунхорст, В. Лапа. – К.: Німецько-український агрополітичний діалог, 2014. – 61 с.
4. Ключник А.В. Особливості регулювання розвитку зовнішньоекономічної діяльності аграрних підприємств [Текст] / А.В. Ключник // Науковий вісник Херсонського держ. ун-ту. Серія: економічні науки. – 2015. – Вип. 10. - Ч. 1. – С. 122 – 124.
5. Марків Г.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств агропромислового комплексу: проблеми розвитку та пропозиції щодо удосконалення [Текст] / Г. В. Марків // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 3. – С. 55 – 59.
6. Офіційний портал Європейської комісії «Поточні залишки тарифних квот» / «Tariff quota consultation» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/quota_consultation.jsp?Lang=en
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/>
9. Про заборону ввезення на митну територію України товарів, що походять з Російської Федерації [Електронний ресурс] : постанова Кабінету Міністрів України від 30.12.2015 р. №1147. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP151147.html
10. Постановление Правительства Российской Федерации № 1397 от 21 декабря 2015 года «О внесении изменений в пункт 1 Постановления Правительства Российской Федерации № 778 от 7 августа 2014 года» [Електронний ресурс]: Режим доступу: <https://issuu.com/tradedefence/docs/ban>
11. Щербина С.В. Розвиток зовнішньоторговельних перспектив агропромислового комплексу України в контексті євроінтеграції / С.В. Щербина [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej15/txts/12SSVUKE.pdf>

КОЗАЧУН

Катерина Ігорівна

Katka19971712@yandex.ru



здобувач,
Вінницький
торгівельно-економічний
інститут КНТЕУ

УДК 368.9.06 (045)

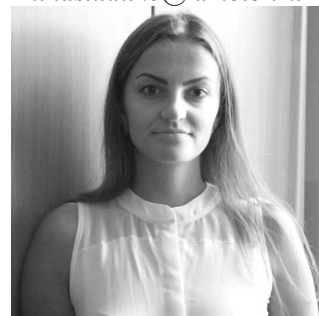
АНАЛІЗ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ СВІТОВОГО ДОСВІДУ

THE ANALYSIS OF WAYS TO DEVELOP HEALTH INSURANCE IN UKRAINE BASED ON THE WORLD EXPERIENCE

МАРШУК

Ліна Миколаївна

linastudilko@rambler.ru



асистент, викладач, Він-
ницький торговельно-еконо-
мічний інститут КНТЕУ

Стаття присвячена пошуку шляхів вирішення економічних, соціальних та законодавчих проблем, які наразі склалися в Україні в системі медичного страхування. Запропоновано різноманітні напрями покращення стану ринку медичного страхування, засновані на аналізі світового досвіду у даній сфері, а саме досвіду таких країн, як Франція, Німеччина, Австрія, Нідерланди, Велика Британія, США та Канада.

Статья посвящена поиску путей решения экономических, социальных и законодательных проблем, которые сейчас сложились в Украине в системе медицинского страхования. Представлены разные направления в улучшении состояния рынка медицинского страхования, основаны на анализе мирового опыта в данной сфере, а именно таких стран, как Франция, Германия, Австрия, Нидерланды, Великобритания, США и Канада.

This article is devoted to searching the solution of economic, social and legal problems currently prevailing in Ukraine in health insurance system. The research proposes various directions of improvement of the health insurance based on the analysis of the world experience in this sphere especially on the experience of France, Germany, Austria, the Netherlands, Great Britain, the USA and Canada.

Ключові слова: медичне страхування, добровільне медичне страхування, обов'язкове медичне страхування, приватне медичне страхування, охорона здоров'я

Ключевые слова: медицинское страхование, добровольное медицинское страхование, обязательное медицинское страхование, здравоохранение

Keywords: health insurance, voluntary health insurance, obligatory health insurance, health service

ВСТУП

Страховий ринок є однією з найважливіших складових фінансової безпеки країни. Важливу роль на ринку страхових послуг відіграють послуги з медичного страхування. Розвиток страхових медичних послуг дає можливість поліпшити соціальну захищеність громадян шляхом забезпечення їм можливості отримання необхідної медичної допомоги при виникненні страхового випадку за рахунок накопичених коштів.

Аналіз останніх досліджень

Основні положення щодо дослідження медичного страхування та його правового регулювання були висвітлені в низці праць як українських, так і зарубіжних науковців та практиків. Значні теоретичні та практичні дослідження у цій сфері здійснили В. Базидевич, Н. Внукова, В. Рудень, Р. Піскус, Ю. Грішан, Т. Стецюк та інші. Не зважаючи на підвищений інтерес до проблем цієї сфери,

необхідним є більш глобальне та результативне дослідження, ґрунтоване на сучасних потребах в якості медичних послуг та страхуванні.

МЕТОЮ СТАТТІ є дослідження напрямів розвитку медичного страхування в Україні з урахуванням світової практики.

МЕТОДАМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ринку медичного страхування стали методи аналізу та порівняння. Методологічною та інформаційною базою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, Інтернет-ресурси.

РЕЗУЛЬТАТИ

Сучасний стан фінансування охорони здоров'я в Україні є незадовільним. Перехід системи охорони здоров'я має орієнтуватись на принципи медичного страхування, що забезпечуватиме громадянам збереження та зміцнення здоров'я, введення економічної відповідальності і зацікавленості

громадян, організацій, установ та підприємств в охороні здоров'я населення.

Медичне страхування може проводитися в обов'язковій і добровільній формах. Вибір форми медичного страхування в кожній країні залежить від конкретних економічних і культурно-історичних умов, від особливостей демографічних показників, рівня захворюваності та інших факторів, які характеризують загальний стан здоров'я і рівень медичного обслуговування. Обов'язкова форма використовується, як правило, у тих країнах, де переважне значення має суспільна охорона здоров'я (Франція, Канада, Німеччина), а добровільна – у тих країнах, де поширені приватні страхові програми (Ізраїль, Швейцарія). Обов'язкове медичне страхування повинне базуватися на таких принципах: загальності, державності, некомерційності. Принцип загальності полягає в тому, що всі громадяни незалежно від статі, віку, стану здоров'я, місця проживання, рівня особистого доходу мають право на одержання медичних послуг. Принцип державності означає, що кошти обов'язкового медичного страхування – це державна власність. Держава забезпечує сталість системи обов'язкового медичного страхування і є безпосереднім страховальником для непрацюючої частини населення (наприклад, пенсіонерів). Некомерційний характер обов'язкового медичного страхування базується на тому, що прибуток від проведення обов'язкового медичного страхування є джерелом поповнення фінансових резервів системи такого страхування і не може бути засобом збагачення.

Відмінності обов'язкового медичного страхування від добровільного:

- широке коло застрахованих осіб (загальне страхування);
- законодавче регулювання (регулюється законом «Про страхування»);
- джерелами фінансування є встановлені державою відрахування підприємств і організацій, а також працюючих по найму;

- тарифи встановлюються державою;
- страховиками є спеціалізовані державні страхові організації або страхові компанії, які працюють під контролем держави;
- страховальники є роботодавці, держава;
- правила страхування встановлюються державою;
- доходи від страхування можуть бути використані відповідно до державного законодавства і тільки в галузі медичного страхування [1, с. 194].

На жаль, Україні і досі притаманна система охорони здоров'я, подібна до радянської, так званої моделі Семашко. Серед основних недоліків цієї системи доцільно виділити наступні:

- низька оплата праці медичних працівників і як наслідок, тіньова оплата пацієнтами послуг лікаря;
- перенасиченість ринку медичними кадрами;
- фінансування медичних установ з розрахунку на кількість лікарняних ліжок.

На вітчизняному ринку медичного страхування, згідно з Законом України «Про страхування», можливе як обов'язкове, так і добровільне страхування. Однак обов'язкове до цього часу не запроваджене. Протягом десяти років було підготовлено більше 10 законопроектів, які визначали правові норми його проведення, але не дивлячись на це, питання про обов'язкове страхування залишається відкритим [2].

Аналізуючи цю ситуацію, з кожним днем реформування медичного страхування в Україні набуває все більшої актуальності, цей процес є нестримним і чим швидше відбудуться реформи в галузі охорони здоров'я, тим швидше суспільство буде соціально захищеним.

Для того, щоб найповніше дослідити шляхи реформування системи медичного страхування в Україні розглянемо основні засади функціонування медичного страхування в деяких країнах світу (табл. 1).

Таблиця 1

Системи медичного страхування різних країн
[побудовано за даними [3, с. 210-214]]

Країна	Основні характеристики
1	2
Нідерланди	– медичне страхування населення є обов'язковим і при доході до 32,6 тис. євро на рік становить 10 % від загального доходу. У ці 10 % входять: відвідування сімейного лікаря, надання невідкладної допомоги і госпіталізація; – лікування у стоматолога, фізіотерапевта й інших спеціалістів потребує додаткового страхування; – система охорони здоров'я Нідерландів не фінансує, а лише контролює, всі фінансові операції проводять страхові компанії.
Франція	– страхування є обов'язковим та визначається величиною доходу; – кожен француз, згідно з законодавством, сплачує 8 % від заробітної плати до страхової каси; – при розподілі коштів страхових фондів на охорону здоров'я направляється 27 % обсягу; – будь-яке звертання до медичної установи на 20 % оплачується пацієнтом і на 80 % – страховою касою.

Продовження таблиці 1

1	2
Німеччина	– децентралізація, зміст якої полягає в тому, що в країні існує понад 1000 страхових кас: професійні, територіальні та ерзац-каси; – система медичного страхування, яка базується на функціонуванні приватних страхових фондів та державного обов'язкового страхування, головне завдання уряду – контроль за їх виконанням; – розподіл відповідальності між урядом і страховими касами щодо реалізації активної політики обмеження зростання цін на медичні послуги. Страхові каси запроваджують жорсткі системи взаєморозрахунків з медичними закладами, вводять системи доплат застрахованим за ліки і т. ін.
Велика Британія	– високий рівень централізації. Обов'язковим медичним страхуванням охоплено 1/3 населення країни; – превалювання бюджетної системи фінансування. Менше 10 % бюджету системи охорони здоров'я формується за рахунок роботодавців і понад 90 % - за рахунок податкових надходжень до бюджету; – обов'язкове страхування здоров'я всіх працюючих. Безробітні можуть скористатися добровільними програмами медичного страхування; – сплата пацієнтами 10 % вартості лікування; – охоплення приватним страхуванням тих категорій осіб, які не підлягають обов'язковому страхуванню, та поширення приватного добровільного страхування на ті послуги, які не забезпечуються Національною службою охорони здоров'я.
США	– акумуляцією коштів у централізованому страховому фонді; – розподілом коштів централізованого фонду на основі законодавчо встановленої форми розрахунків. Цією системою охоплюється понад 20 % населення – добровільним груповим страхуванням за місцем роботи охоплюється близько 80 % населення; – добровільним страхуванням не за місцем роботи охоплюється близько 2 % населення; – 15 % населення не мають доступу до медичного страхування.
Канада	– обов'язковість медичного страхування; – понад 90 % всіх затрат на стаціонарне та амбулаторне лікування покривається із суспільних фондів. За рахунок прогресивного оподаткування покривається 25 % всіх затрат на охорону здоров'я; – добровільним страхуванням охоплені тільки ті медичні послуги, які не покриваються національною системою страхування.
Австрія	– Міністерство охорони здоров'я Австрії взяло курс на превентивну медицину; – майже половина всіх витрат на медичну допомогу фінансується безпосередньо споживачами: 31% складають особисті платежі споживачів і 18% поступають за рахунок виплат страхових внесків до фондів страхування по хворобі; – розмір страхових внесків визначається рівнем річних доходів, за умови, якщо сума останніх не перевищує певного рівня.

Проаналізувавши практику країн світу у цій сфері, можемо перейняти досвід таких країн, як Німеччина, Австрія, Великобританія. Існує ряд проблем, що зумовлюють гальмування розвитку медичного страхування в Україні. Першочергова – відпрацювання та впровадження нормативно-правової бази, необхідної для функціонування системи обов'язкового та добровільного медичного страхування, зокрема удосконалення договірної бази обов'язкового медичного страхування та надання медичної допомоги, розробка стандартів якості медичної допомоги, здійснення ефективного контролю обсягів та якості надання медичних послуг. Прикладом для вирішення цих проблем може слугувати Німеччина, країна з однією з

найефективніших систем медичного страхування у світі. В цій країні діють спеціалізовані фонди страхування, діяльність яких регулюється державою; понад 90% населення охоплено цими фондами. Вибір фондів, що мають різну спеціалізацію для кожного громадянина є добровільним. Контроль за зростанням витрат на охорону здоров'я здійснюється завдяки унікальній організації – постійно діючій національній конференції під назвою "Погоджена дія". Підставою для її роботи є стаття Закону "Про соціальне страхування", відповідно до якої витрати на медичну допомогу не повинні зростати швидше, ніж заробітна плата у країні. Результатом роботи конференції є сесії, де сторони домовляються про тарифи і заходи, необхідні для обмеження зростання витрат та випуск

тарифікатора медичних послуг, за допомогою якого не допускається неконтрольоване зростання витрат на медичне обслуговування.

Наступною проблемою є визначення ціни на страховий поліс, забезпечення ефективної тарифної політики. Базою для визначення оптимальної ціни має стати рівень річних доходів, за умови, якщо сума останніх не перевищує певного рівня. Цей метод практикує Австрія.

Крім того система обов'язкового страхування має забезпечити персоніфікований облік вартості медичної допомоги, яка надана застрахованим особам. Відповідна система повинна використовуватися із застосуванням сучасного програмного забезпечення.

Не менш важливими проблемами є також достатність фінансового потенціалу вітчизняних страховиків, висока вартість страхових полісів, низька страхова культура населення, відсутність достатньої мережі комерційних лікувальних установ.

Актуальним залишається питання запровадження нових податків чи зборів на обов'язкове соціальне страхування, так як це відбувається майже у всіх високорозвинених країнах, зокрема в Великобританії. Основою фінансування Національної системи охорони здоров'я є надходження від оподаткування, які становлять близько 90% бюджету охорони здоров'я.

Успішне вирішення визначених проблем потребує досить тривалого періоду, проте залишається один із основних завдань державної політики у соціальній сфері та передбачає вирішення наступних завдань:

- удосконалення законодавства у сфері медичного страхування, зокрема рекомендація здійснення медичного страхування як у обов'язковій, так і у добровільній формі на єдиних організаційно правових засадах;

- запровадження поетапного впровадження обов'язкового медичного страхування із врахуванням підвищення якості медичної допомоги, створення інституту прав пацієнта, удосконалення

ціноутворення на медичні послуги, визначення критеріїв вибору способів оплати медичної допомоги;

- підвищення життєвого рівня населення та довіри громадян до системи добровільного медичного страхування;

- поліпшення механізму фінансування процесів медичного страхування та забезпечення ефективного контролю за використанням коштів медичного страхування та бюджетного фінансування.[4, с. 32]

ВИСНОВКИ

Таким чином, не виникає заперечень щодо необхідності негайного реформування системи фінансового забезпечення охорони здоров'я в Україні. Основним напрямом фінансування є сектор медичного страхування. Розвиток цього сегменту потребує вирішення питань обов'язкового медичного страхування, забезпечення оптимального співвідношення між обов'язковим та добровільним медичним страхуванням з урахуванням особливостей фінансово-економічного становища країни, якості охорони здоров'я, захворюваності, кількості страхових компаній. Визначне місце також посідає світовий досвід у цих питаннях, адже аналізуючи поведінку в системі медичного страхування різних країн, можемо обрати оптимальний шлях розвитку для України.

Список використаних джерел

1. Машина Н.І. Міжнародне страхування [Текст] / Н.І. Машина. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 502 с.
2. Про страхування [Текст]: постанова Верховної Ради від 07.03.1996 р. №18 // Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua>
3. Молодий вчений [Текст]: наук. журн. – К., 2014 вип. 1(03) – 254 с.
4. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка [Текст]: зб. наук. пр. – К.: Київський університет, 2011. – вип. 126. – 64 с.

ЛИТВИНЕНКО

Лариса Леонідівна
LLLitvinenko@gmail.com

УДК 330.3:005.33

ЯРОШЕНКО

Тетяна Олександрівна
tanuhabc@mail.ru**БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ
ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА
РОЗВИТКУ ЛІДЕРСЬКОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ВІТЧИЗНЯНИХ
ПІДПРИЄМСТВ****BENCHMARKING AS A TOOL FOR
ENHANCING COMPETITIVENESS AND
LEADERSHIP POTENTIAL
DEVELOPMENT OF DOMESTIC
ENTERPRISES**

к.е.н., доцент кафедри
менеджменту зовнішньоеконо-
мічної діяльності підприємств
Навчально-наукового Інсти-
туту економіки та менедж-
менту, Національний авіацій-
ний університет

магістрант, факультет
менеджменту та логістики,
Національний авіаційний
університет

У статті авторами проаналізовано значення бенчмаркінгу як інструменту розвитку лідерського потенціалу і формування конкурентних переваг підприємства. Охарактеризовано етапи процесу проведення бенчмаркінгового дослідження, визначено і проаналізовано сучасні проблеми його застосування вітчизняними підприємствами та можливі шляхи їх вирішення.

В статье авторами проанализировано значение бенчмаркинга как инструмента развития лидерского потенциала и формирования конкурентных преимуществ предприятия. Охарактеризованы этапы процесса проведения бенчмаркингового исследования, определены и проанализированы современные проблемы его применения отечественными предприятиями и возможные пути их решения.

In the article the value of benchmarking as a tool for leadership potential development and formation of company competitive advantages has been analyzed by the authors. The stages of conduction benchmarking study process have been characterized, current problems of its application by domestic enterprises have been identified and analyzed, as well as possible solutions.

Ключові слова: бенчмаркінг, лідерський потенціал підприємства, конкурентоспроможність, конкурентний аналіз

Ключевые слова: бенчмаркинг, лидерский потенциал предприятия, конкурентоспособность, конкурентный анализ

Keywords: benchmarking, competitive analysis, company leadership potential, competitiveness

ВСТУП

Загострення конкуренції у міжнародному економічному середовищі підштовхує компанії до здійснення безперервного пошуку нових можливостей для підвищення ефективності діяльності. За цих умов саме бенчмаркінг може допомогти підприємствам у знаходженні найуспішніших бізнес-практик у різноманітних сферах з можливістю їх використання у власній діяльності, адаптуючи їх до умов місцевого ринку та внутрішнього середовища. Це дозволить створити базу для забезпечення високого рівня міжнародної конкурентоспроможності та гнучкості компанії, а також оперативно маневрувати в умовах динамічного ринку.

Бенчмаркінговий аналіз ще недостатньо застосовується у практиці вітчизняних підприємств, тому розгляд його суті може бути надзвичайно актуальним та корисним для підприємців, орієнтованих на виведення своєї компанії на лідерські позиції на ринку чи збереження домінуючої позиції у довгостроковому періоді.

Питання щодо підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств за допомогою бенчмаркінгу досліджувалось багатьма зарубіжними та вітчизняними науковцями. З-поміж них значний вклад у вирішення цієї проблеми зробили такі автори, як Г. Азоєв, Б. Андерсен, Л. Баумгартен, Г. Ватсон, А. Войчак, В. Герасимчук, Р. Кемп, Н. Козак, Ф. Котлер, В. Кулик, В. Куриляк, А. Найп, М. Портер, Т. Фарей, В. Павлова, Є. Савельєв, Г. Смалюк, В. Уланчук, Р. Фатхутдінов та інші. Особливості розвитку підприємств на засадах лідерства через використання бенчмаркінгу досліджені, зокрема, Р. Бернталем, Р. Велленсом, О. Лузінім та Ш. Ріокс.

МЕТА РОБОТИ

Дослідити теоретико-практичні аспекти застосування бенчмаркінгу для підвищення конкурентоспроможності та розвитку лідерського потенціалу вітчизняних підприємств, науково обґрунтувати

напрямки використання бенчмаркінгу для формування стійких конкурентних переваг.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методичною основою дослідження є методи, що були використані для досягнення поставленої мети: системний підхід та метод пізнання – при розгляді та узагальненні особливостей і видів бенчмаркінгу, а також розробки напрямків використання бенчмаркінгу для розвитку лідерського потенціалу та підвищення конкурентоспроможності підприємства; структурно-логічний метод – при дослідженні ключових характеристик послідовних стадій бенчмаркінгового процесу.

РЕЗУЛЬТАТИ

У сучасних умовах бенчмаркінг використовується у розрізі концепцій реінжинірингу бізнес-процесів, створення конкурентних переваг і ділової досконалості, стратегічного управління, всезагального управління якістю та контролінгу. З огляду на поглиблення процесів міжнародної економічної інтеграції, глобалізації та науково-технічного розвитку бенчмаркінг набув глобального характеру, ставши дієвим інструментом для підвищення ефективності діяльності підприємства, формування конкурентних переваг та оптимізації бізнес-процесів.

Діяльність конкурентів може стати своєрідним натхненням у застосуванні концепції інноваційного розвитку підприємства.

У розвинених країнах та інтеграційних об'єднаннях, зокрема ЄС, програми бенчмаркінгу реалізуються на основі використання підтримки з боку держави. Функціонує ціла мережа організацій, створених спеціально з метою пошуку партнерів з бенчмаркінгу, що здійснюють спеціалізовані дослідження, відстежують і збирають кращий практичний досвід по різних країнах, відкривають спеціалізовані Інтернет-портали, на яких можна здійснити порівняння показників діяльності власної компанії з іншими, обмінятися інформацією чи отримати доступ до актуальної інформації [4]. Такі державні заходи можуть стати надзвичайно корисними для підприємств України.

Також особливості реалізації бенчмаркінгу і використання його результатів залежать від рівня складності здійснення бізнесу у середовищі певної країни [3].

Основні вигоди від застосування бенчмаркінгу підприємствами:

- реальна оцінка сильних та слабких сторін підприємства, що дозволить краще зрозуміти проблеми і перспективи розвитку;
- застосування сучасних методів ведення бізнесу відповідно до тенденцій розвитку міжнародного конкурентного середовища;
- створення стійких конкурентних переваг, унікальних параметрів які стануть основою довгостроково розвитку компанії;
- вибір оптимальної бізнес-моделі підприємства та найбільш доцільних форм бізнес-діяльності;
- розвиток транснаціональних партнерських відносин з підприємствами, що функціонують на

внутрішньому та зарубіжних ринках, які зможуть допомогти подолати виявлені недоліки діяльності, виявлені у результаті використання інструментарію бенчмаркінгу.

При виході на зовнішні ринки бенчмаркінг використовується для кращого освоєння у новому для компанії бізнес-середовищі. При цьому досить важливо використовувати переваги крос-культурного менеджменту. У деяких випадках сучасні бізнес-практики, що застосовуються іноземними підприємствами, можуть перейти у загальну практику діяльності компанії, в тому числі і в країні базування.

Бенчмаркінг може впливати на різні галузі та аспекти діяльності, здійснюватись як всередині підприємства, так і за його межами. Так, внутрішній бенчмаркінг може застосовуватись для інтеграції успішних бізнес-практик окремих структурних одиниць підприємства у його корпоративну стратегію.

Вибір одного з видів бенчмаркінгу українськими підприємствами визначається певними умовами:

- характером завдань, які потрібно вирішити (наприклад, забезпечення інтеграції з іншими компаніями);
- доступними ресурсами і часовими обмеженнями для здійснення бенчмаркінгу;
- досвідом використання бенчмаркінгу;
- наявністю комплексу ресурсів для реалізації заходів щодо змін економічної стратегії підприємства.

Порівнюючи досвід зарубіжних компаній (зокрема, IBM, Xerox, Toyota, Bank of America, American Express, AT&T, DEC, Nasa), що використовують цей інструмент, та вітчизняних підприємств, можна зробити висновок, що в Україні більшість компаній не у повному обсязі користуються бенчмаркінгом [1]. Виявлені такі причини цієї проблеми: недостатня кількість досвідчених спеціалістів, які б правильно розуміли та досконало володіли інструментарієм бенчмаркінгу; неузгодженість дій компанії з обраною стратегією розвитку; більшість українських підприємств не розкривають секрети своєї успішності та ефективної діяльності, вважаючи це комерційною таємницею та основними компетенціями. Тому більшість вітчизняних підприємств не можуть зміцнити свої конкурентні позиції на міжнародному ринку, а також досягнути підвищення і вдосконалення ефективності діяльності.

Компетентно використовуючи інструмент бенчмаркінг у своїх правильно сформульованих цілях українськими підприємствами, можна:

- завжди бути в курсі змін у політиці конкурентів, здійснюючи безперервний моніторинг зовнішнього середовища;
- застосовувати планування на основі оцінки показників ефективності та конкурентоспроможності компаній-суперників;
- втілювати нові ідеї у практику діяльності компанії, які і зможуть стати конкурентними перевагами на перспективу, у деяких випадках навіть унікальними, неможливими для копіювання конкурентами.

Особливості застосування бенчмаркінгу як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємств та розвитку їх лідерського потенціалу відображено у вигляді логічної моделі (рис. 1).

На основі дослідження зарубіжного та вітчизняного досвіду організації і здійснення бенчмаркінгу визначено основні його етапи для досягнення бажаного результату українськими підприємствами:

1) Обрання сфери та цілей бенчмаркінгу, ідентифікація ресурсів та визначення пріоритетів для удосконалення підприємства.

2) Збір даних – обрання компанії та даних для порівняння (бізнес-процес; продукція, що випускається), визначається методологія конкурентного аналізу.

3) Здійснення порівняльного аналізу через оцінку рівня власної ефективності компанії та порівняння результатів з іншими компаніями, які досягли успіху.

4) Впровадження заходів з удосконалення діяльності шляхом розроблення планів з урахуванням етапності їх реалізації.

5) Здійснення контролю реалізованих заходів. Порівняння результатів застосування заходів з бенчмаркінгу та їх впливу на основні процеси шляхом оцінки відповідних показників ефективності.

Отже, послідовна реалізація заходів бенчмаркінгу за стадіями забезпечить безперервність і системність процесу вдосконалення діяльності вітчизняних підприємств на внутрішньому та зарубіжних ринках через підвищення їх конкурентоспроможності та розвиток лідерського потенціалу.



Рис. 1. Логічна модель використання бенчмаркінгу для формування стійких конкурентних переваг та розвитку лідерського потенціалу підприємства [розроблено авторами]

ВИСНОВКИ

Таким чином, у сучасних умовах підприємства, які застосовують бенчмаркінг на постійній та систематичній основі, зможуть досягнути довгострокового успіху, використовуючи наявні можливості у зовнішньому середовищі, підвищуючи конкурентоспроможність та ефективність діяльності підприємств, розвиваючи власний лідерський потенціал.

У результаті аналізу глобальних тенденцій зроблено висновок, що у найближчому майбутньому бенчмаркінг стане одним з провідних методів ведення бізнесу для українських підприємств. Використовуючи досвід лідируючих зарубіжних компаній, можна підвищити конкурентоспроможність та ефективність діяльності не лише окремо взятих українських підприємств, а й економіки України в цілому. Отже, одним із перспективних напрямів державної політики у сфері підприємництва повинно стати сприяння розвитку бенчмаркінгу в країні шляхом надання підтримки створенню спеціалізованих бенчмаркінгових центрів, що дасть можливість країні приєднатися до Глобальної мережі бенчмаркінгу.

Список використаних джерел

1. Кирик О.А. Бенчмаркінг як інструмент пошуку інновацій / О.А. Кирик // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – №1(21). – С. 49-52.
2. Рейдер Р. Бенчмаркинг как инструмент определение стратегии и повышение прибыли / Р. Рейдер. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2007. – 248 с.
3. Doing Business 2015. Going beyond efficiency. Comparing business regulations for domestic firms in 189 economies: a World Bank Group flagship report. – Washington: The World Bank, 2014. – 60 p.
4. Бенчмаркинг: все лучшее – себе [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/ct/ct032.html>
5. Введение в бенчмаркинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.poria.ru/files/1300.doc>
6. Михайлова М.Р. Бенчмаркинг – универсальный инструмент управления качеством [Електронний ресурс] / М.Р. Михайлова. – Режим доступу: http://www.benchmarkingclub.ru/mih_bench.html
7. Knipe A. Benchmarking for competitive advantage – striving for world class project management practices [Electronic resource] / A. Knipe. – Access mode: http://c.ymcdn.com/sites/www.projectmanagement.org.za/resource/resmgr/conference_proceedings_2002/11.pdf

МАСЛЕННИКОВ

Євген Іванович

evgenmaslennikov@ukr.net



УДК 330

КРИВЕНКО

Олена Валеріївна

elena.krivenko777@gmail.com



**ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ФАКТОРІВ
ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ
ПІДПРИЄМСТВ НА
МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ РІВНІ**

**RESEARCH OF FACTORS AFFECTING ON
INNOVATION ACTIVITY OF ENTERPRISES
AT THE MACROECONOMIC LEVEL**

д.е.н., доцент, професор,
кафедри економіки та
управління, Одеський націо-
нальний університет імені
І.І. Мечникова

аспірант кафедри економіки
та управління, Одеський
національний університет
імені І.І. Мечникова

У статті розглянуті основні напрями державної підтримки інноваційної політики підприємств. Визначено форми державної підтримки наукової та інноваційної діяльності підприємств. Структуровані фактори державного регулювання інноваційної діяльності підприємств. Визначені основні функції державних органів в інноваційній сфері. Дослідженні основні види і способи регулювання інноваційної діяльності в Україні. Розроблено інструменти державного регулювання інноваційної діяльності в Україні.

В статье рассмотрены основные направления государственной поддержки инновационной политики предприятий. Определены формы государственной поддержки научной и инновационной деятельности предприятий. Структурированы факторы государственного регулирования инновационной деятельности предприятий. Определены основные функции государственных органов в инновационной сфере. Исследованы основные виды и способы регулирования инновационной деятельности в Украине. Разработаны инструменты государственного регулирования инновационной деятельности в Украине.

In the article the main directions of state support of the innovation policy of the enterprises is identified. The form of state support for research and innovation activities of enterprises is determined. The factors of state regulation of innovation activities of enterprises are structured. The main function of state bodies in the sphere of innovation is identified. The basic types and methods of regulation of innovative activity in Ukraine are investigated. The tools of state regulation of innovative activity in Ukraine is developed.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, підприємство, суб'єкт господарювання, суб'єкт, державне регулювання

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационное развитие, предприятие, субъект хозяйствования, субъект, государственное регулирование

Keywords: innovative activity, innovative development, enterprise, economic entity, subject, state regulation

ВСТУП

Розвитку економіки України притаманний повільний темп інноваційної активності промислових підприємств, причиною є вплив системи різноманітних факторів. У сучасних трансформаційних умовах національна економіка України знаходиться у кризовому становищі, тому особливу увагу потребує дослідження системи факторів, які впливають на інноваційний розвиток підприємств.

Дослідженню факторів впливу на інноваційну діяльність підприємств присвячена велика кількість наукових робіт зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як: В. Іванова, А. Каржаува, О. Побережець, Є. Масленнікова, В. Захарченко, С. Феліпової,

А. Фоломьєва, Н. Вишнякової, Ю. Маленкової, Р. Нельсона, К. Плетнева, П. Хорвата, К. Крістенсена, М. Рейнора та інші.

Незважаючи на значну кількість наукових робіт, більш детального дослідження потребують фактори впливу на інноваційну діяльність підприємств на макроекономічному рівні.

МЕТА РОБОТИ

Метою статті є виявлення та узагальнення факторів впливу на інноваційний розвиток підприємств на макроекономічному рівні.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти.

Для вирішення поставленої мети було застосовано такі загальнонаукові, всезагальні та спеціальні методи: морфологічного аналізу – при уточненні понятійно-категоріального апарату дослідження; системного та структурно-логічного аналізу; формалізації; індукції та дедукції; методу аналогії, порівняння та інтегрування.

РЕЗУЛЬТАТИ

Розвиток сучасного підприємства – це процес систематичних динамічних перетворень, трансформацій його підсистем в межах встановлених підприємством стратегічних цілей для забезпечення сталого інноваційного розвитку. Тому нагальною проблемою інноваційного розвитку є раціоналізація та інтеграція всіх процесів в системі управління підприємством. Це пояснюється, з одного боку, множиною багаторівневих цілей об'єктів і суб'єктів управління, які повинні мати високий рівень узгодженості, а з іншого, – складністю їх гармонізації [4].

Державне регулювання економіки та інноваційних процесів, як відзначають багато українських та зарубіжних вчених, є одним з головних умов трансформації функціонування економіки на ринкові відносини. Держава здійснює всі види регулювання інноваційної діяльності – організаційне, економічне, фінансове, нормативно-правове.

Вища форма регулятивної діяльності – це вироблення і проведення інноваційної політики, управління інноваційною діяльністю підприємств. Така політика розробляється на основі твердження пріоритетного значення інноваційної діяльності для сучасного суспільного розвитку. Держава створює організаційні, економічні та правові умови для інноваційної діяльності підприємств.

Фактори державного регулювання, що сприяють створенню, поширенню і освоєнню інновацій, можна розділити на економічні, фінансові, організаційні та нормативно-правові.

Економічні чинники державного регулювання сприяють створенню, освоєнню і поширенню інновацій.

До них можна віднести:

- розвиток ринкових відносин;
- проведення податкової політики і політики ціноутворення, які сприяють зростанню пропозиції на ринку інновацій;
- створення вигідних податкових умов для ведення інноваційної діяльності всіма господарюючими суб'єктами;
- забезпечення ефективної зайнятості в інноваційній сфері;
- розширення попиту на інновації;
- надання фінансової підтримки і податкових пільг українським підприємствам, щоб вони освоювали і поширювали інновації через свою діяльність;
- сприяння модернізації техніки;

- розвиток лізингу наукоємної продукції;
- активізація підприємництва;
- припинення недобросовісної конкуренції;
- підтримка вітчизняної інноваційної продукції на міжнародному ринку;
- розвиток експортного потенціалу країни;
- розвиток зовнішньоекономічних зв'язків в інноваційній сфері;
- зовнішньоекономічна підтримка, включаючи надання митних пільг для інноваційних проектів, включених в державні інноваційні програми.

До організаційних факторів державного регулювання інноваційної діяльності належать:

- державна підтримка інноваційних проектів;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
- кадрова підтримка інноваційної діяльності;
- сприяння підготовці, перепідготовці та підвищенню кваліфікації персоналу, який здійснює інноваційну діяльність;
- моральне стимулювання інноваційної діяльності (наприклад, присвоєння звання Заслужений новатор України Указом президента України);
- інформаційна підтримка інноваційної діяльності (забезпечення свободи доступу до інформації про пріоритети державної політики в інноваційній сфері, до відомостей про завершення науково-технічних досліджень, які можуть стати основою для інноваційної діяльності, до даних про виконані та завершені інноваційні проекти та програми);
- сприяння інтеграційним процесам, розширенню взаємодії суб'єктів України в інноваційній сфері, розвитку міжнародного співробітництва у цій галузі;
- захист інтересів українських суб'єктів інноваційної діяльності в міжнародних організаціях.

Фінансові фактори державного регулювання інноваційної діяльності включають в себе:

- проведення бюджетної політики, що забезпечує фінансування інноваційної діяльності;
- напрям в інноваційну сферу державних ресурсів і підвищення ефективності їх використання;
- виділення прямих державних інвестицій для реалізації інноваційних програм і проектів, важливих для суспільного розвитку, але не привабливих для приватних інвесторів;
- створення сприятливого інвестиційного клімату в інноваційній сфері;
- надання дотацій, пільгових кредитів, гарантій українським та іноземним інвесторам, які приймають участь в інноваційній діяльності;
- зниження відрахувань суб'єктами України податків до державного бюджету у разі використання ними своїх бюджетних коштів для фінансування федеральних інноваційних програм і проектів.

До нормативно-правових факторів державного регулювання інноваційної діяльності належать:

- встановлення правових основ взаємовідносин суб'єктів інноваційної діяльності,
- гарантування охорони прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності, зокрема, охорони таких найбільш істотних для розвитку інноваційної діяльності прав, як права інтелектуальної власності.

Нормативно-правове регулювання взаємовідносин між суб'єктами інноваційної діяльності, а також між

ними та іншими учасниками інноваційного процесу здійснюється на основі договорів, а саме:

- договорів на виконання науково-дослідних, дослідно-конструкторських і технологічних робіт;
- договорів на виконання проектних та вишукувальних робіт;
- договорів будівельного підряду;
- договорів з надання послуг для здійснення інноваційної діяльності;
- договорів страхування інноваційних ризиків;
- договорів (контрактів) з інвесторами.

Регулювання інноваційної діяльності відбувається на базі:

- інноваційних прогнозів;
- інноваційних стратегій;
- інноваційних програм;
- інноваційних проектів;
- програм і проектів підтримки інноваційної діяльності.

Основні види і способи регулювання інноваційної діяльності в Україні представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Державне регулювання інноваційної діяльності в Україні

Види регулювання	Способи регулювання
Організаційне регулювання інноваційної діяльності	- розвиток інноваційної інфраструктури, забезпечення пріоритету інноваційної діяльності, - моральне заохочення авторів інновацій, - сприяння модернізації, - розвиток інтеграційних процесів, - розвиток міжнародних зв'язків
Економічне та фінансове регулювання інноваційної діяльності	- розвиток пропозицій інновацій, - розширення попиту на інновації, - сприяння конкуренції в інноваційній сфері, - розвиток підприємництва, - забезпечення зайнятості в інноваційній сфері, - розвиток лізингу наукомісткої продукції, - інвестиції в інновації, підвищення їх ефективності, - створення сприятливого інвестиційного клімату
Нормативно-правове регулювання інноваційної діяльності	- охорона прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності, - охорона прав володіння, користування і розпорядження інноваціями, - захист промислової, інтелектуальної власності, - розвиток договірних відносин

Основними функціями державних органів в інноваційній сфері є наступні:

- акумулювання коштів на наукові дослідження та інновації;
- координація інноваційної діяльності;
- стимулювання інновацій, конкуренції в даній сфері, страхування інноваційних ризиків, введення державних санкцій за випуск застарілої продукції;
- створення правової бази інноваційних процесів, особливо системи захисту авторських прав інноваторів та охорони інтелектуальної власності;
- кадрове забезпечення інноваційної діяльності;
- формування науково-інноваційної інфраструктури;
- інституційне забезпечення інноваційних процесів у галузях державного сектора;
- забезпечення соціальної та екологічної спрямованості інновацій;
- підвищення суспільного статусу інноваційної діяльності;
- регіональне регулювання інноваційних процесів;
- регулювання міжнародних аспектів інноваційних процесів.

До форм державної підтримки наукової та інноваційної діяльності відносяться: пряме фінансування; надання індивідуальним винахідникам малий впроваджувальним підприємствам безвідсоткових банківських позик; створення

венчурних інноваційних фондів, що користуються значними податковими пільгами; зниження державних патентних мит для індивідуальних винахідників; відстрочка сплати патентних мит за ресурсозберігаючими винаходами; реалізація права на прискорену амортизацію обладнання; створення мережі технополісів, технопарків [7].

Основними напрямами державної підтримки інноваційної політики є наступні:

- а) сприяння підвищенню інноваційної активності, яке забезпечує зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції на основі освоєння науково-технічних досягнень та оновлення виробництва;
- б) орієнтація на всебічну підтримку базисних і поліпшення інновацій, що складають основу сучасного технологічного укладу;
- в) поєднання державного регулювання інноваційної діяльності з ефективним функціонуванням конкурентного ринкового інноваційного механізму, захистом інтелектуальної власності;
- г) сприяння розвитку інноваційної діяльності в регіонах України міжрегіонального та міжнародному трансферту технологій [5, 7, 11].

Сучасний розвиток інноваційних процесів в Україні в даний час знаходиться на досить низькому рівні. Ситуація з фінансуванням науки залишається

також проблемним питанням. Про це свідчать невисокі показники рівня інноваційної активності, обсягів витрат на технологічні інновації та їх результативність, недостатнє використання наукового потенціалу країни, нерозвиненість інноваційної інфраструктури. Очевидно, що самостійність і ініціатива підприємств у просуванні інновацій мають першорядне значення. Необхідно, перш за все, забезпечити більш істотну підтримку НДДКР з боку держави, а також прийняття законів, що забезпечують реальні гарантії і стимули вітчизняних і зарубіжних інвестицій в інноваційну діяльність. Щоб підняти рівень досліджень і розробок, необхідна інтенсифікація державної політики стимулювання за наступними напрямками:

1. Цілеспрямоване формування ринку для продукції інноваційних підприємств шляхом розміщення на них державного замовлення;

2. Надання інноваційним підприємствам, у тому числі малим, виробничих площ, пільгової інвестиційної підтримки, сприяння в розвитку інноваційних центрів, технопарків, центрів технологічної підтримки [8];

3. Сприяння формуванню та розширенню мережі лізингових компаній;

4. Проведення цілеспрямованої політики з розробки та виробництва малими підприємствами нових видів продукції на основі наукомістких технологій;

5. Необхідно зміна структури бюджетних інвестицій, зокрема збільшення питомої ваги коштів, що виділяються на здійснення інноваційних проєктів;

6. З метою зниження ймовірності втрати вкладених інвесторами коштів в результаті невдалої реалізації інноваційних проєктів доцільно здійснювати їх страхування, у тому числі за рахунок бюджетних інвестицій;

7. Пільгове кредитування науково-технічних розробок в пайове фінансування великих проєктів, створення інституційних умов для розвитку венчурного фінансування.

Розвитку інноваційної діяльності може також послужити інтеграція малих підприємств у виробничі мережі потужніших економічних структур, причому особливу роль у вирішенні цієї проблеми буде грати кооперування зв'язків. Організаційні форми такої інтеграції найрізноманітніші: лізинг, довгострокові контракти на поставки комплектуючих матеріалів під певні фінансові гарантії. Перевагою такого варіанта промислової організації є створення гарантованих ринків збуту для інноваційних підприємств [2].

Інструментами державного регулювання мають стати:

– соціально-економічні та науково-технічні прогнози державної політики в галузі фінансів, цін, грошового обігу, відтворювальної, структурної політики;

– державно-адміністративні, загальноекономічні та ринкові регулятори;

федеральні і регіональні програми, баланси і моделі оптимізації економічних процесів;

– державні замовлення і сучасні контрактні системи;

– індикативні механізми і регулятори діяльності державних підприємств і організацій та інших форм власності;

– механізм інтеграції регуляторів і структур.

ВИСНОВКИ

На сьогоднішній день однією з головних проблем України залишається формування фундаменту для ефективної її роботи на міжнародних ринках. Найбільш перспективним варіантом підвищення конкурентоспроможності країни є активізація інноваційної діяльності. Для цього необхідно ідентифікувати систему факторів, оцінити їх вплив на інноваційний розвиток підприємства. В свою чергу, виявлені фактори необхідно враховувати при виборі стратегії інноваційного розвитку підприємства.

Таким чином, на інноваційний розвиток підприємства впливає безліч факторів, різноманітних за своїм походженням і сферами впливу (за простором та у часі). Для кожного окремого суб'єкта важливо нівелювати вплив дестимулюючих факторів і максимально підсилити дію факторів, які сприяють активізації інноваційної діяльності залежно від життєвого циклу підприємства.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 № 40-IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

2. Смирнов С.С. Стратегический менеджмент. – СПб.; Питер, 2002. – 128 с.

3. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: навч. посіб. / С.М. Ілляшенко – Суми: ВТД.: «Університетська книга», 2003. – 278 с.

4. Підкаміний І.М. Системні фактори впливу на інноваційний розвиток підприємства/ І.М. Підкаміний, В.С. Ціпурида// Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка". – 2011. – № 3.

5. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 4. – М.: ИНФРА –М, 2000. – 304 с.

6. Глущенко Л.Д. Усовершенствование государственного регулирования инновационной деятельности промышленных предприятий Украины / Л.Д. Глущенко, Т. Н. Пилявоз// Молодой ученый. – 2013. – №9. — С. 169–173

7. Реструктурирование предприятия: Рациональная система бизнес-единиц. Обществ. Гос. фонд "Российский центр приватизации"; консультацион. компания MCKINSEY COMPANY, INC. – М.: Дело, 1996. –198 с.

8. Заречнев А., Мусиенко В., Матвеев О. Состояние инновационной деятельности в Украине. Вісник економічної науки України 2012. – № 2.

9. Янковець Т.М. Формування механізму розвитку інноваційного потенціалу підприємства. // ВІСНИК КНУТД – 2011. – № 2.

10. Maslennikov E.I. Strategic assessment of the financial sustainability of the industrial enterprise: [Електронний ресурс] / E.I. Maslennikov // Економіка:

реалії часу. – 2014. – № 6 (16). – С. 111–115. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No6/111-115.pdf>.

11. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти: [моногр.] / за ред. д.е.н., доц. Є.І. Масленнікова. – Херсон : Грінь Д.С., 2016. – Вип. 1. – 854 с.

12. Poberezhets O.V. Multi system evaluation of economic state sector enterprises : [Електронний ресурс]

/ O.V. Poberezhets // Економіка : реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 4 (20). – С. 52-58. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No4/52-58.pdf>

13. Побережець О.В. Особливості обліку доходів і витрат від інвестиційної та інноваційної діяльності / О.В. Побережець // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Т. 1, вип. 2/2. – Одеса: Наука і техніка, 2014. – С. 91-99.

ПАНЧЕНКО

Марія Олександрівна
mary1@ukr.netк.е.н., доцент, Одеський
національний політехнічний
університет

ОЛЕЙНИКОВА

Олена Олексіївна
ms.oleyna@gmail.comстарший викладач, Одеський
національний політехнічний
університет

ДОБРОВОЛЬСЬКИЙ

Олександр Ігорович

магістр, Одеський національний
політехнічний університет

УДК 658.5

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

THE SYSTEM MANAGEMENT OF THE STRATEGIC POTENTIAL OF ENTERPRISE

Стаття показує теоретичні особливості управління стратегічним потенціалом підприємства за допомогою побудови відповідної системи управління. Представлена методологія для формування збалансованого стратегічного потенціалу підприємства.

Статья показывает теоретические особенности управления стратегическим потенциалом предприятия с помощью построения соответствующей системы управления. Представлена методология для формирования сбалансированного стратегического потенциала предприятия.

The article shows the theoretical feature of management of enterprise strategic potential by the construction of proper control system. Methodology for forming of the balanced strategic potential of enterprise is presented.

Ключові слова: стратегічний потенціал, модель, принципи, система управління потенціалом

Ключевые слова: стратегический потенциал, модель, принципы, система управления потенциалом

Keywords: strategic potential, model, principles, system of management potential

ВСТУП

Проблема управління потенціалом підприємств у сучасній економіці займає усе більше місця в теоретичних дослідженнях економічної науки й практичній діяльності менеджерів підприємства. Одним з найбільш трудомістких і мало досліджених у теорії й практиці управління підприємствами є завдання побудови організаційно-економічних і управлінських механізмів формування стратегії розвитку, найважливішим компонентом якої є механізми формування ефективно функціонуючого його потенціалу. Найбільш вагомий внесок у розвиток теоретичних і практичних аспектів стратегічного управління підприємством з урахуванням такої складової, як стратегічний потенціал підприємства, зробили такі вітчизняні та закордонні вчені та економісти, як: О.С. Виханський, Т. Йеннер, О.О. Колесніков, Б.М. Мізюк, І.П. Отенко, О.В. Ревенко, О.М. Таран, Н.В. Шелегеда, Г.О. Шульга.

МЕТА РОБОТИ полягає у визначенні змісту та сутності системи управління стратегічним потенціалом підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи стали наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених-економістів з проблеми стратегічного управління, законодавчі акти, нормативні документи в сфері управління діяльністю

господарюючих суб'єктів, дані статистичної та фінансової звітності українських підприємств.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, методи системного, статистичного й графічного аналізу, експертних оцінок, матричний та економіко-математичного моделювання.

РЕЗУЛЬТАТИ

Стратегічний потенціал підприємства розглядається як взаємопов'язана сукупність ресурсів, які знаходяться в його розпорядженні та мають вирішальне значення для досягнення стратегічних цілей, оцінки можливих меж функціонування у майбутньому, виходячи з прогнозованих умов зовнішнього середовища. Сферою його застосування є оцінка перспективних можливостей підприємства щодо зростання ефективності функціонування та зміцнення конкурентоспроможності на ринку.

Основними складовими стратегічного потенціалу підприємства, які визначають його потенційні можливості, є:

1. Спроможність до проведення макроекономічного аналізу ситуації в країні та регіоні діяльності.

2. Спроможність до прогнозування змін в обсязі та структурі споживчого попиту.

3. Спроможність до аналізу та прогнозування кон'юнктури ринків ресурсів та капіталу, розробки та

реалізації ефективних стратегій взаємодії з ринками для залучення необхідних ресурсів.

4. Спроможність до забезпечення стійкості підприємства до негативних змін у зовнішньому середовищі функціонування за рахунок розробки та реалізації ефективних захисних стратегій.

5. Спроможність до ефективного використання інвестиційних можливостей щодо розвитку ресурсного потенціалу.

Для вирішення проблеми формування збалансованого стратегічного потенціалу промислового підприємства необхідна методологія, що відображає три базові процеси:

- синтез структури стратегічного потенціалу підприємства, що дає можливість визначити не тільки основні складові стратегічного потенціалу підприємства, але і з'ясувати показники-індикатори, за якими можливо виміряти фактичний стан стратегічного потенціалу підприємства;

- діагностика фактичного стану стратегічного потенціалу підприємства;

- прогноз можливих тенденцій структурних змін стратегічного потенціалу підприємства.

Створення системи управління стратегічним потенціалом підприємства допомагає впорядкувати процеси формування потенціалу підприємства відповідно до внутрішніх закономірностей господарської діяльності і необхідна для: - виявлення поточного стану стратегічного потенціалу підприємства; - перевірки відповідності поточного рівня стратегічного потенціалу підприємства обраний стратегії; - розвитку стратегічного потенціалу підприємства; - виявлення найкращих способів використання стратегічного потенціалу підприємства. На рис. 1 представлений порядок управління стратегічним потенціалом підприємства.

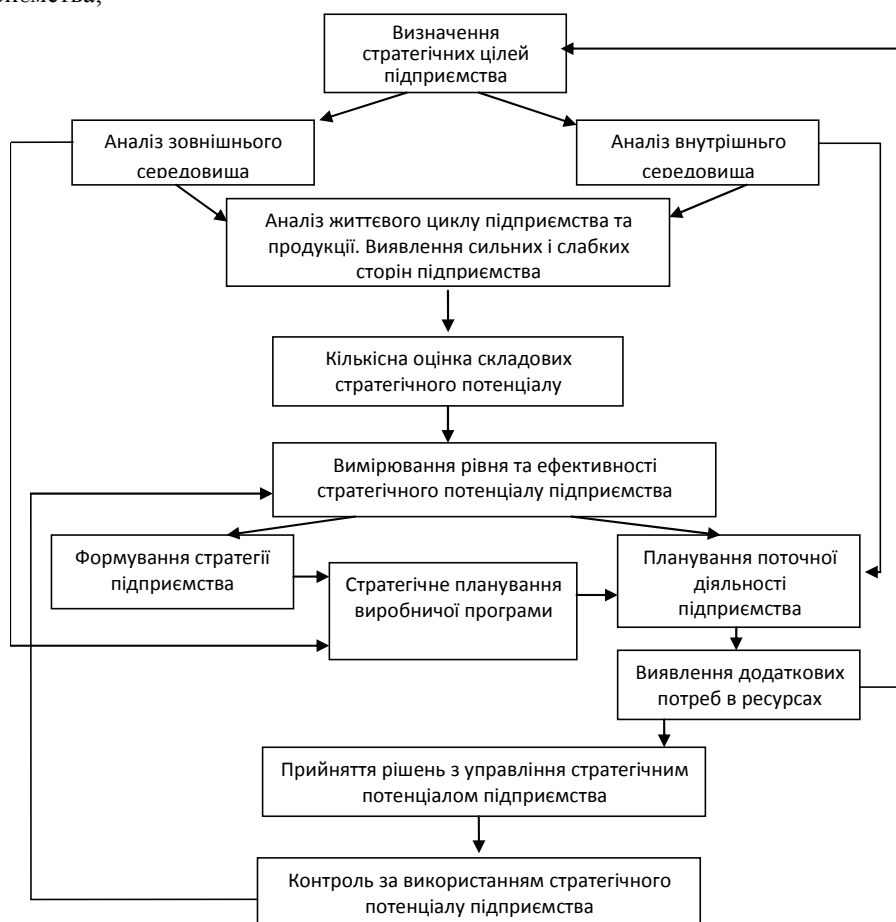


Рис. 1. Порядок управління стратегічним потенціалом підприємства

Оцінка перспективних можливостей розвитку внутрішнього потенціалу підприємства передбачає проведення наступної роботи:

1) формування системи показників (елементів стратегічного потенціалу), що обумовлюють внутрішні перспективи зростання конкурентного статусу підприємства як у стабільних, так і у нестійких економічних умовах, що склалися в країні.

2) оцінка можливостей розвитку окремих елементів стратегічного потенціалу (наприклад, може використовуватися метод балів).

3) визначення значущості окремих елементів стратегічного потенціалу для розвитку підприємства в цілому.

4) узагальнення індивідуальних оцінок перспектив розвитку внутрішнього потенціалу [6].

Стратегічний аналіз внутрішнього середовища підприємства, залежно від конкретної ситуації, може бути унікальним. З огляду на системний підхід до аналізу потенціалу підприємницької діяльності і відповідності структури аналізу стратегічного потенціалу підприємства структурі розроблюваної

для нього стратегії, доцільною вважається така структура:

- аналіз окремих видів бізнесу підприємницької організації;
- аналіз функціональних підсистем організації;
- аналіз структурних підрозділів організації;
- аналіз усіх бізнес-процесів організації [4, с.163].

За для ефективного формування стратегічного потенціалу в умовах нестійкого зовнішнього середовища потрібно приділити увагу наступним факторам:

- а) політичним факторам;
- б) ринковим факторам, аналіз яких дозволяє керівництву підприємства уточнити стратегію та зміцнити позиції на ринку;
- в) факторам конкуренції, для здійснення постійного контролю з боку підприємства за діями конкурентів;
- г) соціальним факторам, що включають такі показники, як зміна суспільних цінностей, відносини, сподівання й інтереси;
- д) державним факторам. Держава встановлює систему нормативних актів, що регулює діяльність суб'єктів ринку [5 с. 173].

Таким чином, аналіз факторів, які впливають на формування стратегічного потенціалу підприємства дозволяє сформулювати перелік загроз, які можуть вплинути на діяльність підприємства в цілому.

ВИСНОВКИ

Стратегічне управління будь-яким підприємством у ринковому середовищі зосереджується на правильному визначенні поточних позицій підприємства на ринку, показників його господарсько-фінансової діяльності, сильних і слабких сторін. В сучасних умовах адекватність

прийнятої стратегії розвитку бізнесу або території стратегічним цілям залежить від результатів стратегічного аналізу. Стратегічний аналіз формує інформаційну базу для прийняття рішення, але його методи залежать від складності внутрішнього та зовнішнього середовища господарської системи. Система методів стратегічного аналізу та інформаційне коло джерел залежать від економічних відносин в регіоні та традиційної чи інноваційної спрямованості потенціалу підприємства.

Список використаних джерел

1. Блонська В.І. Вдосконалення методики аналізу стратегічного потенціалу підприємства / В.І. Блонська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010.- Вип. 20. – С. 171-175.
2. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: підручник / О.І. Ковтун. – Львів «Новий Світ –2000», 2011. – 680 с.
3. Михайленко М.М. Стратегічний потенціал підприємства як об'єкт управління: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / М.М. Михайленко. – К., 2006. – 28 с.
4. Мізюк Б.М. Стратегічне управління підприємством : підручник / Б.М. Мізюк. – Львів: «Магнолія Плюс», 2012. – 395 с.
5. Швець Є.В. Системний підхід щодо формування структури стратегічного потенціалу підприємства / Є.В. Швець // Вісник Нац. тех. ун-ту «Харківський політехнічний інститут». – 2013. – № 16. – С. 170-176.
6. Михайленко М.М. Стратегічний потенціал підприємства як об'єкт управління [Електронний ресурс] / М.М.Михайленко. – Режим доступу: www.rusnauka.com/3_ANRR_2014/Economics

ПАВЛОВ

УДК 334.021

Владислав Владиславович
pavlovvt@ukr.net

**ФАКТОРИ ТА ПОРЯДОК СТВОРЕННЯ КРЕАТИВНОГО ПРОДУКТУ В
СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЛЕГКОЇ
ПРОМИСЛОВОСТІ**

**FACTORS AND PROCEDURE OF CREATIVE PRODUCT CREATION IN THE
MANAGEMENT SYSTEM OF TEXTILE INDUSTRY ENTERPRISES**

к.е.н., доцент, КНУТД,
Редактор журналу
"Менеджмент"

В статті охарактеризовано фактори та запропоновано порядок створення креативного продукту в системі управління підприємствами легкої промисловості. В контексті продуктивно-результативного аспекту дослідження феномену креативності, визначено місце процесу створення креативного продукту в системі процесів та явищ, що характеризують креативну діяльність.

Відзначено суттєвий вплив різної тривалості життєвого циклу продукції відносно підприємств інших галузей, що визначає відмінність планування виробничої програми на підприємствах легкої промисловості та суттєво впливає на потребу активної креативної діяльності на підприємстві зі швидким процесом обґрунтування та втілення доцільних до реалізації креативних ідей на практиці. Структуровано фактори створення креативного продукту, що дало змогу систематизовано представити вплив на них з метою активізації креативної діяльності у формі порядку створення креативного продукту.

В статті охарактеризовані фактори і пропонується порядок створення креативного продукту в системі управління підприємствами легкої промисловості. В контексті продуктивно-результативного аспекта дослідження феномена креативності, визначено місце процесу створення креативного продукту в системі процесів і явищ, що характеризують креативну діяльність. Зазначено суттєве вплив різної тривалості життєвого циклу продукції, що визначає відмінність планування виробничої програми на підприємствах легкої промисловості від підприємств інших галузей, що обумовлює потребу активної креативної діяльності на підприємстві з швидким процесом обґрунтування і впровадження цілеспрямованих до реалізації креативних ідей на практиці. Структуровані фактори створення креативного продукту, що дозволило систематизовано представити вплив на них з метою активізації креативної діяльності в формі порядку створення креативного продукту.

The article describes factors and proposes the order of creative product creation in the management system of textile industry enterprises. In the context of the creativity phenomenon research, defined the place of creative product creation process in the system of processes and phenomena that characterize the creative activity. Noted significant effect of different durations of product life cycle in compare to companies in other industries that defines the difference between production planning program for textile industry and significant impacts on the need for active creative activity of the enterprise with rapid process of creative ideas implementation into practice. Structured factors of creative product creation that allows presenting systematically effect on them in order to promote creative activities in the form of creative product creation order.

Ключові слова: креативний продукт, креативні технології, креативність, креативна діяльність, креативні ідеї, фактори, потенціал, легка промисловість, інновації, система управління, розвиток

Ключевые слова: креативный продукт, креативные технологии, креативность, креативная деятельность, креативные идеи, факторы, потенциал, легкая промышленность, инновации, система управления, развитие

Keywords: creative product, creative technologies, creativity, creative activity, creative ideas, factors, potential, textile industry, innovations, management, development

**ПРОБЛЕМА ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК З НАУКОВИМИ ТА
ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ**

Конкурентоспроможність підприємств легкої промисловості є пріоритетом управління цими підприємствами. Одним з найдієвіших способів досягнення конкурентоспроможності як на

внутрішньому, так і на зовнішніх ринках за сучасних умов господарювання є креативна діяльність, як в сфері технології, техніки, так і в управлінні, організації, економіці. Результатом такої діяльності є створення, впровадження у виробництво, безпосереднє виробництво та реалізація потрібного споживачам креативного продукту, на основі чого

забезпечується створення конкурентних переваг на ринку, в організації та управлінні діяльністю.

В цьому контексті постає питання визначення переліку факторів, що впливають на створення креативного продукту на підприємствах легкої промисловості, а також формування порядку створення креативного продукту на цих підприємствах з урахуванням даних факторів. Вказані питання й є предметом дослідження даної статті, а пошук шляхів їх наукового вирішення визначає актуальність теми та мету даної статті.

Аналіз досліджень і публікацій

Проблематика створення та впровадження креативного продукту в діяльності підприємств досить широко висвітлена в роботах закордонних науковців, зокрема, у Е. Андерсена, Дж. С. Меткалфа, Р. Нельсона, П. Стонемана та ін. Увага вказаній проблематиці, хоча й в меншому обсязі, проте приділяється і в роботах вітчизняних дослідників, в цьому контексті слід відзначити роботи А.М. Єрмоли, Н.В. Савицької, С. Князя, Д. Зінкевича, В.І. Бокія, К.С. Шапошникова.

Внесок перелічених та інших науковців у дослідження проблем формування, впровадження, розвитку креативної діяльності на підприємствах, результатом чого є створення креативного продукту, є досить важливим для розкриття проблематики даної статті. Натомість існує потреба обґрунтування порядку створення креативного продукту в конкретній сфері – легкій промисловості, чого в роботах інших науковців не відзначено.

Вказані обставини визначають потребу здійснення в даній статті додаткових досліджень стосовно обґрунтування факторів та порядку створення креативного продукту на підприємствах легкої промисловості України за сучасних умов господарювання.

МЕТОЮ СТАТТІ є обґрунтування переліку факторів та формування порядку створення креативного продукту на підприємствах легкої промисловості України.

Для досягнення мети даної статті передбачається використання системного підходу та визначення причинно-наслідкових зв'язків як основи характеристики впливу конкретних факторів на креативну діяльність, методів аналізу та синтезу, узагальнення та порівняння.

ВИКЛАДЕННЯ МАТЕРІАЛУ ТА РЕЗУЛЬТАТИ

О.О. Мергут, аналізує сутність креативної діяльності, виділяючи два ключові аспекти дослідження креативності [10]:

- предметно-процесуальний та рефлексивний (процес вирішення творчого завдання);
- продуктивно-результативний та соціально-управлінський (умови креативного розвитку та самовираження).

Дослідження проблем створення креативного продукту, з огляду на це, передбачається зорієнтувати саме на продуктивно-результативному аспекті.

Для теоретичного осмислення та структурування проблематики статті також важливо визначитись з поняттям креативності.

Термін "креативність" ввів Дж. Гілфорд [3]. Креативність (лат. creative – творчий, лат. creatio – створення) – характерна риса творчої особи, що проявляється в зміні універсуму культури, здатність здійснити щось нове: нове рішення проблеми, новий метод і інструмент, новий витвір мистецтва.

Стосовно співставлення понять креативності та креативного продукту, слід навести одне з визначень креативності, яке сформулювала В.Л. Антонішина: "Креативність ... – широта асоціацій, що формуються в ході створення креативних продуктів, або уміння побачити новизну та перспективність таких продуктів" [2, с. 15]. Тобто, дослідниця, як і інші дослідники [8; 9] тісно пов'язує ці поняття.

На нашу думку, креативність показує здатність суб'єкта (індивіда, групи, організації тощо) адаптивно реагувати на зміни, що відбуваються в навколишній дійсності, і генерувати нові знання, підходи, продукти, нові рішення і дії, спрямовані на творче перетворення природної, соціальної і духовної реальності. Отже, креативний продукт є результатом креативної діяльності, що виражається в створенні та реалізації на практиці певної креативної ідеї, виробу, технології, технічного чи організаційного рішення тощо.

Продуктивно-результативна складова потенціалу креативної ідеї виступає відображенням кінцевого результату реалізації наявних можливостей (у вигляді нового продукту, отриманого в ході здійснення креативного процесу). Таким чином, вона – свого роду цільова характеристика потенціалу креативної ідеї, але при цьому, будучи результатом кількісних і якісних змін, несе в собі потенційні можливості виводу на новий рівень функціонування як потенціалу креативної технології, так і креативного потенціалу системи управління підприємства в цілому, у вигляді креативного продукту.

Створення креативного продукту, на наш погляд, потребує реалізації певного, обґрунтованого та структурованого порядку, що визначається особливостями процесу людської діяльності. Ця діяльність має бути креативною, якщо вона спрямована на створення інновацій [12], то можна говорити про процес формування креативних інновацій, або інновацій, створених шляхом реалізації креативного потенціалу людини або групи людей. Окреслена діяльність є системною, спрямованою на реалізацію нововведень на основі використання та впровадження нових ідей, знань, підходів або трансформації відомих результатів наукових досліджень та практичних розробок у новий або вдосконалений продукт [4, с. 84].

Говорячи про те, що саме персонал підприємства є головною рушійною силою в генерації креативних ідей, що лежать в основі креативного менеджменту підприємств і втілюються в практику як креативні технології, така суттєва чисельність працівників легкої промисловості, що становить близько 7 % загальної чисельності промислово-виробничого персоналу країни, що виробляє дуже широкий

асортимент товарів, характеризує даний комплекс народного господарства як такий, що має високий креативний потенціал [1; 6].

Креативність на підприємствах легкої промисловості виявляється частіше за все через інновації, їх ефективність та своєчасність, а інновації, у свою чергу, визначають можливості удосконалення діяльності та розвитку підприємства. Водночас, слід враховувати одну з найважливіших особливостей організації виробничої діяльності в легкій промисловості, якою є різна тривалість життєвого циклу продукції, що визначає відмінність планування виробничої програми на підприємствах легкої промисловості, відносно підприємств інших галузей та суттєвим чином впливає на характер та потреби в інноваціях, в креативній діяльності на підприємствах саме легкої промисловості [11].

Оскільки на діяльність підприємств легкої промисловості впливає такий фактор, як мода, її постійна змінність, ці підприємства регулярно потребують змін у продукції. Це обумовлює скорочення термінів планування, які враховують зміни ринкової кон'юнктури, а короткий життєвий цикл продукту вимагає збалансованого за часом періоду планування та креативного підходу до

створення та поширення продукції, до організації виробничих процесів.

Отже, специфіка діяльності підприємств легкої промисловості передбачає потребу актуалізації креативної діяльності на цих підприємствах, постійного пошуку креативних рішень та створення креативного продукту, що здійснюється під впливом певного кола факторів. І якщо в загальному вигляді, для систем креативного менеджменту промислових підприємств подібну сукупність факторів виділено, зокрема, вітчизняними авторами С. Князем, Ю. Андріановим, Д. Зінкевичем [5; 7], то уточнення та розвиток переліку специфічних факторів для підприємств легкої промисловості передбачається в даній науковій статті.

В наведеній на рис 1 схемі фактори – це сукупність дій з боку зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на процес створення креативних технологій на підприємствах легкої промисловості, та мають певні ознаки, які виділяють кожен конкретний фактор за конкретним критерієм (зміст, джерело виникнення, характер впливу на об'єкт, сила впливу, зв'язки один з одним, регулярність впливу).

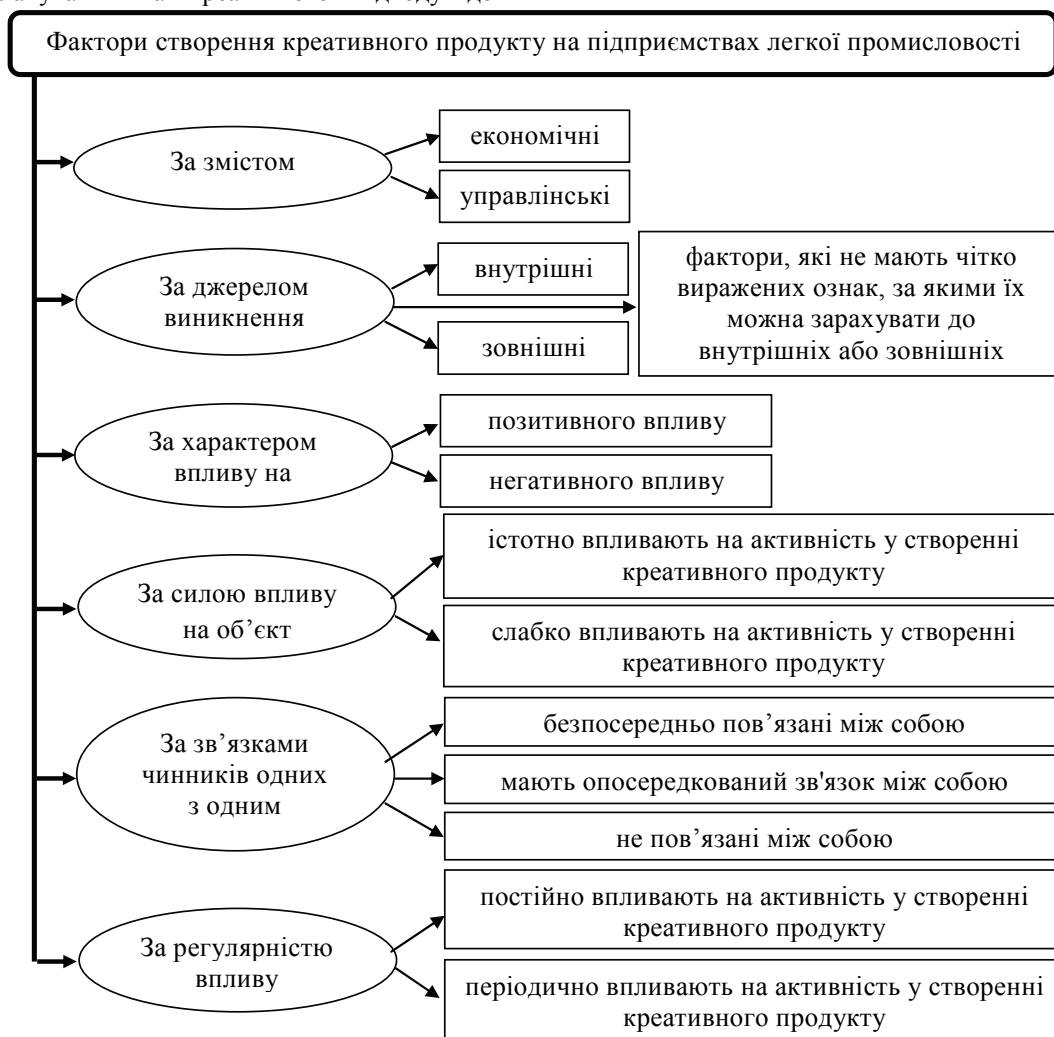


Рис. 1. Система класифікації факторів створення креативного продукту на підприємствах легкої промисловості

Зокрема, економічні фактори характеризують вплив на створення креативного продукту певних економічних характеристик, наприклад – економічного стимулювання праці задіяних у креативній діяльності працівників, фінансування креативних проєктів тощо. Управлінські фактори орієнтуються більшою мірою на взаємовідносини між керівником як суб'єктом управління та креативним персоналом як об'єктом, такі фактори виражаються в наказах, настановах, дорученнях керівництва, прийнятті ним стратегічних та тактичних рішень стосовно створення певних креативних продуктів тощо.

Внутрішні за джерелом виникнення фактори діють виходячи зі специфіки діяльності конкретного підприємства, управлінських рішень, що приймаються його керівництвом. Зовнішні, навпаки, діють незалежно, або майже незалежно від рішень керівництва конкретного підприємства (дії держави, конкурентів тощо). Позитивні фактори сприяють формуванню та ефективному втіленню на практиці креативних технологій, негативні – навпаки – перешкоджають цьому.

Фактори, що за силою впливу на об'єкт істотно впливають на активність у створенні креативного продукту характерні тим, що їх дія значною мірою визначає ефективність системи креативного менеджменту. На відміну від просто "позитивного впливу", ці фактори впливають ще й суттєво, результати їх дії відчутні та очевидні.

За зв'язками факторів одних з одним безпосередньо пов'язані між собою фактори характерні тим, що активізація певного фактору викликає відчутну позитивну (чи негативну) реакцію з боку іншого. Це слід враховувати при управлінні, бо очікуваний результат може бути не лише прогнозованим як наслідок активності одного з факторів, але й скоригованим на вплив взаємозалежних факторів. При цьому є фактори, які лише опосередковано взаємозалежні, а є й взагалі незалежні між собою.

За регулярністю впливу фактори, що постійно впливають на активність у створенні креативного продукту є базовим інструментом креативного менеджменту, основою системного процесу стимулювання креативності на підприємствах легкої промисловості (наприклад, фактор різної тривалості життєвого циклу продукції, потреба організації та стимулювання персоналу до креативного мислення). В той же час, є й фактори, що періодично впливають на креативну діяльність (позитивно, або негативно), які можна розглядати в контексті заходів коригуючого впливу. Наприклад, нестабільна політична ситуація впливає на творчу діяльність персоналу, тому варто додатково стимулювати персонал в той час, коли відбуваються певні ознаки нестабільності (морально, матеріально тощо). Коли ж ця ситуація стабілізується – діють традиційні, системні важелі впливу.

Агрегуючи віднесення фактору за певним критерієм до факторів, що впливають на процес створення креативного продукту, з'являється можливість виділення та структурування конкретних, специфічних факторів, наприклад, різна тривалість життєвого циклу продукції є економічним фактором, що має передусім зовнішні причини виникнення, позитивно та дуже істотно впливає (активізує) процеси створення креативного продукту, безпосередньо пов'язаний з багатьма іншими факторами (зокрема, організаційними та виробничими можливостями підприємства (внутрішні), або – купівельною спроможністю населення (зовнішні) тощо), впливає на креативну діяльність підприємства постійно.

Проаналізовані фактори впливу взаємопов'язані. Вони орієнтуються на формування середовища, що сприяє створенню, впровадженню та поширенню креативного продукту на підприємстві легкої промисловості, певні рішення щодо стимулювання створення креативного продукту можуть бути прийняті, на нашу думку, вже на даному етапі, наприклад такі:

- просте матеріальне стимулювання у вигляді заробітної плати не можна вважати економічним фактором створення креативного продукту на підприємстві легкої промисловості, проте преміювання креативного мислення, креативних ідей, втілених ідей, ідей, що ведуть до підвищення ефективності діяльності підприємства через оригінальні, неформалізовані підходи до реалізації певних процесів, дозволяє розглядати таке преміювання як матеріальне стимулювання креативної діяльності;

- прийняття рішення щодо створення робочої групи на підприємстві легкої промисловості за певним проєктом не характеризується як фактор створення креативного продукту, але якщо таке рішення на підприємстві супроводжується постановкою для даної групи завдань створення інноваційного продукту, наприклад – нової тканини, лінії одягу, технології виготовлення одягу тощо, через генерацію креативних ідей – це є дієвим управлінським фактором сприяння створенню креативного продукту.

Креативний продукт доцільно створювати відповідно до чутко визначеного порядку. Серед етапів реалізації даного порядку виділимо наступні (рис. 2).

Наведений порядок створення креативного продукту на підприємствах легкої промисловості може бути використаний при розробці та впровадженні креативних ідей на практиці конкретних підприємств, оформленні цих ідей у креативний продукт та у процедурах затвердження до використання на підприємствах. Даний порядок може бути деталізований згідно з особливостями господарської діяльності та потребами конкретного підприємства – об'єкта впровадження.

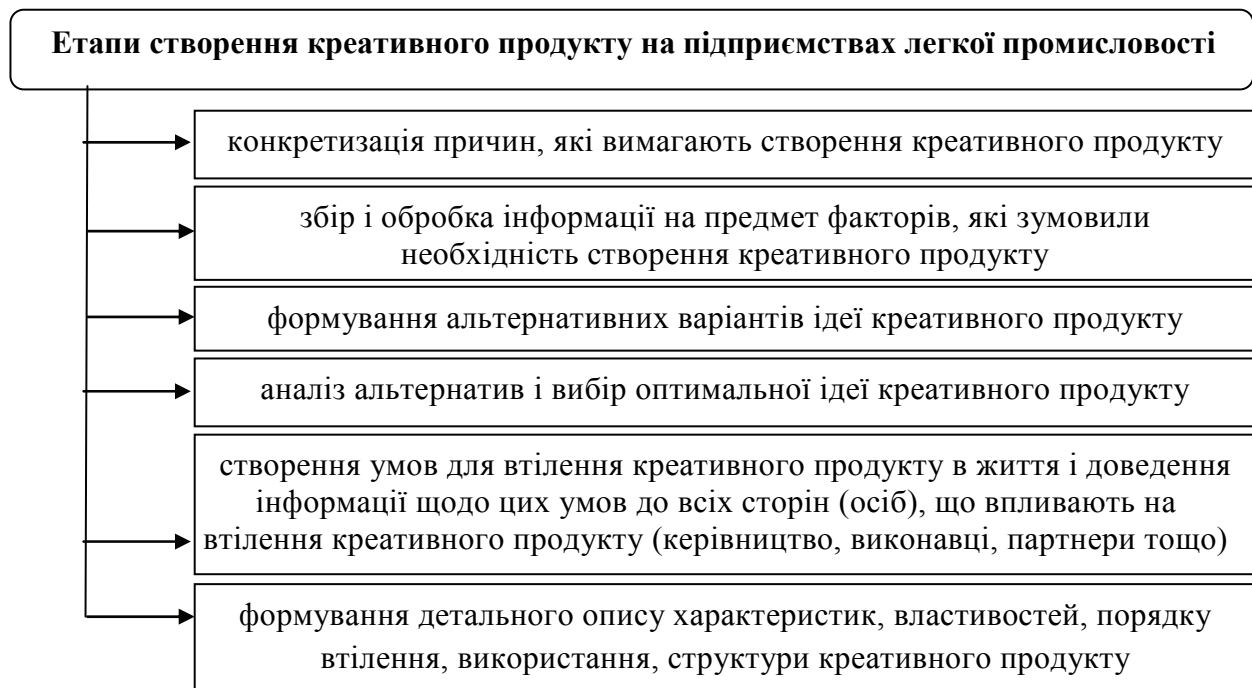


Рис. 2. Порядок створення креативного продукту на підприємствах легкої промисловості

Даний порядок дозволяє розкрити функціональну складову створення креативного продукту через співставлення всіх аспектів креативності та відображає послідовність управління, через яку на підприємстві формується креативне середовище, відбувається стимулювання та регулювання процесу створення креативного продукту.

Отже, вітчизняним підприємствам легкої промисловості, щоб успішно адаптуватись до динамічних змін зовнішнього середовища, будувати та втілювати в життя ефективну стратегію розвитку, формувати передумови інтенсивного характеру розвитку, потрібне створення ефективної системи креативного менеджменту. Досягти цього неможливо без творчості, без розвитку і застосування креативних управлінських технологій, створення креативного продукту (винаходи, нові стилі в моді, ідеї у виробництві, креативні організаційні рішення й т. ін.).

ВИСНОВКИ

В статті визначено фактори, що впливають на створення креативного продукту на підприємствах легкої промисловості в сучасних умовах та сформульовано порядок створення даного продукту. Відзначено суттєвий вплив специфічного фактору різної тривалості життєвого циклу продукції, що визначає відмінність планування виробничої програми на підприємствах легкої промисловості, відносно підприємств інших галузей, та суттєво впливає на потребу активної креативної діяльності на підприємстві зі швидким процесом обґрунтування та втілення доцільних до реалізації креативних ідей на практиці.

Управління, орієнтоване на створення креативного продукту, реалізоване за визначеним в роботі порядком, має стати важливим елементом,

основою інноваційного розвитку сучасних підприємств легкої промисловості (зважаючи на специфічну потребу швидкого оновлення асортименту продукції з забезпеченням стабільної якості під впливом дій конкурентів та мінливості моди), і має орієнтуватись не на використання окремої креативної ідеї, а на постійно відтворну здатність до генерації і впровадження системи таких ідей у життя, що можливе шляхом безперервного застосування креативних технологій.

Створення креативного продукту як процес творчого генерування і конструювання нових ідей, задумів, новаторських управлінських рішень, виявляє таким чином здатність до генерації нового знання і практичної дії шляхом розширення і трансформації бачення реальності в перспективі, здатного системно реорганізувати сьогодення в майбутнє відповідно до певної стратегічної мети розвитку підприємств легкої промисловості в мінливих умовах сучасного ринкового середовища.

Список використаних джерел

1. Адвокатова Н.О. Дослідження сучасного стану підприємств легкої промисловості України / Н.О. Адвокатова // Економічні інновації. – 2012. - №47. – с. 5-14.
2. Антонішина В.Л. Визначення сутності поняття креативності в психолого-педагогічній науці / Антонішина В.Л. // Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді: Зб.наукових праць. – 2010. – Вип. 14. – Кн. II. – С. 11-18.
3. Гилфорд Дж. Три сторони інтелекта. Психология мышления / Дж. Гилфорд. – М.: Прогресс, 1969. – 157 с.
4. Гончарова О.А. Креативний компонент інноваційної діяльності майбутнього вчителя / Гончарова О.А. // Науковий вісник Мелітопольського

державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького. Серія: Педагогіка. – 2011. – № 6. – С. 82-88.

5. Зінкевич Д.К. Сутність креативного менеджменту і його місце в системі управління машинобудівним підприємством / С.В. Князь, Ю.О. Андріанов, Д.К. Зінкевич // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – Вип. 19.2. – С. 182-187.

6. Касьян З.Е. Аналіз та формування складових інноваційної активності підприємств легкої промисловості / З.Е. Касьян // Вісник КНУТД. – 2012. – №2. – С. 168-172

7. Князь С. Сутність креативного менеджменту і результативність креативних рішень у сфері інвестиційної діяльності машинобудівних підприємств / С. Князь, Ю. Андріанов, Д. Зінкевич // Збірник наукових праць Львівського національного університету ім. Івана Франка. – Сер.: Формування ринкової економіки в Україні. – Львів. – 2009. – Вип. 19. – С. 290-299.

8. Литвин І.В. Особливості пошуку інноваційних ідей у системі креативного менеджменту /

І.В. Литвин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.7. – С. 360–364.

9. Маркина И.А. Научные подходы к определению понятий «креативность» и «креативный потенциал» / И.А. Маркина, Л.М. Шимановская-Дианич // Ежеквартальный научно-практический журнал Академии экономических наук Украины «Экономика Крыма». – 2011. – № 1 (34). – С. 289-295.

10. Мергут О.О. Сутність та місце поняття «креативність» у процесі професійної підготовки майбутніх митців / О.О. Мергут // Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя : Психолого-педагогічні науки. – 2011. – №6. – С. 38-40.

11. Повідайчик М.М. Особливості стратегічного планування виробничої програми підприємства легкої промисловості в умовах невизначеності / М.М. Повідайчик // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2014. – Серія Економіка. Випуск 1 (42). – С. 59-63

12. Руководство инноватора: Как выйти на новых потребителей за счёт упрощения и удешевления продукта / [С. Энтони, М. Джонсон, Дж. Синфилд, Э. Олтман]; пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз: Издательство «Юрайт», 2011. – 346 с.

ПОБЕРЕЖЕЦЬ

Ольга Валеріївна

olga-poberezhec@mail.ru



к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту, Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

УДК 330

КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

CONCEPTUAL ASPECTS OF PLANNING PERFORMANCE OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES

У статті сформовано концепцію планування результатів діяльності підприємства з використанням сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища на економічні, фінансові, соціальні та екологічні результати діяльності, визначено багаторівневу систему впливу факторів на результати діяльності промислового підприємства, розроблено модель формування загального фінансового результату діяльності промислового підприємства.

В статті сформована концепція планування результатів діяльності підприємства з використанням сегментної оцінки впливу факторів відповідної середовища на економічні, фінансові, соціальні та екологічні результати діяльності, визначено багаторівневу систему впливу факторів на результати діяльності промислового підприємства, розроблено модель формування загального фінансового результату діяльності промислового підприємства.

This article formed the concept of enterprise performance planning using segment impact assessment on environment factors relevant economic, financial, social and environmental performance, defined multi-level system of influence factors on the performance of the industrial enterprise, developed a model of the overall financial result of the industrial enterprise.

Ключові слова: результати діяльності, планування, сегмент, показники ефективності, бюджетні моделі, прогнозування

Ключевые слова: результаты деятельности, планирование, сегмент, показатели эффективности, бюджетные модели, прогнозирование

Keywords: results of operations, planning, segment, performance, budget model, forecast

ВСТУП

Постійні трансформаційні умови у яких перебуває національна економіка України та її основні складові, вимагає пошуку та формування сучасної концепції планування результатів діяльності промислового підприємства. Розгляд наукових досліджень (Т.В. Лівошко, А.О. Книрик, Л.О. Волощук, Є.І. Масленнікова, О.М. Свінцицької, Ю.М. Сафонова, П.Т. Саблука, Г.В. Савицької, В.К. Савчука, В.І. Самборського, В.В. Сопка, В.І. Стражева, І.Д. Фаріона, М.Г. Чумаченка, В.О. Шевчука, О.А. Шевчука, А.Д. Шеремета, С.І. Шкарабана) формує висновки, щодо необхідності удосконалення перегляду концептуальних аспектів та методології планування результатів діяльності промислового підприємства.

МЕТА РОБОТИ

Метою статті є формування концепції планування результатів діяльності промислового підприємства з урахуванням сегментної складової.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти.

Для вирішення поставлених завдань було застосовано такі загальнонаукові та спеціальні методи: морфологічного аналізу – при уточненні понятійно-категоріального апарату дослідження; системного та структурно-логічного аналізу; формалізації; методу аналогії, порівняння та інтегрування.

РЕЗУЛЬТАТИ

Процес планування результатів діяльності промислового підприємства повинен включати етапи оцінки впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Саме це допоможе максимально ефективно наблизитися до необхідного рівня показників, які характеризують фінансові, соціальні та екологічні результати діяльності підприємства.

При плануванні прибутку враховуються всі сторони господарської діяльності підприємства: рівень використання основного капіталу, машин та обладнання, технології, організації виробництва і

праці тощо. Абсолютна величина прибутку відображає результати зниження собівартості та зростання обсягу реалізованої продукції [1].

На думку автора, для урахування нестабільності внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на фінансово-господарську діяльність промислового підприємства, а також на результати його діяльності пропонується процес планування доповнити етапом сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища на економічні, фінансові, соціальні та екологічні результати за операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю промислового підприємства.

Даний етап планування допоможе визначати ймовірність виконання планів та реалізовувати управлінські рішення, які спрямовані на адаптацію промислового підприємства до умов факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, з метою підвищення ефективності планів та результативності діяльності за всіма напрямками.

Сегментна оцінка впливу факторів відповідного середовища на результати діяльності представляє собою аналіз рівня показників, який представлений у вигляді функції розподілу значень величини показників [3, 5]. Для формування сегментної оцінки результатів діяльності промислового підприємства необхідно розробити концептуальну модель залежності результатів діяльності (економічних, фінансових, соціальних та екологічних) від факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Кожен фактор, який впливає на ефективність фінансово-господарської діяльності промислового підприємства, буде впливати і на величину економічних, фінансових, соціальних та екологічних результатів діяльності підприємства. Отже, в якості узагальнюючої характеристики впливу факторів середовища на результати діяльності промислового підприємства пропонується сегментну оцінку фінансових результатів діяльності.

Таким чином, суть сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища зводиться до проведення детального дослідження факторів результатів діяльності, побудови розподілу результатів в плановому періоді за результатами статистичного моделювання на основі оцінки і прогнозування даних факторів.

В наукових джерелах при плануванні прибутку, як правило, використовується два методи – прямого розрахунку та аналітичний метод. Метод прямого розрахунку базується на вилученні з чистого доходу підприємства всіх його витрат.

Аналітичний метод – на основі показника витрат на 1 грн. товарної продукції, а також відсотка базової рентабельності [2, с. 111].

Отже, основними компонентами сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища є:

- використання методу сегментної оцінки факторів і принципи їх вибору;
- сукупність факторів впливу на результати діяльності;
- побудова факторної моделі результатів діяльності;

- принципи підбору заходів для адаптації фінансово-економічного механізму підприємства до нестабільності факторів;

- формування алгоритму моделювання результатів;

При розробці методу сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища, на думку автора, необхідно враховувати:

- метод сегментної оцінки можливо використовувати не тільки для промислових підприємств, а й для інших галузей з урахуванням специфіки факторів впливу;

- на результати сегментної оцінки впливає суб'єктивна думка експертів (керівників підприємств), що пов'язано з проведенням аналізу складних зв'язків та явищ, який здійснювався за допомогою методу якісної оцінки;

- горизонт планування за умови прийняття ефективних управлінських рішень та їх впливу на результати діяльності підприємства складає один рік. При цьому використання даного методу для коротких періодів планування ускладнюється необхідністю проведення значного за обсягом аналізу факторів керівниками підприємства за короткий термін часу. Вибір більш тривалого горизонту планування суттєво знижує точність прогнозування коливань факторів середовища і, як наслідок, якість плану, що є неприпустимим;

- даний метод сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища орієнтований на отримання підприємством в плановому періоді такої величини результатів діяльності, які будуть повністю відповідати загальній стратегії. При цьому більшість промислових підприємств вирішує проблеми відсутності дієвого механізму короткострокового планування, що призводить до значних відхилень від плану;

- даний метод враховує окремий перелік факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, які є найбільш важливими та суттєвими для промислових підприємств в сучасних умовах.

При розробці методу сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища на економічні, фінансові, соціальні та екологічні результати діяльності враховувалися наступні принципи:

- узгодженість та контроль за виконанням стратегічних, тактичних та оперативних планів;

- урахування не тільки прогнозних значень факторів середовища, але й сегментної складової;

- перевищення показників ефективності від реалізації методу планування над витратами;

- прогноз розробляється для потреб управління підприємством і є необхідним, але недостатнім елементом ефективного управління;

- вибір факторів для моделювання результатів діяльності, які є первинними причинами впливу.

Процес реалізації зазначеного методу планування результатів діяльності промислового підприємства складається з наступних окремих взаємопов'язаних етапів.

На першому етапі визначається та формується група факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які впливають як на загальну фінансово-

господарську діяльність промислового підприємства, так й на результати діяльності. При цьому враховуються можливість стовідсоткового прогнозування окремих факторів середовища, що підтверджує їх стабільність.

У сучасних умовах господарювання промислові підприємства характеризуються окремою сукупністю нестабільних факторів, які впливають на фінансово-господарську діяльність й як наслідок на фінансові, соціальні та екологічні результати діяльності: темпи росту інфляції, характер податкової системи, аспекти чинного законодавства, темпи росту безробіття, темпи росту реальних доходів населення.

Для ідентифікації окремих факторів промислового підприємства можливо застосовувати метод SWOT-аналізу, який за допомогою матричної побудови відокремлює слабкі та сильні сторони діяльності підприємства, а також робиться акцент на можливостях та загрозах.

Розподіл ідентифікованих факторів фінансово-господарської діяльності на групи стабільні та нестабільні можливо за допомогою аналізу історичних значень фактора і експертної оцінки поведінки фактора в плановому періоді.

При цьому експертну перевірку стабільності слід проводити для всіх факторів, тому як стабільність значень фактора протягом навіть декількох останніх періодів не завжди може бути гарантією стабільності в плановому періоді, а окремі фактори можуть включати одночасно сегмент стабільності й нестабільності.

Метод сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища на економічні, фінансові, соціальні та екологічні результати діяльності промислового підприємства за умови розділу даних факторів на дві групи.

До факторів впливу внутрішнього середовища можливо віднести: ступінь морального і фізичного зносу основних засобів підприємства, імідж підприємства, інтелектуальний потенціал, рівень кваліфікації персоналу та компетентності управлінців, інноваційні можливості промислового підприємства та інші.

На основі ідентифікованих факторів впливу описується формалізована модель фінансового результату. Зупинимося на ключових положеннях факторної моделі. В ході розробки було виділено п'ять рівнів впливу факторів на результати діяльності промислового підприємства (рис. 1).



Рис. 1. Багаторівнева система впливу факторів на результати діяльності промислового підприємства

Багаторівнева структура впливу факторів на результати діяльності промислового підприємства базується на залежності окремих результативних показників діяльності підприємства від чинників. Для отримання прогностичних показників результатів від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності необхідно враховувати:

- перший рівень впливу зовнішніх та внутрішніх факторів середовища;
- другий і третій рівень – взаємозв'язок факторів середовища та їх вплив на показники, які визначають доходи та витрати підприємства;
- четвертий рівень – визначення прогностичних показників результатів за видами діяльності;
- п'ятий рівень характеризується формуванням планових показників результатів діяльності промислового підприємства з урахуванням сегментної складової, яка включає фінансові, економічні, соціальні та екологічні результати.

Враховуючи наведену схему, загальний фінансовий результат від діяльності підприємства розраховується за формулою:

$$FR_{\text{заг}} = FR_{\text{оп.д.}} + FR_{\text{інв.д.}} + FR_{\text{ф.д.}}, \quad (1)$$

де $FR_{\text{оп.д.}}$ – фінансовий результат від операційної діяльності,

$FR_{\text{інв.д.}}$ – фінансовий результат від інвестиційної діяльності,

$FR_{\text{ф.д.}}$ – фінансовий результат від фінансової діяльності.

Показники фінансового результату від окремих видів діяльності формуються як сума доходів і витрат (витрати з негативним знаком):

$$FR = \sum C_j, \quad (2)$$

де FR – фінансовий результат від окремого виду діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової), C_j – j -ий вид доходу або витрат.

При цьому C_j – це функція трьох змінних:

$$C_j = f(q_j, s_j, b_j), \quad (3)$$

де q_j – кількість реалізованої готової продукції (товарів, робіт, послуг), величина, що має вірогідну і детерміновану складову q_1 . Це може бути фактор, значення якого може бути прогнозовано з високою точністю.

s_j – стабільна складова для доходу або витрат від окремого виду діяльності підприємства;

b_j – спеціальна сегментна складова для доходу або витрат від окремого виду діяльності підприємства (розмір заробітної плати, валютний курс).

На рис. 2 представлена модель формування загального фінансового результату з урахуванням показників фінансового результату від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності.

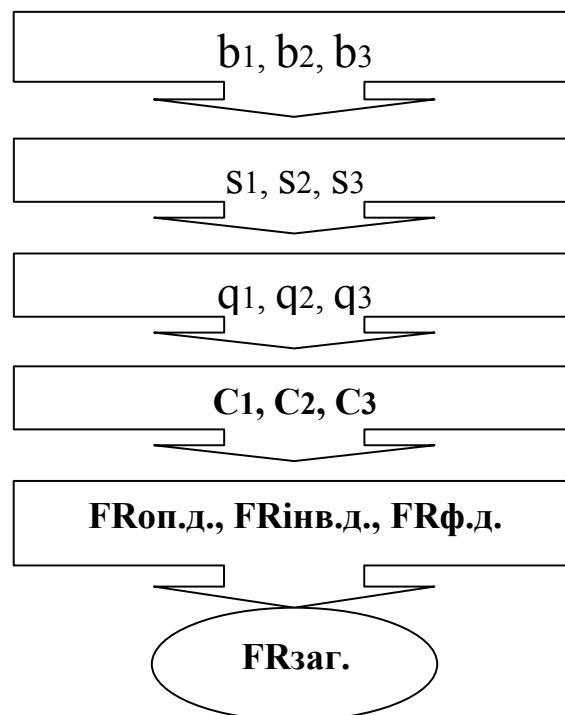


Рис. 2. Модель формування загального фінансового результату діяльності промислового підприємства

На думку автора, запропонована модель враховує різний ступінь залежності доходів або витрат від визначених факторів впливу, що в свою чергу формує прогностичний показник загального фінансового результату діяльності підприємства, а також впливає

на всі зазначені результати діяльності промислового підприємства. При застосуванні даної моделі необхідно враховувати факт зміни факторів внутрішнього та зовнішнього середовища та

корегувати стан відповідних планових результативних показників.

Наступний другий етап методу планування характеризується сегментною оцінкою нестабільних факторів впливу на результати діяльності промислового підприємства. При цьому для кожної групи факторів обирається окремий метод оцінки. При наявності статистичної бази за допомогою методу найменших квадратів виконується аналіз динаміки фактора.

При відсутності статистичної бази або при наявності обґрунтованої експертної думки щодо відповідного значення окремих показників для прогнозу значення фактора в плановому періоді застосовується метод експертних оцінок. Враховуючи сегментну оцінку експертів, отримуємо загальну оцінку розподілу значення фактора впливу.

На третьому етапі виконується статистичне моделювання результатів діяльності промислового підприємства на основі формалізованої факторної моделі результатів діяльності підприємства і сегментної оцінки цих факторів.

На думку автора, отримана таким чином прогнозна оцінка коливань результатів діяльності дає змогу оцінки впливу можливостей і загроз планового періоду на ефективність фінансово-господарської діяльності промислового підприємства та як наслідок, на результати діяльності промислового підприємства.

ВИСНОВКИ

Таким чином, з урахування відповідних факторів, які впливають на результати діяльності промислового підприємства, пропонується процес планування доповнити етапом сегментної оцінки впливу факторів відповідного середовища на економічні, фінансові, соціальні та екологічні результати за операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю промислового підприємства з метою формування загальної концепції управління результати діяльності суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел

1. Лівовшко Т.В. Аналіз методів планування прибутку на промислових підприємствах / Т.В. Лівовшко, А.О. Книрик. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_6_159.pdf.
2. Свінцицька О.М. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник / О.М. Свінцицька – [2-е вид., перероб. і доп.]. – К.: Кондор, 2009. – 264 с.
3. Масленніков Є.І. Методологічні та практичні засади дослідження системи управління фінансовою стійкістю промислового підприємства [моногр.] / Є.І. Масленніков. – Одеса : Прес-кур'єр, 2015. – 316 с.
4. Інноваційна економіка: теоретичні та практичні аспекти : [моногр.] ; Вип. 1 / за ред. д.е.н., доц. Є.І. Масленнікова. – Херсон: Гринь Д.С., 2016. – Вип. 1. – 854 с.
5. Масленніков Є.І. Аналітичне забезпечення використання сегментної системи в управлінні промисловим підприємством: [Електронний ресурс] / Є.І. Масленніков, Ю.М. Сафонов // Ефективна економіка: наук. журн. – 2015. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3929>.
6. Maslennikov E.I. Improving analytical support of strategic and operational planning financial stability / E.I. Maslennikov // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2015. – № 1. – С. 4-8.
7. Андрєєва Г.І. Сучасні моделі бюджетного управління: [Електронний ресурс] / Г.І. Андрєєва // Ефективна економіка: наук. журн. – 2014. – № 2. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2770>.
8. Масленніков Є.І. Ефективність управління інвестиційним портфелем промислового підприємства / Є.І. Масленніков, Р.І. Данилов // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 5 (21). – С. 83-87. – Режим доступу до журн.<http://http://economics.opu.ua/files/archive/2015/No5/83.pdf>

ГРИНЮК

Богдан Васильович

МАЗОХА

Дмитро Павлович

ПУРСЬКИЙ

Олег Іванович

Pursky_O@ukr.net

аспірант кафедри економічної кібернетики, Київський національний торговельно-економічний університет

аспірант кафедри економічної кібернетики, Київський національний торговельно-економічний університет

д.ф.-м.н., професор кафедри економічної кібернетики, Київський національний торговельно-економічний університет

УДК 339.1; 330.4; 658.6

ІНФОРМАЦІЙНО-ЛОГІЧНА МОДЕЛЬ WEB-СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ СУБ'ЄКТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

THE INFO-LOGICAL MODEL OF WEB-SYSTEM FOR INTERACTIONS MANAGEMENT OF E-COMMERCE SUBJECTS

Розроблено інформаційно-логічну модель Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі. Здійснено сегментацію модулів обробки інформаційних потоків. Розглянуто функціональне призначення елементів інформаційно-логічної моделі Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі.

Разработана информационно-логическая модель Web-системы управления взаимодействием субъектов электронной торговли. Выполнена сегментация модулей обработки информационных потоков. Рассмотрено функциональное назначение элементов информационно-логической модели Web-системы управления взаимодействием субъектов электронной торговли.

The info-logical model of Web-system for interactions management of e-commerce subjects is developed. Performed segmentation modules of processing of information streams. The functional purpose of the info-logical model elements of Web-system for interactions management of e-commerce subjects is considered.

Ключові слова: інформаційно-логічна модель, електронна торгівля, модулі обробки інформаційних потоків

Ключевые слова: информационно-логическая модель, электронная торговля, модули обработки информационных потоков

Keywords: info-logical model, electronic trading, modules of processing of information streams

ВСТУП

Електронна торгівля, яка ґрунтується на використанні наукомістких інформаційних та комунікаційних технологій, є однією з найбільш перспективних форм ведення сучасного бізнесу і найважливішою складовою світової економіки. Суть електронної торгівлі полягає в поєднанні двох складових - комерційної та електронної, причому саме на електронній складовій робиться акцент в нових формах бізнесу. Масштаби і активна динаміка Інтернет-торгівлі визначаються, головним чином, впровадженням і розвитком сучасних інформаційних технологій. При цьому побудова ефективних інформаційних систем для електронної торгівлі є одним з ключових питань з наступних причин. По-перше, інформаційні системи є тою основою, на якій вибудовуються віртуальні торговельні підприємства. По-друге, в умовах конкурентного середовища за наявності традиційної торгівлі, Інтернет-бізнес здатний витримувати цінову конкуренцію і розвиватися, насамперед, завдяки скороченню витрат і збільшенню обсягів продажів, що залежать від

функціональних можливостей інформаційної системи по забезпеченню автоматизації бізнес-процесів в електронній торгівлі. По-третє, більшість управлінських ініціатив, включаючи питання стратегічного розвитку підприємств електронної торгівлі, не можна вирішити без відповідного розширення функціоналу інформаційної системи. Реінжиніринг бізнес-процесів в електронній торгівлі, швидка організація нових видів Інтернет-бізнесу та освоєння нових ринків збуту повністю залежать від адаптаційних, модифікаційних та функціональних можливостей інформаційних систем.

Дослідженням механізмів електронної торгівлі займалася значна кількість вітчизняних і закордонних науковців, зокрема: Геєць В.М. [1], Вітлінський В.В. [2], Базилевич В.Д. [3], Мазаракі А.А. [4], Порохня В.М. [5], Хейг М. [6], Дюбанов О.С. [7], Лаудон К.С. [8], Козьє Д. [9], Хартман А. [10] та ін. Відзначаючи вагомий і важливий внесок згаданих науковців у вивчення економічних аспектів електронних засобів ведення торгівлі, варто зазначити, що питання автоматизації процесів управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі залиша-

ється актуальним в силу появи нових механізмів і засобів ведення електронної торгівлі. Тому, є цілком обґрунтованим значний інтерес науковців до побудови відповідних інформаційних засобів автоматизації, що дозволяє вибудовувати оптимальні механізми управління економічною діяльністю підприємств електронної торгівлі. Створення ефективних інформаційних систем електронної торгівлі, повинно базуватися на системному підході, сучасних моделях і методах проектування інформаційних систем [11-13]. Основою і першим етапом створення будь-якої інформаційної системи є розробка її інформаційно-логічної моделі. Інформаційно-логічна модель відображає предметну область у вигляді сукупності інформаційних об'єктів і їх структурних зв'язків.

МЕТА РОБОТИ

Головна мета роботи полягає у розробці інформаційно-логічної моделі Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Для побудови інформаційно-логічної моделі необхідно знання предметної області, її семантики, розуміння логічних взаємозв'язків її інформаційних потоків. Процес створення інформаційно-логічної моделі починається з визначення концептуальних вимог до інформаційної системи. Розробка концептуальної моделі функціонування електронного торговельного ринку [14] дозволила визначити безпосередні механізми взаємодії суб'єктів електронної торгівлі, що пов'язані з відповідними бізнес-процесами, а побудова функціональної моделі електронного торговельного підприємства [15] забезпечила розуміння організаційної та функціональної складових електронної торгівлі. Чітке розуміння специфіки реалізації бізнес-процесів при взаємодії учасників електронної торгівлі, дозволяє виділити напрямки основних інформаційних потоків, визначити їхню логічну взаємопов'язаність і здійснити сегментацію модулів обробки інформаційних потоків в рамках розробки інформаційно-логічної моделі Web-системи управління взаємодією в електронній торгівлі (рис. 1).

Інформаційно-логічна модель Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі побудована із врахуванням теоретичних основ створення інформаційно-логічних моделей [16], з метою подальшого її використання для автоматизації процедур управління бізнес-процесами підприємства електронної торгівлі при взаємодії Інтернет-продавця з клієнтами. На рис. 1. представлено розроблену інформаційно-логічну модель Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі. В структурі її інтерфейсу можна виділити такі модулі обробки інформаційних потоків: модуль аутентифікації користувача, модуль адміністрування, модуль введення даних, модуль забезпечення взаємодії між Web-додатком і базою даних, база даних, модуль обробки даних і модуль візуалізації. Інтерфейс повинен забезпечувати реалізацію

функцій інтерактивного діалогу користувачів з Web-системою управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі і містити всі необхідні елементи управління бізнес-процесами при їхній взаємодії. Інтерфейс сучасної інформаційної Web-системи повинен бути інтуїтивно зрозумілим для користувачів, що передбачає втілення уже існуючих, апробованих механізмів інтерактивного діалогу користувача з інформаційними системами.

Розглянемо більш детально призначення структурних елементів інформаційно-логічної моделі Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі, з точки зору їх функціонального призначення, і в контексті логічної взаємопов'язаності бізнес-процесів, що відбуваються в електронній торгівлі.

Модуль аутентифікації – повинен забезпечувати реалізацію процедур реєстрації та розподілу рівнів доступу користувачів до функцій Web-системи у відповідності до введеного логіна і пароля. Для доступу до функцій додатка необхідно ввести логін і пароль, що зберігаються в системі після виконання процедури реєстрації в Web-системі. Модуль реалізує процедури перевірки на відповідність введених користувачем даних із записами, що зберігаються у базі даних. У випадку коректного введення даних модуль надає доступ до функціоналу і ресурсів Web-додатку відповідно до рівня доступу користувача, заданого адміністратором системи.

Модуль адміністрування – повинен забезпечувати виконання функцій, пов'язаних із введенням і редагуванням загальної для Web-додатку інформації та регламентацією рівнів доступу користувачів до ресурсів Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі.

Модуль введення даних – повинен забезпечувати реалізацію процедур введення і редагування даних про товари і послуги, маркетингові заходи, рекламні і транзакційні витрати.

Модуль забезпечення взаємодії між Web-додатком і базою даних – призначений для організації і регламентації процедур обміну інформацією між базою даних та Web-додатком на основі тривірневої клієнт-серверної технології.

База даних – представляє собою інформаційний ресурс, що містить в собі всі початкові дані, дані, які генеруються в результаті розрахунків та інформаційне наповнення Web-системи, зокрема: характеристики товарів і послуг; документи, звіти і квитанції; клієнтську базу; характеристики маркетингових заходів; характеристики процесів продажу товарної продукції і надання необхідних послуг клієнтам; інформаційний ресурс.

Модуль обробки даних – призначений для автоматизації механізмів обробки інформації та забезпечує програмну реалізацію моделей транзакційних [17] і рекламних витрат [18], а також містить в собі програмно реалізовані процедури узгодження і організації підсумкових та звітних даних і вибору маршруту доставки товарів.

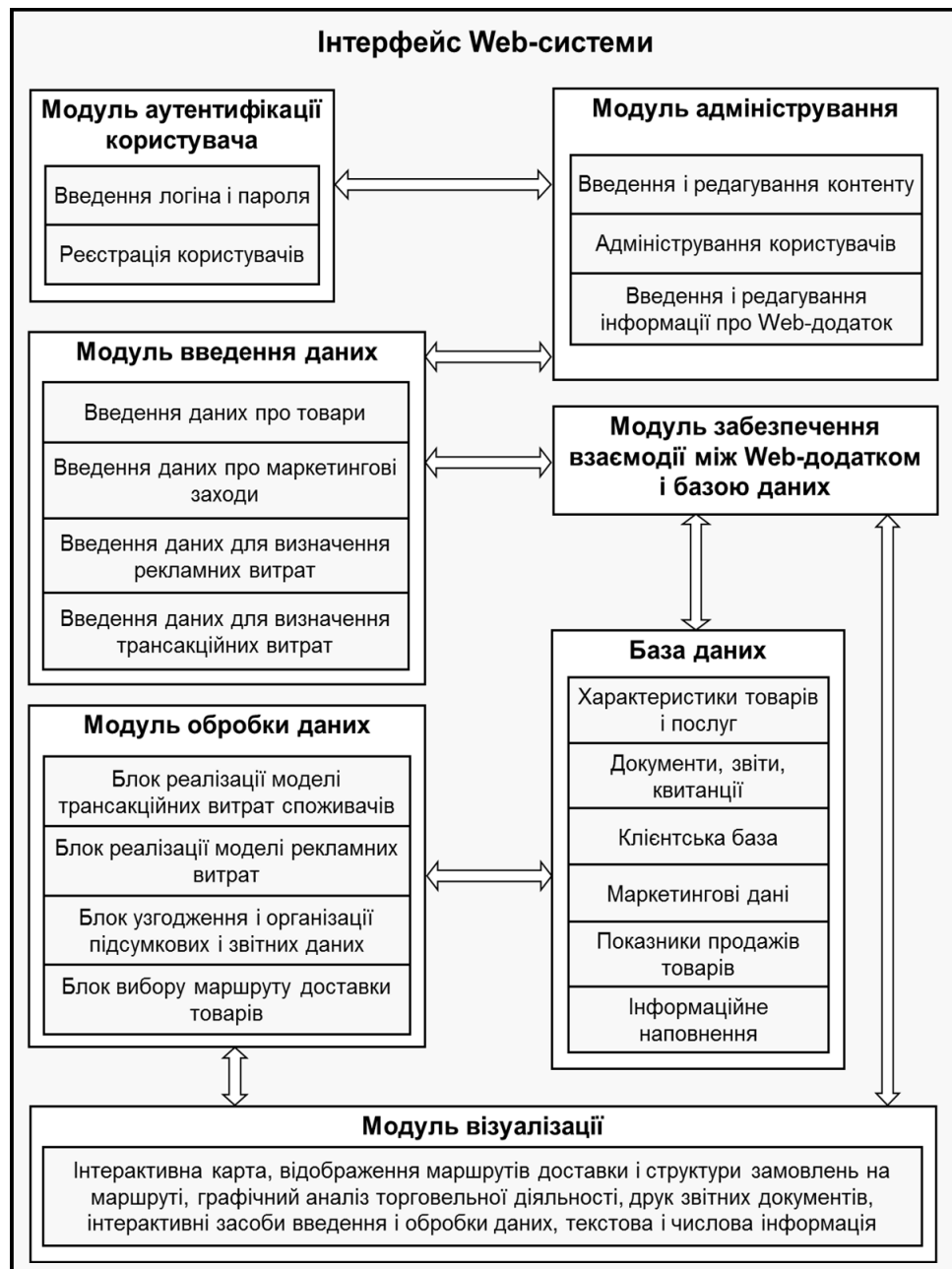


Рис. 1. Інформаційно-логічна модель Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі

Модуль візуалізації – повинен реалізовувати функції візуального представлення інтерактивних елементів управління функціонуванням Web-системи та результатів розрахунків у вигляді діаграм, графіків і таблиць. Містить засоби введення і обробки даних, інтерактивну карту з відображенням маршрутів доставки і структури замовлень на маршруті, здійснює відображення графічної, числової і текстової інформації, забезпечує друк звітних документів та можливості проведення графічного аналізу економічної діяльності підприємства електронної торгівлі.

Розробка інформаційно-логічної моделі Web-системи управління взаємодією в електронній торгівлі (рис. 1) дозволяє визначитися із структурною організацією її компонентів і функціональним призначенням основних модулів

обробки інформаційних потоків та забезпечує можливість переходу до програмно-апаратної реалізації Web-системи. Безпосереднє наповнення структурних компонентів Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі, з визначенням складу і структури даних здійснюється під час розробки відповідної бази даних [19].

ВИСНОВКИ

Таким чином, представлена інформаційно-логічна модель Web-системи управління взаємодією суб'єктів електронної торгівлі дозволяє визначити оптимальну структурну організацію її компонентів і зв'язків між ними з метою забезпечення ефективного вирішення задач обробки і аналізу інформаційних потоків пов'язаних з реалізацією бізнес-процесів в електронній торгівлі.

Список використаних джерел

1. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / За редакцією акад. НАН України В.М.Гейця. - К.: Інститут економічного прогнозування; 2003. – 1008 с.
2. Вітлінський В.В. Моделювання збутової електронної логістичної підсистеми з використанням нечіткої мережі Петрі / В.В. Вітлінський, Г.В. Мельник, В.І. Скіцько // Бізнес Інформ. - 2014. - № 8. - С. 82-87.
3. Базилевич В.Д. Формування ринку електронної комерції в Україні / В.Д. Базилевич // Вісн. Ін-ту екон. прогнозування. - 2002. - № 2. - С. 32-36.
4. Внутрішня торгівля в Україні: економічні умови ефективного розвитку: монографія / [А.А. Мазаракі, І.О. Бланк, Л.О. Лігоненко, Н.М. Гуляєва та ін.]; за ред. Мазаракі А.А. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — 195 с.
5. Порохня В. М. Моделювання економіки / В.М. Порохня. – Запоріжжя: Запорізь. держ. інж. акад. 2001. - 382 с.
6. Хейг М. Основы электронного бизнеса / М. Хейг; пер. с англ. С. Косихина. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002. – 208 с.
7. Дюбанов О.С., Рамазанов С.К. Моделі поведінки суб'єктів ринку електронної торгівлі в сучасних умовах // Журнал «Бізнес Інформ» (Харківський національний економічний університет МОН України). – Харків, 2011 - №6 – с. 104-105.
8. Laudon K.C. E-commerce: business, technology, society / K.C. Laudon, C.G. Traver. — USA : Addison Wesley, 2002. — 762 p.
9. Козье Д. Электронная коммерция / Д. Козье. - М.: ИТД "Русская редакция", 1999. - 228 с.
10. Хартман А. Стратегии успеха в Интернет-экономике / А. Хартман. - М.: ЛОРИ, 2001. - 272 с.
11. Уткин В.Б. Информационные системы и технологии в экономике / В.Б. Уткин, К.В. Балдин. - М.: ЮПИТИ-ДАПА, 2005. - 335 с.
12. Рыжов В.С. Некоторые аспекты проектирования архитектуры крупных информационных систем / В.С. Рыжов. - Новосибирск: Ин-т систем информатики им. А.П. Ершова СО РАН, 2003. - 20 с.
13. Теория систем и системный анализ в управлении организациями: справочник / [В.А. Баринев и др.]; под ред. В.Н.Волковой и А.А.Емельянова. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 848 с.
14. Пурський О.І. Концептуальна модель функціонування електронного торговельного ринку / О.І. Пурський, Б.В. Гринюк, І.О. Жарій // Бізнес Інформ. – 2015. – №6. – С. 164-169.
15. Пурський О.І. Функціональна модель Web-підприємства з мережею Інтернет-магазинів / О.І. Пурський, Д.П. Мазоха, І.О. Жарій // Проблеми Економіки – 2015. – №2. – С. 166-171.
16. Мартин Дж. Организация баз данных в вычислительных системах / Дж. Мартин: Пер. с англ. – М.: Мир, 1980.– 622 с.
17. Пурський О.І. Моделювання трансакційних витрат споживачів в електронній торгівлі / О.І. Пурський, Б.В. Гринюк, Д.П. Мазоха // Проблеми Економіки – 2014. – №4. – с. 466-473.
18. Пурський О.І. Моделювання рекламних витрат на електронному торговельному ринку / О.І. Пурський, Б.В. Гринюк, Д.А. Шестопап // Бізнес Інформ. – 2015. – №2. – С. 113-118.
19. Чедвик Дж. ASP.NET MVC 4: разработка реальных веб-приложений с помощью ASP.NET MVC / Дж. Чедвик, Т. Снайдер, Х. Панда. – М.: «Вильямс», 2013. – 432 с.

ТКАЧЕНКО

Сергій Анатолійович
nukoblikaudit@inbox.ru

к.е.н., доцент кафедри
обліку і аудиту, в.о.
ректора Вищого навча-
льного закладу Міжна-
родний технологічний
університет "Миколаїв-
ська політехніка"

УДК 332.146.2:[65.012.122:338.43]

**ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ
ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНАЛЬНО РОЗВИНУТИХ СИСТЕМ
СТРАТЕГІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ТА
ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ СФЕРИ КРАЇНИ**

**DETERMINING FACTORS OF INCREASING THE ECONOMIC EFFICIENCY
OF FUNCTIONAL SYSTEMS DEVELOPED STRATEGIC CONTROL OF THE
REGIONAL STRUCTURE AND TERRITORIAL ORGANIZATION OF THE
COUNTRY'S SPHERE OF SUBJECTS**

В статті вперше визначені фактори впливу, спрямовані на реалізацію невикористаних резервів та значне підвищення ефективності систем регулювання. Дані пропозиції в комплексі з вирішенням проблеми кадрового забезпечення і економічного мотивування, безперечно, будуть сприяти підвищенню інноваційного рівня робіт, які проводяться на суб'єктах сфери в країні із створення функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації та дозволять підняти на якісно нову ступінь розвитку загальний рівень регулювання національної економічної системи держави.

В статье впервые определены факторы влияния, направленные на реализацию неиспользованных резервов и значительное повышение эффективности систем регулирования. Данные предложения в комплексе с решением проблемы кадрового обеспечения и экономической мотивации, бесспорно, будут способствовать повышению инновационного уровня работ, проводимых на субъектах сферы в стране по созданию функционально развитых систем стратегического регулирования региональной структуры и территориальной организации и позволят поднять на качественно новую ступень развития общий уровень регулирования национальной экономической системой страны.

The paper first defined the factors of influence aimed at realizing untapped reserves and a significant increase in the cost-effectiveness of control systems. The proposals in conjunction with the priority solution to staffing and economic motivation, no doubt, will enhance the innovative level of work carried out on the subjects of the sphere in the country to create functionally advanced systems strategic control of the regional structure and territorial organization and will allow to raise to a qualitatively new level of effective development the overall level of state regulation of the national economic system.

Ключові слова: ефективність, регіональна структура, система, стратегічне регулювання, територіальна організація, фактор підвищення

Ключевые слова: региональная структура, система, стратегическое регулирование, субъект сферы, территориальная организация, фактор повышения, функционально развитая, экономическая эффективность

Keywords: regional structure, system, strategic adjustment, territorial organization, increasing factor, functional development, economic efficiency

ВСТУП

Початок широкого розвитку робіт із створення функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації і їх впровадження у нас в країні було покладено із впровадженням ринкових процесів, підтриманням конкурентних відносин, ін.

В період з 2004 по 2008 роки в країні було створено приблизно 300 функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації технологічними процесами, 600 функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації

підприємствами та біля 90 функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації галузями національної економічної системи країни. Отриманий досвід в області створення функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації дозволив сформулювати найважливіші вимоги до питань методологічного, організаційного, інформаційного, економетричного і технічного забезпечення функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації, таке інше.

Велика робота в цієї області була зроблена і в період з 2009 по 2013 роки. Так, було розроблено і впроваджено біля 3450 функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації. В результаті прийнятих додаткових заходів із прискорення найбільш ефективного використання сучасних машин електронних цифрових до кінця періоду з 2009 по 2013 роки було введено в дію приблизно 1335 функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації складними технологічними процесами замість 1050, намічуваних за планом. Отримані результати вигідно виділяються не тільки своїми кількісними параметрами, але і характерною якісною стороною. В цей період розпочато створення універсальних функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації на принципово новій технічній базі – машини електронні цифрові останнього покоління, були розроблені нові методи створення функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації і сформовані спеціалізовані колективи розробників таких систем.

Значний крок вперед у освоєнні швидкодіючої електронно-обчислювальної техніки та створенні функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації був зроблений за останні два роки. На початок 2016 року успішно функціонувало понад 1650 систем із регулювання складними технологічними процесами, більше 3000 функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації науково-виробничими об'єднаннями та промисловими підприємствами і більше 330 галузевих систем регулювання. У всіх регіонах країни створені регіональні функціонально розвинуті системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації. Подальший розвиток отримали функціонально розвинуті системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації технологічними процесами завдяки забезпеченню сучасними машинами електронними цифровими, які вигідно відрізняються оперативністю, габаритами, вагою та вартістю, що дозволяє створювати функціонально розвинуті системи стратегічного регулювання регіональної структури та

територіальної організації не тільки технологічними процесами, але і конвеєрними лініями, станками з числовим програмним забезпеченням, а також окремими агрегатами та установками, ін.

Створення і широке впровадження функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації – складова частина комплексної конкурентної програми підвищення ефективності регулювання інноваційним рівнем розвитку промислових підприємств та науково-виробничих об'єднань, національною економікою країни на сучасному цілісному глобальному ринку. Формування та впровадження функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації дозволяє скоротити витрати праці адміністративно-управлінського апарату на 85-96 %. При цьому використання сучасних швидкодіючих машин електронних цифрових з великим об'ємом пристроїв, що запам'ятовують дозволяє підвищити якість регулюючих функцій, які знаходять виконання: виробляти розрахунки за декількома варіантами плану та обирати із них найбільш ефективний; розраховувати завантаження обладнання і використання трудових, матеріальних, фінансових, інтелектуальних та інформаційних ресурсів; підвищити глибину, всебічність, якість, аналітичність, оперативність і достовірність моніторингової інформації тощо. Саме ці фактори обумовили значний економічний ефект від впровадження функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації за останні п'ять років і на цей час, ін.

За оцінками міністерств, відомств та провідних фахівців промислового комплексу річний економічний ефект від функціонування сформованих і впроваджених на промислових підприємствах та науково-виробничих об'єднаннях національної економіки країни функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації в період з 2011 по 2015 роки складає приблизно 3,0 млрд. грн. при витратах приблизно 7,5 млрд. грн. Згідно наведеним директором ТОВ «Евері» Віталієм Геннадійовичем Беловим даним, середній строк окупності витрат на заходи із впровадження електронно-обчислювальної техніки та функціонально розвинутої системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єктом сфери склав 3,0 роки тощо.

Вивчення практики функціонування функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації промислових підприємств та виробничих об'єднань на суб'єктах господарської діяльності різних галузей і наукових досліджень таких вчених-авторів як Б.Ш. Ахмедов [1], О.Й. Березін [2], О.А. Береза [3], З.З. Блягоз [4], Т. А. Вериш [5], І. М. Карабанов [6], І.О. Ковалева [7], П. Є. Мисін [8], В. В. Прохорова [9], В.Є. Селіверстов [10], О.О. Шишкіна [11] та інших показало також, що неоднаковий економічний ефект від використання функціонально розвинутих

систем обумовлених не тільки масштабами виробництва того або іншого підприємства, але і типом впровадженої функціонально розвинутої системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єктом сфери, їх орієнтацією на вирішення задач певного класу. Так, в функціонально розвинутої системі стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації «ІС: Бухгалтерія 8» економічний ефект забезпечується, головним чином, за рахунок вирішення задач обліку різних видів господарської діяльності підприємств, в системі «ІС: Управління виробничим підприємством 8» – за рахунок впровадження задач, що охоплюють основні контури управління та обліку на виробничому підприємстві та багато іншого.

МЕТА РОБОТИ полягає у виробленні комплексу задач вирішення проблем при проектуванні, та експлуатації функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації шляхом визначення факторів підвищення ефективності виробничої діяльності суб'єктів сфери, ін.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретико-методологічною основою статті виступає діалектичний метод і основні положення теорії регулювання. У процесі дослідження використовувалися такі методи: *абстрактно-логічний* (для теоретичного узагальнення і формулювання висновків); *монографічний* (при дослідженні теоретичних методик регулювання); *економіко-статистичний*, *розрахунково-конструктивний*, *порівняльний* (при аналізі та оцінці стану системотехнічного забезпечення розвитку виробничо-господарської діяльності суб'єктів сфери); *групування* (з метою визначення факторів подальшого впливу на забезпечення ефективного розвитку виробничо-господарської діяльності, недоліків традиційної системи регулювання) і інші.

РЕЗУЛЬТАТИ

Отримання значного економічного ефекту від функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації в окремих галузях та на суб'єктах сфери не вичерпує величезного значення застосування сучасної електронно-обчислювальної техніки в регулюванні їх виробничо-господарською діяльністю та економікою України. Досить цінним виступає те, що впровадження функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації різного спрямування та призначення дозволяє підвищити ефективність, науковий рівень планування і регулювання інноваційним розвитком національною економікою країни і ін.

Як відомо, якість регулювання багато в чому визначається якістю здійснення його основних функцій, зокрема, таких як планування і облік. На жаль, планування та облік ще не у всьому відповідають вимогам, які висуваються до них сучасним рівнем розвитку інформаційно-

орієнтованих відносин у нас в країні. Наявні і окремі недоліки в роботі планових відділів і служб, які призводять до негативних наслідків. Іноді припускаються неточності і затримки при складанні планів національної економічної системи. Ці недоліки в основному спричинені тим, що планові відділи та служби не мають достатньої і своєчасної інформації необхідної глибини та якості. Доволі часто облік не у всьому відповідає вимогам, які висуваються до нього, економічна обробка цифрового матеріалу буває поверхнева, деякі важливі показники діяльності окремих ланок виробництва взагалі відсутні, звітні матеріали надходять з великим запізненням і не завжди точні і таке ін.

Застосування сучасних машин електронних цифрових дозволяє перейти від одноваріантного до оптимального планування, посилює та зміцнює цілеспрямованість і комплексність, всебічність планів національної економіки, створює можливість в порівняно стислі терміни обробляти величезний обсяг інформації і своєчасно передавати необхідні дані в центральні органи регулювання. В сучасних ринкових умовах не уявляється можливим здійснити ефективне регулювання комерційно-виробничою діяльністю, інноваційним розвитком в масштабі усього суб'єкта сфери без функціонального розвитку регулювання. Тому, створення функціонально розвинутої системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації виступає як дієвий інструмент, який дозволяє послідовно і більш науково регулювати економіку, повніше використовувати переваги індустріального способу ведення процесу господарювання в здійсненні комплексних програм розвитку продуктивних сил країни і координування великих науково-технічних досліджень і розробок. До того ж, функціонально розвинуті системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації посилюють і зміцнюють тенденцію до централізації, бо дозволяють ефективно вирішувати усі основні питання в центрі, спрямовувати інших на виконання вироблених ефективних рішень, ін.

Разом із тим ієрархічна структура функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації, які впроваджують на різних рівнях регулювання суб'єктами сфер, національною економічною системою країни, створює сприятливі умови для розвитку ініціативи на місцях, забезпечує оперативність, якість і гнучкість в прийнятті рішень завдяки більш чіткому розподіленню області їх прийняття.

Окремі машини електронні цифрові і функціонально розвинуті системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації, які створюються на їх базі – дуже дороге устаткування, і надзвичайно важливим є те, щоб воно працювало з максимальною можливою віддачею. Однак, практика останніх років показала, що поряд з високоефективними функціонально розвинутими системами стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації

в промисловості зустрічаються системи, які мають доволі низьку економічну ефективність, а іноді і збиткові. Такі системи, на нашу думку, можливо назвати «псевдо-функціонально розвинуті системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації». Поява подібних систем обумовлена тим, що їх розробники, нехтуючи давно сформульованими принципами побудови функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації, спрямували свої зусилля не на докорінне покращення системи регулювання виробництвом, а на вирішення окремих локально орієнтованих завдань. При цьому на машини електронні цифрові перекладалися завдання у тому вигляді, в якому вони вирішувалися раніше в традиційних умовах регулювання. В ряді випадків розробники не отримали ефекту, який очікували отримати і від успішно працюючих функціонально розвинутих систем регулювання регіональної структури та територіальної організації і ін.

Про причини недостатнього використання можливостей сучасних функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації говорилося досить багато. Коло цих питань знаходилося в центрі уваги роботи Міжнародних науково-практичних конференцій «Конкурентоспроможність та інновації: проблеми науки та практики» (14-15 листопада 2014 року, м. Харків) та «Соціально-економічний розвиток України та її регіонів: проблеми науки та практики» (22-23 травня 2015 року, м. Харків), в роботі яких прийняли участь міністри та керівники відомств, підприємств (об'єднань), науково-дослідних, проектних інститутів, конструкторських бюро і вищих навчальних закладів країни та зарубіжжя, ін.

Щоб запустити в дію невикористані раніше резерви та різко підвищити ефективність системи регулювання, яку розробляють, необхідним виступає:

- з цією метою уявляється доцільним створення спеціального міжвідомчого органу, який сконцентрував би усі методичні і організаційські функції, пов'язані з проектуванням та впровадженням функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації, а також забезпечував би координування розробок загальнодержавних, регіональних і галузевих функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації, з однієї сторони, і функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації промислових підприємств та виробничих об'єднань – з іншої і ін.;

- потрібно збільшити забезпеченість постачання та налагодити виготовлення високопродуктивних функціонально розвинутих машин електронних цифрових останнього покоління та периферійного обладнання;

- у зв'язку з тим, що особливу актуальність набула задача максимального скорочення періоду між народженням та практичною реалізацією нових науково-технічних (інноваційних) рішень, необхідно

перейти до створення комплексних функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації, які об'єднують в собі системи регулювання проектування, технологічними процесами і виробництвом. Так, наприклад, в сільському машинобудуванні темпи розвитку виробництва часто випереджають темпи розроблення функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єктів сфери: заводи, отримавши проектну документацію від центральних конструкторських бюро, не встигають опрацювати її на машинах електронних цифрових. Комплексні функціонально розвинуті системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації забезпечують взаємозв'язку, формування та впровадження функціонально розвинутих процесів регулювання починаючи від дослідження, складання первинних проектних документів до реалізації готової продукції і її післяреалізаційного обслуговування та утилізації. Однак це тільки часткова інтеграція. Даний клас систем передбачає також і більш ефективну ув'язку процесів регулювання промисловим підприємством, науковим об'єднанням і галуззю;

- в основу методології створення сучасних функціонально розвинутих систем повинне бути покладене наскрізне формування та впровадження функцій регулювання виробництвом за ієрархічними рівнями. Функціонально розвинуті системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єктів сфери повинні бути побудовані за принципом замкненості контуру регулювання, охоплюючи в комплексі усі його функції (планування, облік, моніторинг і регулювання) і ін.;

- необхідним виступає створення мережі регіональних та галузевих обчислювальних центрів колективного користування, як найбільш ефективної форми впровадження функціонального розвитку сучасних процесів регулювання для малих і середніх суб'єктів господарювання, на яких економічно не вигідно створювати власні обчислювальні центри та інше;

- зменшення вартості та скорочення строків розроблення функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації вимагає більш широкого розгортання робіт із універсальності проектних рішень. В сільському господарстві, наприклад, за останні п'ять років питома вага універсальних проектних рішень, які використовуються при створенні функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єктів агропродовольчої сфери, зросла з 8 % до 60 %, що дозволило зменшити витрати на створення функціонально розвинutoї системи стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації агропродовольчої сфери для одного суб'єкта господарської діяльності (без врахування вартості засобів обчислювальної техніки) в середньому на 56,7 %.

Подальше підвищення рівня універсалізації розробок за функціонально розвинутими системами стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації суб'єктів агропродовольчої сфери повинне ґрунтуватися на створенні універсальних адаптивних систем, таких як функціонально розвинута система стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації «ІС: Підприємство 8 для управління і обліку», а також державних і галузевих стандартів на форми планової, облікової, моніторингової та регламентної документації, документообіг, системи класифікації і кодування інформації ін.

ВИСНОВКИ

Вирішення перерахованих проблем в комплексі з вирішенням проблеми кадрового забезпечення і економічного мотивування, безперечно, буде сприяти підвищенню науково-технічного рівня робіт, які проводяться на суб'єктах сфери в країні із створення функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури та територіальної організації та дозволить підняти на якісно нову ступінь розвитку загальний рівень регулювання національною економічною системою. Серед перспектив подальшого розвитку в даному напрямку можна назвати конклюдії, що характеризують сучасну практику організації економічного моніторингу в умовах функціонально розвинутих систем стратегічного регулювання регіональної структури і територіальної організації агропродовольчої сфери.

Список використаних джерел

1. Ахмедов, Б.Ш. Механизм наращивания стратегического потенциала региона: автореф. дис. ... к.э.н.: 08.00.05 / Ахмедов Бахтияр Шахабутдинович; [Место защиты: Рост. гос. экон. ун-т «РИНХ»]. - Ростов-на-Дону, 2014. - 26 с.
2. Березин, А.О. Теория и методология территориальной организации регионального инвестиционно-строительного комплекса: автореферат дис. ... доктора экономических наук: 08.00.05 / Березин Алексей Осипович; [Место защиты: С.-Петерб. гос. инженер.-экон. ун-т]. - Санкт-Петербург, 2012. - 38 с.
3. Берёза, О.А. Разработка методического обеспечения управления территориальной рекреационной системой: автореферат диссертации ... кандидата экономических наук: 08.00.13 / Берёза Ольга Анатольевна; [Место защиты: Рост. гос. экон. универ-т «РИНХ»]. - Ростов-на-Дону, 2011. - 26 с.
4. Блягоз, З.З. Задачи и инструменты стратегического управления взаимодействием корпоративных субъектов региональной экономики: автореферат дис. ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Блягоз Заурбий Зулькариневич; [Место защиты: Адыгейский гос. ун-т]. - Майкоп, 2015. - 25 с.
5. Вериш, Т.А. Формы организации и стратегическое обеспечение развития региональных инфраструктурных локализаций: автореферат диссертации ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Вериш Татьяна Анатольевна; [Место защиты: Адыгейский гос. ун-т]. - Майкоп, 2014. - 26 с.
6. Карабанов, И.М. Механизм регулирования региональной магистральной инфраструктуры: автореферат диссертации ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Карабанов Иван Михайлович; [Место защиты: Ин-т регион. экон. исслед. города Москвы]. - Москва, 2011. - 22 с.
7. Ковалева, И.А. Методические основы стратегического анализа развития экономики региона: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Ковалева Ирина Александровна; [Место защиты: Институт проблем региональной экономики РАН]. - Санкт-Петербург, 2009. - 168 с.: ил.
8. Мысин, П. Е. Развитие стратегического бюджетирования в регионе: автореф. дисс. ... к.э.н.: 08.00.10 / Мысин Павел Евгеньевич; [Место защиты: Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. служб. при Президенте РФ]. - Москва, 2013. - 25с.
9. Прохорова, В.В. Территориальная экономическая система: субрегиональные ресурсы, стратегии и инструменты интенсивного развития: автореф. дис. ... доктора экономических наук: 08.00.05 / Прохорова Виктория Владимировна; [Место защиты: Адыгейский гос. ун-т]. - Майкоп, 2011. - 41 с.
10. Селиверстов, В.Е. Региональное стратегическое планирование: методология, практика, инструменты, институты: автореферат диссертации ... доктора экономических наук: 08.00.05 / Селиверстов Вячеслав Евгеньевич; [Место защиты: Институт системного анализа РАН]. - Москва, 2011. - 40 с.
11. Шишкина, Е.А. Региональное стратегическое планирование: развитие инструментально-методического обеспечения: автореферат диссертации ... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Шишкина Елена Александровна; [Место защиты: Ур. госунивер-т]. - Екатеринбург, 2013. - 28 с.

ЗАДОРОЖНА
Віра Валеріївна
Versavi_1@ukr.net



студент, Університет митної
справи та фінансів

УДК 339.166.5

**ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИЙ КАПІТАЛ:
ЙОГО СУТНІСТЬ ТА ВПЛИВ НА
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА**

**INTELLECTUAL CAPITAL: THE
MEANING AND INFLUENCE ON THE
ITS DEVELOPMENT**

ГРИГОРАШ
Тетяна Федорівна
tat.gry@mail.ru



старший викладач кафедри
банківського та фінансового
менеджменту, Університет
митної справи та фінансів

У статті досліджено сутність понятійно-категорійного апарату інтелектуального капіталу, наведено значну кількість наукових поглядів щодо даного терміну, проаналізовано роль інтелектуального капіталу, представленого персоналом підприємства, у розвитку фірми.

В статье исследована сущность интеллектуального капитала, приведено значительное количество научных взглядов по данному понятию, проанализирована роль интеллектуального капитала, представленного персоналом, в развитии фирмы.

In the article the essence of conceptual and categorical apparatus intellectual capital are a significant number of scientific views on the term and analyzes the role of intellectual capital represented by plant personnel, the development of the company.

Ключові слова: інтелектуальний капітал, інноваційні системи, ресурси підприємства

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, инновационные системы, ресурсы предприятия

Keywords: intellectual capital, innovation systems, enterprise resources

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасні тенденції розвитку світової економіки переконливо доводять, що для економічного зростання України та утримання нею гідних конкурентних позицій на світових ринках не може бути іншого шляху, ніж формування економіки нового типу – економіки знань. У постіндустріальному суспільстві фірма вже розглядається не як підприємство, що створює певний, кінцевий продукт, а як спільність, пронизана елементами творчості. На жаль, в Україні людина досі розглядається здебільшого як трудовий ресурс, що має невисоку ціну і лише за рахунок цього може створювати конкурентні переваги. Однак відтік трудових ресурсів з України в країни із вищою ціною праці (причому відтік найактивніших у соціальному плані людей, працівників із високим рівнем кваліфікації та рівнем загального розвитку, який забезпечує здатність засвоювати нові знання) може зумовити деградацію суспільства і породити серйозні соціально-економічні проблеми. Вони можуть проявлятися, зокрема, у нездатності вітчизняних суб'єктів господарювання динамічно розвиватись і активно протистояти конкурентному тиску іноземних товаровиробників внаслідок відсутності креативності й інноваційності у підходах до організації виробництва й збуту. Ця

проблема нині все більше відчувається у машинобудівних галузях, які випускають складну технічну продукцію і можуть конкурувати із світовими товаровиробниками лише за умови забезпечення її унікальних виробничо-експлуатаційних характеристик.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

На сьогодні існує значна кількість наукових праць, присвячених сутності та впливу інтелектуальної складової на економічне зростання. Зокрема цю проблему досліджували такі зарубіжні вчені-економісти, як В. Ростоу, Д. Бел, Т. Шульц, Л. Туроу, Г. Бекер, М. Фішер, А. Тофлер, Й. Масуда, Е. Денісон, П. Друкер, Й. Шумпетер та інші.

Описуючи завдання економічного зростання, слід враховувати відомі концепції динамічного розвитку економіки та перспектив поступу людського суспільства. За Й. Шумпетером, головна внутрішня причина економічного розвитку пов'язана з творчістю людини, а новатори-підприємці - це ті, які здатні перетворювати нові ідеї в ефективні економічні рішення [1].

На думку П. Друкера, становлення та розвиток нового постіндустріального суспільства можливе за досить високого рівня добробуту населення і творчої активності сучасної інтелектуальної особистості [2].

Проте не менш важливою є необхідність підвищення ролі знань в забезпеченні високих темпів розвитку економіки України. Про це говорять нині не тільки вітчизняні науковці, а й представники владних структур. Свідченням усвідомлення важливості даної проблеми є вихід у 2007 р. колективної монографії співробітників Інституту економіки й прогнозування НАН України «Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку економіки України» [3]. Однак у ній більше акцентовано на ролі державних органів управління у розвитку інтелектуального ресурсу країни, на особливостях побудови національної інноваційної системи, на можливостях інноваційного розвитку окремих секторів економіки.

МЕТА СТАТТІ полягає у виявленні сутності інтелектуального капіталу та його ролі у розвитку підприємства за сучасних умов.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Термін «інтелектуальний капітал» в сучасній науковій літературі є одним із найуживаніших, оскільки за високої мінливості умов господарювання він визнається основним джерелом розвитку. У самому визначенні підкреслюється його економічна складова (капітал). На сьогодні інтелектуальний капітал розглядають у межах економічної теорії, але розвиток і вплив його на створення, діяльність та організацію впливу неможливо недооцінити. Тому, на нашу думку, необхідно провести аналіз і зіставлення думок різних авторів щодо терміна інтелектуальної власності (табл. 1).

Таблиця 1

Сутність терміна «інтелектуальний капітал»

Автор	Визначення терміна «інтелектуальний капітал»
Бутник-Сіверський О. [4]	Це знання, які можуть бути перетворені на прибуток та оцінені, тобто це будь-які технологічні, управлінські та ринкові новинки, які можуть бути інновацією, тобто давати додатковий прибуток
Возняк Г., Бенювська Л. [5]	Це один з різновидів капіталу, який має відповідні ознаки капіталу й відтворює одночасно характерну лише йому (інтелектуальному капіталу) специфіку та особливості
Пожуєв В. [6]	Це засноване на зв'язках структуроване знання й здібності, які володіють потенціалом розвитку та створення вартості.
Нанівська Є. [7]	Це знання, інформація, досвід, організаційні можливості, інфо-рмаційні канали, які можна використовувати для створення багатства
Сарай Н. [8]	Це сукупність інтелектуальних ресурсів людей, підприємств та організацій (знання, уміння й творчі обдарування індивідів, їхній освітньо-кваліфікаційний рівень, об'єкти інтелектуальної власності, машинні інтелектуальні засоби, організаційні структури), які є результатом попередньої творчої діяльності людини та використовуються суб'єктами підприємництва для виконання поставлених цілей

Отже, Таким чином, на нашу думку, інтелектуальний капітал охоплює:

- знання та потенціал, спрямовані на створення нового та його впровадження;
- капітал, що складається з матеріальних і нематеріальних ресурсів, які мають свою специфіку та характеристики;
- спрямування на досягнення економічних вигід, удосконалення та впровадження інновацій в організації (на підприємстві).

Інтелектуальний капітал – це сукупність знань, потенціалу та інформації, спрямованих на створення матеріального й нематеріального капіталу з метою модернізації, вдосконалення та покращення діяльності організації (підприємства) для отримання економічних вигід.

Інтелектуальний капітал, уособлений у творчому потенціалі працівників, нині стає одним із найважливіших конкурентних переваг підприємств, регіонів і країн в цілому і це відображається у трансформації підходів до визначення їх ролі в

суспільствах з різними парадигмами економічного розвитку (табл. 2).

Отже, можна стверджувати, що інтелектуальний капітал — це знання, інформація, досвід, організаційні можливості, інформаційні канали, які можна використати для створення багатства. Інакше кажучи, це сума всього того, що знають і чим володіють.

Проте необхідно підкреслити, що ідеї носіїв специфічних ресурсів є тільки частиною інноваційного процесу. Вони принесуть відчутні плоди лише у разі їх відповідності запитам ринку та своєчасного втілення. А це потребує значних організаційних зусиль та ефективної міжфункціональної організаційної взаємодії для того, щоб можливості та здібності різних людей спрямовувати у потрібне русло. Ефективна взаємодія сприяє нарощуванню інтелектуального капіталу підприємства, а отже – збільшує його інноваційний потенціал.

**Трансформація підходів до ролі талановитих працівників
у забезпеченні конкурентних переваг компаній [9]**

Характеристики	Основні парадигми економічного розвитку		
	Матеріальні ресурси Економіка вмінь	Освіта, знання Економіка знань	Інновації, мобільність Економіка ідей
Конкурентні переваги			
Ключові чинники управління для забезпечення конкурентоздатності	Влада і контроль	Делегування повноважень	Вплив, довіра і співробітництво
Основний акцент в діяльності	Прибуток	Прибуток, працівники	Прибуток, працівники, принципи, планета
Позиціонування співробітників	Оплата праці	Головний актив	Найважливіша інвестиція
Втрата талановитих працівників	Швидко відновлюється (талант не має стратегічного значення)	Тактична проблема	Стратегічна проблема
Оцінка потенціалу і розвиток таланту	Не важливі	Залежно від намірів і цілей компанії	Здійснюється для менеджерів і співробітників шляхом формування карток творчих здібностей

ВИСНОВКИ

Враховуючи вище зазначене, можна стверджувати, що роль інтелектуального капіталу підприємства надзвичайно важлива в сучасних умовах ринку і полягає у впливі складових елементів інтелектуального капіталу на економічні результати і формуванні різноманітних економічних цінностей підприємства. Серед таких цінностей варто виділити: збільшення ринкової вартості підприємства; оптимізація змінних та постійних витрат, а також зменшення трансакційних витрат; підвищення ефективності використання усіх ресурсів підприємства; зростання продуктивності підприємства; розвиток інноваційного потенціалу; зміцнення і удосконалення конкурентних переваг підприємства. Дослідження інтелектуального капіталу – це задача пріоритетного характеру, яка є актуальною для всіх підприємств України. Досягнення стабільних конкурентних позицій на ринку можливе завдяки раціональному та ефективному управлінню інтелектуального капіталу підприємства.

Список використаних джерел

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1983. – 455 с.
2. Druker P. Management Challenges for 21 Century. – London. 1999. – 342p.

3. Соціогуманітарний аспект інноваційно-технологічного розвитку економіки України / [за ред. Л.І. Федулової]. – К.: Ін-т економіки та прогнозування, 2007. – 472 с.

4. Бутнік-Сіверський О.Б. Інтелектуальний капітал (теоретичний аспект) / О.Б. Бутнік-Сіверський // Інтелектуальний капітал : науково-практичний журнал. – 2002. – № 1. – С. 16–27.

5. Возняк Г. Інтелектуальний капітал підприємств: проблеми ідентифікації та оцінки / Г. Возняк, Л. Бенюська // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – 2009. – Вип. 41. – С. 115–123.

6. Пожуєв В.І. Інтелектуальний капітал як стратегічний потенціал організації / В.І. Пожуєв // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2009. – № 37. – С. 4–15.

7. Нанівська Є.В. Інтелектуальний капітал підприємств: сутність і значення у сучасних умовах / Є.В. Нанівська // Вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2011. – № 21.15. – С. 256–262.

8. Сарай Н.І. Інтелектуальний капітал підприємства як основа його конкурентоспроможності / Н.І. Сарай // Інноваційна економіка: всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2012. – № 32. – С. 95–98.

9. Caddy, I. Intellectual capital: recognizing both assets and liabilities / I. Caddy // Journal of Intellectual Capital. – 2000. – 2, vol. 1. – R. 129–146.

ЯКУШЕВА

УДК 332.025

Оксана Вікторівна
ksyushanovickay@gmail.com

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ
МАЛОГО Й СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

STRATEGIC FRAMEWORK FORMATION OF SUPPORT SMALL AND
MEDIUM ENTERPRISES IN THE REGIONS OF UKRAINE

викладач

У статті обґрунтовано концепцію стратегічних засад вирівнювання економічного розвитку малого й середнього бізнесу з урахуванням поділу регіонів на активні та пасивні. Наведено стратегічну координатну площину конвергенції регіонів, яка показує необхідні шляхи щодо вирішення певних проблем.

В статье обоснована концепция стратегических принципов выравнивания экономического развития малого и среднего бизнеса на основе разделения регионов на активные и пассивные. Приведена стратегическая координатная плоскость конвергенции регионов, которая показывает необходимые пути по решению определенных проблем.

In the article the principles of the strategic alignment of economic development of small and medium business division of regions based on active and passive are grounded. The strategic coordinate plane of regions convergence showing the necessary ways to solve certain problems is given.

Ключові слова: економічний розвиток, стратегічні засади, вирівнювання, малий та середній бізнес

Ключевые слова: экономическое развитие, стратегические принципы, выравнивание, малый и средний бизнес

Keywords: economic development, strategic framework, alignment, small and medium businesses

ВСТУП

Ефективність функціонування об'єктів економічного простору значно залежить від оптимального поєднання в ній підприємств малого та середнього бізнесу. Чим більш значимою та упевненою є позиція малого й середнього бізнесу (МСБ) в економіці регіонів, тим активнішою є їх участь у поширенні ринкової конкуренції, та сильнішою є протидія монополізації ринку, яка властива великому бізнесу. Проте наявні проблеми МСБ сповільнюють темпи економічного розвитку регіонів та обґрунтовують необхідність інтеграційних підходів щодо вирішення цих проблем.

В Україні поки що недостатньо комплексних фундаментальних досліджень щодо розробки стратегічних засад розвитку регіонів, але вагомий внесок у певні аспекти проблеми зробили такі науковці, як: О. Білорус, В. Геєць, Н. Гончарова, М. Данько, М. Долішній, Д. Євдокимова, І. Лукінов, Д. Лук'яненко, В. Пономаренко, М. Соколик, М. Чумаченко.

МЕТА РОБОТИ полягає у обґрунтуванні стратегічних засад формування системи підтримки малого й середнього бізнесу на основі концепції вирівнювання економічного розвитку малого й середнього бізнесу.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань,

ресурси Internet, Міністерства економічного розвитку й торгівлі України, Державної регуляторної служби України.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та логічного узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Посилення неоднорідності та диференціації регіонального розвитку економіки ускладнює проведення єдиної політики соціально-економічних перетворень і формування загальнонаціонального ринку, збільшує небезпеку регіональних криз і міжрегіональних конфліктів, дезінтеграції національної економіки, послаблення цілісності суспільства й держави. Такий дисбаланс необхідно долати шляхом вирівнювання економічного розвитку регіонів для уникнення розбіжностей та зменшення розриву між рівнем розвитку депресивних та інвестиційно привабливих територій. Оскільки кластерні утворення характеризуються високим рівнем економічного розвитку, стратегічні засади вирівнювання передбачають для активного кластеру – утримання на високому рівні розвитку, для пасивного – активне стимулювання його регіонів для вирівнювання їх розвитку та усунення певних диспропорцій.

Пропонуємо концепцію стратегічних засад вирівнювання економічного розвитку МСБ на рис. 1 [1].



Рис. 1. Концепція стратегічних засад вирівнювання економічного розвитку МСБ в регіонах кластерів

Реалізація наведених завдань сприятиме активному сприянню розвитку МСБ в обох кластерах та в усіх регіонах України. Згідно з стратегічними засадами вирівнювання, пропонуємо для активних регіонів кластера проводити заходи збереження темпів економічного розвитку та підтримки МСБ на рівні розвинених регіонів. Для депресивних регіонів пропонується проведення стимулюючих заходів підтримки МСБ із метою приведення їх економічного розвитку до рівня розвитку активних регіонів.

Для збереження та примноження темпів економічного розвитку МСБ в активних кластерах необхідним є:

- територіальна кооперація, яка ґрунтується на активізації партнерських відносин між регіонами та обміні досвідом для реалізації спільної мети;
- створення інноваційного механізму стимулювання розвитку МСБ;
- сприяння самодостатності регіонів;
- розробка механізмів забезпечення фінансової незалежності територій.

Регіони активного кластера посідають передове місце серед регіонального розподілу МСБ за видами економічної діяльності. Переважною сферою економічної діяльності є промисловість. Як підтверджує практика, регіони з розвинутою промисловістю, як правило, перебувають у числі лідерів або послідовників. Тому для підвищення рівня споживання населення, і як наслідок, підтримки та стимулювання розвитку МСБ пропонується:

модернізація та технічне переоснащення підприємств харчової та переробної промисловості, металургійного, машинобудівного, енергетичного та хімічного комплексів;

- розвиток високотехнологічного, наукоємного виробництва;
- технологічне оновлення паливно-енергетичного комплексу;
- розвиток високопродуктивного екологічно чистого агропромислового виробництва;
- розвиток курортно-рекреаційної сфери, морського господарства.

Стимулюючі заходи економічного розвитку МСБ кластера пасивних регіонів передбачають:

- визначення найбільш гострих соціальних, економічних проблем МСБ у регіонах кластера та їх поетапна ліквідація;
- визначення полюсів зростання в слаборозвинутих регіонах, їх інвестиційна підтримка;
- диверсифікація фінансових джерел вирішення соціально-економічних проблем МСБ;
- активна взаємодія бізнес-структур та органів влади на регіональному рівні;
- удосконалення міжбюджетних відносин у регіонах через надання більших повноважень органам місцевої влади та самоврядування.

альтернативність фінансових джерел реалізації програм регіонального розвитку, спільне їх фінансування як з державного, так і місцевих бюджетів. (Це один з принципів регіональної політики Європейського Союзу, згідно якого обсяги коштів із власних джерел фінансування програм регіонального розвитку депресивних регіонів повинні становити не менше 20 %) [2].

Для покращення рівня економічного розвитку регіонів та збільшення рівня споживання населення в кластері пасивних регіонів пропонується активізація та розвиток таких сфер діяльності:

розвиток високотехнологічного агропромислового виробництва, деревообробки;
 організація виробництва добрив;
 упровадження ресурсо- і енергозберігаючих технологій;
 розвиток машинобудування, реструктуризація хімічної, легкої та харчової промисловості;
 розвиток туристично-рекреаційного комплексу (в тому числі зеленого сільського туризму) і народних промислів;
 розвиток будівельної сфери.

Ці сфери діяльності необхідно підсилювати наведеними стимулюючими заходами за участю регіональних та державних органів влади. На думку автора, саме фінансова допомога депресивним регіонам сприятиме вирівнюванню економічного розвитку регіонів, уникненню або зменшенню проблемних територій та забезпеченню «периферійних» місць необхідними ресурсами для можливості використання їх наявного потенціалу.

Стимулювання МСБ повинно бути спрямоване на реалізацію напрямів випереджального розвитку, яка має забезпечити щорічні темпи підвищення ВВП, збільшення конкурентоспроможності малого та середнього бізнесу через регулювання їхнього якісного зростання, підтримку інноваційних перспектив піднесення бізнесу та науково-технічного прогресу.

Отже, забезпечення стабільного зростання темпів економічного розвитку МСБ активних регіонів та здійснення випереджального розвитку МСБ пасивних регіонів сприятиме вирівнюванню рівня економічного розвитку регіонів України та здійснить очікуване посилення конвергенції.

Конвергенція – це подолання диспропорцій економічного розвитку регіонів унаслідок їх зближення за соціально-економічними параметрами розвитку через надання допомоги найбільш відсталим країнам і регіонам [3].

Конвергенція розвитку регіонів України націлена на наближення параметрів регіонів з порівняно низькими й середніми рівнями сталого розвитку до параметрів регіонів з високими рівнями розвитку, не позбавляючи останні регіони стимулів до підтримання та подальшої активізації їх розвитку [2].

Наведені в дослідженні цілі, завдання та методи сприяють урівноваженню економічних відносин між регіонами, збалансування рівня економічного й соціального розвитку та посилюють конвергенцію. Враховуючи наявні можливості кожного регіону в кластері, а також їх збалансованість розвитку, можна визначити необхідні шляхи щодо вирішення певних проблем. Пропонуємо розглянути координатну площину конвергенції регіонів на рисунку 2.



Рис. 2. Стратегічна координатна площина конвергенції регіонів [розроблено на основі [2]]

Як показує рис. 2, за низьких можливостей та збалансованості розвитку регіонів виникає неефективна регіональна політика управління, яка відображає такі результати. Якщо можливості зростають, а збалансованість регіонів залишається на тому ж рівні, то інвестиції спрямовуються в регіони, які є більш інвестиційно привабливими та швидко принесуть очікуваний прибуток. Якщо збалансованість регіонів зростає, а можливості залишаються на низькому рівні, то проведення децентралізації та відповідний фінансовий розподіл по регіонах кластера сприятимуть посиленню конвергенції регіонів.

При високих можливостях та збалансованості розвитку регіонів інвестори зацікавляються такими територіями та спрямовують до них інвестиційні потоки. Питання нарощення самодостатності регіонів є актуальним із позиції складності та необхідності у перспективі здійснювати наведені стимули для підвищення потенціалу регіонів.

ВИСНОВКИ

Отже, ефективними напрямами посилення здатності підприємств малого та середнього бізнесу протистояти зовнішнім загрозам та викликам є економічна інтеграція територій, на якій вони

функціонують, а також об'єднання їх фінансових, ресурсних можливостей. Розробка напрямів стратегічного об'єднання визначених територій передбачає застосування системного підходу підвищення рівня їх інтеграції, збалансування інтересів та економічних зв'язків, створення сприятливих умов ведення бізнесу, підвищення конкурентоспроможності МСБ і підвищення рівня економічного розвитку регіонів.

Розроблені стратегічні засади конвергенції регіонів сприяють активізації процесів економічного, соціального та політичного перебігу подій, спрямованих на вирішення загальнодержавних завдань щодо забезпечення економічного зростання, соціального розвитку, усунення розбіжностей у рівнях розвитку певних територій, посилення фінансового забезпечення місцевого самоврядування та розв'язання національних проблем у цілому.

Список використаних джерел

1. Якушева О. Концептуальні положення підтримки малого та середнього бізнесу в Україні: регіональний аспект. Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Випуск 40(3): у чотирьох частинах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси: ЧДТУ, 2016. – с.43-49.

2. Вахович І., Табалова О. Регіональні асиметрії сталого розвитку України: діагностика та механізми вирівнювання. Монографія. «Волиньполіграф». Луцьк. – 2012. – 333 с.

3. Раєвська О.В. Диспропорційність соціально-економічного розвитку регіонів України: інструментарій оцінювання та регулювання: монографія/ О.В. Раєвська, О.Ю. Бобкова. – Харків: ІНЖЕК, 2014. – 257 с.

Аудиторська фірма «Аналітик» пропонує аутсорсинг бухгалтерських послуг!

Аутсорсинг бухгалтерського обліку — це передача ведення бухгалтерського обліку сторонній фірмі.

Які ж переваги аутсорсингу бухгалтерських послуг?**1. Значна (!) економія коштів на ведення бухобліку:**

- економія за бухгалтерські послуги, за які **Ви нам платитимете принаймні на 1000 гривень менше, ніж штатному бухгалтеру;**
- економія на програмне забезпечення (1С, Медок, Ліга Закон тощо);
- економія на утримання офісу, комп'ютерної техніки.

2. Відтепер податкові та інші інспекції — це наші проблеми!

Ми беремо на себе повну матеріальну відповідальність за якість наданих бухгалтерських послуг, включаючи можливі санкції.

3. З нами Ви можете забути про головний біль з постійними пошуками бухгалтера, який у будь-який час може піти від Вас на іншу роботу.**4. Ми не йдемо у відпустку та не беремо лікарняний. Наша фірма справді гарантує безперервне та якісне ведення бухгалтерського обліку.**

І нарешті — з нами Ви не тільки отримаєте якісні бухгалтерські послуги. За додатковою домовленістю ми забезпечимо Вас необхідними податковими, юридичними консультаціями, аудиторськими послугами різного характеру.

Все що Вам потрібно — це:

- періодично передавати нам первинну бухгалтерську документацію;
- щомісячно отримувати від нас інформацію про податки та інші обов'язкові платежі;
- укласти із нами договір.

Зробіть вибір, вигідний для Вас!

(044)278-05-88

(097)178-90-89

(066)178-20-42

www.af-analitik.com.ua